

AKADEMİK SANAT, TASARIM VE BİLİM DERGİSİ

# akademik sanat

ISSN-2458-8776

SAYI ISSUE 16 • 2022



ANKARA  
**HACI BAYRAM VELİ  
ÜNİVERSİTESİ**

**ISSN - 2458-8776**

**SAYI ISSUE 16 • 2022**

**© ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ  
EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**© ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY  
GRADUATE SCHOOL OF EDUCATION**

AKADEMİK SANAT, TASARIM VE BİLİM DERGİSİ

# akademik sanat

**KURUCU** FOUNDER

Prof. Dr. Yusuf TEKİN

**EDİTÖR** EDITOR

Doç. Dr. Üyesi Serra ERDEM

**YABANCI DİL EDİTÖRÜ** FOREIGN LANGUAGE EDITOR

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Selmin SÖYLEMEZ

**EDİTÖR YARDIMCILARI** EDITOR ASSISTANTS

Arş. Gör. Ozan KAHVECİ

Arş. Gör. Zehra AKGÜNGÖR

**DİZGİ** TYPOGRAPHIC/LAYOUT

Arş. Gör. Ozan KAHVECİ

**YÖNETİM YERİ ve ADRESİ** EXECUTIVE OFFICE

Akademik Sanat; Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Emniyet Mahallesi, Abant-1. Caddesi No:10/2 E Blok, Kat:7

06500 Yenimahalle/ANKARA Tel: (0312) 546 13 53

E-posta: akademik.sanat@hbv.edu.tr

© ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

© ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF EDUCATION

**DANIŞMA KURULU** ADVISORY BOARD

- Prof. Dr. Aysun ALTUNÖZ  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ayşen SOYSALDI  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Birsen ÇEKEN  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Bülent SALDERAY  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Cevza CANDAN  
(İstanbul Teknik Üniversitesi)  
Prof. Dr. Fehim HUSKOVİÇ  
(Üsküp Kiril Metodi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Fulya BAYRAKTAR  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Gültekin AKENGİN  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Hakan PEHLİVAN  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Kaan CANDURAN  
(Hacettepe Üniversitesi)  
Prof. Dr. Meltem KATIRANCI  
(Gazi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mustafa ARAPİ  
(American University of Tirana, Academy of Fine Arts )  
Prof. Dr. Nehat BEKİRİ  
(Makedonya Teteva Üniversitesi)  
Prof. Dr. Saliha AĞAÇ  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Stalbek BAKTIGULOV  
(Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi)  
Prof. Dr. Turan AKSOY  
(Arucad Arkin University of Creative Arts and Design)  
Prof. Dr. Yüksel GÖĞEBAKAN  
(İnönü Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ali Akın AKYOL  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ayhan ÖZER  
(Gaziantep Üniversitesi)  
Doç. Dr. Attila DÖL  
(Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Gül YAŞARTÜRK  
(Akdeniz Üniversitesi)  
Doç. Dr. İsmail Aşad GÜDEKLİ  
(Akdeniz Üniversitesi)  
Doç. Dr. Pelin Öztürk GÖÇMEN  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Sevil KERİMOVA  
(Azerbaijan State University of Culture and Fine Art)  
Dr. Öğr. Üyesi AYL A TORUN  
(Nişantaşı Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ÖZÇELİK  
(Hacettepe Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SAĞ  
(Akdeniz Üniversitesi)

**YAYIN KURULU** EDITORIAL BOARD

- Prof. Dr. Birsen ÇEKEN  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Fulya BAYRAKTAR  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Meliha YILMAZ  
(Gazi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Nermin ŞAMAN DOĞAN  
(Hacettepe Üniversitesi)  
Doç. Dr. Berna COŞKUN ONAN  
(Bursa Uludağ Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ebru ÇORUH  
(Gaziantep Üniversitesi)  
Doç. Dr. Fırat ÇALKUŞ  
(Kafkas Üniversitesi)  
Doç. Dr. Mehtap BİNGÖL  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Murat ÇERKEZ  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Pelin ÖZTÜRK GÖÇMEN  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Reyhan DEMİR  
(Aydın Adnan Menderes Üniversitesi)  
Doç. Dr. Safiye SARI  
(Atatürk Üniversitesi)  
Doç. Dr. Zeliha KAYAHAN  
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin Uysal  
(Kastamonu Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Yener PINARBAŞ  
(Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi)  
Yrd. Doç. Dr. Esra AYDIN KILIÇ  
(Lefke Avrupa Üniversitesi)



|   |                |
|---|----------------|
| <b>Sultan NARİN, Neşe YAŞAR ÇEĞİNDİR</b>  | <b>1-15</b>    |
| TÜKETİCİLERİN GİYSİ KİRALAMA MODELİNE BAKIŞ AÇILARI   |                |
| .....   |                |
| Consumers' Perspectives on the Clothing Rental Model  |                |
| <b>Sevgi ARI</b>  | <b>16-31</b>   |
| KAVRAMSAL SANATTA SÜRECE YÖNELİK ÖNCÜ AÇILIMLAR   |                |
| .....   |                |
| Process-Based Initiatives in Conceptual Art   |                |
| <b>Gülay KARAKUŞ</b>  | <b>32-47</b>   |
| SANAT VE MİTOLOJİ BAĞLAMINDA ELMA İMGESİ  |                |
| .....   |                |
| The Apple Image In The Context of Art and Mythology   |                |
| <b>Tutku Dilem KALAFAT ALPASLAN, Sema AKSOY</b>   | <b>48-65</b>   |
| ÇOCUK KİTAPLARINDA GRAFİK TASARIM ELEMANLARININ YARATICI KULLANIMLARI (0-5 YAŞ)   |                |
| .....   |                |
| Creative Uses of Graphic Design Elements in Children's Books (0-5 years old)  |                |
| <b>Yılmaz ÇIRACIOĞLU, Zeynep GÖNÜLAY ÇALIMLI</b>  | <b>66-75</b>   |
| SANATSAL DESEN ÖĞRETİMİNDE DİJİTALLEŞME   |                |
| .....   |                |
| Digitalization in Artistic Drawing Teaching   |                |
| <b>Hatice ÇOPUR</b>   | <b>76-93</b>   |
| ARŞİV BELGELERİ İŞİĞİNDE İNEBOLU'NUN 19. YÜZYILDAKİ FİZİKSEL GELİŞİMİ   |                |
| .....   |                |
| Physical Development of İnebolu in the light of Archival Documents in the 19th Century                                  |                |
| <b>Dilek EVİRGEN</b>  | <b>94-109</b>  |
| MARKA TOPLULUKLARI İLE ORTAK MARKA DEĞERİ YARATMAK: FOTOĞRAFLARDAKİ DIOR MARKA KİŞİLİĞİ                                 |                |
| .....   |                |
| Co-Creation of Brand Value With Brand Communities: Dior Personality on Photos   |                |
| <b>Faruk MANAV</b>  | <b>110-116</b> |
| HERMENEUTİK VE SANAT FELSEFESİ: GADAMER'DE SANAT VE SANAT ESERİ ÜZERİNE   |                |
| .....   |                |
| Hermeneutics and Philosophy of Art: On Art and Artwork in Gadamer   |                |
| <b>Özge ŞEN TUNCEL</b>  | <b>117-126</b> |
| MEŞKİN İŞLEVLERİNDEKİ DÖNÜŞÜMÜN KLASİK TÜRK MÜZİĞİ VOKAL İCRÂCILIK AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ                          |                |
| .....   |                |
| The Evaluation of the Transformation in the Functions of the Meşk in Terms of Turkish Classical Music Vocal Performance |                |

# TÜKETİCİLERİN GİYSİ KİRALAMA MODELİNE BAKIŞ AÇILARI

## Consumers' Perspectives on the Clothing Rental Model

Sultan NARİN<sup>1</sup>, Neşe YAŞAR ÇEĞİNDİR<sup>2</sup>

### ÖZET

Bu çalışma, teknoloji temelli olarak dünyada hızla yayılan paylaşım ekonomisinin moda endüstrisindeki giysi kiralama modeli üzerine temellenmiştir. Araştırma, Türkiye'de kadın tüketicilerin online giysi kiralama modeline bakış açılarını ve modelin pazar potansiyelini araştırmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, kartopu yöntemi ile Türkiye'de internet üzerinden alışveriş yapan 392 kadın tüketiciye ulaşılmıştır. Planlı Davranış Teorisine göre hazırlanan online anket ile tüketicilerin, materyalist düşünce, sübjektif norm, ekolojik önem, algılanan fayda, performans riski, niyet ve tutumlarına ilişkin ifadelerle katılım düzeyi sorulmuştur.

Araştırma bulgularına göre, giysi kiralama modeline katılımdaki en önemli motivasyon ekolojik önemdir. Katılımcıların, yakın çevrelerinden ve online giysi kiralamanın faydasından önemli ölçüde etkilendikleri görülürken; giysiye sahip olamama düşüncesinde ise kararsız oldukları ve kiralanan ürünün performansını yüksek düzeyde riskli buldukları tespit edilmiştir. Bu durum, araştırmaya katılanların, online giysi kiralama modeline karşı tutum ve niyetlerinin eyleme dönüşmesinde kararsız olduklarını göstermiştir.

Giysi kiralama modeline katılım ile demografik özellikler arasındaki istatistiksel karşılaştırmalarda yapılan Anova testi sonuçlarına göre; kadın tüketicilerin yaşları arasında farklılık bulunmazken, eğitim durumu arasındaki karşılaştırmalarda anlamlı pozitif ilişki bulunmuştur.

Paylaşım ekonomisinin temel bileşeni güvendir. Genel olarak araştırma sonuçlarına bakıldığında, giysi kiralama platformlarının özellikle ürünün hijyenik koşullarda temizlendiği garantisinin verilmesi şartı Türkiye'de mevcut pazar durumu dikkate alındığında ve planlanacak bir giysi kiralamanın denenebilir bir iş modeli olduğuna işaret etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Paylaşım ekonomisi, giysi kiralama, işbirlikçi tüketim, tüketici davranışları

### ABSTRACT

This study is based on the clothing rental model in the fashion industry of the sharing economy, which is spreading rapidly in the world on the basis of technology.

The study aims to investigate the perspectives of female consumers on the online clothing rental model and the market potential of it in Turkey. In this direction, 392 women shopping online in Turkey were evaluated using the snowball method. With the online questionnaire prepared according to the Theory of Planned Behaviour, the level of participation of the consumers in the statements related to materialist thought, subjective norm, ecological importance, perceived benefit, performance risk and their intentions and attitudes were questioned.

According to the research findings, the most important motivation for participation in the clothing rental model is ecological importance. While it is seen that the participants are significantly influenced by their close environment and the benefit of online clothing rental; it has been determined that they are undecided in the thought of not having clothes and they find the performance of the product to be rented at a high level of risk. This showed that the participants of the study were undecided about the transformation of their attitudes and intentions towards the online clothing rental model.

The results of the Anova test, conducted which shows statistical comparisons between participation in the clothing rental model and demographic characteristics of the female consumers, there was no difference between age a significant positive relationship was found in the comparisons between educational status.

The core component of the sharing economy is trust. Looking at the results of the research in general, the requirement to guarantee that the clothing rental platforms, especially the product is cleaned under hygienic conditions, indicates that a planned clothing rental is a testable business model, considering the current market situation in Turkey.

**Keywords:** Sharing economy, clothes rental, collaborative consumption, consumer behavior

1. ORCID: 0000-0002-2696-994X  
2. ORCID: 0000-0002-8538-9224

1. Yüksek Lisans Öğrencisi, Tasarımcı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Moda Tasarımı Anabilim Dalı, sultan-narin@hotmail.com  
2. Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Moda Tasarımı, nese.cegindir@hbv.edu.tr

## EXTENDED ABSTRACT

Globalization, which can be summarized as making commercial relations and transactions faster, more flexible, and more accessible, has led to changes in the forms of production and consumption worldwide. One of the innovations gained in technological, social, economic and cultural areas is the concept of sharing economy. Although sharing and rental is a concept that has been used for centuries, the reason for its self-renewing and emergence as a new business model (Bardhi and Eckhand, 2012:881), especially consumption based on technological access (Perlacia, Duml and Saebi, 2017:9) and no transfer of ownership is realized.

Within the business areas of the access-based sharing economy, there are many areas such as like clothing, transportation, tourism, education and media. The clothing industry, which is a part of the fashion industry, is expanding its field in the sharing economy day by day. Business of Fashion (BOF) and McKinsey&Company, in the state of fashion (The State of Fashion, 2019) article, identify changing consumer needs, show the model of clothing rental among the ten trends of the future, predicting that the resale market may be larger than fast fashion in a decade.

The online clothing rental model, which aims to extend the life of the garment, creates a collective structure by making a significant contribution to the increase of the functional value of the garment, economic savings, waste prevention and sustainability, which keeps up with the ever-changing fashion. Thus, it aims to minimize the problem of fast fashion and waste.

This study aims to investigate the perspectives of female consumers on the online clothing rental model and the market potential of it in Turkey. In this direction, 392 women shopping online in Turkey were evaluated using the snowball method. With the online questionnaire prepared according to the Theory of Planned Behaviour, the level of participation of the consumers in the statements related to materialist thought, subjective norm, ecological importance, perceived benefit, performance risk and their intentions and attitudes were questioned.

According to the research findings, the most important motivation for participation in the clothing rental model is ecological importance. It has been determined that the participants were influenced by their immediate environment and the benefits of online clothing rental, but they also are undecided in the thought of not owning the clothes, and they find the performance of the rental product at a high level of risk. This revealed the indecision of the research participants towards the online clothing rental model and their intentions to turn into action.

The results of the Anova test, conducted which shows statistical comparisons between participation in the clothing rental model and demographic characteristics of the participants, there was no difference between age a significant positive relationship was found in the comparisons between educational status.

The core component of the sharing economy is trust. Looking at the results of the research in general, the requirement to guarantee that the clothing rental platforms, especially the product is cleaned under hygienic conditions, indicates that a planned clothing rental is a testable business model, considering the current market situation in Turkey.

## GİRİŞ

Ticari ilişkilerin ve işlemlerin daha hızlı, daha esnek, daha pratik ve daha erişilebilir hale gelmesi olarak özetlenen küreselleşme, dünya çapında üretim ve tüketim biçimlerinin değişime uğramasına neden olmuştur. Teknolojik, sosyal, kültürel ve ekonomik alanlardaki karşılıklı gelişmeler, çok yönlü yeni ticari imkânlar sağlayarak üretim, tüketim, pazarlama biçimlerinde ve bunlara bağlı iş modellerinde yeniliklerin önünü açmıştır. Popülaritesi artan iş modellerinden birisi de paylaşım ekonomisidir.

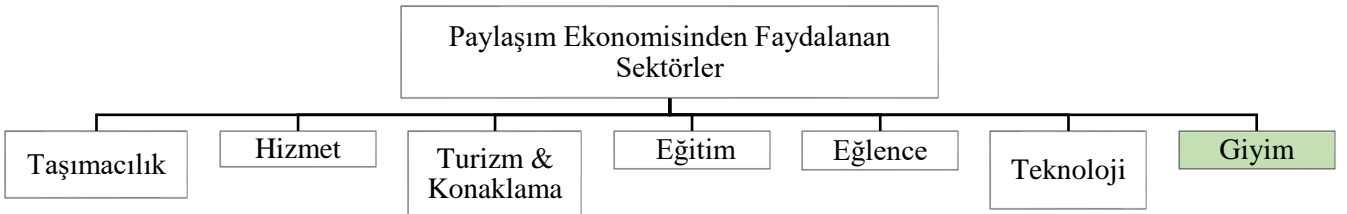
Paylaşım ve kiralama, yüzyıllardır kullanılan kavramlardır. Ancak, bu kavramların yeni iş modeli olarak tekrar gündeme gelme nedeni (Bardhi ve Eckhand, 2012:881), özellikle teknolojik erişime dayalı tüketim (Perlacia ve Duml 2015:10; Nwaorgu, 2018:240) ve hiçbir mülkiyet devrinin olmamasıdır.

Paylaşım ekonomisini, Botsman ve Rogers (2011); Roh, (2016:504), verimliliği artıran teknolojik erişimi sağlayan iş modelleri ve pazarlama araçlarıyla varlıkların kullanılmayan değerini harekete geçiren bir sistem, bir ekonomik model olarak nitelendirmektedirler.

Paylaşım modeli, "kendileri ya da medya platformları tarafından ticari organizasyon yoluyla bilgi, mal, yetenek alışverişi, bunları yeniden dağıtma, kiralama ile paylaşımı içermektedir" (Heinrichs, 2013:229). Öte yandan, bu model, doğada istenmeyen atıkları azaltma (Hoq 2017:2); kısıtlı kaynaklara erişimi artırma (Kaygısız ve Demirtaş, 2016:2) ve sürdürülebilir kalkınmaya destek olma gibi insani, çevreci ve sosyal faydacı yaklaşımı desteklemektedir. PricewaterhouseCoopers (PWC), paylaşım ekonomisinin günümüzde hızla yayılmasındaki başlıca önemli sosyo-ekonomik değişiklikleri şöyle örneklendirmektedir;

1. Gelişmiş dijital platformların ve cihazların yayılması,
2. Maddi kaynakları daha verimli kullanma çabaları ve ekonomik rasyonellik,
3. Yeni tüketici ihtiyaçları, daha yakın işbirliği ve mülkiyete yönelik tutumlarda değişiklik, daha fazla çevre dostu tüketim seçenekleri,
4. Sosyal değişim, küreselleşme ve kentleşme (2015:6).

Böylece, "işbirlikçi tüketim, evrenin finansal, toplumsal ve çevresel kirlilik felaketine alternatif bir çözüm sunmaktadır" (Nwaorgu, 2018:241). Yeni sürdürülebilir tüketim ve girişimcilik biçimi olarak tanımlanabilecek online erişime dayalı paylaşım ekonomisinin iş alanları arasında taşımacılık, hizmet, turizm, konaklama, eğitim, eğlence ve teknoloji başta olmak üzere giyim sektörü de bulunmaktadır (Şekil 1.).



Şekil 1. Paylaşım ekonomisinden faydalanan sektörler.

Son zamanlarda geleneksel işletme modelinin teknoloji birlikteliği ile popülarliğinin arttırması, sosyoloji, psikoloji, teknoloji, iktisat, işletme gibi bilim dallarını içine alan bir paylaşım ekonomisi kavramını (Yakın, 2018:20) yaratmıştır. Tablo 1'de başarı kazanmış erişim tabanlı kâr amacı güden ya da gütmeyen kuruluşlara yer verilmiştir;

| Sunulan Hizmet                | Online Platformlar   |
|-------------------------------|--|
| <b>Turizm &amp; Konaklama</b> | Airbnb, Couchsurfing, HomeExchange, Kaptar, Vrbo,                                |
| <b>Eğitim</b>                 | Udemy, İstanbul İşletme Enstitüsü,   |
| <b>Medya &amp; Müzik</b>      | Netflix, Spotfy, Deezer, YouTube, Fon, Ott One, UPC Wi-Free, Amazon Prime Video, |

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>Araç &amp; Bisiklet</b> | Zipcar, BlaBlaCar, Uber, Lyft, Wundercar, Erento, Spinlister, Citibike, Martı |
| <b>Oyuncak</b>             | Rent That Toy, Whirli, Toy Box Club,  |
| <b>Hizmet</b>              | Armut, TaskRabbit, Bionluk, Fiveer,   |
| <b>Teknoloji</b>           | Kiralabunu, Kiralamini, Hughes  |
| <b>Giysi / Moda</b>        | Rent the Runway, Air Closet, Cococo.  |

**Tablo 1. Paylaşım ekonomisi iş modelleri.**

Dünyada paylaşım ekonomisi başlığında kiralama modelinin hızlı bir şekilde yayılmasını sağlayan ve turizm sektöründe önemli rol oynayan modellerin başında Airbnb (URL 1) gelmektedir. Başka bir şehir ya da ülkede konaklamak için Airbnb online platformu üzerinden ev sahipleriyle birebir iletişime geçerek kiralama yapılmaktadır. Dünya çapında televizyonun yerini hızlı bir şekilde almaya aday olan yeni medya platformu Netflix (URL 2), aylık kullanım ücretiyle online dizi, sinema, belgesel ve şov programlarını tek üyelik üzerinden birkaç kişiye kadar izleyebilme hizmeti sunmaktadır.

Teknoloji ürünlerinin kiralanmasını sağlayan Kiralabunu (URL 3) platformu, Türkiye’de hizmet vermektedir. Platformda ev aletleri, telefon, bilgisayar, giyilebilir cihaz gibi çok sayıda teknoloji ürünleri bulunmakta, 1-3-6 ve 12 aylık periyotlar şeklinde kiralama yapılmaktadır. Ürünlerin hasar görmesi ve onarımı durumunda oluşacak masrafların %70’i platform tarafından sağlanmaktadır. Kiralabunu platformu aynı zamanda anne bebek ürünlerini sunduğu Kiralamini ile özellikle kısa dönem ihtiyaçlarını karşılamak için alınan ve daha sonra atıl durum yaratacak ürünlerin kiralanmasına da olanak sağlamaktadır. Ürünlerinin arasında bebek arabaları, mama sandalyesi, ana kucakları ve oyuncak gibi ürünler bulunmakta ve kiralama süreçleri Kiralabunu platformu ile aynı şekilde ilerlemektedir.

Paylaşım ekonomisi, daha az tüketim sloganı ve teknoloji aracılığıyla geleneksel hizmetlerin ticaret yönünü değiştirerek; atıl kalan ürün veya hizmetlerin ortak kullanılması sonucu para kazanarak kar elde edilmesini sağlamaktadır (World Trade Organization, 2018:73-95; Kaygısız ve Demirtaş, 2016:2).

Paylaşım platformları tüketicilerin değişen ihtiyaçlarına göre ağını genişleterek iş alanındaki paydaşların çoğalmasına ve yeni ekonomi kapıları açılmasına olanak sağlamaktadır.

## 1. Paylaşım Ekonomisi ve Moda İlişkisi

“Ne kadar ucuz o kadar iyi” sloganı ile 1980’lerden sonra hayatımıza giren ve küresel düzeyde ilgi gören hızlı moda olgusu, olmayan ancak varmış gibi yaratılan gereksinimlerle ürün çeşitliliğini arttırmakta, sürekli yenilediği pazarlama teknikleriyle var olmaktadır. Geçmişte yılda iki sezonda üretilen ürünler, hızlı moda kavramıyla beraber artık haftalık olarak raflardaki yerini almakta, giysi üretiminde küresel boyutlu bir arz trafiği yaratmaktadır. Gerek yerel gerekse uluslararası moda markalarının, günümüzde popüler olan sosyal medya araçlarını pazarlama stratejilerinde kullanması, ürünlerin tüketim oranlarının artmasında oldukça büyük pay oluşturmaktadır. Yaşanan teknolojik gelişmeler, kültürel değişimleri de beraberinde getirmektedir. Giysi alışverişindeki davranış değişimi, hızlı tüketimi körüklerken, ihtiyaçtan fazla ürün üretimi, kontrolsüz stoklara neden olmakta, yirmi birinci yüzyılın çevre kirliliği sorununun belirgin sebeplerinden birisini oluşturmaktadır.

Olası çözümler arasında gösterilen paylaşım ekonomisi moda sektörünü de içine alarak giyim endüstrisinde tüketimin paylaşım odaklı ilerlemesine olanak sağlamaktadır. Bu yapı, tamamen merkezi çevrimiçi platformlar tarafından desteklenerek ilerlemektedir (World Economic Forum, 2017:6). Ürün ömrünü uzatma amacıyla olan kiralama modeli, sürekli değişen moda ayak uyduran giysinin işlevsel değerinin artmasına, ekonomik tasarrufa, israfın önlenmesine ve çok amaçlı sürdürülebilirliğe önemli katkı sağlayacak kolektif bir iş yapısı oluşturmaktadır.

Moda sektörünün bir parçası olan giyim endüstrisi, gün geçtikçe paylaşım ekonomisinde alanını genişletmektedir. Business of Fashion (BOF) ve McKinsey&Company, değişen tüketici ihtiyaçlarını belirlediği, modanın durumu (*The State of Fashion, 2019*) makalesinde, geleceğin on trendi arasında giysi kiralama modelini de göstererek yeniden satış pazarının, on yıl içinde hızlı modadan daha büyük olabileceğini öngörmektedir.

Tüketicilerin giysi kiralama modelini benimsemesi tek ürün üzerindeki döngüsel ekonomi oluşmasını sağlayıp, hızlı moda tehdidinin önüne geçerek yeni giysi üretiminin azalmasına, moda ürünlerinin kaliteli ve dayanıklı üretilmesine katkı sağlayacaktır (Ellen MacArthur Foundation, 2017:73).

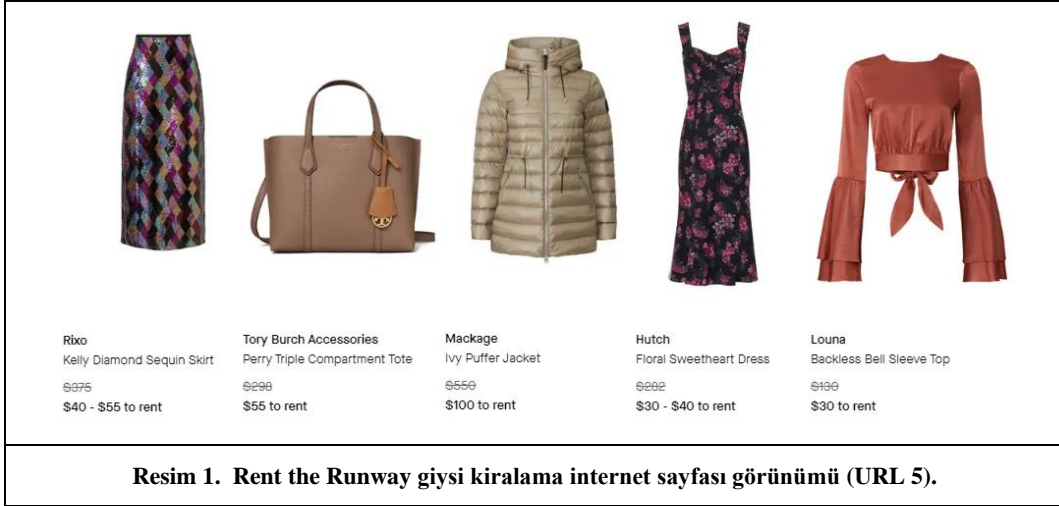
Birkaç sene önce başlayarak Avrupa, Asya ve özellikle Amerika' da büyük bir endüstri haline gelen giysi kiralama platformlarının çalışma sistemi çoğunlukla benzer prosedürlerle ilerlemektedirler. Tablo 2.'de dünyada önde gelen moda kiralama platformları, ev sahibi ülkeler, ürün kategorileri ve internet siteleri yer almaktadır.

| Marka                           | Ülke       | Ürün Kategorisi   | İletişim  |
|---------------------------------|------------|---|---|
| Rent the Runway                 | Amerika    | Giyim, çocuk giyimi, aksesuar, çanta, hamile giyim, ev tekstili | <a href="https://www.renttherunway.com/">https://www.renttherunway.com/</a>   |
| Air Closet                      | Japonya    | Giyim   | <a href="https://www.air-closet.com/">https://www.air-closet.com/</a>         |
| Cocoon                          | İngiltere  | Çanta   | <a href="https://www.cocoon.club/">https://www.cocoon.club/</a>               |
| FTF Closet by Fashion to Figure | Amerika    | Büyük beden giyim   | <a href="http://www.fashiontofigure.com">http://www.fashiontofigure.com</a>   |
| Mud Jeans                       | Hollanda   | Kot pantolon  | <a href="https://mudjeans.eu/">https://mudjeans.eu/</a>                       |
| Rotaro                          | İngiltere  | Giyim ve çanta  | <a href="https://www.rotaro.co.uk/">https://www.rotaro.co.uk/</a>             |
| Starluxe                        | Çin        | Giyim, çanta ve saat  | <a href="https://www.starluxe.cn/">https://www.starluxe.cn/</a>               |
| Volte                           | Avustralya | Giyim, çanta ve aksesuar  | <a href="https://www.thevolte.com/">https://www.thevolte.com/</a>             |
| Dress & Go                      | Brezilya   | Giyim, çanta ve aksesuar  | <a href="https://dressandgo.com.br/">https://dressandgo.com.br/</a>           |
| Nuuly                           | Amerika    | Giyim   | <a href="https://www.nuuly.com/">https://www.nuuly.com/</a>                   |
| Mine for Nine                   | Amerika    | Hamile giyim  | <a href="https://www.minefornine.com/">https://www.minefornine.com/</a>       |
| Hurr                            | İngiltere  | Giyim, çanta ve aksesuar  | <a href="https://www.hurrcollective.com/">https://www.hurrcollective.com/</a> |
| Glam Corner                     | Avustralya | Giyim, aksesuar ve hamile giyim                                 | <a href="https://www.glamcorner.com.au/">https://www.glamcorner.com.au/</a>   |
| Fjong                           | Norveç     | Giyim ve aksesuar   | <a href="https://fjong.com/">https://fjong.com/</a>                           |
| Myonbelle                       | Almanya    | Giyim   | <a href="https://www.myonbelle.de/">https://www.myonbelle.de/</a>             |

Tablo 2. Dünyada önde gelen moda kiralama platformları.

Giysi kiralama modeli Avrupa, Uzak Doğu ve Amerika'da oldukça ilgi görmektedir. 2009 yılında kurulan Amerikan *Rent the Runway* (URL 4) platformu, hazır giyim sektörü ağırlıklı çevrim içi kiralama modeline öncülük etmektedir. 750'den fazla marka ile çalışan platform, başta kadın giyim olmak üzere özelde hamile giyim, çocuk giyim ve ev tekstili ürünleri de çatısı altına alarak kiralama olanağı sunmaktadır. Piyasa değeri 236 milyon dolar olan platformun 115 bin aktif üyesi bulunmakta ve yaklaşık 900 kişiye istihdam sağlamaktadır (Cothorn, 2022).

Tüketiciler, belirledikleri tarihte platformun uyguladığı kurallara göre ürünü kiralamakta yani geçici mülkiyetini kullanmakta ve tekrar işletmeye teslim etmektedirler. Platformların çoğu tek kullanımlık, aylık ya da sınırsız üyelik seçeneği sunmakla beraber kiralanacak ürün adedine göre de üyelik seçeneğini değiştirebilmektedirler. Ürünler genellikle 4-8 gün arası ya da aylık kullanım ile gerçekleşmektedir. Tüketicilerden alınan aylık üyelik bedelleri, ürünün kargo ile gönderim ve geri alımı, kuru temizleme ve oluşabilecek ufak hasarlar için sigorta bedelini kapsamaktadır. Ayrıca kiralanılan ürünün bedeninde sorun yaşamamak için ücretsiz farklı bedeni de gönderilmektedir. Ürünleri geri göndermek için belirli kargo noktalarından ya da evden teslim etmek mümkündür. Kiralama sürecinden sonra müşteriler dilediği ürünü satın almak isteyebilmektedirler.



Paylaşım ekonomisi, Türk toplumuna yabancı bir kavram değildir. Geçmiş çok eskilere dayanan, büyük kardeşin giysilerinin küçük kardeşin giymesi yani kardeşler arasındaki “giysi paylaşımı”, yeni iş modeli olan paylaşım ekonomisinin bir parçasıdır.

Türkiye’de giysi kiralama modelinin öncülüğünü, 2010 yılında kurulan Davet Çok Elbisem Yok (URL 6), Elbise Kirala(URL 7), Chartersbaks Kiralık Elbisem (URL 8) ve benzer platformlar yapmakta, düğün, davet ve özel gün giysileri üzerine yoğunlaşmakta olup ücretsiz üyelik sunmaktadır.

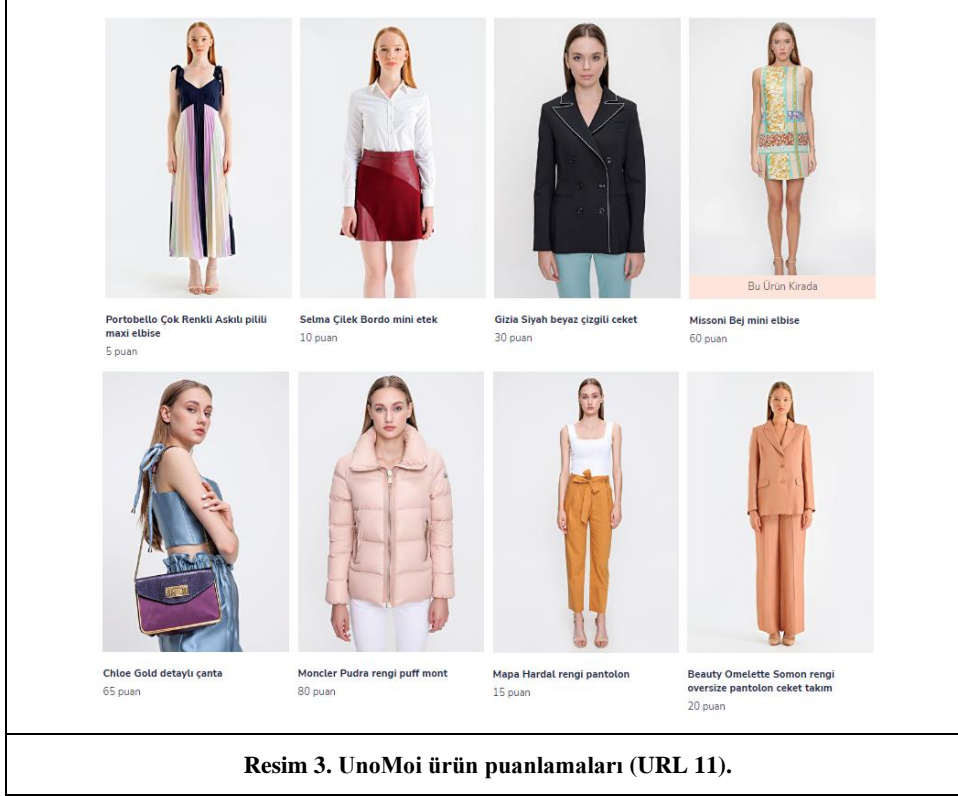
Türkiye’de hazır giyim sektöründe ise UnoMoi (URL 9) platformu, lüks giysi ve aksesuar kiralaması yapmaktadır. Platformda üç farklı abonelik şekli bulunmaktadır (Resim 2.). Tüm kiralama süreleri bir ay olmakla beraber diğer platformlarda olduğu gibi abonelik paketleri kurye ve kuru temizlemeyi kapsamaktadır. Abonelik paket seçeneklerine göre kiralanacak ürün adetleri ve sepetteki ürünlerin toplam puan değeri değişmektedir.



Ürünlerin kiralamaya sunulmasında Rent the Runway platformu gibi ürünün asıl bedeli ve kiralama bedelinin yazılmasının yerine her ürün için puanlama sistemi kullanılmaktadır. Resim 3.’de farklı kategorilerdeki ürünlerin puanları yer almaktadır. Ürünlerde oluşacak ufak hasarlar sigorta kapsamındadır ve büyük hasarlarda ya da ürünün kaybolması durumunda ise ürünün mağaza satış bedeli alınmaktadır.

Kiralama öncesinde ürünler öncelikle kalite kontrolden geçerek hasar kontrolü, ardından da birinci sınıf kuru temizleme servisine gönderilmektedir.





Resim 3. UnoMoi ürün puanlamaları (URL 11).

Türkiye’de, uzun süredir yapılan gelinlik kiralama işlemleri geleneksel paylaşım ekonomisinin içinde yer almaktadır. Bu durumu günümüz paylaşım ekonomisinden ayıran özellik kiralama durumunun dijital ortamda yapılıyor olmasıdır.

Sürdürülebilirliğe katkı sağlamayı amaçlayan birçok tanınmış moda markası, son zamanlarda popülerleşen yeni girişim olan paylaşım ekonomisi modeline yönelerek giysi kiralama ya da ikinci el satış platformlarını kendi bünyelerine almış ya da uzman platformlarla işbirliği içinde olmaya başlamışlardır.

Lüks moda satış platformu olan Farfetch, ürün ömrünü uzatmak için Farfetch Second Life’ı kurarak Avrupa, Amerika ve Orta Doğu ülkelerinde lüks marka çantaları müşterilerden alarak tekrar kullanıma sunmaktadır. Müşterilerin Farfetch’e gönderdiği çantaların bedeli, perakende fiyatının %30 ile %60’ı altındadır ve orijinallik kontrolü sonrası belirlenen ücret Farfetch platformu üzerinden kredi olarak kullanılmaktadır (Farfetch kurumsal web sitesi, URL 12).

Amerikan giyim markası olan Timberland, İngiltere merkezli kiralama platformu Hurr ile kurduğu ortaklıkla, ürünlerinin bu platform üzerinden kiralanmasını sağlamaktadır (Pinnock, 2021).

Tekstilde çevreye en yüksek zarar veren ürünler arasında denimler gelmektedir. Bu zararın önüne geçmek için 2013 yılında kiralama hizmetine giren MUD Jeans, Hollanda, Belçika ve Almanya’da tüketicilerin 12 ay boyunca denim kiralamasına olanak sağlayarak moda endüstrisinde döngüsel ekonomiye geçişe katkı sağlamaktadır (Mud Jeans kurumsal web sitesi, URL 13).

*Çalışmanın amacı;* kadın odağında Türkiye’de online giysi alışveriş platformlarını kullanan kadın tüketicilerin, olası bir giysi kiralama modelini kabul etme potansiyelini incelemektir. Amaca ulaşmayı sağlayacak alt sorular şu şekilde belirlenmiştir:

Türkiye’de online alışveriş yapan kadın tüketicilerin;

1) Online gardırop/online giysi kiralama modeli konusundaki farkındalık düzeyleri nedir?

2) *Planlı Davranış Teorisi* temelinde, *paylaşım odaklı tüketim bakış açısıyla* online giysi kiralama modelini kullanımına hazır olma durumları ve demografik özellikleri ile alt değerler arasındaki ilişki düzeyi nedir?

Araştırma sonucunda yukarıdaki iki sorudan elde edilen cevaplara göre online gardırop/online giysi kiralama modelinin ilgi görüp görmeyeceği ve pazar potansiyelinin ne olabileceğinin cevapları değerlendirilmiştir.

Çalışma, kısa vadede: Daha az veya sıfır atık düşüncesini yaygınlaştırmak, paylaşım ekonomisini yeniden gündeme taşımak; uzun vadede: Ulusal başta olmak üzere yerel, bölgesel, küresel sürdürülebilir üretimi desteklemek, kısıtlı ve sınırlı kaynakları daha fazla insanın yararına sunmak bakımından önemli görülmektedir.

## 2. Yöntem

Teorik ve ülke dışındaki uygulama boyutlarının bilinmesine rağmen Türkiye’de uygulanabilirliği konusunda bilgi ve deneyimlerin varlığının araştırılması için moda paylaşım ekonomisinin incelenmesinde betimleme yöntemine başvurulmuştur. Öte yandan, giysi kiralama modelinin daha detaylı araştırılması için vaka/örnek olay incelemesi yoluna gidilmiştir.

Vaka (örnek olay) incelemesi, araştırmanın odağında teoriden daha fazla yaşanan mevcut durumu analizi ile kavram oluşturma yaklaşımlarında sıkça kullanılmaktadır. Örnek olay çalışmasında toplanan bilgiler, yalnızca inceleme konusu için geçerli olup (Karasar, 2018:119), bir olgu, birey, topluluk ya da kurum üzerine yoğunlaşarak (Deveci ve Deveci, 2018:129), araştırma hakkında derinlemesine bilgi vermektedir (Vural ve Cenkseven, 2005:3).

### 2.1. Evren ve Örneklem

Türkiye’de online giysi alışveriş platformlarını kullananlar evreninden, kartopu tekniğiyle ulaşılabilen ve çalışmaya gönüllü olarak katılımı kabul ederek, anket sorularını tamamlayan 392 kadın tüketiciden oluşmaktadır. Örneklem grubuna ait demografik bilgiler Tablo 3.’de yer almaktadır.

| Yaş           | S          | %          | Eğitim            | S          | %          |
|---------------|------------|------------|-------------------|------------|------------|
| 18-24         | 114        | 29,1       | Ortaöğretim       | 79         | 20,2       |
| 25-34         | 114        | 29,1       | Ön Lisans         | 103        | 26,3       |
| 35-44         | 102        | 26         | Lisans            | 106        | 27         |
| 45 ve üstü    | 62         | 15,8       | Y. Lisans ve üstü | 104        | 26,5       |
| <b>Toplam</b> | <b>392</b> | <b>100</b> | <b>Toplam</b>     | <b>392</b> | <b>100</b> |

Tablo 3. Araştırmaya katılan tüketicilerin demografik özellikleri ve dağılım değerleri.

Araştırmaya katılan 392 kadın tüketicinin % 29,1’i (144) 18-24 yaşında, % 29,1’i (144) 25-34 yaş arasındadır. Eğitim düzeyindeki en yüksek katılım % 27 (106) ile lisans seviyesindedir.

ING Bank Uluslararası Araştırmalarına göre, 25 yaş altındaki tüketicilerin paylaşım ekonomisi içinde daha aktif yer alma eğilim gösterdikleri; en fazla yararlananların, 25-34 yaş aralığındaki tüketiciler olduğu; 35 yaş ve üzeri gruplarda katılımın düştüğü göze çarpmaktadır (IngBank, 2015:1).

### 2.2. Verilerin Toplanması ve İstatiksel Analiz Yöntemleri

Araştırmadaki literatür verileri için küresel ve bölgesel düzeydeki ticari analiz raporlarından yararlanılmıştır. Türkiye’de online gardırop/online giysi kiralama modelinin ilgi görüp görmeyeceği ve pazar potansiyelinin ölçüldüğü yapılandırılmış web tabanlı anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anketin İlk bölümde demografik bilgiler alınmış, ikinci bölümde online gardırop kavramının farkındalığı incelenmiştir. Son bölümde ise Planlı Davranış Teorisi temelinde, online gardırop sistemini kullanacağı senaryosuyla oluşturulan ifadeleri kapsamaktadır. Son bölümde; materyalist düşünce, subjektif norm, ekolojik bakış açıları, algılanan fayda, performans riski ve giysi kiralamaya yönelik tüketici tutumları ölçülmüştür

Ölçme aracının oluşturulmasında, üç farklı amaçla hazırlanan ve aşağıda künyeleri verilen akademik yayınlardan faydalanılmıştır. Her bir ölçek için yazarlardan kullanım izni alınmıştır.

Giysi kiralamaya yönelik tutumların toplanması için, Hamari, Sjöklint ve Ukkonen (2016),’in; Planlı Davranış Teorisi ve materyalizm başlığında, Lang ve Armstrong (2018)’u; Ekolojik bakış açısı ve algılanan fayda konusunda, Lee ve Chow (2020)’un ölçekleri referans alınmıştır.

#### 2.2.1. Verilerin Analizleri

Anketin üçüncü kısmında bulunan toplam 18 sorunun cevaplanması için 5'li Likert dereceleme sistemi kullanılmıştır. Oluşturulan 5'li Likert dereceleme ölçeğinin puan aralıkları şu şekildedir;

"1.00-1.80 arası kesinlikle katılmıyorum, 1.81-2.60 arası katılmıyorum, 2.61-3.40 arası kararsızım, 3.41-4.20 arası katılıyorum, 4.21-5.00 arası ise kesinlikle katılıyorum". Derecelerin hesaplama işlemleri en büyük ve en küçük puan farkının (5-4=1), toplam aralığa bölünmesi (4/1=0,8) ve sonucun 1'e eklenerek kademeli olarak şekilde hesaplanmasıyla oluşmuştur. 2,60 puan ve üstü olumlu olarak kabul edilmiştir (Tekin, 2010:262, Aktaran: Öz, 2020:66).

Verilerinin istatistiksel analizinde öncelikle Cronbach's Alpha Katsayıları ve e KMO-Bartlett değerleri hesaplanarak ölçeklerin geçerliliği kontrol edilmiştir. Kadın tüketicilerin demografik özelliklerinin değişkenlere göre karşılaştırmalarında tek yönlü varyans (Anova) analizi yapılmıştır. Yapılan analizlerde anlamlı farklılık çıkması durumunda, hangi gruplar arasında olduğunu incelemek için Post-Hoc LSD sonuçlarına yer verilmiştir.

Tüketicilerin yaş dağılımı değişkeni ile alt başlıklar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmazken, eğitim düzeyi ile subjektif norm, ekolojik önem, algılanan fayda, performans riski, kiralama niyeti ve tutum arasında ( $p<.05$ ) istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuş, anlamlı bulunan veriler bulgular başlığında sunulmuştur.

Ölçeklerin güvenilirlik düzeyi için yapılan analiz sonucunda sorulan 18 ifade için Cronbach Alfa değeri  $\alpha=0,915$  değerinde bulunmuştur. Anketin güvenilirliği yüksek düzeyde çıkmıştır. Yapılan analiz sonucunda Barlett Sphericity değeri 6711,652 ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik test 0,917 olarak bulunmuştur.

### 3. Bulgular

#### 3.1. Tüketicilerin Online Gardırop/Giysi Kiralama Kavramının Farkında Olma Düzeyleri ve Kiralama Modelini Kullanıma Hazır Olma Durumlarına Ait Bulgular:

Anketin ikinci bölümünde tüketicilerin online gardırop kavramının farkında olma düzeyinin ölçüldüğü 'Online gardırop/online giysi kiralama kavramını daha önce duydunuz mu?' ifadesine tüketicilerin % 59,2'si (232 kişi) evet, % 40,8'i (160 kişi) hayır cevabını vermiştir. Bu oranlar ve sayılara göre ankete katılan tüketicilerin çoğunluğu, online gardırop/online giysi kiralama kavramının farkındadır.

Avrupa, Amerika ve Avustralya'da yer alan 15 ülkede 15 bin tüketiciyi kapsayan ve paylaşım ekonomisine yaklaşımı ortaya koyan ING Uluslararası Araştırmaların sonuçları, Avrupa genelinde her üç kişiden biri, Türkiye'de ise her iki kişiden birinin 'paylaşım ekonomisi' kavramına aşina olduğunu göstermektedir. Türkiye, 15 ülke arasında yüzde 9'luk oranla paylaşım ekonomisine aktif katılımın en yüksek oranda gerçekleştiği ülke olarak aynı orana sahip tek ülkenin olan ABD ile başa baş durumdadır (IngBank, 2015:1).

Tablo 4'de tüketicilerin materyalist düşünce, subjektif norm, ekolojik önem, algılanan fayda, performans riski, kiralama niyeti ve tutumlarının betimleyici istatistikleri ve Anova testine ait bilgiler yer almaktadır. Anova testine ait anlamlı bulgular Tablo 5.'de yer almaktadır.

| Ölçülen Değer       | İfadeler  | $\bar{x}$   | SS          | Yaş      |             | Eğitim   |             |
|---------------------|---|-------------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|
|                     |   |             |             | df       | Sig.        | df       | Sig.        |
| Materyalist Düşünce | Giysileri kiralamak yerine satın alarak sahip olmak isterim.            | 3,29        | 1,35        | 3        | ,016        | 3        | ,228        |
|                     | Dolabımda 1 ya da 2 kere giydiğim birçok giysi var.                     | 3,27        | 1,45        | 3        | ,580        | 3        | ,021        |
|                     | <b>Ortalama Değer</b>   | <b>3,28</b> | <b>1,20</b> | <b>3</b> | <b>,78</b>  | <b>3</b> | <b>,058</b> |
| Subjektif Norm      | Yakın çevremdekilerin fikrini alırım.                                   | 3,44        | 1,21        | 3        | ,130        | 3        | ,165        |
|                     | Online forumlardaki kullanıcı görüşlerine dikkat ederim.                | 3,93        | 1,20        | 3        | ,553        | 3        | ,002        |
|                     | Takip ettiğim influencer'lar ya da ünlülerin görüşleri fikrimi etkiler. | 2,97        | 1,37        | 3        | ,151        | 3        | ,197        |
|                     | <b>Ortalama Değer</b>   | <b>3,44</b> | <b>,99</b>  | <b>3</b> | <b>,277</b> | <b>3</b> | <b>,032</b> |
| Ekolojik Önem       | Doğal kaynakları korumaya katkı sağlamak isterim.                       | 4,16        | 1,15        | 3        | ,077        | 3        | ,000        |
|                     | Sürdürülebilir tüketimi destekleyebilirim.                              | 4,06        | 1,15        | 3        | ,096        | 3        | ,000        |
|                     | <b>Ortalama Değer</b>   | <b>4,11</b> | <b>1,11</b> | <b>3</b> | <b>,070</b> | <b>3</b> | <b>,000</b> |
| Algılanan Fayda     | İstedğim markadaki ürüne daha kolay ulaşabilirim.                       | 3,80        | 1,13        | 3        | ,591        | 3        | ,149        |
|                     | Giysilerin daha az yer kaplamasını sağlayabilirim.                      | 3,74        | 1,16        | 3        | ,304        | 3        | ,020        |

|  |   |             |             |          |             |          |             |
|--|---|-------------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|
|  | Ekonomik açıdan tasarruf edebilirim                                       | 3,88        | 1,14        | 3        | ,647        | 3        | ,006        |
|  | Daha fazla ürün kullanımına sahip olabilirim.                             | 3,73        | 1,19        | 3        | ,944        | 3        | ,030        |
|  | <b>Ortalama Değer</b>   | <b>3,79</b> | <b>1,02</b> | <b>3</b> | <b>,762</b> | <b>3</b> | <b>,012</b> |
| <b>Performans Riski</b>                        | Giyisilerin sağlığa uygun koşullarda temizlendiğinden emin olmak isterim. | 4,34        | 1,14        | 3        | ,300        | 3        | ,000        |
|  | Giyisiyi ilk kullanan ben olmak isterim.                                  | 3,87        | 1,27        | 3        | ,503        | 3        | ,050        |
|  | Giyisiyi ilk kullanan olmak için ekstra ücret ödeyebilirim                | 3,29        | 1,34        | 3        | ,169        | 3        | ,055        |
|  | <b>Ortalama Değer</b>   | <b>3,83</b> | <b>1,04</b> | <b>3</b> | <b>,565</b> | <b>3</b> | <b>,002</b> |
| <b>Kiralama Niyeti ve Tutum</b>                | Paylaşma satın almaktan daha iyi bir tüketim şekli olabilir.              | 3,42        | 1,21        | 3        | ,178        | 3        | ,455        |
|  | Giyisi takası iyi bir fikir olabilir.                                     | 3,23        | 1,24        | 3        | ,671        | 3        | ,038        |
|  | Gelecekte fiziksel gardırobun yerini alabilir.                            | 3,09        | 1,28        | 3        | ,432        | 3        | ,206        |
|  | İleride giysi kiralamayı denemek isterim.                                 | 3,20        | 1,26        | 3        | ,649        | 3        | ,002        |
|  | <b>Ortalama Değer</b>   | <b>3,23</b> | <b>1,05</b> | <b>3</b> | <b>,610</b> | <b>3</b> | <b>,041</b> |
| <b>Toplam (N) 392 kişi</b>                     |   |             |             |          |             |          |             |
| <b>Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0,917</b>        |   |             |             |          |             |          |             |
| <b>Cronbach Alfa <math>\alpha=0,915</math></b> |   |             |             |          |             |          |             |

Tablo 4. Tüketicilerin ankete yönelik betimleyici istatistikler ve frekans tablosu.

Tablo 3’de görüldüğü üzere; çalışmaya katılan 392 kadın tüketicinin;

- Materyalist düşünce başlığı altındaki iki ifadeye katılım düzeyi genel ortalaması ( $\bar{x}$  3.28) online gardırop kullanımına kararsız kaldıklarını göstermiştir.
- Subjektif norm başlığı altındaki üç ifadeye katılım düzeyi genel ortalaması ( $\bar{x}$  3.44) sosyal çevreden alınacak olumlu dönütlerden etkileneceklerini işaret etmektedir.
- Ekolojik önem başlığı altındaki iki ifadeye katılım düzeyi genel ortalaması ( $\bar{x}$  4,11), tüketiciler giysi kiralama yaptıklarında ekolojik çevreye oldukça katkı sağlayacağını düşünmektedirler.
- Algılanan fayda başlığı altındaki dört ifadeye katılım düzeyi genel ortalaması ( $\bar{x}$  3,79) online giysi kiralamanın kendilerine çok yönlü pozitif etki yaratacağının farkında oldukları yönündedir.
- Performans riski başlığı altındaki üç ifadenin katılım düzeyi genel ortalaması ( $\bar{x}$  3,83 tüketicilerin online giysi kiralamanın ürün performansı konusunda kaygılarını açığa vurmaktadır.
- Kiralama niyeti ve tutum başlığı altındaki dört ifadenin katılım düzeyi genel ortalaması ( $\bar{x}$  3,23) giysi kiralama kullanımında kararsızlık yaşadıklarını göstermektedir.

ING Uluslararası araştırmaları, Avrupa genelinde tatil konaklamasının ardından en fazla paylaşım açılan ürünler, spor ekipmanları, çocuklara ait eşyalar, otomobil, bisiklet, ev aletleri, elektronik ürünler ve giysi (IngBank, 2015:2) şeklinde sıralanmaktadır. Bu sıralamanın, markaların giysi hijyenine yönelik tüketici kaygılarına tam anlamıyla cevap verdiğinde, Türkiye’de de benzer paralellikte hızlanarak atış sağlayacağı düşünülmektedir.

### 3.2. Tüketicilerin Demografik Özellikleri İle Giysi Kiralama Modeli Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Bu bölümde araştırmaya katılan kadın tüketicilerin demografik özellikleri yaş ve eğitim seviyesi ile paylaşım odaklı tüketim yaklaşımının alt başlıkları arasındaki ilişkisel analizlere yer verilmiştir. Yapılan analiz sonucunda tüketicilerin yaş dağılımı değişkeni ile alt başlıklar ( $p>,05$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Tüketicilerin eğitim değişkeni ile alt başlıklar arasında yapılan tek yönlü varyans (Anova) analizi sonucunda materyalist düşünce, subjektif norm, ekolojik önem, algılanan fayda, performans riski, kiralama niyeti ve tutumlarının ( $p<,05$ ) istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Bu farkın hangi eğitim seviyeleri arasında olduğunu belirlemek amacıyla Post-hoc LSD sonuçlarına bakılmıştır anlamlı bulunan farklar Tablo 5.’de verilmiştir.

| Alt Başlıklar | Eğitim | N | KT | df | KO | F | Sig. | Post-hoc LSD |
|---------------|--------|---|----|----|----|---|------|--------------|
|---------------|--------|---|----|----|----|---|------|--------------|

|  |                   |     |                  |         |     |        |                                     |             |                         |
|--|-------------------|-----|------------------|---------|-----|--------|-------------------------------------|-------------|-------------------------|
| <b>Subjektif Norm</b>  | Ortaöğretim       | 79  | Gruplar arasında | 8,609   | 3   | 2,870  | 2,967                               | <b>,032</b> | <b>1-3;<br/>2-3</b>     |
|  | Ön Lisans         | 103 | Gruplar içinde   | 375,293 | 388 | ,967   |                                     |             |                         |
|  | Lisans            | 106 | Toplam           | 383,902 | 391 |        |                                     |             |                         |
|  | Y. Lisans ve üstü | 104 |                  |         |     |        |                                     |             |                         |
| <b>Ekolojik Önem</b>   | Ortaöğretim       | 79  | Gruplar arasında | 30,708  | 3   | 10,236 | 8,646                               | <b>,000</b> | <b>1-3,4;<br/>2-3,4</b> |
|  | Ön Lisans         | 103 | Gruplar içinde   | 459,353 | 388 | 1,184  |                                     |             |                         |
|  | Lisans            | 106 | Toplam           | 490,061 | 391 |        |                                     |             |                         |
|  | Y. Lisans ve üstü | 104 |                  |         |     |        |                                     |             |                         |
| <b>Algılanan Fayda</b>                                       | Ortaöğretim       | 79  | Gruplar arasında | 11,513  | 3   | 3,838  | 3,715                               | <b>,012</b> | <b>1-4;<br/>2-4</b>     |
|  | Ön Lisans         | 103 | Gruplar içinde   | 400,790 | 388 | 1,033  |                                     |             |                         |
|  | Lisans            | 106 | Toplam           | 412,303 | 391 |        |                                     |             |                         |
|  | Y. Lisans ve üstü | 104 |                  |         |     |        |                                     |             |                         |
| <b>Performans Riski</b>                                      | Ortaöğretim       | 79  | Gruplar arasında | 16,077  | 3   | 5,359  | 5,045                               | <b>,002</b> | <b>1-3;<br/>2-3,4</b>   |
|  | Ön Lisans         | 103 | Gruplar içinde   | 412,138 | 388 | 1,062  |                                     |             |                         |
|  | Lisans            | 106 | Toplam           | 428,215 | 391 |        |                                     |             |                         |
|  | Y. Lisans ve üstü | 104 |                  |         |     |        |                                     |             |                         |
| <b>Kiralama Niyeti ve Tutum</b>                              | Ortaöğretim       | 79  | Gruplar arasında | 9,181   | 3   | 3,060  | 2,778                               | <b>,041</b> | <b>1-3,4</b>            |
|  | Ön Lisans         | 103 | Gruplar içinde   | 427,403 | 388 | 1,102  |                                     |             |                         |
|  | Lisans            | 106 | Toplam           | 436,584 | 391 |        |                                     |             |                         |
|  | Y. Lisans ve üstü | 104 |                  |         |     |        |                                     |             |                         |
| <b>1-Ortaöğretim, 2-Ön Lisans, 3-Lisans, 4-Yüksek Lisans</b> |                   |     |                  |         |     |        | <b>Anlamlılık Değeri: p&lt;0.05</b> |             |                         |

Tablo 5. Tüketicilerin eğitim seviyesi ile ölçekler arası tek yönlü Varyans (anova) analiz sonuçlarına ait bulgular

Tablo 5.'de verilen analiz sonuçları aşağıdaki gibidir;

*Subjektif norm*; ortaöğretim ve ön lisans eğitimi alan tüketicilerle lisans eğitimi alan tüketiciler arasında istatistiksel olarak ( $p=,032<0,05$ ) ters yönde anlamlı ilişki bulunmuştur.

*Ekolojik önem*; ortaöğretim ve ön lisans eğitimi alan tüketicilerle lisans ve üstü eğitim alan tüketiciler arasında istatistiksel olarak ( $p=,000<0,05$ ) ters yönde anlamlı ilişki izlenmiştir.

*Algılanan fayda*; ortaöğretim ve ön lisans eğitimi alan kadın tüketicilerle yüksek lisans ve üstü eğitim alan tüketiciler arasında istatistiksel olarak ( $p=,012<0,05$ ) ters yönde anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

*Performans riski*; ortaöğretim eğitimi alan kadın tüketicilerle lisans eğitim alan tüketiciler arasında; ön lisans eğitimi alan tüketicilerle lisans ve üstü eğitim alan tüketiciler arasında istatistiksel olarak ( $p=,002<,05$ ) ters yönde anlamlı ilişki bulunmuştur.



*Kiralama niyeti ve tutum;* ortaöğretim eğitimi alan tüketicilerle lisans ve üstü eğitim alan tüketiciler arasında istatistiksel olarak ( $p=,041<,05$ ) ters yönde anlamlı ilişki bulunmuştur.

## SONUÇ

Türkiye’de online platformlardan alışveriş yapan kadın tüketicilerin giysi kiralama modeline bakış açıları, kirama niyetleri ve bu modelin pazar potansiyelinin incelendiği bu çalışmada; kadın tüketicilerin yarısından çoğunun % 59,2’si (232 kişi) online gardrop / online kiralama modelinin bilincinde olduğu tespit edilmiştir. Bu farkındalık ankette verilen ifadelerin daha anlaşılır olmasını sağlamıştır.

Tüketicilere, giysi kiralama platformu kullanacakları senaryosuyla materyalist düşünce, subjektif norm, ekolojik önem, algılanan fayda, performans riski ile online giysi kiralama modeline yönelik tutum ve niyetlerine ilişkin ifadelerle katılım düzeyi sorulmuştur.

Kadın tüketiciler, materyalist düşünce ( $\bar{x}$  3.28) ifadelerinde kararsız kaldıkları görülmektedir. Paylaşma insanlara güzel bir fikir olarak gelse de araştırmaya katılan tüketicilerin materyalist düşünceye yakın oldukları görülmektedir. Lang ve Armstrong (2018:45), yapmış oldukları çalışmada materyalist değerlere sahip bireylerin, giysi kiralamaya bakış açılarının sahiplik eksikliğinden dolayı olumsuz sonuçlar yaratabileceğini belirtmişlerdir.

Tüketicilerin giysi kiralama yapmaları durumunda ekonomik tasarruf sağlama ve istedikleri markadaki ürüne ulaşabilme gibi algılanan faydanın oluştuğu sonucuna varılmıştır.

Kiralama konusunda, takip ettikleri influencer’lar ya da ünlülerin görüşlerinden ziyade yakın çevreleri ve ilgili platformun kullanıcılarının görüşlerinden daha çok etkilendikleri görülmektedir. Bu sonuç, (Lee ve Chow 2020; Becker-Leifhold, 2018:787), yaptıkları çalışmada tüketicilerin giysi kiralama durumlarında yakın çevrelerinden etkilendikleri sonuçları ile örtüşmektedir. Kullanıcıların kiralama deneyimindeki memnuniyeti, potansiyel tüketicilerin de paylaşım ekonomisine yönelmesinde önemli bir etkiye sahip olacaktır

Tüketicilerin, paylaşım ekonomisine katılmadaki en önemli motivasyonunun ekolojik önem olduğu görülmekte ve oluşan bu farkındalık, “giysi kiralama platformları açısından oldukça olumlu bir potansiyel” olacağına işaret sayılabilir. Atık sorununu azaltmada tüketici sorumluluğunun artırılmasına yönelik stratejiler, tüketicilerin kiralama modeline daha sıcak bakmalarında olumlu katkı sağlayabilir. Yapılan çalışmada ekolojik önemin ve sürdürülebilir tüketimin online giysi kiralama tutumları üzerinde olumlu etkisi olduğu sonuçları bulunmuştur (Lee ve Huang, 2021:197; Lang, Seo, Liu, 2019:530).

Tüketicilerin kiralama niyeti ve tutumunda ise ( $\bar{x}$  3,23) kararsız kaldıkları görülmektedir. Bu durum tüketicilerin, performans riski başlığında kiralamaya yönelik hassasiyetlerinin sebebiyet verdiği düşünülmektedir. Özellikle ‘*Giysilerin sağlığa uygun koşullarda temizlendiğinden emin olmak isterim*’ ( $\bar{x}$  4,34) ifadesinin yüksek çıkması tüketicilerin kiraladıkları giysilerin temizlik konusunda ikna olmak istediklerini göstermektedir. Kiralama sürecinde paylaşılan ürünlerin temiz olmama durumu, tüketicilerin hassasiyetini olumsuz yönde etkileyecektir. Bu durumu tetikleyen önemli nedenlerden birisi de dünyanın Covid-19 sürecinden geçiyor olmasıdır.

ING Araştırmalarında çıkan sonuçlara göre; Türkiye’de tüketicilerin paylaşım ekonomisine katılım nedenleri %67 ile tasarruf ve ekstra gelir temin etmek, %65 ile dayanışma, %64 ile ise çevreye katkı sağlamak olarak sıralanmıştır (IngBank, 2015:2).

Tüketicilerin demografik özellikleri ile giysi kiralama modeli arasındaki ilişkiye yönelik sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Sonuçlarda yaşa göre Anova testinde ters yönde anlamlı ilişki bulunmazken, eğitim seviyeleri arasında ters yönde anlamlı ilişki bulunmaktadır. Eğitim seviyelerine göre yapılan karşılaştırmalarda subjektif norm, ekolojik önem, algılanan fayda, performans riski ve kiralama niyeti ve tutum ölçeklerinde anlamlı bulunan farklar çoğunlukla orta öğretim ve ön lisans eğitimi alan tüketicilerle lisans ve üstü eğitim alan tüketiciler arasında eğitim seviyesi yükseldikçe görüş farklılıklarının ortaya çıktığı sonucuna ulaşılmıştır.

Online giysi kiralama modelinin pazar potansiyeline yönelik sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Yapılan araştırmaya göre Türkiye’de hazır giyim yönünde kiralama yapan sadece UnoMoi platformu bulunmaktadır. Bu çalışmanın önceliği hazır giyim odaklı ilerleyen ve Amerika’da giysi kiralama modelinin öncüsü olan Rent the Runway platformuna benzer konseptin Türkiye’de kabul edilip edilmeme durumunu ortaya çıkarmaktır.

Genel olarak araştırma sonuçlarına bakıldığında, Türkiye’de mevcut pazar durumu dikkate alındığında ve planlanacak bir giysi kiralamanın denenebilir bir iş modeli olduğuna işaret etmektedir. Paylaşım ekonomisinin temel bileşeni güvendir. Giysi kiralama platformlarına düşen temel görev öncelikle tüketicileri ikna etmek üzerine olmalıdır. Kiralama döngüsündeki prosedürleri Şeffaf bir Şekilde paylaşarak güven problemini ortadan kaldırmaları online giysi kiralama pazar potansiyelini olumlu yönde etkileyecektir.

**Açıklama:** Araştırmada kullanılan lme formu (anket), Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonundan 08.12.2020 tarihli E34517 sayılı izni ile online ortamda tüketicilere uygulanmıştır.

Bu alışma, Prof. Dr. Neşe Yaşar eğindir danışmanlığında yürütülen ‘‘Moda Paylaşım Ekonomisinde Giysi Kiralama Yöntemi’’ başlıklı yüksek lisans tezinin alt yapısı olarak hazırlanmıştır.



## KAYNAKÇA

- Bardhi, F., Eckhardt, G. M. (2012). Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing, *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881–898. Doi: <https://doi.org/10.1086/666376>
- Becker-Leifhold, C. V. (2018). ‘The Role of Values in Collaborative Fashion Consumption-A Critical Investigation Through The Lenses of The Theory of Planned Behavior’, *Journal of Cleaner Production*, 199, 781-791.
- Botsman, R., Rogers R. (2011). ‘What’s Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. How Collaborate Consumption is Changing The Way of Life’, New York :Harper Collins.
- Business of Fashion and McKinsey&Company (2019). The State of Fashion 2019, <https://www.mckinsey.it/idee/the-state-of-fashion-2019-a-year-of-awakening> adresinden 23.08.2020 tarihinde alınmıştır.
- Coherent Market Insights (2020). ‘Online Clothing Rental Market Analysis’, <https://www.coherentmarketinsights.com/market-insight/online-clothing-rental-market-1446> Erişim: 12.02.2021
- Deveci, B., Deveci B. (2018). "Örnek Olay" Çalışmasına İlişkin Teorik Bir Değerlendirme, *Social Sciences Studies Journal*, 4(13), 126-135.
- Ellen MacArthur Foundation (2017). A New Textiles Economy: Redesignin Fashion’s Future, [https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy\\_Full-Report.pdf](https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf) Erişim Tarihi: 17.03.2020.
- Hamari, J., Sjöklint, M., Ukkonen, A. (2016). The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption, *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047–2059.
- Heinrichs, H. (2013). ‘Sharing Economy: A Potential New Pathway to Sustainability’, *Gaia Ecological Perspectives for Science and Society*, 22(4), 228-231.
- Hoq, K. M. R. (2017). ‘Users Motivation to Take Part in the Sharing Economy in Turkey: A Chapter One to Sustaniable Consumption’, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- IngBank (2015). ING paylaşım Ekonomisi uluslararası raporu (Basın Bülteni), [https://www.ing.com.tr/F/Documents/pdf/Basin\\_Odasi/2015/ingbank\\_IIS\\_paylasim\\_ekonomisi\\_21122015.pdf](https://www.ing.com.tr/F/Documents/pdf/Basin_Odasi/2015/ingbank_IIS_paylasim_ekonomisi_21122015.pdf) Erişim Tarihi: 5.6.2021.
- Karasar, N. (2018). Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar İlkeler Teknikler, (33. Baskı), Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kaygısız, G. E., Demirtaş I. (2016). Paylaşım Ekonomisi: Dünya ve Türkiye Örneklerinin Karşılaştırılması, *Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Metinleri, ICOMEP Özel Sayısı*. 568-581.
- Lang, C., Armstrong, J. C. M. (2018). Collaborative Consumption: The Influence of Fashion Leadership, Need for Uniqueness, and Materialism on Female Consumers’ Adoption of Clothing Renting and Swapping, *Sustainable Production and Consumption*, 13, 37–47.
- Lang, C., Seo, S., Liu, C. (2019) ‘Motivations and Obstacles For Fashion Renting: A Cross-Cultural Comparison’, *Journal of Fashion Marketing and Management*, 23(4), 519-536.
- Lee, S. H. N., Chow, P. S. (2020). Investigating Consumer Attitudes and Intentions Toward Online Fashion Renting Retailing, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52.
- Lee, S.H. N., Haung, R. (2021). ‘Consumer Responses to Online Fashion Renting: Exploring The Role of Cultural Differences’, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(2),187-203
- Nwaorgu, B. (2018). What is Collaborative Consumption? Platforms and Participation of People in Collaborative Consumption – Impact of the New Technologies, *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9(6), 240-245.
- Öz, C. (2020). ‘Giysi Tasarımında Çizim Tekniklerine Yönelik E-öğrenme Platformu Hazırlama’, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.
- Perlacia, S. A., Duml, V. (2015). Collaborative Consumption: Live fashion, Don’t Own It: Developing New Business Models for the Fashion Industry, Master Thesis, Noewegian School of Economics, Bergen.
- Pinnock, O. (2021, 3 Kasım). ‘Timberland Launches Rental With Hurr’, *Drapers*. <https://www.drapersonline.com/news/timberland-launches-rental-with-hurr> Erişim Tarihi: 02.03.2021.
- Price Waterhouse Cooper (2015). Sharing or Paring? Growth of the Sharing Economy, <https://www.pwc.com/hu/en/kiadvanyok/assets/pdf/sharing-economy-en.pdf> Erişim Tarihi: 20.09.2020.
- Roh, H. T. (2016). The sharing economy: Business Cases of Social Enterprises Using Collaborative Networks. *Procedia Computer Science*, 91, 502 – 511.
- Tekin, H. (2010). Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme (20. Baskı), Ankara: Yargı Yayınevi.
- URL 1: <https://www.airbnb.com.tr/> Airbnb resmi web sitesi
- URL 2: <https://www.netflix.com/tr/> Netflix resmi web sitesi

URL 3: <https://kiralabunu.com/> Kiralabunu resmi web sitesi

URL 4: <https://www.renttherunway.com/> Rent the Runway markası resmi sitesi

URL5:

[https://www.renttherunway.com/products?filters%5Bzip\\_code%5D=34325&filters%5BcanonicalSizes%5D%5B%5D=8&filters%5BunlimitedMinAvailability%5D=0&sort=recommended](https://www.renttherunway.com/products?filters%5Bzip_code%5D=34325&filters%5BcanonicalSizes%5D%5B%5D=8&filters%5BunlimitedMinAvailability%5D=0&sort=recommended) Erişim Tarihi: 04.12.2021

URL 6: <https://www.davetcokelbisemyok.com/> Davet Çok Elbisem Yok resmi web sitesi

URL 7: <https://elbisekirala.com/> Elbise Kirala resmi web sitesi

URL 8: [www.chartersbakss.com](http://www.chartersbakss.com) Charterbakss Kiralık Elbisem resmi web sitesi

URL 9: <https://unomoi.com/> UnoMoi resmi web sitesi

URL 10: <https://unomoi.com/nasil-calisir> Erişim Tarihi: 02.6.2022

URL 11: <https://unomoi.com/kiralik-kiyafetler> Erişim Tarihi: 02.6.2022

URL 12: <https://www.farfetch.com/positively-farfetch/secondlife/gb> Erişim Tarihi: 15.12.2021

URL 13: <https://mudjeans.eu/pages/lease-a-jeans> Erişim Tarihi: 17.02.2021

World Economic Forum (2017). 'Collaboration in Cities: From Sharing to 'Sharing Economy''. [http://www3.weforum.org/docs/White\\_Paper\\_Collaboration\\_in\\_Cities\\_report\\_2017.pdf](http://www3.weforum.org/docs/White_Paper_Collaboration_in_Cities_report_2017.pdf) Erişim Tarihi: 23.05.2021

World Trade Organization (2018). 'World Trade Report 2018, The Future of World Trade: How Digital Technologies Are Transforming Global Commerce'. [https://www.wto.org/english/res\\_e/publications\\_e/world\\_trade\\_report18\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/world_trade_report18_e.pdf) Erişim Tarihi: 07.01.2021.

Vural, A. R., Cenkseven, F. (2005). Eğitim Araştırmalarında Örnek Olay (Vaka) Çalışmaları: Tanımı, Türleri, Aşamaları ve Raporlaştırılması, *Burdur Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(10), 126-139.

Yakın, V. (2018). 'Paylaşım Ekonomisi A'dan Z'ye Tüm Boyutlarıyla. Bölüm 2, Paylaşım Ekonomisi: Tanımı ve Sınıflandırmaları', Ankara.

## KAVRAMSAL SANATTA SÜRECE YÖNELİK ÖNCÜ AÇILIMLAR

### Process-Based Initiatives in Conceptual Art

Sevgi ARI<sup>1</sup>

#### ÖZET

İçinde olduğumuz çağ, rasyonalite ve determinizme dayalı modernist paradigmaların bilimsel alanda büyük oranda terk edildiği ve değişen bu paradigmaların düşünce sistemlerine yansımalarının gözlemlenebilir hale geldiği bir dönemdir. Çağdaş sanat anlayışına zemin hazırlayan paradigma değişimleri İkinci Dünya Savaşı'nın yaşandığı 1940'lı yıllardan itibaren plastik sanatlarda kendine yer bulmuştur. Bu dönemde gerçekleşen anlayış değişiklikleri günümüz çağdaş sanatının şekillenmesinde önemli rol oynamıştır. Plastik sanatlarda 1960'lardan 80'lere uzanan bu değişimde, incelenmeye değer en önemli ortak noktalarından biri sürece dönük arayışlardır. Bu ortak arayış, sanat tarihinde *süreç sanatı* başlığı altında isimlendirilen çalışmalara özgü değildir. 1960 sonrasında kendi varlık alanını sorgulamaya başlayan ve farklı yöntemler uygulayan sanatçılar, süreç sanatı başlığı altında olmasalar da süreci bir değer olarak eserlerinde ön plana almışlardır. Özellikle kavramsal sanat çatısı altında üretim yapan sanatçıların süreç düşüncesine olan yakınlıkları ve katkıları dikkat çekicidir. Kavramsal sanatta düşünsel süreci ön plana alan bir çok sanatçı bu çıkış noktasının bir sonucu olarak sergilerine eskizlerini de dahil etmiş; üretim sürecine dahil olan tüm aşamaların, -karalamalar, eskizler, çizimler, başarısız denemeler, modeller, çalışmalar, düşünceler, tartışmalar- en az eser kadar değerli hâle gelmiştir. 1960-1980 yılları arasına odaklanan bu çalışma, sürecin plastik sanatlarda bir değer olarak öne çıktığı bu dönemi ele alırken, süreç temelli düşüncenin ortaklığındaki arayışların ne şekilde diğerinden farklı, özgün sonuçlara yol açtığını incelemektedir. Çalışmaya konu olan örnekler çağdaş sanat anlayışına zemin hazırlayan paradigma değişimlerinin modernizm eleştirileriyle birlikte farklı bir ivme kazandığını ve süreç düşüncesine olan yönelimin 1960lar sonrasında daha belirgin hale gelerek çeşitlendiğini ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Plastik sanatlar, süreç, süreç temelli sanat, kavramsal sanat, çağdaş sanat

#### ABSTRACT

The era we live in is a period in which modernist paradigms based on rationality and determinism have been largely abandoned in the scientific field and the reflections of these changing paradigms on thought systems have become observable. The paradigm shifts that paved the way for understanding contemporary art have found a place in the plastic arts since the 1940s when the Second World War took place. The changes in understanding that took place in this period played an important role in today's contemporary art. One of the most important common points worth examining in the plastic arts, which stretches from the 1960s to the 80s, is the pursuit value of the process. This common quest is not specific to the works named under the title of *process art* in art history. Artists, who started to question their existence after the 1960s and produced in different methods, emphasized the process as a value in their works. Particularly, the artists who produce under the umbrella of conceptual art to process thinking are remarkable. Many artists, who prioritize the intellectual process in conceptual art, have included their sketches in their exhibitions; all the stages involved in the production process -doodles, sketches, drawings, failed attempts, models, studies, thoughts, discussions- have become at least as valuable as the finished work. While focusing on the years between 1960 and 1980, this study examines the period when the process came to the fore as a value in plastic arts and examines how the pursuits in partnership with process-based thinking led to different and original results. The examples of the study reveal that paradigm shifts that pave the way for contemporary art gained a different momentum with the criticisms of modernism, and the orientation toward process-based thinking became more pronounced and diversified after the 1960s.

**Keywords:** Plastic arts, process, process-based thinking in art, conceptual art, contemporary art

1. ORCID: 0000-0001-6153-3714

1. Doçent, Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Grafik Ana Sanat Alanı Kat:1 Sarıçam /ADANA, [sevgiarigraf@gmail.com](mailto:sevgiarigraf@gmail.com), [sari@cu.edu.tr](mailto:sari@cu.edu.tr)

## EXTENDED ABSTRACT

In the 21st century, new research ranging from the micro-scale to the macro scale, like new findings in quantum physics, immortality, the discovery of dark matter, and functions of the brain have gained momentum. This paradigm shift can be defined as giving space to the imagination in science. This paradigm shift allowed scientists to think about different possibilities by creating predictions, metaphors, possibilities, imaginary parts, or models. Since the 1960s, different thinkers such as Foucault, Deleuze, Lyotard, Guattari, Jameson, and Baudrillard have focused on analyzing the wars, imperialism, racism, gender discrimination, poverty, hunger, and pollution brought by Modernism of the 20th century. Concepts such as knowledge, and power are questioned together with the disciplines to which they are attached, and they have begun to be turned upside down with conscious or unconscious choices. Therefore, the postmodern paradigm shift of the 21st century, which also affects science, religion, and art, is interpreted as a similarity to the Renaissance enlightenment. These paradigms, which have changed in science and philosophy since the end of the 20th century, have also appeared in art. Questioning the existence of the art object/product, its existential meaning, and the ontological relationship between the artist and the audience has shaped today's art.

In this period, academic and result-oriented rules; concepts such as knowledge and power have been questioned and turned upside down by artists. Again in this period, the elitist/modernist art environment was limited to a small and selected audience and was closed to new experiments that pushed the artists to seek alternative ways. This pursues which aimed to build new methodologies instead of determinist paradigms and, making the product-oriented "art market" dysfunctional. These changes in the understanding of art are also an important breaking point in terms of carrying art to a conceptual dimension. It is the artist's effort to reveal their existence as an 'action' by going beyond finishing their work to an object/product. That is why "20. In the words of Ian Chilvers, one of the authors of the "Dictionary of 21st Century Art", it does not seem plausible to define art through a specific media (Chilvers & Smith, 2009:vi). The theory of art and design, which is valid until this break, arranges art side-by-side in chronological order; linear and therefore result/product oriented. In the 21st century art, which is shaped by these pursuits, which are the subject of the study, naturally, classical and determinist art history methods that separate art and design or that separate the understanding of art from the product such as "cubic painter" and "impressionist painting" do not work.

To clarify this differentiation, it is possible to say that the modernist art/design approach is close to linear time perception, while the process-oriented contemporary art and design understanding after 1960 is close to a cyclic + (spiral) structure. With the transition from Newtonian physics to Einstein's physics in the post-modernist change, the reconsideration of the relationship between art and time has a great role. The search for artists after the 1960 'to be in the moment ': the artist's physical inclusion in the production process, the fact that the production process is the work itself, and the artist's departure from his own life experiences became evident. Elements such as the artists' placing themselves in a position that also experienced the process, the ability of the audience to transform the work of art, and the unpredictability of the result drew attention. At this breaking point, it is important to discover that no matter how 'far away' or 'foreign' the origin of the art object is, art offers a relation of 'present' with the audience. In this thinking, art is never in the past or the past. It comes to life with the meaning of existence in the present time that the viewer experiences (Berger, 2000:215).

In this study, the examples focused on the years 1960-1980, when the change in understanding towards the process briefly mentioned above became more evident in conceptual art, are discussed. As the framework concept underlined by the study, the process in art has been highlighted because it is an increasingly important value in parallel with the changing paradigms. On the other hand, while this study (except for the quotations that cannot be changed) is consciously constructed, instead of the term "post-modern", which is a linear definition of the determinist system, the concept of "contemporary", which signifies beyond the modern-postmodern dichotomy, is as good as the result in both life and art. It was written to point out the fact that the process is also important. It is possible to say that the conceptual art approach, which acts from this point of view, is an important alternative developed against an art understanding shaped by the result-oriented world.

## GİRİŞ

Dünya'yı Newton fiziğine dayanan determinist çözümlemeyle yorumlayan sonuç odaklı düşünceye göre sanat ve tasarım birbirinden ayrı iki şeydir. Bu bakış açısına göre, ortaya çıkan ürünün / sonucun hangi amacı / işlevi gerçekleştirdiği en önemli kriterlerin başında gelmektedir.

Elbette sonuç odaklı bakıldığında bir logo, tuval resmindeki estetik hazzı doğurmayabilir; ya da bir afiş, bir heykel gibi alınıp satılamaz ve kitap ile fırın farklı işlevlere sahiptir. Sonucu / ürünü değerlendirmeye dayanan bütün bu net ve katı sınırlı belirlemeler süreç temelli düşünüldüğünde değişim geçirir. Süreç de sonuç kadar önemli bir değer olarak görüldüğünde tasniflenmiş kavramlar ve tanımlar arasında yok sayılan, görülmeyen bağlar görünür hale gelir. Bir tasarım nesnesinin süreçle ilişkilenen ontolojik varlığını da görmek bizlere çok daha zengin ve ilişkisel ağlarla örülmüş bir dünyanın kapılarını açar; birbirinden ayrı olarak konumlandırılmış bilgi türlerinin birbirlerine ilham verme potansiyelini güçlendirir. Sonuç kadar süreç de bir değer olarak görülmeye başlandığında bu cümlede birbirlerinden virgüllerle ayrılan sanat, tasarım, bilim, felsefe ve din gibi bilgi türleri birbirine yaklaştırılmaksızın da ilişkilendirilebilirler. Farklı olduğu kabul edilen bütün bilgi türleri çatışarak, çelişerek, örtüşerek, keşşerek, birbirini doğrularak ve daha bir sürü yolla ilişkilendirildiğinde yeni değerler üretebilirler. İnsanlığın yaratma serüveninin ortak birer parçası olarak sanatın ve tasarımın da ortak yolculuğu budur. Süreç penceresinden bakıldığında bir fırın ile kitabın işlevleri arasında da bir ilişki kurulabilir. Çünkü bir fırın içine konulan besini pişirmek için kapağının açılmasını beklerken; bir kitap kapağı da içindeki metni koruyup okuyucusunun alımlaması / pişirip yemesi ve hazmetmesi için açılmayı bekler.

1960 sonrası sanatta sürece olan yönelim, modern ve rasyonel ideallere yaslanan bilim ve teknolojinin, yine bu aygıtlar sayesinde inşa edilen şehirleri bombalamak için kullanıldığı, ekolojik dengenin yok sayıldığı; sonuç odaklı savaşlarla geçen bir yüzyılın içinden doğmuştur. Friedrich Nietzsche'nin "Böyle Buyurdu Zerdüş" kitabıyla aydınlanma düşüncesinin çöküşünü / 'Tanrı'nın ölümünü' ilan ettiği 19. yüzyılın ardından; İtalya'da doğan ve geleceği heyecanla kucaklayan Fütüristler, geleneksel sanatın sonunun geldiğini, eski sanat kuramlarının yer aldığı bütün kitapların yakılmasının gerektiğini iddia eden manifestolar yayınlamışlardır. Ne yazık ki olumlanan bu gelecekçi öngörüler 20. yüzyılın başlangıcında 1914-1918 yıllarına yayılan 1. Dünya savaşının patlak vermesiyle anlamını yitirmiştir. O dönemde henüz ikincisinin olacağı bilinmediği için sadece "dünya savaşı" olarak mı tanımlanmıştır bilinmez ama; yine aynı yüzyılda İtalya'da Mussolini, 'nin Almanya'da Hitler'in faşist rejiminin egemen olduğu 1939'dan 1945'e dek süren 2. Dünya Savaşı'nda, gezegenimizi de aşarak içinde bulunduğumuz evrene zarar veren nükleer silahlar kullanılmıştır. Dolayısıyla 1960 sonrası sanat tarihinde literatüre giren sanatçıların iki farklı Dünya Savaşı'na şahit olan / bu büyük yıkımların etkilerini hisseden bireylerden oluştuğu gözden kaçırılmamalıdır.

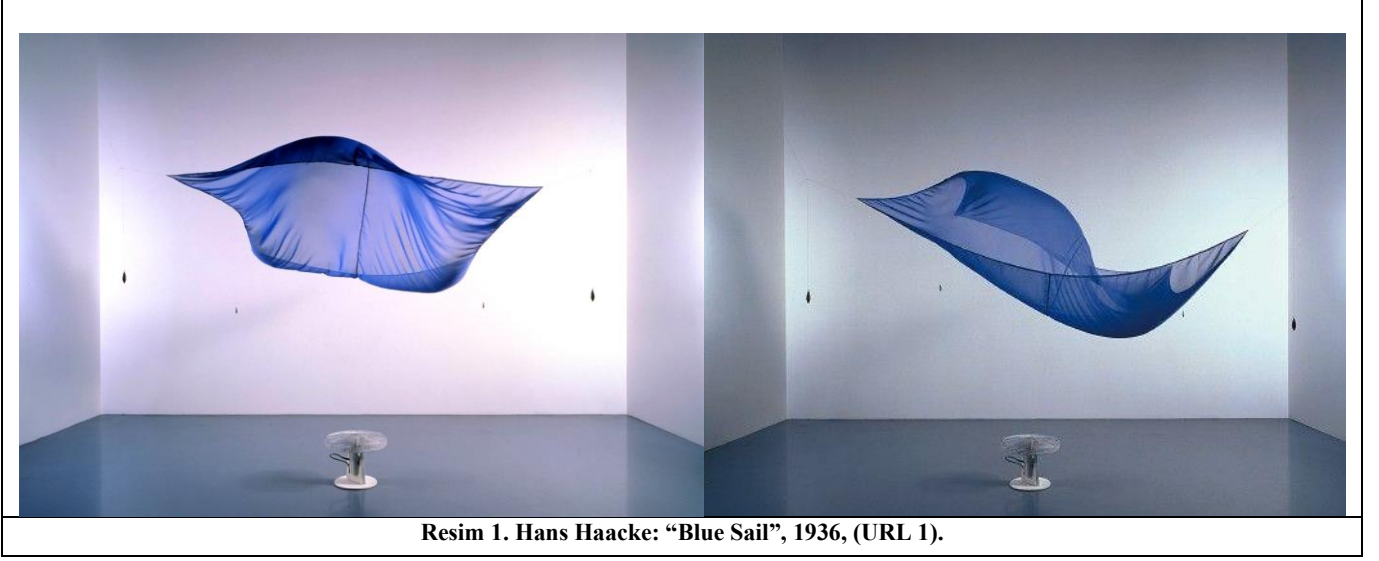
Yıkıcı küresel savaşlarla geçen 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren, doğal bir öz-eleştiri ortamı oluşmuş; sonuç odaklı düşüncenin determinist çözümlerinin yetersiz kaldığı noktaların gün yüzüne çıkarken, Einstein fiziğinin Newton fiziğinin eksiklerini ortaya koymuştur. Rasyonel dünya algısı, bu çalkantılı paradigma değişimlerine paralel olarak bireysel ve kollektif düzeyde sanatın dahilinde de sorgulanmaya başlanmıştır; 1960'lı yıllardan itibaren sanatta sürece olan yönelim giderek berraklık kazanmaya başlamıştır. Farklı coğrafyalarda, farklı şekillerde gün yüzüne çıkan sürece dönük bu arayışlarla, sonucun / ürünün egemenliğini ters-yüz ederek bir değer yaratılması, sanatın her hücrelerine sızan analitik algı biçimine alternatifler getirilmesi, 21. yüzyıl sanatında yeni bir dengenin doğuşunun habercisi olmuştur. Ne var ki bu alternatif arayışının en belirgin örneği olan kavramsal sanat, süreç düşüncesi ile olan ilişkisi bağlamında pek değerlendirilmemiştir. Bu çalışmada kavramsal sanatın, sanata getirdiği anlayış değişikliği çeşitli örnekler üzerinden ve birçok farklı açıdan ele alınmaktadır.

### 1. Sürece Dönük İlk Açılımlar

1960'lı yılların öncesinde Hans Haacke'nin en bilinen enstalasyonlarından biri olan "Blue Sail", şiirsel bir yaklaşımla sanat nesnesinin sürece dönük yüzünü temsil eden öncü bir örnektir. Haacke'nin 1936 tarihli bu çalışması yıllar içerisinde birçok sergi dahilinde tekrarlanmıştır. Mavi-şifon kumaşın balıkçı ağları ile köşelerinden tutturularak bir vantilatörün rüzgarına bırakıldığı bu enstalasyonda kumaş, oluşturulan rüzgâr sayesinde hafifçe uçmaktadır (Resim 1). Bu dalgalanma izleyicilere hafiflik ve dinginlik duygusu vermektedir. Hans Haacke'nin "Blue Sail"i yaparken başlangıç noktası *rüzgâr ile etkileşime geçebilecek denli hafif bir materyalin bir bayrak gibi dalgalanacağı ya da bir yelkenli gibi kabarıp şişeceği* düşüncesi olmuştur. Fakat bunun da ötesinde yapılmak istenen, rüzgârın yönü ve şiddetinin kumaşın hareketleriyle oluşturacağı etkileşimi görünür kılmaktır. "Kumaşın adeta bir çeper gibi dalgalanarak kendi içinde oluşturacağı / kalp atışına benzeyen davranışı estetik olmakla birlikte, rüzgârdan bağımsız



düşünülemeyecektir.” (Glahn,1979: 48-150) Doğal bir etkileşimden yola çıkan bu enstalasyon, izleyicinin esen rüzgâr ya da mavi kumaş parçasını tekil nesnelere değil; süreç düşüncesinde olduğu gibi etkileşimli nesnelere olarak algılamasını sağlamaktadır.



Resim 1. Hans Haacke: “Blue Sail”, 1936, (URL 1).

1960’lı yıllarda bir sanat akımı başlığı altına konulabilen yaklaşımların sonuna gelirken New York merkezli ortaya çıkan soyut-dışavurumculuk; gördükleri dünyadan hoşlanmayan sanatçıların yüzünü en şiddetli şekilde gösteren vahşi kapitalizme / “Amerikan Rüyası”na duyduğu tepkiyle ilişkilendirilmiştir (Gibson, 2007: 218). Jackson Pollock, Willem de Kooning, Franz Kline, Barnett Newman gibi ressamın öncülüğünü yaptığı soyut-dışavurumculuk, Fransa’da “tachisme” adını alırken, 1952 yılında Harold Rosenberg tarafından ‘hareket resmi’ (Ing.action painting) olarak adlandırılmıştır. Fransızca “tache” (leke) sözcüğü ile isimlendirilen bu anlayış, 1950’li yılların Fransası’ndaki resim geleneğine bir eleştiri olarak doğan ‘Art Informel’ akımıyla da yakından ilintilidir. Avrupa ve Amerika’da benzeri bir anlayışı benimseyen sanatçılar önceden bir resmetme / eskiz yapma eylemini yadsıyarak, yaratım sürecindeki rastlantısallığı ön plana alarak imgelere ulaşmıştır. Soyut-dışavurumculuk ve Taşizm’in ortak noktası, düzensiz renk lekeleri ve boya damlalarından oluşan sonuç noktasındaki ürünün / sanat nesnesinin ötesinde, sanat nesnesinin üretim biçimine bir alternatif getirme ihtiyacına işaret etmeleridir.



Resim 2. Jackson Pollock: Atölyesinde resim yaparken, (URL 2).  
Resim 3. Jackson Pollock: “Autumn Rhythm (Number 30)”, 1950, (URL 3).

Günümüz izleyicisi tarafından da halen anlaşılammış ve kocaman tuvaler üzerindeki anlamsız fırça lekeleri olarak nitelendirilebilen soyut dışavurumculuğun çıkış noktası veya nihai amacı resimsel bir soyutlama yapmak değildir. Sonuç odaklı düşünüldüğü için anlaşılammayan bu ‘anlamsız lekeler’ bir amaç değil; yapım sürecinin delilidir. Jackson Pollock, 1947 yılında kazara fırçasından yere damlayan boyanın oluşturduğu imajın verdiği ilham ile dışavurumcu

yolculuğuna başlamıştır. Bilimsel buluşların doğasına benzeyen bu 'evraka' anı, aynı zamanda soyut-dışavurumcu resim tekniğinin temsilcisi olan Pollock için *yerçekiminin gerçekliğini algıladığı bir 'farkındalık anı'* olarak kayıtlara geçmiştir (Wigal, 2012:99) Pollock gibi sanatçılar için öngörüsüz biçimde resim yapma hâli, resmin nihai sonucundan çok daha önemlidir. Son tahlilde elde kalan resmin/ sonucun sadece resim yapma sürecinin bitimindeki ikincil bir değer olarak görülmesi, sanata eklenen özgün bir iddia olarak çok önemlidir.

Benzer bir yola çıkışla 1970'li yıllarda işler üreten Lynda Benglis, boya kovalarını yere dökerek aktif ve ön görülemez bir üretim süreci geliştirmiştir. Yere döktüğü boyaların birbirlerine karışımını üretim süreci içerisinde kayıt altına da almıştır. Benglis'in sanatın alışıldık bir malzemesi olan boyanın akış sürecini gözlemlenebilir hale getirmesini ve bir tuval yerine direkt olarak mekana uygulamasını soyut dışavurumculuğun üçüncü boyuta uzanan bir yorumu olarak nitelendirmek mümkündür. 19. yüzyılın determinist / pozitivist dünya algısının karşılığı olan natüralizm ve empresyonizm gibi gerçekçi akımlara bir alternatif olarak geliştirilen dışavurumculuk, sanatçının duygularının ve özneliğinin bir değer yaratmasının, tüm geleneksel plastik öğelerin sanatçının ifade etmek istediği anlamı aktarmada farklı yöntemlerle kullanmasının, sonuç noktasında anti-natüralist imgelerin çoğalmasının ve sanat tarihi içerisinde bu soyut imgelerin iki boyutlu tuvalardan üç boyutlu mekanlara taşmasının önünü açmış olması önemlidir.



Resim 4. Lynda Benglis: "UNTITLED" yapım süreci, 1970-76, (URL 4).

Süreç kelimesini birebir üzerinde taşıyan 'süreç sanatı' (Ing. *process art*) Tate Modern'in sözlüğünde; *Bitmiş bir çalışmanın özelliklerini barındırırken sanat eserinin tümünde ya da bir bölümünde yapım aşamasını işin konusu hâline getiren, kendi yapım sürecini vurgulayan bir sanat biçimi* olarak tanımlanmaktadır. 'Süreç sanatı' başlığı süreçle ilgili bir kapsamı karşılıyor olsa da süreç düşüncesinin genişliğini ve süreçle varılabilecek tüm farklı yolları tam olarak karşılamamıştır. Süreç sanatı başlığı altında değerlendirilen sanatçılardan biri olan Eva Hesse (Resim 5) soyut çizimlerinden heykel formlarına ulaşırken; Bruce Nauman (Resim 7) neonlar kullanarak kavramsal oyunlar yaratmıştır. Eva Hesse'nin 2. boyutta eskize yakın duran çizimleri ile bu çizimlerinin 3. boyuttaki heykelleriyle ilişkisi her zaman izleyiciyi cezbetmiştir. Matematik ve fizik alanındaki akademik geçmişinden beslenen Bruce Nauman'ın, 1990'lı yıllarda bu alandaki bilgileriyle zenginleştirdiği bakış açısını yansıtan heykeller farklı disiplinler arasında ilişki kurmanın zenginleştiriciliğini yansıtmaya açısından önemlidir. Nauman'ın üretim sürecini ve eserini performans ile birleştirdiği çalışmalar da sonraki yıllarda 'süreç sanatı' çatısı altında değerlendirilmiştir. Sürecin ilişkiler kurmaya dönük doğasına paralel olarak, sanatta yaşanan disiplinlerarası açılımın bir göstergesi olarak birden fazla alanla ilgilenen ve farklı bilgi türlerinden beslenen sanatçılar 90'lı yıllardan itibaren giderek yoğunluk kazanmaya başlamıştır. Minimalizmin kuramsal temellerinin atılmasına Donald Judd ile birlikte katkı sunan Robert Morris, bir yazar olmasının yanı sıra dans, koreografi ve arazi sanatıyla ilgilenmiş ve boşluğun kullanımına dair teorilerini, farklı türdeki çalışmalarının ortak noktası olarak öne çıkarmıştır (Resim 6. Devasa heykel-enstalasyonlarıyla bilinen Richard Serra; jeoloji ile arazi sanatını birleştiren Robert Smithson ve heykellerinde ışığı aktif bir eleman olarak kullanan Keith Sonnier gibi isimler de yine 1930'dan başlayıp 2000'li yıllara uzanan zaman diliminde alternatifler üretirken sadece 'heykeltraş', 'ressam' ya da 'dansçı' başlığı altında tanımlanamayacak bir çağdaş anlayışın ve sanatçı kuşağının öncüleri olmuşlardır.





Resim 5. Eva Hesse: “One Unite” 1968, (URL 5).  
Resim 6. Robert Morris: “UNTITLED”, 1996, (URL 6).  
Resim 7. Bruce Nauman: “Eat Death”, 1972, (URL 7).

Resmin sınırlarını sorgulayan Robert Rauschenberg, 1950-53 yılları arasında sonuç / ürün bağlamında cesur bir hareket ortaya koyarak kendi yaptığı resimleri sildiği bir seri oluşturmuştur. Bir resmin silineceği bilinerek üretilmesi ve hatta o resmi bizzat yapan kişinin yok etmesi bir sanatçının penceresinden bakıldığında sonuç odaklı düşünceyi ters-yüz eden, güçlü bir iddiadır. Sanatçının kendi yaptığı çalışmadan bu yolla vazgeçmesi ve hatta kendi müdahâlesi ile yok etmesinin, eser-mülkiyet ilişkiye kafa tutan bir yanı olduğunu da söylemek mümkündür. (Resim 8) Rauschenberg bununla da yetinmeyip, Willem de Kooning ile yolları kesiştiğinde Kooning’den bir resmini silmek üzere izin istemiştir. Resmin silinmesi için büyük bir çaba sarf ettiğini aktaran Rauschenberg’in çalışması kayıtlara: “Silinmiş Willem de Kooning Çizimi” olarak geçmiş; Kooning’in resminin ardından geriye birkaç iz ve leke kalmıştır (Resim 9).



Resim 8. Willem de Kooning: “Landscape of Stanton Street”, 1971, (URL 8).  
Resim 9. Robert Rauschenberg: “Erased De Kooning Drawing”, 1953, (URL 9).

İkinci Dünya Savaşı’nda büyük yıkımlar yaşamış olan Japonya’da, savaştan dokuz yıl sonra, 17 sanatçı tarafından kurulan “Gutai” grubu dışavurumcu bir yönelimle sanatçının beden, nesne ve mekanla olan ilişkisinden doğan deneyimin üzerine gitmiştir.<sup>1</sup> Jiro Yoshihara yaklaşık 2 metrelik tuvaler üzerine yaptığı fırça darbelerinden oluşan kaligrafik “En” (daire)leriyle; Akira Kanayama bir oyuncak arabayı kumanda ederek boyadığı tuvalerle, Shozo

<sup>1</sup> Japonca, resim anlamına gelen ‘kaiga’ kelimesinin “iki-boyutlu bir yüzey üzerine, rengin fırça ile yapılan uygulaması” anlamına geldiği için, işlerinin karşılığına ‘kaiga’ kelimesinin yerine teknik sınırlılığı ortadan kaldıran “e” fiilini kullanmışlardır (Tiampo, 2010:10).

Shimamoto içi boya dolu şişeleri seyircinin önünde kırarak renklendirdiği yüzeylerle sanat eserinin yapım sürecini bir değer olarak ortaya koymanın yollarını aramışlardır (Resim 10-12). Kanayama'nın, yöntem açısından alternatif bir yol izleyerek çizimlerini oyuncak arabayla meydana getirmesi, söz konusu dönem içerisindeki sürece dair yeni kavrayışın izlerini taşımaktadır. Bu uygulamanın sonraki süreçlerde bir imgenin yaratım şeklinin, en az imge kadar önem taşıması yönünde ilerleyen, tekniğin üzerinden yaratıcı üretim yöntemlerini araştıran sürece dönük sanat anlayışının ilk örneklerinden biri olduğunu söylemek mümkündür.



Resim 10. Jiro Yoshihara: "Work", 181.8 x 227.5 cm., 1965, (URL 10).

Resim 11, 12. Akira Kanayama'nın otomatik bir arabayla yaptığı resim ve yapım süreci, 1957, (URL 11,12).

## 2. Kavramsal Sanatta Süreç

Yine İkinci Dünya Savaşı'nı takip eden yıllarda sürece yönelimin bir işareti olarak *biçimsel olana karşı düşünsel olanı* öne çıkartma ihtiyacı yükselmeye başlamıştır. Sanatçıyı sınırladığı gerekçesiyle klasik malzeme kullanımından uzaklaşarak gündelik hayattaki/hazır-nesneleri (Ing.*ready-made*) sanat alanında kullanma iddiası büyük bir kırılma yaratmıştır.<sup>2</sup> Bu kırılmanın baş mimarı olan Marcel Duchamp'a göre hazır-nesne; *bir şeye estetik bir dert olmadan, farklı bir yoldan yaklaşmaktır. Hazır nesne kullanma seçimi iyi veya kötü algısının tümünden yok oluşudur* (Duve, 1999:104). "Duchamp'tan sonra doğası gereği yapılan her türlü sanat kavramsal sanattır. Çünkü sanat sadece kavramsal olarak var olur." diyen ve Art&Language grubuna katkılarıyla kavramsal sanat kuramının geliştirilmesinde önemli bir pay sahibi olan Joseph Kosuth'a göre; Duchamp'ın hazır-nesnelerinden sonra sanatın odak noktası *biçim sorunu olmaktan çıkarak işlev sorununa dönmüştü* ve vurgu *görüntüden kavrama* kaymıştır (Atakan, 2008:10).

Duchamp'ın 1917 yılında derin bir ironi ile ortaya koyduğu ve dönemin kurumsal yapıları tarafından büyük tepkiler alan ünlü "*Çeşme*"si, öze dair yakaladığı zamanlar üstü açılım nedeniyle hâlen eskimemiş ve çağdaş sanatın oyun alanı içerisinde, farklı sanatçılar tarafından yeniden yorumlanmıştır (Resim 13-16). Çağdaş yaklaşımlarda sıklıkla başvurulan bir anlayış olarak pastiş (Ing.*pastiche*), bir sanatçının, başka bir sanatçı ya da sanat akımının biçimini bilinçli olarak kullanarak işler üretmesinin yolunu açmıştır. Bu yöntem, bir stil veya içerik göndermesi yaparak izleyiciyle iletişim kurarken sanatta içsel bir oyun alanı oluşturmuştur. Yeniden yorumlamaya dayanan bu çalışmalar, şimdiki zaman ile geçmiş arasındaki bağı farklı biçimlerde kurarak veya görünür hale getirerek sanatın kronolojik / lineer olarak ilerleyen tarih dizilimini kırması açısından önemlidir. Modernizmin bütün ideallerine karşı durarak "her şey olur" (Ing.*anything goes*) sloganını benimseyen P. Feyerabend gibi düşünürler pastiş, yeni bir özgürlük türü olarak yorumlamıştır.

<sup>2</sup> *Ready-made*, Fr. *Objet trouvé*: Sanat ürünü olarak üretilmemiş ama her hangi bir kişinin bakış açısıyla estetik bir değer taşıyor olarak değerlendirilebilecek insan yapımı ya da doğada bulunan obje (Harrison, 2006:157). Sanat tarihinde hazır nesnelere dayanarak satın alınmayacak nesnelerin üretilmesi, kapitalizmin ehliştirdiği sanat ortamına karşı bir başkaldırı olarak nitelendirilmiştir. Bu başkaldırı, sanat piyasasının sanatı müzeler işlere veya galeri duvarlarında alınmayı bekleyen tablolara indirgeyen sonuç odaklı çarklarından kurtarma çabasıdır. Süreç-sonuç bağlamından bakıldığında bir çeşit 'satın alınmazlık' durumu ortaya çıkaran bu yönelim sonuç odaklı düşüncüyü devre dışı bırakan bir tavır olması açısından çok önemlidir.





Resim 13. Marcel Duchamp: “The Fountain”, 1917, (URL 13).  
Resim 14. Marcel Duchamp: “Bicycle Wheel”, 1913, (URL 14).  
Resim 15. Sherrie Levine: “Fountain (Madonna)”, 1991, (URL 15).  
Resim 16. Michael Gumhold: “Movement #1913–2007”, (URL 16).

Fluxus<sup>3</sup> akımı dahilinde 1950’li yıllarda işler üreten John Cage’in müzikal kompozisyonları, ters yüz ettiği estetik klişeler nedeniyle Duchamp’ın karşılaştığı benzer bir tepkiyle karşılaşmış, çeşitli tartışmalara ve hatta öfkeye yol açmıştır. Cage’in 1952 tarihinde ilk kez New York’ta performe edilen çalışması “4’33”, David Tudor tarafından piyanonun başında sessizce oturularak icra edilmiştir. Müzisyenin belirli süreler dahilindeki üç bölüm sonunda kapağı tekrar açıp-kapatmasına dayanan ve 4.33 dakika boyunca süren bu performansla, salondaki homurtular, sandalye gıcırımları, fısıldaşmalar eşlik etmiştir. Her hangi bir sesin müzik meydana getirebileceği iddiası ile salondan yükselen bu sesleri kayıt altına alan Cage, izleyici sanat eserinin bir parçası haline getirmiştir. Sanat eseri ile izleyici arasındaki alışıldık ilişkiyi izleyiciye aktif bir rol vererek kıran bu kurgu aynı zamanda süreci ve sürecin tekrar edilemezliğini vurgulayan niteliği ile farklı bir bakış açısı yaratmıştır. Bir caz sanatçısının aynı şarkıyı her defasında farklı söylediği müzikal performansların biricikliğini hatırlatan bu sunum biçimi, o anın tekrar edilemezliği içerisinde müziği birlikte deneyimlenen bir olay/ dinleti hâline getirmiştir. (Resim 17-19)



Resim 17. John Cage: “4’33” ün nota kağıdı, 1952, (URL 17).  
Resim 18, 19. Farklı yer ve zamanlardaki 4’33 performansları, (URL 18, 19).

Jasper Johns’un Amerikan bayrağını ilk defa resmin konusu haline getirdiği 1954 yılına ait “Flag” çalışması (Resim 20), dönemin konjonktürel yapısı ile yakından ilişkilidir. Kavrama yönelik farklı iddiaları barındıran bu işin arından bir çok sanat izleyicisinden “Amerikan bayrağı bir sanat aracı olabilir mi?” soruları yükselmiştir. Johns’a için yükselen bu büyük şaşkınlık duygusu ve toplumsal düzeyde yankılanan tepkisellik, sanatçının değil izleyicinin yüzleşmesinin gerektiği bir problemdir. Rüyasında bu fikri gördüğünü belirten Johns, çalışmasında yarattığı oyun alanında kalmış ve var olan bir görsel kullanmanın en güzel yanının *onu tasarlama kaygısı taşımamak* olduğunu

<sup>3</sup> Fluxus: Latince “akmak” anlamına gelen *flux* kökünden türemiş bir sanat akımıdır.

belirtmiştir. (URL20: <http://www.jasper-johns.org/flag.jsp>, Erişim tarihi: 12.08.2020) <sup>4</sup> Sanatçının kendinin üretmediği bir nesneyi sanat eseri olarak ortaya koyması, sonuç odaklı düşünce açısından ‘kabul edilemez’dir. Jasper Johns’un Amerikan bayrağını kullandığı “Flag” çalışmasının neyin sanat olup neyin sanat olmadığı sorusunu gündeme getirmesi, sonuç odaklı ve yerleşik ön kabullere dokunan kavramsal sanat eserlerinin bir örneğidir. Bu çalışmaya dahil edilemeyen birçok kavramsal örnek “Flag” eserinde olduğu gibi tuvalin iki boyutlu yüzeyinden taşarak izleyicinin yerleşik düşünce dünyasına dokunmuştur.



Resim 20. Jasper Johns: “Flag”, 1954-55, (URL 20).

Resim 21. Michelangelo Pistoletto: “The Ears of Jasper Johns”, 1966, (URL 21).

Resim 22. Russell Parker: “1000 Cuts after Johns”, (detay), 2011, (URL 22).

“The Ears of Jasper Johns” çalışmasında Michelangelo Pistoletto (Resim 21), portreyi keserek, -yani alışıldık portre anlayışına müdahale ederek- yeni bir anlam üretme yoluna gitmiştir. Eleştirel ve ironik işleriyle tanınan Pistoletto; boşluğun, eksikliğin, gücünden ve *orada olan* ile *olmayan* arasındaki ilişkiden yola çıkarak Johns’un eksiltilmiş görseli üzerinden portrenin işaret ettiği kişiye özgü anlamının farklı bir bakışla nasıl oluşturulabileceğini yorumlamıştır. Jasper Johns’un Modern Sanatlar Müzesi’ndeki “Flag” işinin önünde duran Russell Parker’a sıra geldiğinde, Parker aradan geçen 51 yıl içerisinde Amerikan toplumu ve aile hayatındaki değişimleri düşünerek içinde hissettiği hüznü Amerikan Bayrağı’nı fayanslar, sargı bezleri, yara bantları, eskimiş kumaş parçalarıyla yeniden ele aldığı çalışmaya yansıtmıştır. Parker’ın “1000 Cuts After Johns” ismini verdiği bu çalışma, sürecin kendi içinde zenginleşen / geçmiş ve şimdiki zaman arasındaki ilişkiyi iç içe geçiren / katmanlar yaratan / çağ dönüşümlerini üzerinde barındıran doğasını sanatçı veya sanat eserleri ilişkisi üzerinden yansıtan örneklerden yalnızca bir diğeridir (Resim 22).



Resim 23. Roman Opalka: “Otoportre”, 1965-2001, (URL 23).

Resim 24. “Details” serisinden örnekler, 1965-2011, (URL 24).

1965 yılında başladığı “Details” serisiyle kendi süreç deneyimini öncül kılan Roman Opalka, önemli bir girişimle büyük gri tuvaler üzerine yaklaşık 1.3 milimetre boyutundaki rakamları her gün çizmeye başlamıştır. 1972 yılına

<sup>4</sup> Aynı yıllarda ortaya çıkan Pop Art akımında Amerikan kültürünün tüketim nesnelere/grafiklerini izleyiciye sunan Andy Warhol’un da benzeri bir çıkış noktasından hareket ettiğini söylemek mümkündür. Sanat için üretilmemiş imgelerin sanat ürünü olarak ortaya konulmasına dayanan ve Duchamp ile başlayan bu içsel oyun alanı, neyin sanat olup neyin sanat olmadığını, neyin yeni, neyin eski olarak değerlendirileceğini kesin çizgilerle belirleyen rasyonel / lineer yapının kırılımlarını hızlandırmıştır.



geldiğinde, -yani başladıktan yedi yıl sonra- düzenli olarak kendi fotoğraflarını, sayıları saydığı sesini de kayıt altına almaya başlayan Opalka, tuvalin ve rakamların renkleri arasındaki alış-verişi süreç içerisinde geliştirmiştir. (Resim 23, 24). Beş milyonu beyaz tuval üzerine beyaz olarak çizme amacına 2008 yılında ulaşan Opalka'nın 2011 yılında, 79 yaşında öldüğü zaman son çizdiği rakam ise 5.607.249'dur. *Sanatçının kendisini sanat ile hayatın bütünleşmesine adanması, kendini süreç üzerinden ifade etmesi* olarak nitelendirilen “Details”, yapım sürecinin bir ritüel hâline geldiği; zamanın geri alınmazlığının altını çizildiği ve üretimin düzenli şekilde kayıt altına alınarak hem sanatçı hem de izleyici için resmin imgesinin ötesinde bir deneyim olarak paylaşıldığı kavramsal bir çalışma olmasıyla bir çok farklı noktadan süreç düşüncesiyle kesişmektedir.



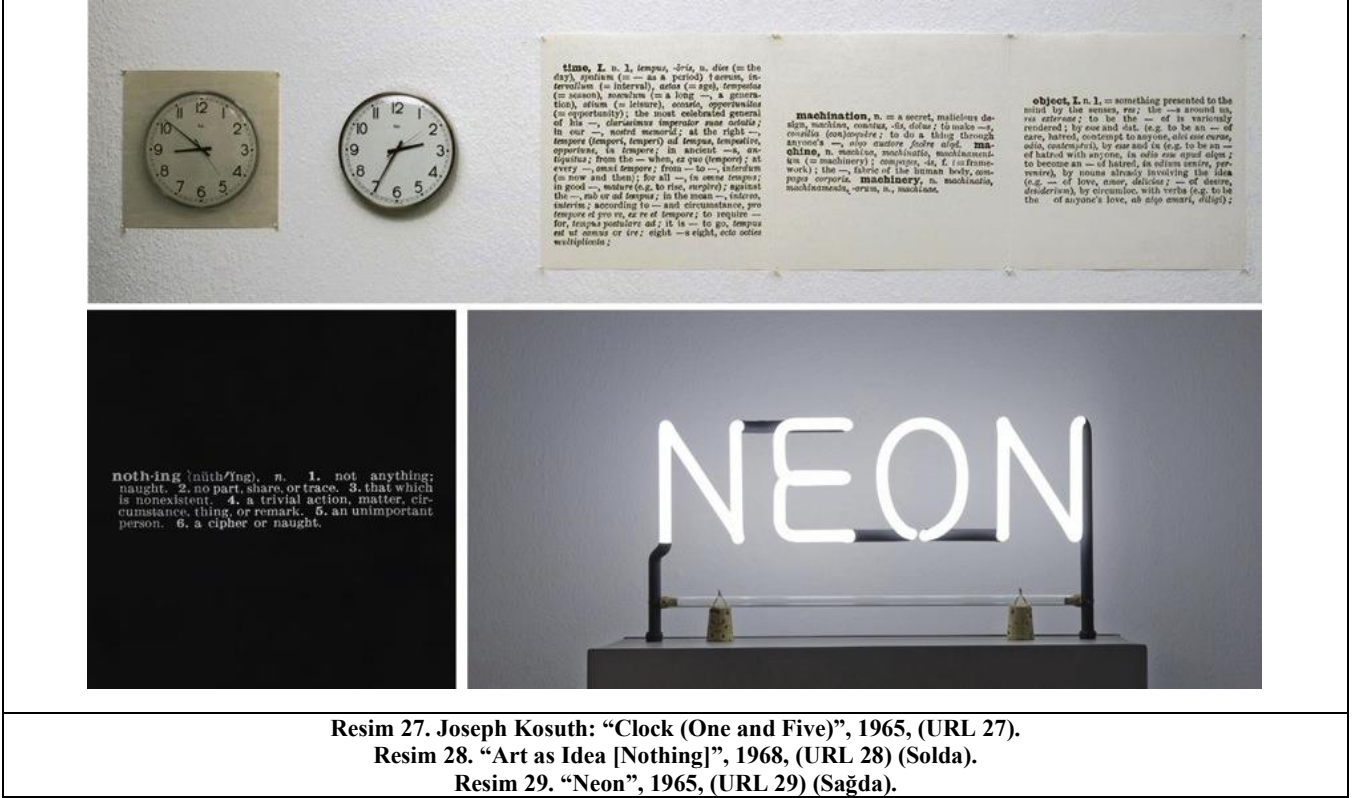
Resim 25. On Kawara'nın Stüdyosu, 1966, (URL 25).  
Resim 26. “Date Paintings”, 1973-2000, (URL 26).

Opalka ile benzer bir arayıştan yola çıkan On Kawara, *tarihsellik ve belleğin kişiye özgü olmasına ve yaşamın içerisindeki anların önemine* işaret eden, tipografik imgelerin aracılığıyla belgeleyici bir nitelik barındıran serilere imza atmıştır (Dantini, 2005:167). İlk dönem işlerinde gündelik hayatın -aynı saatte uyanmak, gazete okumak gibi- küçük eylemlerine işaret eden Kawara, 1966 yılından itibaren düzenli olarak “Date Paintings” serisine başlamıştır (Resim 25, 26). İlk işlerinden itibaren kişisel yaşam deneyimlerinin hatırlanması motivasyonu ile hareket eden Kawara'nın, siyah tuval üzerine beyaz olarak aynı tutarlılıkta resmettiği her sayı, işin üretildiği günü işaret etmiştir. Dışarıdan bakıldığında yaşamın içerisindeki her hangi bir tarihi imleyen, derine inildiğinde yaşam deneyimlerine dönüşen bu tipografileri, iliştiirdiği dökümanlar ile birlikte karton kutulara koymuştur. Bu dökümanlar kimi zaman “*Taeko beni öptü. Ona sordum: İyi misin?*” gibi sanatçının kişisel yaşamındaki cümleleri kimi zaman da “*Beijing'in 125 km. güneyinde yeni bir deprem*” gibi dünyada o gün gerçekleşen önemli toplumsal olayları içermiştir. Bilgilerin değerini olayların kişisel veya toplumsal çapta olmasının belirlemediği bu ilintiler, yaşamın tekrar edilemezliğine atf yapan bir övgü niteliğindedir.

Joseph Kosuth'un 1965 yılından itibaren modernizmi, kendi deyişile; *bu anlam sistemlerinin ne anlama geldiğini* (Ing. *meaning of our meaning systems*) sorguladığı “One and Three Chairs”, “Clock (One and Five)” enstalasyonları grafik elemanlar ile kurgulanması açısından dikkat çekicidir (Alberro&Stimso, 1999:31). “Clock (One and Five)” gerçek bir nesneyi, o nesnenin farklı yönlerinin temsilleriyle bir araya getirmeye dayalıdır. Çalışan bir saat, onun aynı ölçekteki fotoğrafı ve İngilizce/Latince sözlükte nesneyi kavramsal olarak tanımlayan ‘zaman’, ‘işleme’ ve ‘nesne’ terimlerinin genişletilmiş açıklamalarından oluşmaktadır. Modernizmin nesne ya da bilgileri arşivleyen yapısını sorgulayan, dilin inşasından yola çıkan ve biçimciliğin karşısında duran Kosuth, felsefi ya da antropolojik alanda, *okunmak için üretilmiş olan fikirlerin de bir formu olduğunu* göstermeyi hedeflediğinin altını çizmiştir (Green, 2001:5) Modernizmin sorgulanmasına yönelik arayışların Duchamp'tan sonra giderek belirginleşerek sanatın varoluş biçimine yönelen iddialara dönüştüğü bu süreçte Fransız filozof Jacques Derrida'nın ‘yapısöküm’ü (1970'lerde) ortaya atması da dikkat çekicidir. Bir sanat eserinde tek bir içsel anlam olmadığını, aksine birçok anlam bulunduğunu ve bunların çoğu zaman çelişkili olabileceği iddiasının da süreç düşüncesine yakın durduğunu söylemek mümkündür. (Resim 27-29)

Kosuth'un çalışmaları birçok kavramsal çalışma gibi, farklı temsil ilişkilerine yöneliktir. Dilbilimsel antropolojiyle ilişkilenen ve dilin görme-temsil etme üzerindeki etkisini inceleyen Marcel Broodthaers, Lawrence Weiner, Mel

Bochner, Katrin Fridriks, Billy Apple, Sebastien Preschoux, Claude Rutault, Jenny Holzer gibi birçok kavramsal sanatçı gibi Kosuth da göstergebilim alanına dokunmuştur (Resim 27-29).

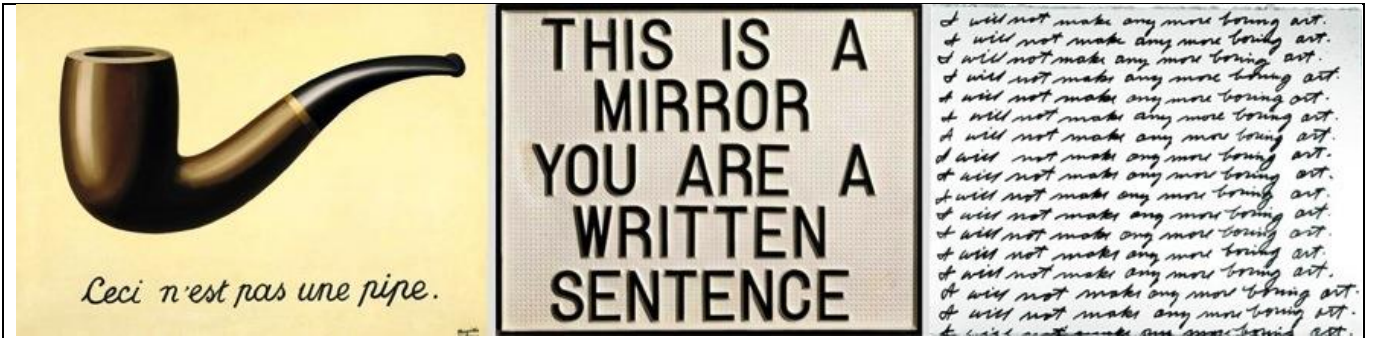


Resim 27. Joseph Kosuth: “Clock (One and Five)”, 1965, (URL 27).

Resim 28. “Art as Idea [Nothing]”, 1968, (URL 28) (Solda).

Resim 29. “Neon”, 1965, (URL 29) (Sağda).

Göstergelerin temsil değerlerinden bahsedildiğinde René Magritte’in 1929 tarihli ünlü “Bu bir pipo değildir” çalışmasının imge ve temsiliyet ilişkisi arasındaki sınıra öncü olarak işaret ettiğini hatırlatmakta fayda vardır (Resim 30). Sanatın oyun yoluyla varlık alanını sahiciliğe yaklaştırması olarak tanımlayabileceğimiz bu yönelim 1960’lı yılların sanatında yükselen ortak bir ihtiyaç olarak dikkati çekmektedir. Magritte’in altını çizdiği bu sınırlar Luis Camnitzer’in “This Is a Mirror, You Are A Written Sentence” ya da John Baldessari’nin “I will not make any boring art” (Resim 31, 32) çalışmalarında farklı bir görünüme kavuşmuştur.



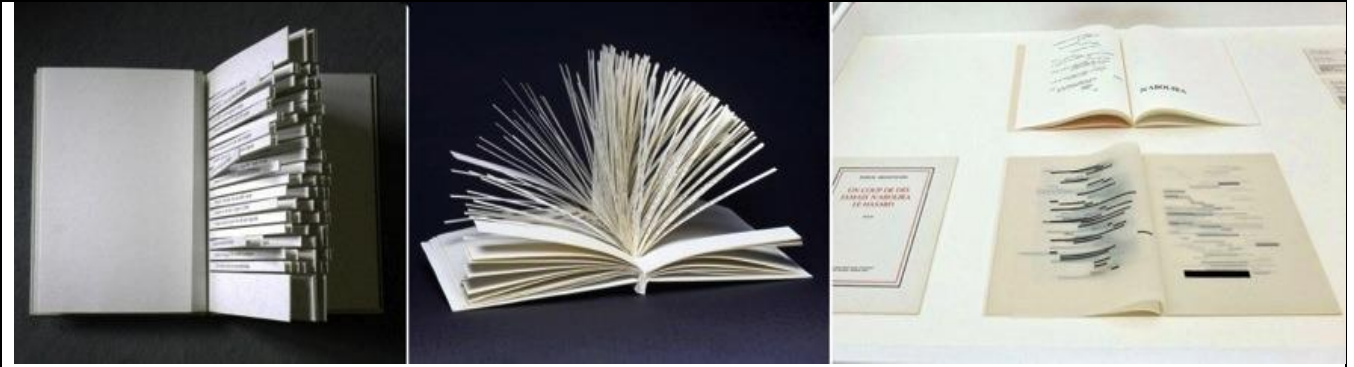
Resim 30. Rene Magritte: “The treachery of images (this is not a pipe)”, 1929, (URL 30).

Resim 31. Luis Camnitzer: “This is a Mirror, You Are A Written Sentence”, 1968, (URL 31).

Resim 32. John Baldessari: “I will not make any boring art”, 1973, (URL 32).

Kitabın etkileşimli bir tasarım nesnesine dönüşmesinin öncü örneklerinden biri, Raymond Queneau’nun 1961 tarihli “Cent Mille Milliard Poemes” (Tür. ‘Yüz Bin Milyar Şiir’) kitabıdır. 10 soneden oluşan bu metnin Robert Massin tarafından yapılan kurgusu edebiyat ile grafik tasarım arasındaki işbirliğine güzel bir örnektir. Çeşitli tiyatro metinlerini tipografik oyunlarla düz bir metin olmaktan çıkaran Fransız grafik tasarımcı Massin, söz konusu şiir kitabındaki her bir cümleyi keserek birbirinden bağımsız hâle getirilmiştir. Cümlelerin her birinin bir sayfa gibi

hareket edebilmesi sonelerin kombinasyon sayısı 10 üzeri 14; yani yüz trilyona ulaştırmıştır (Resim 33). Anlamı çoğaltan bu sunum şekli aynı zamanda okuyucuya aktif bir rol vermesi açısından önemli bir örnektir.



Resim 33, 34. Raymond Queneau & Massin: “Cent Mille Milliard Poemes”, 1961, (URL 33, 34)  
Resim 35. Marcel Broodthaers: “Mallarme “Un Coup De Des Jamais N’abolira Le Hasard”, 1969, (URL 35)

Fluxus sanatçısı olarak nitelendirilen Marcel Broodthaers ise, Stéphane Mallarme’ın “Un Coup De Des Jamais N’abolira Le Hasard” (Tür.*Asla Kaybetmeyecek Olan Bir Zar Atışı*) isimli şiir kitabını 1969 yılında yeniden yorumlamıştır. İşlerinde grafik öğelere sıklıkla yer veren Broodthaers, bu kitabı yarı saydam veya şeffaf ve kimi zaman da siyah bantlarla örtülmüş tipografik oyunlarla oluşturmuştur. Sayfaların katmanlar hâlinde iç içe geçme hâli, metinler arasında bir etkileşim ve görsel bir derinlik yaratması açısından sürece yönelik diğer bir güzel örnektir (Resim 34). 1967 tarihli “Nesne Olarak Kitap” başlıklı makalesinde Dan Graham, Mallarme’ın kitabından sonra “lineer kitap döneminin kapandığını” ifade etmiştir. Bu yeni dönemde, geleneksel kitabın okuyucuyu sadece yazarın bakış açısından bakmaya yönelten sunum şeklinin yerine; yapısı, süresi ve formu okuyucuya bırakılan ve çok yönlü işleyişiyle yeni deneyimler sunan bir kitap formatının geldiğini belirtmiştir (Allen, 2011:53).

Edebiyat ile grafik tasarımın alanlarının kesiştiği, 1914’lü yıllarda Fütüristlerin, Dadacıların de içinde yer aldığı oyun alanında, metni düz bir yazıdan çıkarmaya yönelik alternatiflerin artışı, genişleten bir açılımla ‘deneysel şiir’ / ‘deneysel edebiyat’ literatürünü oluşturmaya başlamıştır. Yatay düzlemde hareket eden lineer kitap kurgusunun tek boyutlu izlenime dayandığı düşünüldüğünde, 21. yüzyıla göz kırpan non-lineer metinlerin, yüzyılın izleyicisine derinlikli / katmanlı / kavramsal ve çok boyutlu bir düşünce alanı açtığını; ve çağın böyle bir düşünce alanının farkındalığına açılışını temsil ettiğini söylemek mümkündür.

## SONUÇ

Kavramsal sanat düşüncesinin öncesinde sürecin izlerini bulabileceğimiz 20. yüzyılın Kübizm, Fütürizm ve Dada gibi akımlarda, temsiliyet ilişkisinin nasıl olması gerektiğine dair yükselen sorulara; imgeler üzerinden cevaplar getirilmiştir. Soyut aklın gelişimini belli bir düzeyde yansıtan bu dönemde, sanatçılar imgeyi parçalarken, fragmanlara ayırıp, yeniden inşa ederken imgeyi/sonucu varmak istedikleri en değerli nokta olarak arayışlarının merkezinde konumlandırmıştır. Başka bir deyişle bu öncü akımlarda sanatçının, anlam alış-verişinde görsel yolla iletişim kurma ihtiyacı henüz kavramsal sanatta olduğu gibi yerini fikre bırakmamıştır.

Bu dönemin ardından gelen dışavurumcu sorgulamalarla göstergeler ile görüntüler arasında kurulan direkt / gerçekçi / natüralist ilişki giderek düşünce düzlemine kayarak daha sofistike bir hale gelmiştir. Bu nedenle Picasso’nun bir resmini görmeden kavrayabilmek mümkün değilken; bir kavramsal eserin etkisini cümlelerle aktararak yeniden canlandırmak mümkün olmaktadır. John Cage’in 1952 tarihinde New York’ta performe edilen çalışması “4’33”e canlı olarak iştirak edememiş olsak da, makale içerisindeki aktarımı üzerinden bile, etkisini anlamamız mümkün olmaktadır. Fikri temel olarak biçimin ötesine konumlanan kavramsal sanatta süreç düşüncesinde gelinen son noktada imgenin tamamen ortadan kalktığı, eserin ortadan kaybolduğu ya da sanat eserinin tekrarlanabilen / çoğaltılabilen deneyimlere dönüşerek biricik olma özelliğini yitirdiği örneklerin sayısı giderek artmaktadır.

21. yüzyılın sanat düşüncesine temel olan öncü açılımlarda sanat nesnesinin/ürünün varlık biçiminin, varoluş anlamının, üretim biçimlerinin ve sanat eseri ile izleyici arasındaki yerleşik ilişki sorgulanmıştır. Eş zamanlı olarak artış gösteren bu sorgulamalar, determinist/linner/pozitivist uzantıları olan sanat düşüncesinin sonuç odaklı bir



eksenden süreç temelli eksene geçişinin işaretleri olarak görülmelidir. Sanat anlayışındaki sürece dönük bu dönüşüm, sanatın biçimden kavramsal boyuta taşınması adına önemli bir kırılma noktasıdır.

Sol Le Witt, 1967 tarihli “Kavramsal Sanat Üzerine Tümceler ve Paragraflar” başlıklı iki makalesinde, kavramsal sanatın sürece dönük hedefini *düşünsel sürecin tüm aşamalarını sanata dahil etmek, düşüncenin sadece tekil bir sonuç olarak varlık göstermesine karşı durmak* şeklinde berraklaştırmıştır (Osborne, 1999:53).

Kavramsal sanatın amacı, bir sürecin sonucu olarak ortaya çıkmış / somutlaşmış bir yapıtı üretmek değildir. Kavramsal sanatta sanat yapıtı, bir nesnenin nesnel/dışsal varlığında değil, alımlayıcıyla sanatçı arasında oluşan varlık tabakalarında, nesnenin düşünsel/tinsel süreçlerinde gerçekleşmektedir (Acar, 2007:22).

Kavramsal sanatla birlikte düşünsel üretim sürecine dikkati çekmek isteyen birçok sanatçı, bu çıkış noktasının doğal bir uzantısı olarak sergilerine eskizlerini de dahil etmeye başlamıştır. Üretim sürecine dahil olan tüm aşamaların, - karalamalar, eskizler, çizimler, başarısız denemeler, modeller, çalışmalar, düşünceler, tartışmalar- sunumun bir parçası olarak izleyiciyle buluşturulduğu / mekânın aktif şekilde kullanıldığı sergiler, sürecin sonuçtaki eser kadar değerli bir potansiyel barındırdığının keşfidir. Sanatçının öznel algı ve duygularından beslenerek imgeden bağımsızlaşmasının ve sanatın kavramsallaşmasının altyapısının oluştuğu bu süreçte, disiplinlerarası yaklaşım da giderek güçlenmiştir. Grafik tasarımın önemli bir kolu olan tipografinin ve dolayısıyla yazı öğelerinin -harfler, kelimeler, cümlelerin- kavramların karşılığı olarak plastik sanatlarda daha çok kullanılması bu açıdan bakıldığında tesadüf değildir. 1960’lardan itibaren artış gösteren sürece dönük söz konusu örneklerde, yeni nesil disiplinlerarası alış-verişin de temeli atılmıştır. Nancy Atakan’ın 1960 sonrası kavramsal arayışlara dair yaptığı vurgularda sürece dönük olarak gelişim gösteren düşüncenin izlerini de bulmak mümkündür.

- Güçlü sanat kurumlarının varsayımlarını yıkmak,
- Sanat nesnesinin önemini ve sanatın alınan-satılan bir mal olması düşüncesini azaltmak,
- Algılama sınırlarını sorgulamak,
- İmge ve dil arasındaki ilişkileri belirlemek,
- Sanat kavramını estetikten ayırmak,
- Süreç/ürün ilişkisini sorgulamak,
- Galeri/müze/sanat dergisi sistemine bir alternatif geliştirerek, sanat yapıtlarını yaygınlaştırmak için yeni yollar bulmak,
- Sanat yapıtı, sanatçı ve izleyici arasındaki ilişkileri yeniden yapılandırmak (Atakan, 2008: 11).

Klasik sanat anlayışında “yüce”lik kavramıyla özdeşleştirilerek, yaşamın -içinde değil- üzerinde konumlandırılan sanat eseri, endüstrileşme sonrası el değiştiren ekonomik ilişkilerden bağımsız kalamamış; zaman içerisinde giderek güç kazanan kapitalist bir ekonomik kurgu içerisinde manipüle edilen bir varlık alanına dönüşmüştür. Kapitalist anlayışın beslediği popülist tavrıla sadece ünlü sanatçıların işlerine yer verilen; diğer yandan burjuva olarak nitelendirilen bir izleyici kitlesi ile sınırlandırılan ve bütün bunların toplamında hayatın / toplumun çoğulculuğunu ıskalayarak 20. yüzyılın elitist / sonuç odaklı tavrına karşı aranan alternatif yollar, süreç çatısı altında birleşmiştir. 1960’lardan itibaren sanat ve tasarım düşüncesinde kurumsallaşmış, katı, akademik ve sonuç odaklı kurallar masaya yatırılmış; “bilgi, güç, erk” gibi ekonomik ilişkiler bağlı olduğu disiplinlerle birlikte sorgulanarak oyuncu bir sistem eleştirisiyle ters yüz edilmeye başlanmıştır. Bu kırılma sırasında aydınlanma düşüncesiyle marjinalize edilen, zayıflatılan; non-lineer, dışavurumsal, akılcılığın dışında kalan iddialar önem kazanmıştır (O’Donell, 2013: 6).

Sokaktaki seyirciye erişmek isteyen sanatçılar için kentin duvarları bulunmaz bir fırsat olmuş, 1980’li yıllardan itibaren sanatçının galerilerden bağımsızlaşma ve yaşamın içerisine karışma ihtiyacı “grafiti”de hayat bulmuştur. Manidar biçimde ‘gerilla’ sanat veya ‘underground’ sanat olarak da geçen bu yönelimlerle elitist seçimlere dayanan sanat piyasasına / yaşamdan soyutlanmış sergi mekanlarına / standart sunum yöntemlerine alternatifler getirilmiştir. Bu yönelim stencil grafiti, grafiti, sticker art, neo-graffiti, post-graffiti, sokak enstalasyonları, gerilla posterler (flyposting), video ve yansıtma gibi zengin bir sunum dağarcığının doğuşuna zemin hazırlamıştır. Bunun yanı sıra aynı ihtiyaçtan hareket ederek dönemin tiyatro oyuncuları ve müzisyenlerinin yaptığı sokak performansları ve konser salonlarına ihtiyaç duymayan müzik türleri de çeşitlenmiştir. Etkileşimli olması sayesinde katlanarak genişleyen bu anlayış değişiklikleri; ürün odaklı değerlendirmelerin yanı sıra, sanat ile tasarım arasındaki sınırların ve dolayısıyla çağdaş sanat anlayışının gerisinde kalan sanat kuramlarının da yeniden şekillendirilmesi gerekliliğini doğurmuştur.

Postmodern bir yazar ya da sanatçı, bir filozof konumundadır; yazdığı metin, ürettiği yapıt, prensip olarak, önceden yerleşmiş kurallar tarafından yönetilmez ve belirli bir yargı aracılığıyla, bilinen kategorilerin bu metne, bu yapıta uygulanmasıyla yargılanamaz. Bu kurallar ve kategoriler, yapıtın aramakta olduklarıdır (Habermas & Zeka, 1990: 57)

Üretim süreçleri üzerinden anlamın aktarılmasına dair öncü açılımlar, **sahici olanı** ortaya koyma motivasyonundan beslenmiştir. Süreç temelli düşüncenin en önemli niteliklerinden biri olan ‘sahicilik’ arayışı, donuk imgelere, bir nesneye / ürüne indirgenen sanat eserinin bir ‘eylem’ alanına taşımıştır. Sanatçının yaşam yolculuğunu, yaratıcı sıçrayışlarının bir hikayesini ‘o ana özgü’ olma nitelikleriyle aktarma amacı, sanat eserinin çeşitli sunum yöntemleriyle desteklenmesini gerektirmiştir. Sonuç odaklı yaklaşımda donuk birer imge olan sanat eseri sürece ağırlık veren sanatçıların çoklu medyumlarla düşünmesi sayesinde hareket eden, dinamik bir varlık alanına taşınmış; yaşayan (ing. vital) bir ürüne dönüşmüştür. Sanatçının bir deneyimi paylaşma / bir deneyim alanı yaratma ihtiyacı farklı formlarla şekillenen imgelerde, öznel deneyimlerin estetize edilmeksizin ortaya konulmasında, mekâna / zamana yayılan sunum biçimlerinde, kendini var etmiştir. Burada her sanatçının üretim sürecinde var ettiği **hikâyenin** (ing. narrative), ürün / ürün görüntüsü kadar önem kazanması söz konusudur.

Sanat eserinin alışıldık bir formatta alınıp - satılabilen bir “meta” olmasına karşı geliştirilen bu çalışmalar 20. yüzyılın sonlarına gelindiğinde disiplinlerarası ilişkileri beslemiştir. Bu süreçte sanat eseri ile mekân arasındaki ilişkiyi sorgulayan, sanatçı, izleyici ve sanat eseri arasındaki sınırları ortadan kaldıran; zamanı ve hareket olgusunu sanatına dahil eden çalışmaların sayısı giderek artmıştır. Üretim ve sunum yöntemlerinin sonuç / ürün odaklı yapıdan uzaklaşmasına paralel olarak sanat ve sanatçı da üzerine yapılandırılmış etiketlerden bağımsızlaşmaya başlamıştır. “20. Yüzyıl Sanatı Sözlüğü” yazarlarından Ian Chilvers’in deyişiyle; *artık sanatı belirli bir medya üzerinden tanımlamak akla yatkın görünmemektedir* (Chilvers&Smith, 2009:vi).

Kendinden önce gelen anlayışları yok saymak yerine onları da oyunun bir parçası hâline getirmeye dayanan bu yeni duruş biçimi, modernist dizgenin doğrusal zaman kurgusunda bir sapma / kırılma yaratmıştır. Belki birçok çağdaş sanat eserinin süreç düşüncesi çatısı altında birleştirilebilirken; ürün odaklı / tek tip bir tanımla karşılık bulmaması da bundandır. Çağdaş sanatla ilgili birçok güncel kaynakta klasik ve determinist bir sanat tarihi anlayışının 21. yüzyıl sanatı için işlemediği dile getirilmektedir (Stiles&Selz, 1996: xix). Sanatı “-izmlerin” çatısı altında birleştirme geleneği disiplinlerarası ilişkilerin çoğalmasının ardından giderek işlevsizleşmiştir. Bu açıdan bakıldığında, modern sanat / tasarım anlayışı daha çok doğrusal bir zaman algısı ile örtüşürken, 1960 sonrası çağdaş sanat ve tasarım anlayışı döngüsel+(sarmal) bir yapıya yaklaşmıştır. Modernizmin doğrusal zaman inşasında geçerli olan ‘eski-yeni’ kıyaslamasını da etkisiz hâle getiren bu anlayış değişikliği nedeniyle, 1960 sonrası sanat ürünlerinin **kronolojik sıralamalar üzerinden** tasniflenmesi zorlaşmıştır. Çünkü sürecin de bir değer haline gelmesiyle birlikte konuların eş zamanlı veya geçişli olarak ele alınması gerekliliği doğmuştur. Duchamp’ın 1917 yılında ortaya koyduğu “Çeşme”sinin sonraki yıllarda farklı sanatçılar tarafından yeniden ve yeniden yorumlanması buna güzel bir örnektir. Neyin sanatın konusu olabileceği ya da olamayacağına dair ön kabullerin ‘ready-made’ önemli bir noktada durmaktadır.

Fikri esas haline getiren ve sanat eserini ‘kötü-iyi’, ‘eski-yeni’, ‘güzel-çirkin’ gibi kutuplardan, ‘sanat mı-sanat değil mi’, ‘sanat mı-tasarım mı?’, ‘alınıp satılabilir mi?’ gibi sonuç odaklı sorulardan bağımsızlaştıran ve sanat dahilinde içsel bir oyun alanı yaratan bu kavramsal iddialar modernizmin sorgulanmasında önemli bir kırılımla işaretidir. Bu periyotta üretilen çalışmalarda sanatçının motivasyonu, sonuca dönük bir ‘tepki’ ya da ‘sansasyon’ yaratmanın çok daha ötesinde bir yerde durmakta; bütünsel bir sorgulamaya dayanmaktadır. 20. yüzyıl sanatındaki paradigma değişimi, yerleşik kapsamı aşan sorular ve cevaplar ile başlamış ve bunun devamında farklı boyutlarıyla süreci bir değer olarak ortaya koyan öncü açılımlarla sanatın oyun alanı genişlemiştir. 1960 sonrası bu değişimler, aşağıdaki gibi de başlıklandırılabilir:

- Sanatçının kendini üretim sürecine fiziksel olarak dahil etmesi,
- Üretim sürecinin bizzat işin kendisi olması,
- Sanatçının kendi yaşam deneyimlerinden yola çıkması,
- İzleyici ve sanatçının süreci deneyimleyen bir konuma yerleşmesi,
- İzleyicilerin sanat eserini dönüştürebilmesi,
- Sonucun tahmin edilemezliği.

Süreç düşüncesinden bakıldığında, 20. yüzyıl söylemlerinde dile getirildiği gibi ‘sanatın sonu’ nun gelmesi pek de mümkün değildir. Kavramsal sanatın sürece dönük bu dönüşümdeki yeri, kendinden önce gelene ‘-post’ eki koyan sonuç odaklı bir yaklaşımı benimsemek yerine; sistemin içine eklenerek, onunla alay ederek, görmezlikten gelerek, aşikâr kılarak, bağlantılar kurarak, sadeleştirerek, parçalayarak, ters-yüz ederek, külliyatı sorgulayarak, yeniden tanımlayarak, tanımlama biçimlerini dönüştürerek, fikri bir değer olarak sunmayı tercih ederek ve daha bir çok farklı

katman yaratarak yeni bir dengenin oluşumuna katkı sunmuş olmasıdır. Aşağıdaki tablo, 20. yüzyılın paradigma dönüşümleri ile kavramsal sanatta kendine yer bulan öncü açılımlar arasındaki ilişki bağlamında çalışmaya dahil edilmiştir. Modernite; sonuç odaklı düşünceye işaret ederken; modernite sonrasına atfedilen alternatifler sürece dönük değişimin niteliklerine işaret etmektedir.

| Modernite                             | Modernite Sonrası        |
|---------------------------------------|--------------------------|
| Düzen / Kontrol                       | Düzensizlik / Kaos       |
| Kesinlik / Belirleyicilik             | Belirsizlik / Şüphelilik |
| Fordizm / Fabrika                     | Post-Fordizm / Büro      |
| İçerik / Derinlik                     | Tarz / Yüzeysellik       |
| İlerleme / Yarı                       | Durağanlık / Bugün       |
| Türdeşlik / Kanı Birliği, Ortak Görüş | Türdeş Olmayan / Çoğulcu |
| Sıradüzen / Yetişkinlik               | Eşitlik / Gençlik        |
| Varoluş / Gerçeklik                   | Performans / Taklit      |
| Önceden Tasarlanmış / Dışa Dönük      | Oyuncu / Benmerkezci     |
| Düşünme, Tasarlama / Metafizik        | Katılım / Parodi         |
| Uygunluk / Tasarım                    | Uygunsuzluk / Şans       |

Tablo 1: Modern ve Modern Sonrası Özelliklerin Karşılaştırması (Brown, 1993: 22)

Paradigma değişimlerinin yaşanmaya devam ettiği günümüzde, süreç ile sonucu kapsayan bir denge arayışının sanat ve tasarımda da devam ettiğini söylemek mümkündür. Modernizm sonrası sanatın etki alanını sorgulayan ve kavramsallığa evrilen anlayışın kökenlerinde sanatın zaman ile olan ilişkisinin yeniden ele alınmasının etkisi gözden kaçırılmamalıdır. Aslında insanın zaman algısı, yaşamın tümüyle ilgili algısını etkileyen önemli bir düşünce alanıdır. Geçmiş, şimdi ve gelecek zamana dair sahip olunan tüm bilgiler ve bu bilgilerin derinliği, yaşamın anlamlandırılmasında; duygu ve düşüncelerin tanımlanmasında rol oynar. Hatta soyut bir varlık olan zamanın çağlar içerisinde kavramsallaşması, insanlığın kolektif zihnine ve soyutlama kabiliyetine bağlı olarak gelişim göstermiştir. İnsanlığın soyutlamaya dayanan zihinsel dönüşümlerinin bir yansıması olarak düşünülebilecek kavramsal sanatta; sanat nesnesinin, orijini ne kadar uzakta veya yabancı olursa olsun, izleyiciyle **şu andalık** ilişkisi sunduğunun keşfi önemlidir. Buna göre sanat; *hiçbir zaman geçmiş veya geçmişte değildir. İzleyicinin deneyimlediği şimdiki zamanda var oluş anlamıyla hayat bulmaktadır* (Berger, 2000:215).

## KAYNAKÇA

- Acar, B. (Temmuz 2007). *Felsefeden Önce Sanat*, Artist Güncel Dergisi, Sayı:2.
- Atakan, N. (2008). *Sanatta Alternatif Arayışlar*, İstanbul: Karakalem Kitabevi.
- Alberro, A., Stimson, B. (ed.) (1999). *Conceptual Art: A Critical Anthology*, Massachusetts: MIT Press.
- Allen, G. (ed.) (2011). *Artists' Magazines: An Alternative Space for Art*, USA: Massachusetts Institute of Technology.
- Bakieva, G. A. (2007). *Social Memory and Contemporaneity*, USA: The Council for Research in Values and Philosophy.
- Berger, K. (2000). *A Theory of Art*, New York: Oxford University Press.
- Brown, S. (1993). Postmodern Marketing? *European Journal of Marketing*, Vol.27, No. 4.
- Chilvers, I. & Graves-Smith, J. (2010). *A Dictionary of Modern and Contemporary Art*, New York: Oxford University Press.
- Dantini, M. (2005). *Modern & Contemporary Art*, New York: Sterling Publishing Ltd.
- Duve, T. D. (ed. Martha Buskirk, Mignon Nixon), (1999). *The Duchamp Effect (İkinci Basım)*, USA: Massachusetts Institute of Technology.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Glahn, P. (2007). *Estrangement and Politicization*, City University of New York.: ProQuest.
- Green, C. (2001). *The Third Hand: Collaboration in Art from Conceptualism to Postmodernism*, USA: University of Minnesota Press.
- Gibson, A. (ed. Joan M. Marter) (2007). *Abstract Expressionism: The International Context*, USA: Rutgers, The State University.
- Habermas., Zeka., Jameson., Lyotard. (1990). *Postmodernizm*, İstanbul: K1y1 Yayınları.
- Harrison, S. (2006). *Idea Spotting*, Ohio: How Books.

- Kuspit, Do. (Çev. Yasemin Tezgiden). (2006). *Sanatın Sonu*, İstanbul: Metis Yayınları
- Lowry, G. D. (2007). *MoMA Highlights Since 1980: 250 Works from the Museum of Modern Art*, New York: MoMA-Museum of Modern Art.
- O'Donnell, K. (2003). *Postmodernism*, England: Lion Publishing.
- Osborne, P. (1999). *Rewriting Conceptual Art*, London: Reaktion Books.
- Stiles, K., Selz P. H. (1996). *Theories and Documents of Contemporary Art*, London: University of California Press.
- Tiampo, M. (2010). *Gutai: Decentering Modernism*, London: University of Chicago Press.
- URL1: <https://fontsinuse.com/uses/29472/hans-haacke-all-connected>, Erişim Tarihi: 13.09.2020.
- URL2: <http://www.theartstory.org/artist-pollock-jackson.html> Erişim Tarihi: 29.09.2014.
- URL3: <http://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/57.92/>, Erişim Tarihi: 29.09.2014.
- URL4: <https://hyperallergic.com/349546/a-timely-but-limited-look-at-feminist-art-from-the-1970s/>,  
Erişim Tarihi: 12.09.2020.
- URL5: [https://tr.pinterest.com/pin/47541130438\\_3978809/](https://tr.pinterest.com/pin/47541130438_3978809/) , Erişim tarihi: 12.09.2014.
- URL6: [https://tr.pinterest.com/evayiweixu/i\\_nspiration/](https://tr.pinterest.com/evayiweixu/i_nspiration/) , Erişim tarihi: 13.09.2014.
- URL7: [http://www.eleanorfoa.com/article\\_view.php?article=149](http://www.eleanorfoa.com/article_view.php?article=149), Erişim Tarihi: 25.09.2014.
- URL8: <http://www.tate.org.uk/art/artworks/kooning-landscape-at-stanton-street-p77158>, Erişim tarihi:12.03.2015.
- URL9: <https://www.sfmoma.org/artwork/98.298>, Erişim Tarihi: 05.04.2015.
- URL10: <http://alchetron.com/Jiro-Yoshihara-1343783-W>, Erişim Tarihi: 12.04.2015.
- URL11,12: <https://time.graphics/event/255619> , Erişim tarihi: 12.04.2015.
- URL13: [http://www.tate.org.uk/art/images/work/T/T07/T07573\\_10.jpg](http://www.tate.org.uk/art/images/work/T/T07/T07573_10.jpg), Erişim Tarihi: 14.03.2016.
- URL14: <http://www.gagosian.com/now/Duchamp's-bicycle-wheel--a-timeline>, Erişim Tarihi: 14.03.2016.
- URL15: [http://whitney.org/WatchAnd Listen/AudioGuides?play\\_id=565](http://whitney.org/WatchAnd Listen/AudioGuides?play_id=565), Erişim tarihi:15.04.2016.
- URL16: <http://pietmondriaan.com/pm/wp-content> , Erişim Tarihi: 16.06.2016.
- URL17: <https://s-media-cache ak0.pinning.com/originals/71/8f/d0/>, Erişim Tarihi: 22.04.2015.
- URL18, 19: <https://www.thepiano.sg/piano/read/john-cages-433-defies-silence>, Erişim Tarihi: 22.04.2015.
- URL20: <http://www.jasper-johns.org/flag.jsp>, Erişim Tarihi: 12.08.2020.
- URL21: [https://en.wikipedia.org/wiki/Flag\\_\(painting\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Flag_(painting)) , Erişim Tarihi: 23.04.2015.
- URL22: <https://www.wikiart.org/en/michelangelo-pistoletto/the-ears-of-jasper-johns->, Erişim Tarihi: 23.04.2015.
- URL23: <http://www.prweb.com/releases/2011/7/prweb8625676.htm>, Erişim Tarihi: 14.05.2016
- URL24: [https://en.wikipedia.org/wiki/Roman\\_Opa%C5%82ka](https://en.wikipedia.org/wiki/Roman_Opa%C5%82ka), Erişim Tarihi: 12.02.2015.
- URL25: <http://images.fnewsmagazine.com/2014/07/On-Kawara-Studio-1966.jpg> Erişim Tarihi: 15.05.2016.
- URL26: <http://www.widewalls.ch/artist/on-kawara> ,Erişim Tarihi:16.06.2016
- URL27: <http://www.artceteramag.com/2013/08/a-reflection-on-conceptual-art-joseph>, Erişim Tarihi:26.07.2016.
- URL28: [https://arayo Lopez.files.wordpress.com/2012/06/img\\_kosuth\\_nothing\\_lg.jpg](https://arayo Lopez.files.wordpress.com/2012/06/img_kosuth_nothing_lg.jpg), Erişim Tarihi: 03.07.2016.
- URL29: <http://www.skny.com/artists/joseph-kosuth>, Erişim Tarihi:03.07.2016.
- URL30: [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Treachery\\_of\\_Images](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Treachery_of_Images), Erişim Tarihi: 04.07.2016.
- URL31: <http://bombmagazine.org/article/4913/luis-camnitzer>, Erişim Tarihi: 04.08.2016.
- URL32: [https://www.moma.org/learn/moma\\_learning/john-baldessari-](https://www.moma.org/learn/moma_learning/john-baldessari-), Erişim Tarihi: 12.01.2016.
- URL33,34: <http://users.clas.ufl.edu/tharpold/courses/spring02/lit3003/lectures/lit300> , Erişim Tarihi:13.01.2016
- URL35: <http://www.macba.cat/ca/un-coup-de-des-jamais-nabolira-le-hasard-2029> Erişim Tarihi: 14.01.2016.
- Wigal, D. (2012). *Pollock, Veiling the Image*, USA: Parkstone International

# SANAT VE MİTOLOJİ BAĞLAMINDA ELMA İMGESİ

## The Apple Image In The Context of Art and Mythology

Gülşay KARAKUŞ<sup>1</sup>

### ÖZET

### ABSTRACT

Sanat ve mitoloji insana dair olanı imge aracılığıyla aktaran anlatı biçimleridir. İmgeler, gerek nesnel gerçeklikleri gerekse de bünyelerinde barındırdıkları kültürel anlamlarla metaforik yorumlamaların temel anlatı aracıdır. İmgeyi merkeze alan bu yorumlama biçimi, kendisini kuşatan gerçeklikleri anlamlandırma eğilimindeki insanın, derinlikli yapısını görünür kılar. Halkların kültürel motiflerinde yer alan imgeler genel anlamda toplumu, özelde ise insanı tanımamıza olanak sağlar. Görünenin ardında katmanlı bir varoluş biçimi arz eden insan; sanat ve mitolojinin görsel ve edebi anlatımlarında mevcut bulunan metaforik yorumlama biçimleriyle daha da anlaşılır hale gelir. “*Sanat ve Mitoloji Bağlamında Elma İmgesi*” başlıklı bu makalede nitel araştırma yöntemiyle literatür taraması yapılarak, sanat ve mitoloji bağlamında elma imgesi merkezinde insana dair olan derinlikli anlam katmanları çözümlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda Lucas Cranach’dan Yoko Ono’ya pek çok sanatçının farklı dönemlerden farklı yapıt örnekleri biçimsel ve ikonografik olarak ele alınırken, elma imgesi odağında sanat yapıtlarının mitolojik hikayelerle bağlantıları araştırılmıştır. Mitolojik anlatılarda elma imgesi belirsizlik öncesi ortaya çıkan ve kırılma yaratarak yeni bir sürecin kapılarını aralayan kutsal, sihirli ya da yasaklı bir meyve olarak karşımıza çıkmaktadır. Eşik anında karşılaşılan ve değişimin ön habercisi olan imge, sanatsal anlatılarda ise kimi zaman mitolojik ve dini hikayelerin yorumu şeklinde kimi zamansa yalnızca sanatçının problemini dillendirmede başvurduğu basit biçimsel bir form olarak karşımıza çıkmaktadır.

Art and mythology are narrative forms that convey what is about human beings through images. Images are the main narrative tool of metaphorical interpretations with both their objective realities and the cultural meanings they contain. This form of interpretation, which centers on the image, makes visible the deep structure of the human being, who tends to make sense of the realities surrounding her or him. The images in the cultural motifs of the peoples allow us to know the society in general and the person in particular. The person, who presents a layered form of existence behind the visible, becomes more understandable with the metaphorical interpretation forms available in the visual and literary expressions of art and mythology. In this article titled The Apple Image In The Context Of Art And Mythology, the literature was searched with the qualitative research method and the deep layers of meaning about the human in the center of the apple image in the context of art and mythology were tried to be analyzed. In this context, different works of art from different periods of many artists, from Lucas Cranach to Yoko Ono, were handled formally and iconographically, while the relations of artworks with mythological stories were investigated in the focus of apple image. In mythological narratives, the image of apple appears as a sacred, magical or forbidden fruit that emerges before uncertainty and opens the doors of a new process by creating a break. The image, which is encountered at the threshold and is the forerunner of change, appears in artistic narratives, sometimes as an interpretation of mythological and religious stories, and sometimes as a simple formal form that the artists apply to Express their problem.

**Anahtar Kelimeler:** Elma, sanat, mitoloji, imge, metafor.

**Keywords:** Apple, art, mythology, image, metaphor.



## EXTENDED ABSTRACT

Both the objective realities of the assets and cultural meanings they contain transform them into narrative tools of art and mythology. Art and mythology, on the other hand, creates imaginary spaces enriched with metaphorical narratives for the audience it reaches through images. In this study, we witness the imaginary spaces created in artistic and mythological narratives through the apple image. Apple; It is an image that we frequently encounter in mythological stories and works of art, with its different meanings in the cultural elements of societies, as well as its objective reality such as color, form, taste and smell. In written and oral narratives; It brings to mind a border line between extremes such as heaven- earth, life-death, happiness-unhappiness. The change that takes place after the dialogue with the apple is closely related to this threshold status of the apple. The apple image, which is encountered in myths and fairy tales, heralds that the uncertain situation will become clear with a sharp break and that a great change will occur afterwards. When Adam and Eve ate the apple, both the place they were in and the way they perceived the place they were in change. Created from Adam's rib, Eve's move, which causes her to cross the threshold between heaven and earth, instantly transforms her into a hero. Joseph Campbell emphasizes that in myths and fairy tales, the hero changes with the thresholds he crosses during his journey, and it is precisely these thresholds that turn him into a hero. Eve's crossing threshold by violating the forbidden makes her a heroine. The apple standing on the head of William Tell's son removes the ambiguous situation between life death thanks to Tell's sniping. The apple that Eris put forward to give to the "most beautiful" causes the Trojan war. All this shows that there has been a significant change wherever the apple has existed.

When we question what makes the apple meaningful among cultural elements by distinguishing it from other fruits, we can associate the answer to this question with the threshold status of the apple.

First of all, it is necessary to analyze how it is included in cultural elements and what meanings it corresponds to in order to reach the secret of the apple, which has been among the cultural motifs of almost all societies, which has come from the first human to the present without losing its charm.

From myths to tales, from folk songs to idioms, we witness the millions of years of history of humanity with the meanings attributed to the "apple". This testimony shows that the peoples of the world have created a common language has strong dynamics that have survived to the present day. The cultural elements that are decisive in the shaping of the social structure are constructed with metaphorical meanings ascribed to objective realities. Understanding humanity; It is related to understanding the tales, songs, idioms of peoples, and therefore the dream world of those peoples. Images included in these cultural elements are important indicators in the oral, written and visual narratives of peoples.

The work of Sigmund Freud and Carl Gustav Jung shows that the human mind is equipped to think and communicate in symbols, especially archetypes, transcends time and space. Symbolic narratives, which have some meanings behind them, are forms of expression that are frequently encountered in artistic and mythical interpretations. Myths, which have a symbolic narrative language, offer clues about the way we perceive the world in general. Symbolic narratives offer similar metaphorical meaning systems in art as in myths. The meaning relations of the image used bring different readings by carrying the work beyond being an ordinary visual. While this is sometimes interpreted by adhering to the iconographic narrative, as in the paintings dealing with religious or mythological subjects, sometimes it makes it possible to read the image through different meaning patterns in line with the artist's interpretation.

When we look at the apple image in the context of the relationship between art and mythology, we see that many artists, from Lucas Cranach to Gustave Klimt, produce works in parallel with mythological stories. However, many artists such as Yoko Ono and Claes Oldenburg, on the other hand, handled the image away from mythological iconographies, in line with the objective characteristics of the apple and with their own subjective interpretations. In addition, since the main problematic of artists such as Paul Cezanne and David Hockney is the use of different techniques and materials, the apple images we see in their works appear as ordinary images of compositions that reflect the technical and material experiences of the artists.

In this study, it has been tried to analyze the implicit meaning codes of the human through the image by focusing on the apple image, especially in art and mythology.

## GİRİŞ

Sanat ve mitoloji, nesnel gerçekliğin imgesel bir anlatı dili içerisinde yeniden yorumlandığı iki farklı alandır. Ulaştıkları kitleleri imge aracılığıyla metaforik bağlamda düşünmeye yönlendirerek, alımlayıcılarına yarattıkları düşsel alan; dolaylı da olsa ortak bir dilin yansımalarını sunar. Mitoslar sanat içinde yeniden düzenlenirken, yorumcular da izleyiciler de onun bir yanılısama olduğunun farkındadır (Thomson, 1987: 85). Bu yanılısamayla yaratılan düşsel alan, insanı ve insanlık tarihini anlamamız bakımından önemlidir. “Sanat ve Mitoloji Bağlamında Elma İmgesi” başlıklı bu çalışmada, sanat ve mitoloji özelinde, elma imgesine odaklanılarak imge üzerinden insana dair olan örtük anlam kodları çözümlenmeye çalışılmıştır.

Elma sözcüğünün kökeni, “kötü”, “günah” gibi anlamlara gelen Latince “malus” ya da “malum” sözcüklerinden gelmektedir (Ercan, 2017: 1045). Âdem ile Havva’nın yasaklı meyveyi yemeleri ve işledikleri bu günahın tüm dünyaya kötülük getirmesi, sözcüğün Latince kökeninde mevcut olan “günah” ve “kötü” anlamlarıyla ilişkilendirilebilir.

Bin farklı türü olduğu bilinen gülgiller familyasının yuvarlak formu, güzel kokulu bu meyvesi; farklı renk ve tatlarda olabilmektedir. İlk olarak Kazakistan civarında görülen elma; içerdği pektin sayesinde vücutta bulunan toksinlerin, ağır metallerin ve yabancı maddelerin atılımını kolaylaştırır. Böylelikle proteinin bağırsaklarda çürümeye engel olurken, kolesterolü, kalp hastalıklarını ve vücuttaki toksik maddeleri yok eden lifleri sayesinde kabızlık gibi sindirim sistemi rahatsızlıklarının da önüne geçer. Tüm bunların yanı sıra Alzheimer, dejeneratif sinir hastalıkları, gut ve romatizmal hastalıklara karşı da koruyucu özelliklere sahiptir (URL 1). Besin değeri yüksek ve son derece sağlıklı bu meyveyi diğer yiyeceklerden ayıran, onu sanat yapıtlarında, mitlerde, masallarda, kutsal kitaplarda, halk türküsü ve deyişlerinde simgesel bağlamda metaforik anlamlarla donatan ne olabilir? İlk insandan bugüne cazibesini yitirmeden gelebilen ve hemen hemen tüm toplumların kültürel motifleri arasında yer alan elmanın sırrına erkebilmek için onun kültürel unsurlar içerisinde ne şekilde yer aldığı ve ne gibi anlamlara karşılık geldiğini çözümlenmek gerekmektedir.

## 1.Kültürel Motifler İçerisinde Elma İmgesi

Elma imgesinin kültürel unsurlar içerisindeki sembolik anlatımı, bünyesinde metaforik anlamlar barındıran diğer pek çok imge gibi farklı yorumlamalar şeklinde karşımıza çıkmaktadır. “...doğadaki hayvan ve bitki türleri toplumsal yapıya benzer biçimde, insanbiçimlileştirilerek düşünülmekte, böylece bir ölçüde dönüştürülerek tasarlanan doğa yeniden toplumsal yapıya yansıtılmaktadır” (Strauss, 1983: 13). Toplumsal yapı içerisinde deyimlerden atasözlerine, masallardan görsel motiflere cazibesıyla insanları büyüleyen bu meyve; kimi zaman türkülerde sağlığı ve güzelliği akla getiren “yârin al yanağı”na benzetilir, kimi zaman “yarım elma gönül alma” gibi deyimlerde büyüklüğünden ziyade kıymetine gönderme yapan söylemleri anlamına dahil eder. “Bir elmanın iki yarısı” tabiri ise kendilerine yasaklanan meyveyi yiyerek cennetten kovulan Âdem ve Havva gibi birbirini tamamlayan iki karşı cinsi, yasağın çiğnenmesi ise cinselliği akla getirir. Dini anlatılarda insanlığın yazgı seyrini değiştirerek Âdem’le Havva’nın cennetten kovulmasına neden olan bu yasaklı meyve, insanlığı cennetin tüm nimetlerini hazzın dayanılmaz cazibesine tercih eden bir acz içinde bırakır.

Kafka’nın ünlü romanı *Dönüşüm*’de Gregor Samsa’nın acılar içinde ölümüne sebep olan elma, iyi bir nişancı olması sayesinde oğlunun hayatını kurtaran William Tell için zorlu bir sınav aracına dönüşür. Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler masalında, parlak kırmızı rengine aldanan prensesi derin bir uykuya sürüklese de masalın sonunda prensinin öpücüğüyle onu sonsuz bir aşkla buluşturur. Yunan mitolojisinde Eris tarafından Zeus’a fırlatılan “nifak tohumu”dur. Paris’i üç güzel arasından en güzelini seçmek zorunda bırakır ve Truva savaşına sebep olur. Bir başka efsane ise uyanış ve aydınlanma gibi dönüşümlerin aracısı olan bu gizemli meyvenin, Isaac Newton’un başına düşmesiyle yer çekimini keşfetmesine vesile olduğu şeklindedir.

Üzerine yüklenen olumlu-olumsuz tüm anlamlara rağmen yine de cazibesinden hiçbir şey kaybetmeyen elmanın sözlü ve yazılı anlatılarla bugüne aktarılan hikayesi, sıradan bir imge üzerinden insana dair olanı anlamamızı sağlar.

Mitlerden masallara, türkülerden deyimlere geniş bir yelpazede insanlığın milyonlarca yıllık geçmişine “elma”ya yüklenen anlamlarla tanıklık ederiz. Bu tanıklık, dünya halklarının belirli imgeler aracılığıyla ortak bir dil yarattığını ve bu dilin günümüze kadar ulaşabilen güçlü dinamiklere sahip olduğunu gösterir. Toplumsal yapının şekillenmesinde belirleyici olan kültürel unsurlar, nesnel gerçekliklere yüklenen metaforik anlamlarla inşa edilir. İnsanlığı anlamak; halkların masallarını, türkülerini, deyimlerini, dolayısıyla da o halkların düş dünyasını anlamakla ilişkilidir. Bu kültürel unsurlar içerisinde yer alan imgeler, halkların sözlü, yazılı ve görsel anlatılarında yer alan önemli göstergelerdir.

John Fiske'nin mit tanımlaması, *doğal bir olgunun ilkel akıl tarafından açıklanması* şeklindedir (Fiske, 2007: 34). Mitler, kolektif bilinçdışına ait arketipal öykülerdir. Bugün gelinen süreç ise, olguların açıklanmasında farklı referansları öncüller hale gelmiştir. Bu durum insanlığın primitif döneminde evreni algılayış biçimi ile bugün algılayışı arasındaki değişimi görünür kılarken, Steve Jobs, “Apple”ın yaratım sürecinde, modern teknolojinin sınırlarında düşsel bir dünyanın yansımalarını referans alarak *ilkel aklın*, (her ne kadar çağın sunduğu olanaklarla şekillense de) bilişsel yaratım sürecini besleyen önemli bir unsur olduğunu kanıtlar. Öyle ki, mitin kendisi bile kapitalist sistem içerisinde objeler ve şeyler dünyasında şeyleşmiş kişiye sunulan bir tüketim nesnesine dönüşür (Kılçık, 2020: 49).

Sigmund Freud ve Carl Gustav Jung'un çalışmaları göstermektedir ki, insan zihni sembollerle düşünmek ve iletişim kurmak üzere donatılmıştır. Sembollerin, özellikle de arketiplerin dili zamanı ve uzamı aşmaktadır. “Yeryüzünde farklı uygarlıklar, inançlar, topluluklar ve kültürler ortaya çıkıp gelişmiş, böylece her biri, kutsal kavramları, bireysel ve kolektif kimliklerin farklı yönlerini, soyut teorileri ve fikirleri tasvir ve ifade etmek yoluyla kendisine ait sembolik bir kelime dağarcığı geliştirmiştir” (Gibson, 2016: 7). Ardında birtakım anlamlar barındıran simgesel ya da sembolik anlatılar, sanatsal ve mitsel yorumlamalarda sıklıkla rastlanan ifade biçimleridir. Simge ya da sembol, günlük hayatımızda aşina olduğumuz fakat bilinen anlamına ek olarak özgün bağıntılar sunan resimler, terimler ya da adlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar (Jung, 2009: 20).

## 2. Sanat ve Mitoloji Bağlamında Elma İmgesi

Sembolik bir anlatı diline sahip olan mitler, genel anlamda dünyayı algılama biçimimize dair ip uçları sunarlar. Hayata dair olayların genelleştirilmiş bir modeli olmaları nedeniyle diyalektik bir mantığın yansımalarını görünür kılarlar. Bu nedenle de sembollerin anlatım olanakları, olaylardan ziyade onların ortaya çıkma sebepleriyle ilişkilendirilir (Bayat, 2019: 11).

Sembolik anlatılar, mitlerde olduğu gibi sanatta da benzer metaforik anlam dizgeleri sunar. Kullanılan imgenin taşıdığı anlam bağıntıları, yapıtı sıradan bir görsel olmaktan öteye taşıyarak farklı okumalar sunar. Bu kimi zaman Flaman Barok ustalarından Peter Paul Rubens'in dini ya da mitolojik konuları ele aldığı resimlerinde olduğu gibi ikonografik anlatıya sadık kalınarak yorumlanırken kimi zaman da Rene Magritte ya da Yoko Ono gibi sanatçıların çalışmalarındaki olduğu gibi imgeyi farklı anlam örüntüleri üzerinden okumamızı olanaklı kılar.



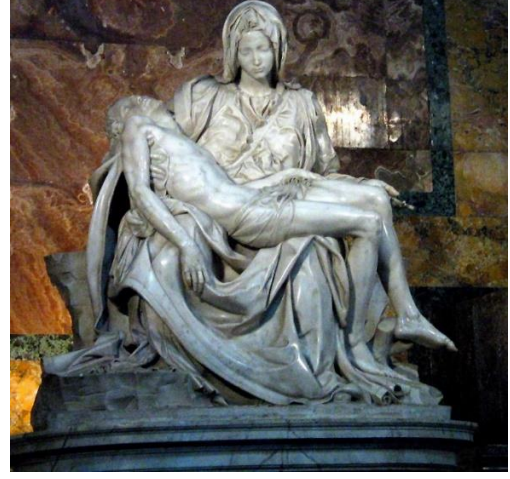
Görsel 1. Peter Paul Rubens, Parisin Yargısı, 1636, Londra Ulusal Galerisi, Erişim: 13.09.2021. (URL 2)

Rubens, "Paris'in Yargısı" (görsel 1) adlı tablosunda Yunan mitolojisinde Paris'in verdiği kararlarla Truva savaşının yaşanmasına neden olan altın bir elmanın hikayesini mitolojik anlatıya sadık kalarak yorumlar. Peleus'la Thetis'in Olympos'ta gerçekleşen düğününe davet edilmeyen kavga (nifak) tanrıçası Eris, bu duruma sinirlenir ve meydana üzerinde "en güzeline" yazılı altın bir elma atar. Elmayı kime vereceğine karar veremeyen Zeus, seçim yapması için Paris'i görevlendirir. Bunun üzerine İda dağında Hera, Athena ve Aphrodite arasında, hakemliğini Paris'in yaptığı bir güzellik yarışması gerçekleştirilir. Tanrıçalar elmaya karşılık Paris'e üç farklı vaatte bulunurlar. Athena sonsuz akıl ve başarı, Hera Asya krallığı, Aphrodite ise Sparta kralı Menelaus'un karısı Helena'nın aşkını teklif eder... Paris, Helena'nın aşkını tercih eder ve altın elmayı Aphrodite'ye verir. Paris'in Helena'yı kaçırması üzerine Truva savaşı başlar (Erhat, 1996: 424-425). Elma imgesi odağında gelişen olay örgüsü, imgeyi en güzele sunulan ve ardından felaketler zincirini başlatan güçlü bir metafora dönüştürür.



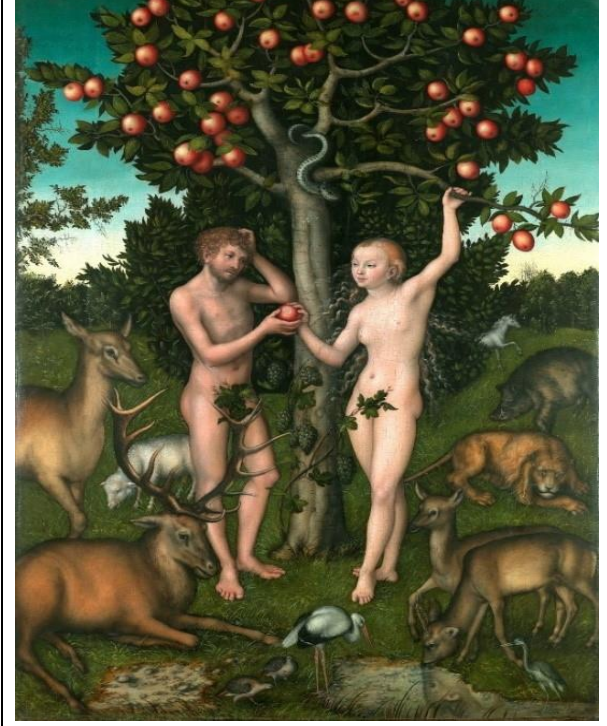


**Görsele 2. Giovanni Bellini, Meryem ve Çocuk İsa, Ahşap üzerine Tempera, 84 cm x 64 cm, 1460-1464, Brera Sanat Galerisi, İtalya, Erişim: 13.09.2021. (URL 3)**



**Görsele 3. Michelangelo Buonarroti, Pieta, Mermer, 174 cm x 195 cm x 69 cm, 1498-1499, Aziz Petrus Bazilikası- Vatikan, Erişim: 13.09.2021. (URL 4)**

Hristiyan ikonografisinin önemli figürlerinden Meryem ve İsa, sanat tarihinin hemen her döneminde sanatçılar tarafından ele alınmıştır. Giovanni Bellini tarafından 1400'lü yılların sonlarına doğru yapılan "*Meryem ve Çocuk İsa*" (*Greek Madonna*) (görsele 2.) adlı resimde çocuk İsa'nın elinde tutmuş olduğu elma imgesi bize onun gelecekte yaşayacağı *çileleri* haber eder. Bellini'nin yapmış olduğu resimde İsa'nın elinde tutmuş olduğu elma imgesi, imgenin bilindik anlamlarının ötesinde doğrudan acı ve çile ile ilişkilendirilmiştir. Resimde Meryem'in ve İsa'nın yüzünde ileride yaşanacakların hüznü hissedilir. İsa gelecekte; Adem ve Havva'dan insan nesline geçen günahkarlığın kefareti için çarmıha gerilerek ödeyecektir, dolayısıyla bunun göstergesi olarak da henüz bir yeni doğan olarak elinde günahın simgesi elmayı tutmaktadır. Michelangelo Buonarroti'nin "*Pieta*"sında (görsele 3.) ise Meryem'in kucığında insanlığın günahlarının bedelini ödeyen İsa'nın ölü bedenini görmekteyiz. Bellini'nin elma imgesiyle haber ettiği acı sonu Michelangelo bir başka Meryem ve İsa betimlemesiyle görünür kılmıştır.



**Görsel 4.** Lucas Cranach, Âdem ile Havva, ahşap üzerine yağlıboya, 117 x 80,5cm, (1526), Londra Courtauld Sanat Enstitüsü, Erişim: 06.07.2021. (URL 5)

Lucas Cranach tarafından yapılan ve elma imgesini merkeze alan bir diğer resim ise “*Âdem ile Havva*” (görsel 4.) resmidir. Sanatçı, konusunu İncil’den aldığı bu resmin pek çok versiyonunu yapmıştır. Resmin, Leipzig ve Chicago Sanat Enstitülerinde, Uffizi ve Viyana Sanat Müzelerinde farklı kompozisyonları mevcuttur. Resimde Âdem’le Havva’yı ilk günahı işlerken betimleyen Cranach, günahın işlenmesine sebep olan yılanın dışında cennette sakin ve huzurlu bir şekilde yaşayan aslan, kuzu, geyik, domuz gibi pek çok hayvanı barış içerisinde tasvir eder. Yasaklı meyve; elmanın yenmesinin ardından insanlık büyük acılarla yüzleşir, barış içerisinde yaşayan hayvanlar ise birbirine düşman olur. İyiyi ve kötüyü bilme ağacına ait meyvenin yasaklı olması ve bu yasağın Âdem ve Havva tarafından çiğnenmesi aslında insanlığın hedefteki Hayat Ağacı’na ulaşma yolunda aşılacak önemli bir eşiktir. Hayat Ağacı ölümsüzlüğü ifade eder ve tanrılara özgüdür (Yıldırım, 2008: 49). Cennetteki kusursuz halinden azledilen insan, kusurlarıyla birlikte dünyaya gönderilir. Hayatı yeni baştan kendi kavrayışıyla yaşayarak *kâmil insan* olma yolunda ilerler. Dünya onun yaşamak zorunda olduğu ara bir duraktan ibarettir ve asıl hedef kusursuzluğun simgesi Hayat Ağacı’dır.

Kutsal kitaplarda ilk insanın ilk günahının meyvesi olarak gösterilen elma, tüm uyarılara rağmen Âdem ile Havva’yı baştan çıkarır ve cennetten kovulmalarına neden olur; “Ey Âdem, eşinle birlikte cennete yerleşin, ikinizde oradaki nimetlerden istediğinizi bol bol yiyin, ancak şu ağaca yaklaşmayın, kendinize yazık etmiş olursunuz!”(Sadak, 2011: 5) uyarısına rağmen “Kadın ağacın güzel, meyvesinin yemek için uygun ve bilgelik kazanmak için çekici olduğunu gördü. Meyveyi koparıp yedi. Yanındaki kocasına verdi, o da yedi. İkinin de gözleri açıldı. Çıplak olduklarını anladılar.

Joseph Cambell kahramanı sıradan insandan ayırmanın keşfedilmemiş olana atılan ilk adımı atmak olduğunu vurgular. Âdem ile Havva ilk günahı işlemekten korkmazlar ve bu cesaret onlara bilgeliğe giden zorlu yolun kapısını aralar (Cambell, 2013: 94). Her ne kadar “bilmek” acı verici olsa da Mircea Eliade’nin vurguladığı üzere gücü de bünyesinde barındırır. Eliade, mitlerin yapısına dair analizlerinde herhangi bir nesne, hayvan ya da bitkinin kökenini bilmenin, bilene bu varlıklara dair sihirli bir güç kazandırdığından, onlara egemen olmayı sağladığından bahseder (Eliade, 2001: 25). Bilgi Ağacı’nın yasaklı meyvesini yiyerek lanetlenen Âdem ve Havva, sınırları zorlayan, yasakları aşan bu yönelişleriyle, bilinçlerinin gelişimi ve benliklerinin oluşumu açısından özgürleştirici bir hamlede bulunarak Eliade’nin vurguladığı gücü ele geçirirler. Bunun da ötesinde yalnızca Tanrı’ya özgü olan “bilme” ayrıcalığına da bir adım daha yaklaşmış olurlar. Oysa pek çok kültürde “...inanç ve dindarlık bilgiye yeğ tutulur ya da bazı bilgi türleri çok sakıncalı görülerek yasaklanır veya yalnızca bir grup insana özgü görülür...Birçok kültürde, tanrıların sırlarının peşine düşerek başkaldıran Âdem ve Havva, Prometheus, Oedipus gibileri ağır bir şekilde cezalandırılmış ve tanrıya öykünmeye kalkışabilecek diğer insanlara ders olsun diye sergilenmişlerdir” (Maslow, 2001: 67).

Antropologlar, doğa tarihiyle insan tarihi arasında sürekli bir ilişki olduğu görüşündedirler (Childe, 2006:16). Bu bağlamda antropolojik, sosyolojik ve evrimsel açıdan insanın gelişim süreci ve doğayla diyalogu metaforik olarak Âdem, Havva, elma, bilgelik ağacı ve cennet imgeleriyle ilişkilendirilebilir. İnsan türü ilk evrelerinde Âdem ile Havva’nın cennette yaşarken ki uyumlu hallerinde olduğu gibi diğer canlı türleri ve doğayla uyum içinde yaşar ve hatta doğayı temsil ederler.



Görsel 5. Samira Makhmalbaf, Elma, (1998), Erişim: 07.07.2021, (URL 6)

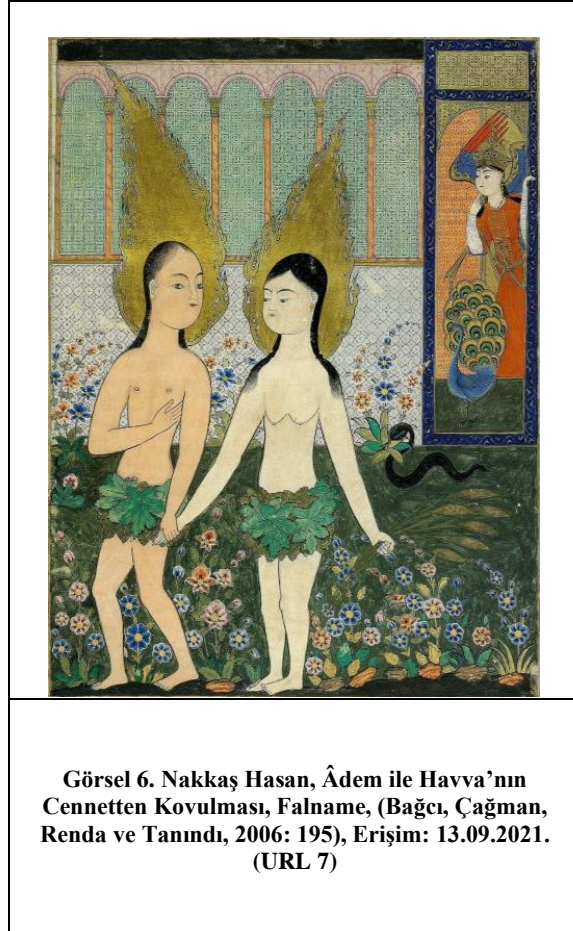
Zamanla gelişen zekâsı ve düşünce gücü ile diğer canlılardan ayrılır. İnsanın yaptığı teknik aletler ile doğayı değiştirme gücü ve kazandığı benlik bilinciyle doğadan kopuşu; yasaklı meyve yiyerek bilgiye ulaşan ve sonrasında

kazandığı benlik bilinci ile cennetten kovulan Âdem ve Havva'yı akla getirir. Bu anlamda elma imgesi, bilgeliğe giden meşakkatli yolu aralarken, bilmenin sorumluluğundan doğan acıyı göğüslemeyi de gerekli kılar. Âdem'le Havva'nın yasaklı ağacın meyvesini koparmalarına neden olan merak, onlara bilmenin sorumluluğundan doğan zorlu bir serüvenin kapılarını da aralamış olur. Aralanan bu kapı yeni bir başlangıç olması itibarıyla sınır ya da eşik gibi kavramları da akla getirir.

Sınırın aşılması, eşikin geçilmesi kolay olmamıştır. İnsanlık tarihi pek çok defa döneminin koşullarında anlaşılabilen Nicolaus Copernicus, Galileo Galilei gibi önemli buluşlara imza atmış bilim insanlarının zamanın anlayışı doğrultusunda cezalandırılmasına tanıklık etmiştir. Fakat aşılın bu sınırlar ve geçilen eşikler insanlığın bugününü şekillendiren önemli belirleyenlerdir.

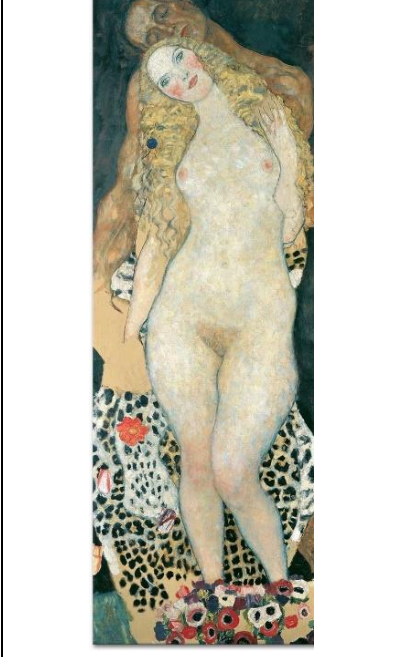
İran asıllı kadın yönetmen Samira Makhmalbaf, 1998 yapımı “*Elma*” filminde (görsel 5.) elma, ayna, çiçek gibi nesnelere metaforik birer imgeye dönüştürerek filmde imgeler üzerinden derinlikli bir okuma sunar. Aileleri tarafından eve kapatılan ve bu nedenle zihinsel ve fiziksel gelişimlerini tamamlayamayan on iki yaşında iki kız kardeşin yaşanmış hikayesini anlatan filmde, görsel anlatı dilinin en önemli imgesi elmadır. Örtük anlamın aktarımında seçilen elma imgesi filmde bilgeliğe giden yolu aralar niteliktedir. Âdem'le Havva'nın yasak meyveyi yedikten sonra hiç bilmedikleri bir dünyanın gerçekleriyle yüzleşmek durumunda kalmaları gibi iki kız kardeşin filmde sürekli bir elmanın peşinden gitmeleri onları bilmedikleri bir dünyayı anlamak zorunda bırakır. Yıllardır kapalı oldukları alandan dışarı çıkmak ve yeni bir dünyayla tanışmak kardeşler için de bir eşik anıdır. Bu eşikin öte yanı tüm bilinmezleriyle hem cazip hem de tehlikelidir.





**Görsel 6. Nakkaş Hasan, Âdem ile Havva'nın Cennetten Kovulması, Falname, (Bağcı, Çağman, Renda ve Tanındı, 2006: 195), Erişim: 13.09.2021. (URL 7)**

Âdem ve Havva'nın cennet kovulma sahnesi İslam minyatürlerinde Kur'an-ı Kerim ikonografisiyle örtüşür biçimde yer almaktadır. İslam geleneğinde yasak meyve elmanın yerine, yasaklı yemiş; buğday başaklarını görmekteyiz (Bağcı vd. 2006: 195). Kalender Paşa tarafından yazılan Falname'de Nakkaş Hasan tarafından betimlenen "*Âdem ile Havva'nın Cennetten Kovulması*" (görsel 6) adlı minyatürde Havva'nın sol elinde buğday başakları vardır. Çıplaklıklarının utancıyla incir yapraklarıyla örtünen ikilinin arkasında ise cennetten kovulmalarına sebep olan tavus kuşu ve yılanı görmekteyiz. Kur'an-ı Kerim'de yılan ve tavus kuşu şeytana rehberlik ederek Âdem ve Havva'nın yasaklı yemişi yemelerine neden olur ve bu nedenle onlar da cennetten kovulur. Oysa aslında yılan yalan söylememiştir. Yasaklı ağacın meyvesini yemeleri, iyi ve kötüyü bilmelerini sağlar. Tersten bir okuma yapacak olursak yılan sayesinde Âdem ve Havva kendi gerçeklikleriyle yüzleştiklerini söylemek mümkündür. Ahmet Hamdi Tanpınar Hikayeler kitabında Havva'yı Adem'in "yalnızlığının aynası" olarak tasvir ederken hazzın ve ızdırabın da kaynağı olarak işaret eder. Tüm melekler Tanrı'nın aydınlığıyla yanıp tutuşurken Âdem, Havva'nın ışığıyla öylesine büyülenmiştir ki Tanrı'nın aydınlığını göremez olmuştur: Kendi içinden yanı başından geçen, avucunun içine hapsolan parmaklarının arasında ezilen bu aydınlık tenden ziyade kendi elini seyrediyordu. Sert, toprak renkli eli, bu yumuşak aydınlığın üzerine şaşırtıcı bir kudretle kapanmıştı (Tanpınar, 2011: 258).



**GörSEL 7. Gustave Klimt, Âdem ile Havva, karışık teknik, 173 x 60 cm, (1917), Belvedere Galerisi, Erişim: 07.07.2021, (URL 8)**



**GörSEL 8. Gustave Klimt, Elma Ağacı I, tuval üzerine yağlıboya, 110 x 110 cm, (1912), Özel koleksiyon, Erişim: 01.10.2021, (URL 9)**

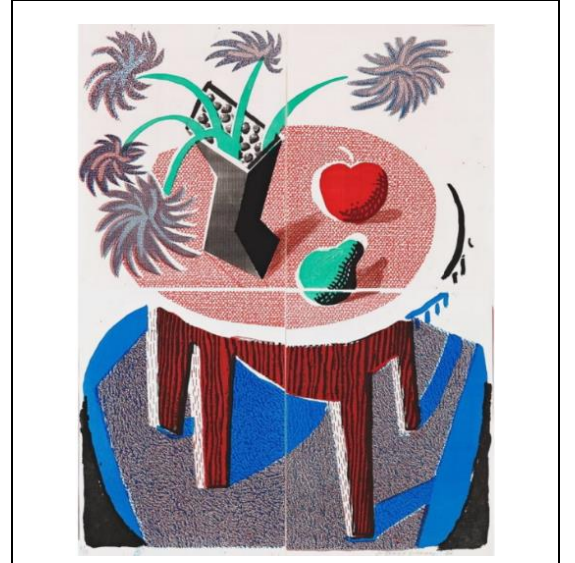
Ahmet Hamdi Tanpınar gibi Gustav Klimt de Havva'yı göz alıcı aydınlıkta bir figür olarak betimler. 1917 tarihinde yapmış olduğu "Âdem ile Havva" (görsel 7) resminde elmaya yer vermezken, elmayı yiyerek cennetten kovulmalarının sorumlusu olan Havva'yı adeta cesur bir kahraman edasında kompozisyonun merkezine yerleştirir. Dini anlatılarda Âdem'in kaburga kemiğinden yaratılan Havva, Klimt'in resminde koyu renklerle ve gözleri kapalı olarak betimlenen Âdem'in aksine, canlı ve parlak renklerle, gözleri açık olarak betimlenmiştir. Klimt'in Havva yorumu, yasaklı meyveyi yiyerek ilk günahı işleyen ve büyük bir uyanış yaşayan Havva'yı bilgeliğe giden yolu aralayan cesur bir kahramana dönüştürür. Resim yüzeyinde elma imgesi görünmese de sanatçının konuyu ele alış biçimi, uyanışın yasaklı imgesini dolaylı yollardan görünür kılar.

Mitolojik öyküler dışında, elmanın biçimsel formu ya da sanatçıların plastik unsurlara dair araştırmaları imgenin sanatsal yorumunda önemli bir göstergedir. Klimt, dini ya da mitolojik hikayelerin yanı sıra tüm bunlardan bağımsız olarak doğadan manzaraları da resimler. Bunu yaparken geleneksel bir malzemeye döneminin anlayışını yansıtır. Sanatçının bir dönem yapıtlarında özellikle ağaç imgesi üzerine yoğunlaştığını görmekteyiz. 1912 yılında yapmış olduğu "Elma Ağacı I" adlı çalışması (görsel 8) bu anlayışın izlerini taşır. Modern anlayışta yapılmış olan bu çalışmada sanatçının doğayı *taklit* ederken ağaca ve elma imgesine getirdiği öznel yorum, yapıtı estetik açıdan özel bir konuma pozisyonlandırır.





**GörSEL 9. Paul Cezanne, Şişe ve Elma Sepetli Natürmort, tuval üzerine yağlı boya, 65 x 80 cm, (1893), Chicago Sanat Enstitüsü, Erişim: 07.07.2021, (URL 10)**



**GörSEL 10. David Hockney, Masa Üzerinde Çiçekler, Elma ve Armut, Home-Made Prints, 22 x 17 cm, (1986), David Hockney Vakfı Koleksiyonu, Erişim: 08.07.2021, (URL 11)**

Klimt'in manzaraları gibi Cezanne'nin natürmortları da resmin içeriğinden ziyade yüzeyin biçimsel çözümlemesine yöneliktir. Sanatçı, ".. bir yandan günlük olanın içindeyken öte yandan onu estetik olarak yeniden yaratarak aşmaktadır"(Kuspit, 2006: 25). Natürmortlarının vazgeçilmez imgesi elma; sanatçının plastik anlatı diline dair analizleri yansıtır. Cezanne, kurduğu kompozisyonlarda gerçeği olduğu gibi aktarmak yerine biçim ve renk ilişkileri üzerine yoğunlaşır. Fırça darbeleriyle kurguladığı geometrik formlar Kübizm'in habercisidir. Onun resimlerinde her imge farklı perspektif açısıyla betimlenmiştir. "*Şişe ve Elma Sepetli Natürmort*" (görSEL 9) adlı resminde bu anlayışın etkisi net bir şekilde gözlemlenmektedir. Kompozisyonun kuruluş biçimi, kullanılan renkler, nesnelerin her birinin farklı perspektif açılarıyla resimlenmiş olması Cezanne'nin doğaya sadık kalmak ya da herhangi bir ikonografi aktarımı yapmak gibi kaygılardan öte plastik sorunlar üzerine yoğunlaştığını göstermektedir.

Cezanne gibi natürmortlarında elma imgesi kullanan bir diğer sanatçı ise David Hockney'dir. Sanatçı ilk dönem çalışmalarında jeste dayalı yağlı boya resimler yapmış olsa da altmışlı yıllarda medya tarafından üretilen görüntülerin yeni bilinçliliğiyle teknik olarak farklı arayışlara yönelir. Hockney için teknikteki değişimler genellikle stildeki sıçramalara işaret eder (Fineberg, 2014: 234-235). Sanat ve teknoloji ilişkisi üzerine yoğunlaşan, konudan ziyade malzeme ve teknik meselelere getirdiği farklı bakış açısıyla dikkat çeken Hockney, teknolojiyi sanatsal üretim sürecinin bir aracı haline dönüştürür. Sanatçı, ilk olarak 1986'da bir fotokopi makinesi aracılığıyla "*Masa Üzerinde Çiçekler, Elma ve Armut*" (görSEL 10) çalışmasında olduğu gibi Home-Made Print'ler yapar. Sonraki süreçlerde iPad ve iPhone gibi cihazlarla yaptığı manzara ve natürmort resimlerinin başlıca imgesi yine elmadır. Natürmortu ve natürmortlarının temel imgesi elmayı, kendine özgü bir anlayışla farklı malzemelerin olanaklarıyla yorumlayan sanatçı, sıradan bir imgeyi, teknolojinin kendisine sunduğu olanaklarla yeniden anlamlandırır. Elma imgesinin, sanatçının deneysel çalışmalarını gerçekleştirirken kullandığı sıradan bir nesneye dönüşmesi, kültürel anlatıların bu önemli motifini bünyesinde barındırdığı anlamlardan soyutlar. Eric Fromm'a göre sembol dilinin günlük kullanım dilinden çok farklı bir mantığı vardır. Fromm, bu dilin mantığının yoğunluk, anlam ve çağrışım meseleleri üzerine temellendiğine vurgu yapar (Fromm, 1992: 18).



Görsel 11. Claes Oldenburg, Elma Çekirdeği, Karışık teknik, (1992), İsrail Müzesi, Erişim: 08.07.2021,

(URL 12)



Görsel 12. Yoko Ono, Elma, Pleksiglas kaide, Pirinç plaka, Elma, (1966), Erişim: 08.07.2021, (URL 13)

Bu bağlamda Pop Art'ın önemli isimlerinden Claes Oldenburg'un, 1960 sonrası çalışmalarında günlük kullanım nesnelarını yorumlayış biçimi özne-nesne ilişkisine farklı bir bakış sunar. Gerek kullandığı malzemeler ve uyguladığı teknik, gerek biçim-içerik bağlamında nesneyi yorumlayış şekli, özne-nesne ilişkisini tersten okumayı zorunlu kılar. Sanatçının devasa boyutlarda yapmış olduğu günlük tüketim nesneları, popüler kültürün dayatmalarını esprili bir dille sorgular niteliktedir. Dev hamburgerler, dondurmalar ve çürüyen elma çekirdekleri, kapitalist sistemin dayatmalarına maruz kalan kitlelerin sıradan zevklerini yüceltirken, dönemin gerçekliğine de ayna tutar. Basit bir nesnenin sahip olduğu güçlü potansiyeli kendine has yorumuyla görünür kılan sanatçı, öznenin konumlandığı pozisyona dair yeni bir perspektif açar. “Çürüyen Elma Çekirdeği” (görsel 11), öznenin müdahalesiyle formunu yitirmiş mükemmel kalıntısı olması itibarıyla, tüketim kültürünün çıkmazlarını akla getirir. Öte yandan ısırılmış elma imgesi, Adem'le Havva'nın cennetten kovulmasına neden olan elmayı hatırlatması bakımından Cezanne ve Hokney'in elma yorumlarına mesafeli durur.

Japon sanatçı Yoko Ono'nun “Elma” (görsel 12) etiketiyle şeffaf bir stant üzerinde sergilediği gerçek bir Granny Smith elmayla yapmış olduğu çalışma, izleyiciyi doğrudan işin içine dahil eder. Günler içerisinde çürüyen, çürüdükçe izleyici tarafından yenisi ile değiştirilmesi beklenen elma, zamanın akışıyla birlikte kaçınılmaz olan sonsuz bir çürüme-yenilenme döngüsüne vurgu yapar. Sanatçının imge üzerinden izleyiciye açmış olduğu alan, nesnenin çok ötesinde bir sorgulama biçimi gerektirir. İzleyiciyi farklı düşünüş biçimlerine zorlayan bu alan, mitolojik öykülerde sunulan düşsel alandan çok farklıdır. Mirca Eliade'nın vurguladığı üzere “Mitleri bilmek demek, nesneların kökenindeki sırrı öğrenmek demektir (Eliade, 2001: 23) oysa bir sanat yapıtı üzerinden imgeye bakmak, izleyicinin düşünüş biçiminde farklı kırılmalar yaratma potansiyeliyle, bakışın evrilmesi demektir. Yine de meyvenin stant üzerinde gerçekleşen bu özel sunumu elmanın Âdem'le Havva'dan başlayan o karşı konulamaz cazibesini çağrıştırmaktadır.





**Görsel 13. Rene Magritte, İnsanoğlu, 116x89 cm, tuval üzerine yağlıboya, 1964, Özel Koleksiyon, Erişim: 13.09.2021. (URL 14)**

Yoko Ono çalışmalarında olduğu gibi Belçikalı sürrealist sanatçı Rene Magritte'in resimlerinde de elma imgesi izleyiciyi farklı düşünüş biçimlerine zorlayan güçlü bir metaforik öğedir. Sigmund Freud psikanaliz çalışmalarında bireyin zihinsel süreçlerini, bilinç dışına itilen unsurlarla ilişkilendirirken rüyaların, uyanık yaşamda farkına varmadığımız birtakım semboller ifade ettiğinden bahseder (Freud, 1994: 169). Freud'un Psikanaliz kuramından etkilenen Sürrealist sanatçılar ise çalışmalarında, görünenin ardına gizlenene odaklanır. Belçikalı sürrealist sanatçı Rene Magritte, "*İnsanoğlu*" (görsel 13) adlı çalışmasında figürün yüzünü yeşil bir elmanın ardına gizler. Sol gözünü gördüğümüz figür, gizlenen şey tarafından izlendiğimiz algısı uyandırır. Bakışın seyri üzerinden yaşanan karmaşa izleyiciyi tekinsiz bir durumun içinde bırakır. Sanatçı, baktığımızla gördüğümüzün aynı şey olmadığını, üç boyutlu tuval yüzeyinde gördüğümüz imgenin, gerçeğin sadece temsili olabileceğine vurgu yapar.

Gerçeği görmek adına "yamuk bakma"yı salık veren Slovaj Zizek gibi Rene Magritte de gördüğümüz şeylere bakışımızı sorguladır. Tuval yüzeyinde gördüğümüz elma imgesiyle, zihnimizde canlanan elmanın nesnel gerçekliği (koku ya da tadı gibi) birbirinden çok farklıdır. Bu bağlamda sanatçının resimlerinde elma imgesini ele alış biçimi ne kültürel motiflerde ne de mitolojik hikayelerde tam olarak karşılık bulur. Sanatçının "*Dinleme Odası*", "*Bu Bir Elma Değildir*" gibi pek çok resminin ana imgesi elma olsa da nesnelere orijinal görüntülerini gerçeküstü bir bağlamda yorumlayan Magritte'in temel sorunsalı; imge üzerinden "bakış" meselesidir.

## SONUÇ

Elma; rengi, formu, tadı, kokusu gibi nesnel gerçekliğinin yanı sıra toplumların kültürel unsurları içerisinde barındırdığı farklı anlamlarla, mitolojik öykülerde ve sanat yapıtlarında sıklıkla karşılaştığımız bir imgedir. Yazılı ve sözlü anlatılarda; cennet-dünya, yaşam-ölüm, mutluluk-mutsuzluk gibi uçlar arasında, sınır bir çizgiyi akla getirir. Elmayla kurulan diyalog sonrası gerçekleşen değişim, elmanın bu eşik olma durumuyla yakından ilişkilidir. Mit ve masallarda rastlanan elma imgesi, belirsiz durumun keskin bir kırılmayla netlik kazanacağı ve sonrasında büyük bir değişimin yaşanacağını haber eder. Âdem'le Havva'nın elmayı yemeleriyle hem buldukları mekân hem buldukları mekânı algılayış biçimleri değişir. Havva'nın, cennet ve dünya arasındaki eşik aşmasına neden olan

hamlesi, onu bir anda kahramana dönüştürür. Joseph Campel, mit ve masallarda kahramanın yolculuk esnasında aştığı eşiklerle değişime uğradığını, onu kahramana dönüştüren şeyin tam da bu eşikler olduğunu vurgular. William Tell'in oğlunun başında duran elma, Tell'in keskin nişancılığı sayesinde yaşamla ölüm arasındaki belirsiz durumu ortadan kaldırır. Eris'in "en güzeli"ne verilmesi için ortaya attığı elma, Truva savaşının yaşanmasına neden olur. Bütün bunlar göstermektedir ki elmanın var olduğu her yerde önemli bir değişim yaşanmıştır.

Araştırma sürecinde tespit edilen bulgular göstermektedir ki; elma imgesi barındırdığı tüm olumsuz anlamlara rağmen bir şeylerin aşılması, yeni bir başlangıcı beraberinde getirmesiyle iyi ve güzel olanı salık verir.

Sanat ve mitoloji ilişkisi bağlamında elma imgesine baktığımızda, Lucas Cranach'dan Gustav Klimt'e pek çok sanatçının mitolojik öyküler paralelinde işler ürettiklerini görmekteyiz. Oysa Yoko Ono ve Claes Oldenburg gibi birçok sanatçı ise imgeyi mitolojik ikonografilerden uzak, elmanın nesnel özellikleri doğrultusunda ve kendi öznel yorumlamalarıyla ele almıştır. Bunların yanı sıra Paul Cezanne ve David Hockney gibi sanatçıların temel sorunsalı farklı teknik ve malzeme kullanımı olduğundan onların çalışmalarında gördüğümüz elma imgeleri, sanatçıların teknik ve malzeme deneyimlerini yansıtan kompozisyonların sıradan birer imgesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Makalenin girişinde, elmayı diğer meyvelerden ayırarak onu kültürel unsurlar içerisinde anlamlı kılan şeyin ne olabileceğine dair sorduğumuz sorunun yanıtını, elmanın eşik olma durumuyla ilişkilendirmek mümkündür. Bireyin elmaya girdiği diyalog sonrası kahramanlaşması, imgeyi sihirli bir hale getirerek onu benzer diğer imgelerden ayırmaktadır.

Varlıkların nesnel gerçeklikleri ile bünyelerine dahil ettikleri kültürel anlamlar, onları sanatın ve mitolojinin birer anlatı aracına dönüştürmektedir. Sanat ve mitoloji, imge aracılığıyla izleyicisine metaforik anlatılarla yoğrulmuş düşsel alanlar yaratır. İnsana dair olanın en samimi hallerini taşıyan bu alanlar, imge üzerinden insanı anlamamızı olanaklı kılar. Bu çalışmada elma imgesi aracılığıyla sanatsal ve mitolojik anlatılarda yaratılan düşsel alanlara tanıklık ederken dolaylı olarak insana dair olanla yüzleşiriz.

## KAYNAKÇA

- Akyıldız Ercan, C. (2017). "Söylencelerde ve Masallarda Elma Sembolü," *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 21-3, 1045.
- Bağcı, S., Çağman, F., Renda, G., Tanındı, Z. (2006). *Osmanlı Resim Sanatı*, (Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 2006), 195.
- Bayat, F. (2019). *Mitolojiye Giriş*, (İstanbul: Ötüken Yayın ), 11.
- Cambell, J. (2013). *Kahramanın Sonsuz Yolculuğu*, (İstanbul: Kabalcı Yayıncılık), 94.
- Childe, G. (2006). *Kendini Yaratan İnsan*, (İstanbul: Varlık Yayınları), 16
- Eliade, M. (2001). *Mitlerin Özellikleri*, (İstanbul: Om Yayınevi), 25.
- Erhat, A. (1996). *Mitoloji Sözlüğü*, (İstanbul: Remzi Yayınevi), 424-425.
- Fineberg, J. (2014). *1940'ın Günümüze Sanat*, (İzmir: Karakalem Kitabevi Yayınları), 234-235.
- Fiske, J. (2007). *Mitler ve Mitleri Yapanlar*, (İzmir: İlya Yayınevi), 34.
- Freud, S. (1994). *Psikanalize Giriş Dersleri*, (Ankara: Öteki Yayınevi), 169.
- Fromm, E. (1992). *Rüyalar, Masallar, Mitoslar*, (İstanbul: Arıtan Yayınevi), 18.
- Gibson, C. (2016). *Semboller Nasıl Okunur?* (İstanbul: Yem Yayın,), 7.
- Jung, C. G. *İnsan ve Sembolleri*, (İstanbul: Okuyan us Yayın), 20.
- Kılıksız, J. H. "Mitler: Protagonistleri İnsan Olan Tanrı Hikayeleri," *Düşünbil Felsefe Dergisi* 87-Ocak, 49.
- Kuspit, D. (2006). *Sanatın Sonu*, (İstanbul: Metis Yayınları), 25.
- Kutsal Kitap Eski ve Yeni Anlaşma, (İstanbul: Yeni Yaşam Yayınları, 2001), 4.
- Levi- Strauss, C. (1983). *Din ve Büyü* (İstanbul: Yol Yayınları), 13.
- Maslow, A. (2001). *İnsan Olmanın Psikolojisi*, (İstanbul: Kuraldışı Yayıncılık), 67.
- Yıldırım, N. (2008). *Fars Mitoloji Sözlüğü*, (İstanbul: Kabalcı Yayınevi), 49.
- Sadak, B. (2011). Kur'an-ı Kerim ve Türkçe Anlatımı, (İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları,). 5.
- Tanpınar, A. H. (2011). *Hikayeler* (İstanbul: Dergâh Yayınları), 258.
- Thomson, G. (1987). *İnsanın Özü* (İstanbul: Payel Yayınevi), 85.
- URL 1: <https://cutt.ly/iWW6Kxt> Erişim Tarihi: 13.07.2021.
- URL 2: <https://cutt.ly/2W0gI5N> Erişim Tarihi: 13.09.2021.
- URL 3: <https://cutt.ly/qW0gd8g> Erişim Tarihi: 13.09.2021.
- URL 4: <https://cutt.ly/KW2wgC0> Erişim Tarihi: 13.09.2021.
- URL 5: <https://cutt.ly/fmIOx22> Erişim Tarihi: 06.07.2021.
- URL 6: <https://cutt.ly/XmUYKMa> Erişim Tarihi: 07.07.2021.
- URL 7: <https://cutt.ly/PW0h7zn> Erişim Tarihi: 13.09.2021.
- URL 8: <https://cutt.ly/9mUUaiW> Erişim Tarihi: 07.07.2021.
- URL 9: <https://cutt.ly/1ES5rk0> Erişim Tarihi: 01.10.2021.
- URL 10: <https://cutt.ly/AmUY7fq> Erişim Tarihi: 07.07.2021.
- URL 11: <https://cutt.ly/LmIm3qm> Erişim Tarihi: 08.07.2021.
- URL 12: <https://cutt.ly/TmIOyHB> Erişim Tarihi: 08.07.2021.
- URL 13: <https://cutt.ly/WmIO6R> Erişim Tarihi: 08.07.2021.
- URL 14: <https://cutt.ly/FW0jnNK> Erişim Tarihi: 13.09.2021.

# ÇOCUK KİTAPLARINDA GRAFİK TASARIM ELEMANLARININ YARATICI KULLANIMLARI (0-5 YAŞ)

## Creative Uses of Graphic Design Elements in Children's Books (0-5 years old)

Tutku Dilem KALAFAT ALPASLAN<sup>1</sup>, Sema AKSOY<sup>2</sup>

### ÖZET

Çocuk kitabı tasarımları, çocuğun duyu, sosyal, motor becerileri ve sanatsal estetiğinin gelişmesi için özenle tasarlanmaktadır. Geleneksel ve dijital olmak üzere farklı çizim teknikleri ile resimleme yapılan çocuk kitaplarında yaş grubuna uygun çeşitli materyaller kullanılmaktadır. 0-2 yaş grubunda duyu yeni gelişmeye başladığı için duylarına hitap eden kitaplar tasarlanır ve 2 yaş üstü çocuklar için daha detaylı çizimlerin yer aldığı sosyal mesaj içerikli çocuk kitapları tasarlanmaktadır. Hayal dünyaları doğuştan gelişmiş olan okul öncesi çocukların hayal dünyalarını daha da canlandırmak adına yaratıcı çocuk kitapları tasarlanmaktadır. Klasik tarzda tasarlanan metin ve metni yansıtan illüstrasyondan meydana gelen çocuk kitapları, çocukların hayal dünyalarını kısıtlamakta ve farklı düşüncelerini engellemektedir. Bu makalenin amacı, okul öncesi (0-5 yaş) çocuklar için hazırlanan çocuk kitaplarının tasarımında kullanılan grafik tasarım elemanlarının yaratıcı kullanım olanaklarının sınıflandırılarak ilgili örneklerle desteklenmesidir. Çocuğun gelişimine paralel olarak onun zengin ve farklı algı dünyasını koruyarak nasıl desteklenebileceğine yönelik tasarım önerilerinde bulunmayı amaçlamaktadır. Bir rengin öğrenimi, sıra dışı bir şekilde bir nesne veya hayvan üzerinde yansıtılarak çocuğun farklı düşünmesi ve dünyayı olağan dışı algılaması sağlanmaktadır. Tipografinin illüstrasyon ile uyumlu kullanılarak ve gerekli yerlerde kelime vurgusu yapılarak konunun heyecanına dikkat çekilebilmektedir. Farklı açılardan bir arada kullanıldığı sahnelerle ise, olaylara farklı yaklaşılması ve kullanılan materyallerin okul öncesi çocuklar için önemine dikkat çekilmektedir. Çocuk kitap tasarımlarında yaratıcı uygulamalara imkân veren bir sınıflama geliştirilmiştir. Bu sınıflama illüstrasyon, sayfa planlama, form, renk, tipografi ve materyal kullanımı değerlendirilerek örnekler ile desteklenmiştir. Kitap tasarımında kullanılan grafik tasarım öğelerinin kullanımı ve materyal tercihinin okul öncesi kullanıcının gelişimine nasıl katkı sağladığı genel bir çerçevede altında belirtilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Grafik tasarımı, çocuk kitabı, yaratıcılık, okul öncesi.

### ABSTRACT

Children's book designs are carefully designed for the development of the child's sensory, social, motor skills and artistic aesthetics. Since the senses are just starting to develop in the 0-2 age group, books that intended for their senses are designed and social message content children's books with more detailed illustrations are designed for children over the age of 2. Creative children's books are designed in order to revive the imagination of pre-school children whose imaginations are naturally developed. Children's books, which consist of text designed in a classical style and illustrations reflecting the text, restrict children's imagination and prevent them from thinking differently.

The purpose of this article is to classify the creative use possibilities of graphic design elements used in the design of children's books prepared for pre-school children (0-5 years old) and to support them with relevant examples. The learning of a color is reflected on an object or animal in an extraordinary way, enabling the child to think differently and perceive the world as unusual. It is possible to draw attention to the excitement of the subject by using typography in harmony with the illustration and by emphasizing the words where necessary. With the scenes where different angles are used together, attention is drawn to the different approach to events and the importance of the materials used for pre-school children.

A classification has been developed that allows creative applications in children's book designs. This classification was supported with examples by evaluating illustration, page planning, form, color, typography and material usage. It is stated in general how the use of graphic design elements and material preference used in book design contribute to the development of the pre-school user.

**Keywords:** Graphic design, children's book, creativity, pre-school.

1. ORCID: 0000-0002-8516-1721

2. ORCID: 0000-0001-5463-3151

1. Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Grafik Tasarım Bölümü, tutku.alpaslan@hbv.edu.tr

2. Öğr. Gör., Yozgat Bozok Üniversitesi Akdağmadeni Meslek Yüksekokulu Tasarım Bölümü Grafik Tasarımı Programı, semayozgatt@gmail.com



## EXTENDED ABSTRACT

Children from infancy; They are very curious, active, and distracted at the same time. In the pre-school period, children begin to learn some motor skills and basic concepts through mass media. Children's books come first among these mass media. In the books designed for children aged 0-5, which is an important period of child development, graphic design arrangements are made to catch the attention of children, including color, illustration, form, page layout, typography and material. With these arrangements, the basic development of the child is supported and children are given an artistic perspective at an early age. Children who encounter such book designs that can provide multi-purpose interaction can become individuals who have grown up with their imagination and their learning is supported by the creative process.

Children's books consisting of photographs or ordinary illustrations limit the imagination of the child. Pre-school children's books, which are designed with the use of various drawing techniques and different materials, are creative children's books that can develop the imagination of the child, as seen in the examples given. Compared to an adult, the minds of pre-school children aged 0-5 are more open to development. Therefore, the pre-school period is important for the development of the child's future abilities and creativity. It is thought that creative children's books provide children with knowledge, moral education and artistic aesthetics.

Suggestions for the creative use of graphic design elements in children's books can be listed as follows:

- In illustration designs, the prominent feature of the character in the story can be emphasized by exaggerating, these emphases can enable to move away from reality and to express the child's subconscious realities. This highlight; It is possible to achieve this by creating proportional differences in the anatomical structure (a girl with very long legs, an elephant with tiny ears).
- In stage design, the reader may be surprised by going beyond the usual perspective rules. Different moments of the story can be associated with a single place on the same page, the child's mind can be used to make connections, and the illustration can be moved to a higher point than text narration.
- In page planning, by allowing the characters to leave the scene according to the movement of the subject in the illustration and typography follow-up of the child, instant movement is gained to the static structure and the child's two-dimensional page perception may be dimensioned.
- The use of tissue in children's books should appeal not only to the eye, but also to the skin, which is another sense organ. Applications that will appeal to the tactile tissue to be used, especially in infancy (0-3 years), will also activate different sensory organs in recognizing and learning objects during development.
- Form in the design of children's books: By not forgetting that books are children's friendly, it can be ensured that they adopt them with a toy add-on when necessary.
- Use of color: In order to interrogate the world with different uses instead of the actual color in visual elements, to capture different color details, the use of contradictory colors may be preferred from time to time (red elephant and tree depicted in purple, white, yellow, pink, etc.).
- Use of typography: Instead of using a single font, single punto, single color and common blocking used in the texts of children's books, diversifying these preferences can greatly contribute to the child's desire to read and examine the texts and to support verbal expression. In terms of design, emphasizing the content of the text in the narration of the story and creating a rhythm with writing contributes to the continuity of the relationship with the visual.
- Use of materials: Especially in children's books under the age of two, thick weight pages are preferred in the design of the book in order to be durable in terms of use. In addition, the choice of materials that will allow the baby to accompany her during eating time, bath time and sleep time increases the bond that the baby will spend with the book.

## GİRİŞ

Bebeklik döneminden itibaren çocuklar çok meraklı, hareketli, bir o kadar da dikkatleri dağınıktır. Çocuklar okul öncesi dönemde, kitle iletişim araçları vasıtasıyla bir takım motor becerilerini ve temel kavramları öğrenmeye başlamaktadırlar. Bu kitle iletişim araçlarının en başında çocuk kitapları gelmektedir. Çocuk gelişiminin önemli bir dönemi olan 0-5 yaş grubu çocuklar için tasarlanan kitaplarda renk, illüstrasyon, form, sayfa düzeni, tipografi ve materyal dahil çocukların dikkatini yakalayabilecek grafik tasarımsal düzenlemeler yapılmaktadır. Bu düzenlemelerle hem çocuğun temel gelişimi desteklenmekte hem de çocuklara erken yaşta sanatsal bakış açısı kazandırılmaktadır. Çok amaçlı etkileşimi sağlayabilen bu tarz kitap tasarımları ile karşılaşan çocuklar, hayal dünyaları desteklenerek büyümüş, öğrenmeleri yaratıcı süreç ile desteklenmiş birer birey olabilirler.

Gelişim; ana rahminden başlayarak insan hayatının son bulmasına kadar devam eden bu süreçte nitel ve nicel birçok değişimi içeren, öğrenme, yaşantı ve olgunlaşma dönemleri sonucunda bireyde görülen biyo-psiko-sosyal bir süreçtir (Senemoğlu, 1997). Özellikle, okul öncesi olarak kabul edilen 0-6 yaş arası gelişim döneminde sonraki dönemleri etkileyecek olan temel atılmaktadır. Bu dönemde Daniel'in ifade ettiği üzere; çocuklar yeni kazanımları heyecanla edinmekte, algı ve imgelem gücü artmakta, zihinsel becerileri ve diğer davranış biçimlerini destekleyici aktivitelerde rol almakta, karakter canlandırma ve grup aktivitelerine aktif katılımlarıyla sosyal becerilerinin gelişebileceği elverişli bir dönemdir (2003:102-119).

İnsanoğlunun deneyimlediği her gelişim döneminin kendine özgü süreçleri vardır. Kişinin deneyimlediği dönemde başlatılması veya başarılması gereken görevler bulunduğu dönemde başarılmaz veya başlatılmazsa kişide gelişim krizine neden olabilir. Bu durum kişinin sonraki dönemlerde mutsuz olmasına, uyum problemleri yaşamasına ve başarılması gereken gelişim görevlerini başaramamasına sebep olabilir (Eroğlu ve Yurtal, 2014:23,24). Çocuk gelişimi; fiziksel ve psiko-motor gelişimi, bilişsel gelişim, duyuşsal gelişim, ahlak gelişimi, kişilik ve sosyal gelişim, dil gelişimi ve cinsel gelişim olarak sınıflandırılabilir.

Fiziksel ve psiko-motor gelişimi; organların gelişmesi, boyun uzaması, dişlerin çıkması beyin, kas ve tüm sistemlerle duyu organlarının gelişimini kapsamaktadır (Eroğul vd., 2014:49). Bilişsel gelişim; beyin ve sinir sistemlerinin gelişmesi ile bireyin çevresine uyum sağlamasını destekleyen deneyimlerin bütünüdür. Duyuşsal gelişim; iç ve dış uyarımlar sonucunda merkezi ve otonom sinir sistemi beraber hareket ederek kişide ortaya çıkan hoşlanma ve üzüntü şeklinde tepkilerdir (Şahin, 2016:71, 147). Ahlak gelişimi; toplumda bir uyum sağlamak için değerler sistemi oluşturma sürecidir (Senemoğlu, 1997:68). Kişilik ve sosyal gelişim; kişilik, bir bireyi başkalarından ayıran doğuştan ve sonradan kazanılan özelliklerin bütünüdür (Özdemir, Özdemir, Kadak, Nasıroğlu, 2012:566). Dil gelişimi; insanların birbirleri ile vakit geçirirken bir şeyler paylaşması ve iletişim kurabilmesi için dile ihtiyaç vardır (Öztürk, 2005:15). Cinsel gelişim; cinsiyet rolü bir kültürde erkek veya kadın olmaya uygun düşen davranış, tutum, hak, görev ve sorumluluktur (Bee & Boyd, 2009:568)

Çocukların sanatsal gelişimi, gelişim dönemleri ile eş zamanlı olarak ilerleme kaydetmektedir. Okul öncesi dönemde; renkleri algılaması, dokuyu ve deseni öğrenmesi, gerçekçi resimlerin yanında öğrenmenin yaratıcı illüstrasyonlarla (farklı, özgün, alışılmadık dışında) daha zengin olması sağlanmalıdır. Bu dönemlerde özgün anlatıma ve dile sahip illüstrasyonlarla sıkça karşılaşması, görsel hafızasının gelişmesi ve resimlerle düşünebilme kabiliyeti kazandırmaktadır. Kitaplara çocukları dahil eden tasarımlar, çocuğun bu süreç içinde var olmasına ve kendini ifade etme şansı bulmasına ciddi destek sağlar. Ayrıca, karalamalar yaparak kalemi kavrama beceresi kazanmasını ve ilerleyen dönemlerde çocuğun sanatsal edinim elde etmesini sağlamaktadır.

Çocuklar bilişsel olarak gelişim göstermeye başladığında, basit çizimlerden karmaşık çizimler yapmaya başlarlar. Yeni yeni çizim yapmaya başlayan çocuklar genellikle "kurbağa yavrusu" figürüne benzer bir daire çizerek başlarlar, kollar da bu daireden çıkmaktadır (Golomb, 2004). Bu kurbağaya benzer şekil çocuklar için insanı temsil etmektedir. Çocukların yaşları ilerledikçe çizim becerileri gelişir ve özgün çizim stillerini bulurlar.

19. yüzyılın sonlarına doğru çocuk gelişimciler, sanat eğitimcileri ve terapistler gibi resimleme anlatımlara ilgi duyan araştırmacılar, çocukların sanatsal gelişim aşamalarını incelemişlerdir. Bu sınıflamalar günümüzde de güncelliğini korumaktadır, fakat uygulanacak tasarımlar açısından her geçen gün yenilik göstermekte ve zenginleşmektedir. Aşağıda birkaç araştırmacının belirlediği sanatsal evreleri; 2 yaş öncesi, 2 ila 5 yaş arası ve 5 yaş üstü olacak şekilde belirtilmektedir.

R. Schirrmacher'a göre okul öncesi çocukların gelişim evreleri:

- Karalama ve İşaret Yapma Evresi (0-2 yaş): Karalama ve işaret, sözel olmayan kendini ifade etme biçimidir. Karmaşık konuşma ve emikleme dönemi olan bu dönemde çocuk mekanik bir şekilde nesnelere ilgilenirken ortaya çıkmaktadır. Objeleri tutma ve onları hareket ettirme bebeklerde görsel bir ilgili uyandırmaktadır.
- Çok Kişisel Sembol ve Tasarı Evresi (2-5 yaş): Çocuk bu evrede kâğıda çizgileri, karalamaları, işaretleri ve geometrik şekilleri yerleştirmeye çabalar. Çok özel semboller ve taslaklar oluşturan çocuk yaptığı çizimlerle ilgili konuşmaya eğilimlidir.
- Kamuya Sunma Girişimi (5 yaş üstü): Bu evrede çocuk kişisel şema ve sembolleri kurallaştırmaya başlar. Ayrıntılara ve gerçekçi gösterimlere ilgi duymaya başlar. Bu evreden sonra da gerçekçilik evresi gelmektedir.

Al Hurwitz ve Micheal Day'e göre çocuğun sanatsal gelişim basamakları:

- Manipülatif Basamak (2-5 yaş): Düz ve eğri çizgileri keşfetmeye başlar. Basit hareketlerden karmaşık hareketlere geçer. Bu dönemden sonra "Sembol Oluşturma Basamağı" başlamaktadır.

V. Lowenfeld'e göre sanatsal gelişim evreleri:

- Karalama Basamağı ve Şema Öncesi Evreler (2-5 yaş): Bu dönemde çocuklar kaslarına tam hâkim olamadıkları için açık veya koyu lekeler, çizgiler gibi kontrolsüz karalamalar yapmaktadır. Sonraki adımda uzun ve kontrollü karalamalar yapmaya başlar. Uzun karalamadan sonra karmaşık yapı olan dairesel formları çizmeye başlar. Son olarak da karalamaları adlandırmaya, onları hikâyeleştirmeye başlar (Keser, 2009:80-82).

Bu açıklamalar doğrultusunda çocukların çizim beceri evreleri genel olarak şu şekilde ifade edilebilir; ilk aşamada, çocuklar bir ve iki yaşlarında karalamalar yaparlar. İkinci aşamada, üç ve dört yaşlarında şekiller çizmeye ve modeller oluşturmaya başlarlar. Üçüncü aşamada ise, beş yaş ve üstünde çevresinde gördükleri şekil ve nesnelere geliştirirler ve gerçekçi resimler yapmaya eğilim gösterirler.

Çocukların yaratıcılıklarının gelişmesinde, tasarım sınırları ve imkanları oldukça geniş olduğundan en önemli iletişim aracı çocuk kitaplarıdır denilebilir. Çocuk kitaplarında farklı form ve materyal kullanımı, illüstrasyonlar, hareketli eklentiler, boyama alanları ve araçları, sayfa yüzeyi veya kitapta yer alan ses sistemleri çocukların bilişsel, işitsel ve dil becerilerinin gelişiminin yanı sıra, yaratıcı bir yaklaşımla hazırlanan çocuk kitapları onların hayal dünyalarını destekler ve sanatsal becerilerinin gelişimine yardımcı olması sağlanabilmektedir.

Çocuk kitapları, soyut kavramların somutlaştırıldığı, hayal dünyalarının geliştirildiği, toplumsal değerler ve sosyal sorumlulukları ile ilgili bilgilendirilmelerin yapıldığı edebi eserlerden biridir. Resimli hikâye kitapları tasarlanırken; doğru renk kullanımı, uygun semboller ve görsel ile metin uyumu gibi tasarımsal sorunlara dikkat edilmelidir. İllüstrasyonlar konuya uygun işlenmeli, konuyu açıklığa kavuşturmalı, hareket ve canlılığı ifade edebilmelidir (Sever, 1995:14). Çocuk kitaplarındaki illüstrasyonlara bakan çocuk, resimlerin dünyasına rengarenk bir bulut yığını olarak içerisine girer. Taocu usta misali, sanatını gerçekleştirirken yüzeyin aldatıcı duvarına aldırmandan renkli kumaşların ve bölmelerin arasından gerçek hikâyenin yaşandığı sahneye çıkar. Her adımda her şeyin yeniden tasarlandığı bir dünyanın yeni oyun arkadaşı olur. Kitabı okurken tüm renklerle etrafı sarılır ve kendini maskeli geçidin ortasında bulur. Okuyarak eğlenceye katılır, sesli kar taneleri gibi etrafta uçuşurlar (Benjamin, 1973:50).

Çocuk kitaplarında yaratıcılık, görsel ve tipografik elemanları ile sağlanmaktadır. Kapak tasarımları, sayfa yüzeyindeki dokular, tipografik hareketlilik veya pop-up tarzı üç boyutlu kitaplar çocukların görsel hafızalarının gelişmesinde önem arz etmektedir. Klasik çocuk kitabı tasarımcısı Fiona Raven'a göre; çocuk kitaplarında kelime sayısı yaş ile doğru orantılı olarak artmaktadır. Yaş ne kadar ilerlerse, çocuk kitaplarının metni o kadar artmaktadır. Tasarımcı illüstrasyonları yapmadan önce metni birkaç kez okur, storyboard ile genel taslak ortaya çıkarılır. Dünyanın her yerinde kolayca basılması için standart sayfa ölçüleri kullanılır. Kâğıdın türü, gramajı, ebadı ve kapakta kullanılacak format belirlenmelidir. İllüstrasyon tasarımları metni birebir anlatmamalıdır, metni tamamlar nitelikte olmalıdır. İllüstrasyonlar iki sayfa forma, tek sayfa veya spot resimler olarak sayfaya yerleştirilirler. İki sayfa formalarda, oluk adı verilen orta kısımda çizimlerin gelmemesine dikkat edilmelidir. Ayrıca, illüstrasyon sayfada taşıyorsa taşma payı göz önünde bulundurulmalıdır. Kitap kapağı resminde yaş grubuna hitap eden sade ve dikkat çekici tasarımlar yapılmalıdır. Metin yazılarında puntosu normalden büyük ve okunaklı yazı karakterleri kullanılmalıdır. Yazı rengi, arka planla zıt renkler seçilerek okunaklılık sağlanmalıdır (URL 1). Ancak, yaratıcı çocuk kitabı tasarımlarında standart kurallar esnetilmelidir. Yazı puntoları gerektiğinde heyecan uyandırıcı şekilde farklı büyüklüklerde kullanılabilir, renkler tek düze kullanım dışında duygulara hitap edecek bir şekilde kullanılabilir. İllüstrasyon kullanımı yaratıcı çocuk kitaplarında verilmek istenilen mesaja göre, okuyucu şaşırtan bir sayfa düzeni içerisinde yer alabilir.

Çocuk kitabı çizeri Natalie Merheb'e göre, resimli çocuk kitabı kapağı tasarımında beş kural temel alınmalıdır. Birincisi üçte bir kuralı; kapak tasarımında ön plana çıkarılmak istenen görsel öğeler, dokuz eşit parçaya bölünmüş ızgaranın kesişim noktalarına denk getirilmelidir. Eğer kapakta manzara resmi kullanılıyorsa, ufuk çizgisi ızgaranın yatay çizgilerinde bulundurulmalıdır. İkincisi diagonal tarama; soldan sağa okuma düzenine sahip milletlerin yazıda olduğu üzere bir illüstrasyonda da gözleri sol üstten sağ alta doğru akmaktadır. Bu göz hareketine okuma yerçekimi denilmektedir. Aksi bir sayfa düzeni, izleyicinin gözünü yorar ve beynin görüntüleri işlenmesini zorlaştırır. İki tür çapraz tarama vardır: *Gutenberg Diagramı* ve *Z Layout* (Ters S Layout). Bu layoutlara göre, görsel dört eşit parçaya bölünecek olursa, birincil vurgu alanı sol üst, ikincil alan sağ alt, en zayıf kadraj ise sol alttır. Tipografik elemanlar için de bu taslak kullanılabilir. Üçüncüsü odak noktası; öğelerin büyük veya küçük boyutlarda kullanımı, bir öğenin beyaz boşlukta izole edilerek tasarımın merkezinde konumlandırılması, kontrast renk kullanılması veya karakterin baktığı yere yönlendirilmesi ile odak noktası vurgulanabilir. Dördüncüsü tipografi; kapak tasarımında en fazla iki farklı yazı tipi çeşidi kullanılmalıdır. Bir yazı karakterin kalın, büyük boyut, altı çizgili veya italik türevlerini sıklıkla kullanmaktan kaçınılmalıdır. Okunaklılığın sağlanması için karakter ve satır aralıklarına dikkat edilmelidir. Beşinci ve son kural renk; kitap kapağı tasarımlarında mavi-turuncu, kırmızı-yeşil, sarı-mor gibi tamamlayıcı renklerle öğeler daha dikkat çekici hale getirilebilir. Renk çarkında yan yana duran renkler ise durağan bir etki yaratmaktadır (URL 2).

Kitap kapağı tasarımının genel kuralları yukarı bahsedilmektedir. Fakat, yaratıcı çocuk kitaplarında sayfanın iç tasarımlarında olduğu gibi kapak tasarımlarında kurallar dışına çıkılabilir. Bu tür çocuk kitaplarında esas amacın okuyucuyu şaşırtmak, ilham vermek ve ufuklarını açmak olduğu unutulmamalıdır.

### **Kitap Bölümlerine Göre Yaratıcı Çocuk Kitapları**

Çocuk kitaplarında yaratıcılık sınır tanımamaktadır. Yaratıcı çocuk kitapları, gerek kullanılan teknikler gerek sayfa düzenlemeleriyle çocukların hayal dünyasını geliştiren sanat eserleri denilebilir. Çocuk kitaplarının illüstrasyon, renk, tipografi gibi grafik tasarım öğeleri ve kullanılan materyaller ile çocukların hayal dünyaları zenginleştirilerek desteklenebilir ve tüm yaşamlarına aktarabilecekleri yaratıcı problem çözme becerileri geliştirebilirler. Çocukların yaş grubuna uygun tasarlanmış yaratıcı kitaplarla onların kolayca ilgilerini çekmeyi ve öğrenmelerini desteklemeyi başarabilmektedir. Bir çocuk kitabı, iki yaş öncesi çocukların duyu ve motor becerilerinin gelişmesine yardımcı olabilecek yaratıcı yaklaşımlarla onların hem başucu kitabı hem de ellerinden düşürmedikleri bir oyuncak haline gelebilmektedir.

#### **1. İllüstrasyon:**

İllüstrasyon tanımı, günümüz kullanım alanları ve gelişen yeni tekniklerle her geçen gün anlamı de değişmektedir. Bir kavramın, konunun veya bir düşüncenin görsel öğelerle anlaşılır ve açık bir şekilde betimlenmesine illüstrasyon denilmektedir (Türkmen, 2018:344). Duvar resimlerinden minyatürlere kadar tarihin sanat anlayışı doğrultusunda farklı yüzeylere resmedilmiş çizimleri de kapsayan illüstrasyon terimi, günümüzde bilgisayar teknolojisiyle üretilmiş dijital çizimler için de kullanılmaya başlanmıştır.

Becer'e göre grafik tasarım ürünlerinde illüstrasyon; yapımında geleneksel çizim tekniklerinin yanı sıra kolaj, fotoğraf ve bilgisayar teknikleri kullanılan ve metni açıklayan görsel betimlemelerdir. Bir hizmet ya da ürünü tanıtmak, yayınlarda metni çekici kılmak veya teknik bilimlerde karmaşık bilgilerin daha açıklayıcı olması için illüstrasyonlardan yararlanmaktadır (2015:210). Buradan hareketle illüstrasyon ile ilgili denilebilir ki; görsel oluşturma tekniklerinden herhangi biri kullanılarak tanıtım, bilgilendirme veya süsleme amacıyla kişi, ürün, kurum veya kuruluş için oluşturulan görsellerdir.

İllüstrasyonlar, suluboya, guaj boya, mürekkep, karakalem, kolaj ve bilgisayar gibi çizim teknikleriyle resmedilebilmektedir. Güzel sanatlar eğitimlerinde geleneksel resimleme yöntemleri öğretilmekle birlikte, teknolojinin gelişmesiyle öğrencilere dijital ortamda çizim dersleri de verilmektedir. Özellikle 21. yüzyılda tabletler üzerinde çizim yapma, geleneksel yöntemlere göre daha kolay bir yöntemdir. Bu dijital tekniklerle üstün beceri gerektirmeden istenilen etki hazır dijital fırçalarla çizim üzerine yansıtılabilmektedir. Ekran çizim yüzeyi olarak kullanılmakta ve kullanılan kalem ise seçilen fırça özelliğine göre mürekkep, karakalem, yağlı boya gibi etkisi verebilmektedir. Geleneksel yöntemlere göre dijital çizim tekniği hem zaman hem de maddi olarak tasarruf sağlamaktadır. El ile yapılan boyamalara göre daha temiz ve yapılan hatayı geri alma gibi özellikleriyle de avantaj sağlamaktadır. Dijital illüstrasyonlar, görüntü kaybı olmadan uzun süreler saklanabilmekte ve istenilen sayıda çoğaltılabilmektedir.



Chris Chatterton'un resmettiği "Minik Denizkızı" çocuk kitabı (Görsel 13) 2-5 yaş arası çocuklara hitap eden resimli çocuk kitabıdır. Küçük deniz kızının uykuya on dakika kala yaşadığı maceralarını anlatmaktadır. İllüstratif tekniğin kalitesi, tipografide bloklama seçimi ve renk kullanımı ile çocukların ilgisini cezbeden bir çocuk kitabıdır. Kitap yüzeyindeki simli yapı ise çocukların dokunsal duyularına hitap etmektedir. "Sky Color" isimli (Görsel 1) çocuk kitabında ise; iç dünyasını çizimleri anlatmayı ve onları sergilemeyi seven küçük sanatçı Marisol'ın hikayesi anlatılmaktadır. Bir gün öğretmeni Marisol ve arkadaşlarının okul kütüphane duvarına gökyüzü resmi çizmelerini ister. Fakat Marisol'ın mavi rengi kalmamıştı. Gökyüzünü incelemeye başlayan Marisol, gökyüzünün sadece mavi renkten ibaret olmadığını tüm renklere dönüşebildiğini fark eder. Marisol, kütüphane duvarını kendi renk karışımı ile boyamaya başlar. Neden mavi renkle değil de kendi karışımıyla duvarı boyadığını soran arkadaşlarına Marisol, oluşturduğu renk karışımının onun gökyüzü rengi olduğunu söyler. Doğada bulunan varlıkları çocuklara tek düze renklerle tanımlamak, onların hayal dünyalarını nasıl sınırladığını anlatan bu çocuk kitabında, kullanılan illüstrasyonlar da hikâye gibi yaratıcı bir üslupla resmedilmiştir (URL 3).



Görsel 1. Hikâye ve illüstrasyonları Peter H. Reynolds'a ait olan "Sky Color" isimli çocuk kitabının kapak resmi ve içerisinde yer alan illüstrasyon örneği (URL 4).

Kullanılan teknik ve çizim stili ile sınır tanımayan yaratıcı çocuk kitaplarında amaç, verilmek istenen mesajı en etkili ve akılda bir şekilde izleyiciye yansıtmaktır. Metni birebir anlatmaktan ziyade tamamlayan nitelikte olan bu tarz illüstrasyonlar, ona bakan çocuğun başka dünyalara yolculuk ederek yeni hayaller peşinde koşmasını sağlar.

**1.1. Karakter Oluşturma:** Çocuk kitabı illüstrasyon tasarımlarında karakter, hikâyeyi anlatması açısından en önemli öğedir. Çocuklar için tasarlanan karakterlerin aksesuarları ve vurgu yapılması gereken özellikleri ile karakterin kişiliğini yansıtmalıdır. Özellikle okul öncesi yaş grubuna hitap eden çocuk kitaplarında yer alan karakter, bu yaş grubu çocukların hayal dünyaları ile yarışabilecek düzeyde tasarlanmalıdır.

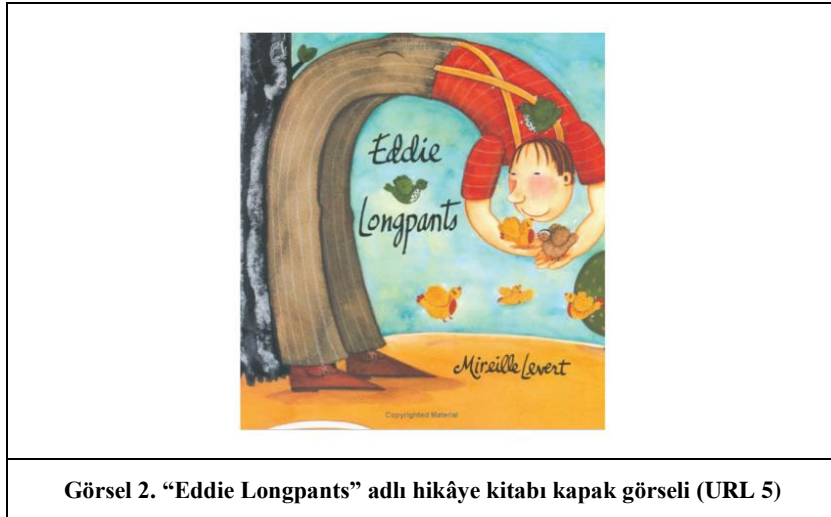
Canlandırma tarihinin öncüleri olarak bilinen sanatçılardan Max Fleischer, Emile Cohl ve Winsor McCay'ın oluşturduğu karakterleri dikkat çekmektedir. Bu dönemlerde yalın form, sade çizgilerden oluşan karakterler tasarlanmıştır. Cohl'ün 1908'de oluşturduğu Fantasmagorie adlı canlandırmasında yer alan palyaço karakteri bu yılların canlandırma algısını yansıtmaktadır. Tasarlanan palyaço karakteri üçgen, daire gibi geometrik formlardan oluşturulmuştur (Gökçearslan, 2009:80). Animasyon sektörünün yaklaşık yarım asırdır hâkimi olan Disney'in karakterlerine göz atıldığında ise, gerçekçi üslupla tasarlanan karakterlerin yanı sıra yaratıcı üslupla tasarlanan karakter tasarımları da görülmektedir. Karakter tasarımlarında Avrupa öyküleme geleneklerinden yola çıkan Disney, hayal dünyasını heyecanlandıran yaratıcı karakterler oluşturmakta başarılı olmuştur.

Tezcan'ın da değindiği üzere: "Disney Stüdyosu'nun iyi planlandırılmış ve güzel canlandırılmış filmleri rakiplerini kolayca dışladı. Disney'in yaptığı Flowers and Trees/ Çiçekler ve Ağaçlar, renkli ve kısa film dalında Oscar kazanan ilk canlandırma filmi." (Tezcan, 2009). "Disney'in baskın olmasına rağmen egemenliği mutlak olmamıştır. Tarz olarak ilk meydan okuyulardan biri *The Dover Boys* (1942) adlı çalışmasıyla Warner Bros.'dan Chuck Jones olmuştur. İkinci Dünya Savaşı sonrasında ise United Productions of American (UPA) ve daha sonraları Zagreb Film,

Disney'den oldukça farklı tarzları ve sınırlı animasyon tekniği kullanımı ve anlatımla ilerleyen öyküleriyle tanınmıştır.” (Furniss, 2013:23).

Karakter tasarımı da yer alan belli başlı elemanlar olarak şunları sıralayabiliriz; form, aksesuar, renk kullanımı, yüz mimikleri ve oran-orantı (var olan gerçekçi yapıların bilinçli olarak bozulması). Form, karakterin kişilik kazanmasında ve psikolojik özelliklerin yansıtılmasında önemli rol oynamaktadır. Formun deformasyonu ile karakterin belli bölgelerin abartılarak tasvir edilmesi, karakterin belirli özelliklerin vurgulanmasını sağlamaktadır. Yuvarlak formulu karakterler, sevimli, arkadaş canlısı, kare formu inatçılığı ve gücü, üçgen formulu karakterler ise, yüksek dayanıklılığı sembolize etmektedir. Aksesuar ile de karakterin kişilik özellikleri vurgulanabileceği gibi özgün düşünme becerisini destekler detayları incelemeye ve illüstrasyonlarla daha fazla bağ kurup zaman geçirilmesini sağlar. Örneğin, şirinler karakterlerinin hepsi aynı tipte tasvir edilmelerine rağmen belli aksesuarlarla birbirinden ayırt edilebilmektedir. Karakterin belli bölgelerini vurgulamak için renk seçimleri de önemlidir. Soğuk veya sıcak renkler anlamları doğrultusunda kullanılmaktadır.

Çocuk kitaplarında yaratıcı yaklaşımlar verilmek istenen mesajın akılda kalıcılığını sağlayabilmektedir. “Eddie Longpants” (Görsel 2) kitabında uzun bacaklı Eddie akranlarının zorba konuşmalarına rağmen iyi kalpli bir çocuktur. Hikâye kitabının kapağında da görüldüğü üzere, uzun boylu olduğunu vurgulamak için karakterin bacakları aşırı uzun çizilmiştir. İyi bir kalbe sahip olduğunu ise, hayvanlara yardım etmeye çalışan karakterin anatomisi deforme edilerek anlatılmak istenmiştir. Bu deforme olmuş vücut yapısıyla alçakgönüllülük, iyi niyet, yardımseverlik gibi özellikleri vurgulanmak istenmiştir.



Görsel 2. “Eddie Longpants” adlı hikâye kitabı kapak görseli (URL 5)

Karakter tasarımında gerçekçi yaklaşımlar ve anlatımlar ilginin çabuk dağılmasına ve bellekte uzun bir süre kalıcı yer bulmamasına da neden olabilir. Farklı anlatımlar çocukların hayata dair sorgulayıcı ve eleştirel yapısını desteklediği gibi, farklı algılara sahip yaratıcı kişiliklerin oluşumunu da destekler.

**1.2. Sahne-Mekân:** Zaman kavramıyla birlikte mekân, insanın gerçekliği algılamasını sağlamaktadır. Bir mimari yapı olarak algılanan mekân, bir şeyin içinde olma hali veya hayali bir kurgu evrenini de temsil edebilmektedir. Mekân; bulunulan yer, ev veya yurt, uzay. Sahne; görüntü veya tanık olunan olaydır. (URL 7).

İllüstrasyonlarda genel olarak bir ev sahnesi veya klasik manzaraların kullanılması çocuğun mekân algısını kısıtlamaktadır. Bu gibi çocuk kitaplarında bir metni birebir canlandıran illüstrasyonlar yer almaktadır. Yaratıcı çocuk kitaplarında ise, mekân ve sahne kullanımı sıradan olmayı reddeder. Metni tekrar eden sahne tasarımdan ziyade, yaratıcı çocuk kitaplarında mekân kullanımı metnin devamı niteliğindedir. Bu mekân algısıyla çocuğun görsel ve metin ilişkisini çözmesi veya alternatif sahneler hayal etmesi beklenir. Örneğin, pop-up tarzı kitap tasarımlarında da mekânın gerçekçi bir yaklaşımla üç boyutlu halde (Görsel 8) canlandırıldığı görülmektedir. Okuyucuda hayranlık uyandıran bu tarz kitaplarda anlatılan hikâye ile okuyucunun gerçek dünyasına dahil olmak istemektedir.

Nina Blychert'in yazdığı ve resimlediği Troll de Dents (Diş Cinleri) isimli resimli çocuk kitabında (Görsel 3), ağızda yaşanan problemler farklı bir yaklaşımla ve dikkat çekici bir sayfa düzeni ile yansıtılmıştır. İsveç geleneğine göre, diş çürüğüne diş Trollerinin sürekli şeker araması ve dişleri acı verici şekilde delmesi neden olmaktadır (URL 6). Bu kitap ile fırçalamanın önemi ve diş cinlerinin dişlere nasıl zarar verdiği yaratıcı bir illüstrasyon dizisi ile

anlatılmaktadır. Perspektif algısının bozularak hem önden hem de yandan görüntünün aynı sayfada verilmesi ile sıradan mekân algısının kırıldığı bu tarz illüstrasyonlarda, çocukları farklı düşünmeye teşvik etmektedir. Kuşbakışı bu sahne düzeninde, dişe çeşitli şekillerde zarar veren diş cinleri çürüğü temsilen siyah renkte tasvir edilmiştir. Elllerinde her türlü delme aleti olan bu diş cinleri, eğer çocuklar çok şeker tüketmeye devam ederse, cinlerin yaptıkları işe devam edeceği espirili bir yaklaşımla anlatılmak istenmiştir. İllüstrasyonlarda mekânın bu şekilde kullanılması, ayrıntıları incelemeyi seven iki yaş üstü çocukların kitapla uzun süre ilgilenmesini sağlayabilmektedir.

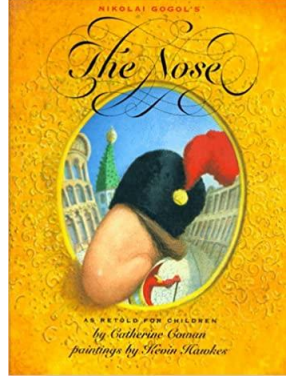


Görsel 3. Troll de Dents (Diş Cinleri) adlı çocuk kitabının kapak görseli ve kitaptan bir ayrıntı (URL 6).

**1.2. Oran-Orantı:** Birçok figür ve nesnenin bir arada kullanıldığı kitap resimlemelerinde bu tür elemanların birbiri ile oran ve orantısı, gözün illüstrasyonu hoş algılaması ve rahatsızlık duymaması için önem arz etmektedir. Oran: “Büyüklik, nicelik, derece bakımından iki şey arasında veya parça ile bütün arasında bağıntı, orantı.” (URL 7).

“Parçaları arasında uyumlu orantılar bulunan, insan yapısı örneklerinden en önemlisi; Yunanistan’daki Parthenon tapınağıdır. Bu tapınaktaki mimari elemanların ölçülendirilmesinde göz önüne alınan *Altın Oran*, günümüzde de geçerliliğini korumakta ve hala kullanılmaktadır. Eski Yunanlılar Altın Oran’ın ipuçlarını doğada bulmuşlardı. Bitkiler dünyasında (yapraklar, çiçekler, dallar), kristallerde (kar tanesi) ve birçok canlı organizmada Altın Oran ilişkilerine rastlanmaktadır. Leonardo da Vinci, Michelangelo ve Albrecht Dürer gibi Rönesans ustaları, Kübist ressamlar, ünlü mimar ve şehir plancısı Le Corbusier de yapıtlarında Altın Oran ilkelerinden yararlanmışlardır. ‘Bir çizgi herhangi bir yerinden ikiye bölündüğünde; küçük parçanın büyük parçaya oranı, büyük parçanın bütüne oranına eşittir.’ Sözü ile açıklanan Altın Oran, sayısal olarak; 3:5, 5:8, 8:13... gibi dizilerle gösterilebilir.” (Becer, 2015:69).

Oran ve orantı illüstrasyonlarda genellikle gerçekçi bir tutumla sergilenmektedir. Fakat, yaratıcı çocuk kitaplarında kullanılan karakterlerin belli özellikleri vurgulandığı için anatomik oranlara dikkat edilmemektedir. Bir figürde vurgulanmak istenen uzunlar, hikâyenin anlam bütünü doğrultusunda oran ve orantısında bozulmalarla resmedilebilmektedir. *The Nose* isimli hikâye kitabının kapağında (Görsel 4) görüldüğü üzere, karakterin burnu ön planda olduğu için anatomik orana göre aşırıya kaçırılarak buruna vurgu yapılmak istenmiştir.



Görsel 4. Nikolai Gogol'un yazdığı, Kevin Hawkes'in resmettiği "The Nose" adlı kitabın kapağı, 1994 (URL 8).

**1.3. Doku:** Yaratıcı çocuk kitaplarında, dokunsal duyularının gelişmesine yardımcı olan dokunsal doku ve doku devamlılığı ile çocuğun görsel hafızasını canlı tutmasını sağlayan görsel doku olmak üzere iki farklı şekilde doku kullanımı mevcuttur.

**1.3.1. Dokunsal Doku:** Sayfa yüzeyinde kullanılan farklı dokular, 0-2 yaş grubu çocukların dokunsal duyularının gelişmesi açısından önemlidir. Kumaş, plastik, tırtıklı, noktalı, tüylü vs. dokular çocuk kitaplarında illüstrasyonlara eklenti olarak kitaplara yerleştirilmektedir. *Under the Sea* (Görsel 5) çocuk kitabında görüldüğü üzere, deniz hayvanlarının üzerine belli dokular eklenerek çocukların dokuları tanıması ve dokunsal duyularına hitap etme amaçlanmıştır.



Görsel 5. 0-2 yaş grubu çocuk grubuna hitap eden dokunsal çocuk kitabı örneği (URL 9).

**1.3.2. Görsel Doku:** "Bir yüzey üzerinde tekrara dayalı biçimsel bir düzen bulunuyorsa, orada bir dokunun varlığından söz edilebilir." (Becer, 2015:61). Becer'in de ifade ettiği üzere, yüzeyde biçimler düzenli olarak tekrar edilerek illüstratif dokular da elde edilebilir. Newyork'ta yaşayan Koreli serbest illüstratör tarafından resmedilen "My First Book of Patterns" (Görsel 6) adlı çocuk kitabının içerisinde temel geometrik şekillerin belli düzen ve tekrarla çeşitli yüzeyde oluşturulan dokular sergilenmektedir. Bina, çatı ve kıyafet gibi çeşitli yüzeylerde kullanılan çeşitli ve canlı renkli dokularla çocuğun ilgisinin kitaba yönelmesi sağlanmaktadır.





Görsel 6. Boyoun Kim tarafından çizimleri yapılan “İlk Desen Kitabım” (URL 10).

Bazı çocuk kitaplarında, çocuğu kitaba dahil etmek için baskı aparatları kitapla birlikte verilmektedir. Bu baskı aparatları ile (Görsel 7’de yer alan çocuk kitabı örneğinde olduğu gibi) çocuklar, kitapta yer alan illüstrasyonlara hazır baskı motifleri ile doku uygulamaları yapabilmektedir. Bu tür uygulamalarla çocuğun baskı yapabilme becerisi, bir nesneyi kavrama becerisi ve doku algısı gelişmektedir.

**1.4. Yaratıcı Teknik:** Yaratıcı çocuk kitaplarında gerek çizim teknikleri gerekse kullanılan malzeme ve ek materyallerle alışagelmış çocuk kitaplarından ziyade yaratıcı üslupla hazırlanmış kitap tasarımları görülmektedir. Bu yaratıcı tekniklerle hazırlanan çocuk kitapları, okul öncesi yaş grubuna ait çocukların kitaba olan ilgisini arttırmayı hedeflemektedir. İlgi kitaba yönelen çocuklar, farklı düşünmeye ve sonraki dönemlerde karşılaştığı sorunlara pratikler çözümler üretebilmektedir.

Yaratıcı teknikte kullanılan malzeme ve çizim tekniklerinde sınırlama yapılmamaktadır. Sulu boya, pastel boya, akrilik, guaj, ekolin gibi geleneksel yöntemler ve dijital ortamda çizim tabletleri aracılığıyla farklı etki veren çizim programları ile resimlemeler yapılmaktadır. Kolaj tekniğinin de kullanıldığı çocuk kitaplarında ahşap, kumaş ve plastilin gibi malzemelerle üç boyutlu tekniklerle oluşturulan karışık teknik de kullanılabilir. Görsel 7’deki çocuk kitabı örneğinde, çiçek motifli baskı aparatları kitaba ek olarak verilmiştir. Çocuğun illüstrasyona müdahale etmesine izin verilen bu örnekte, çocuğun hem sanatsal bir etkinlikte bulunması hem de çocuğun kitabı benimsemesi sağlanmıştır.



Görsel 7. İllüstratör Elodie Nouhen tarafından resmedilen “Peri Elbiseleri Motifleri” adlı çocuk kitabı örneği (URL 11).

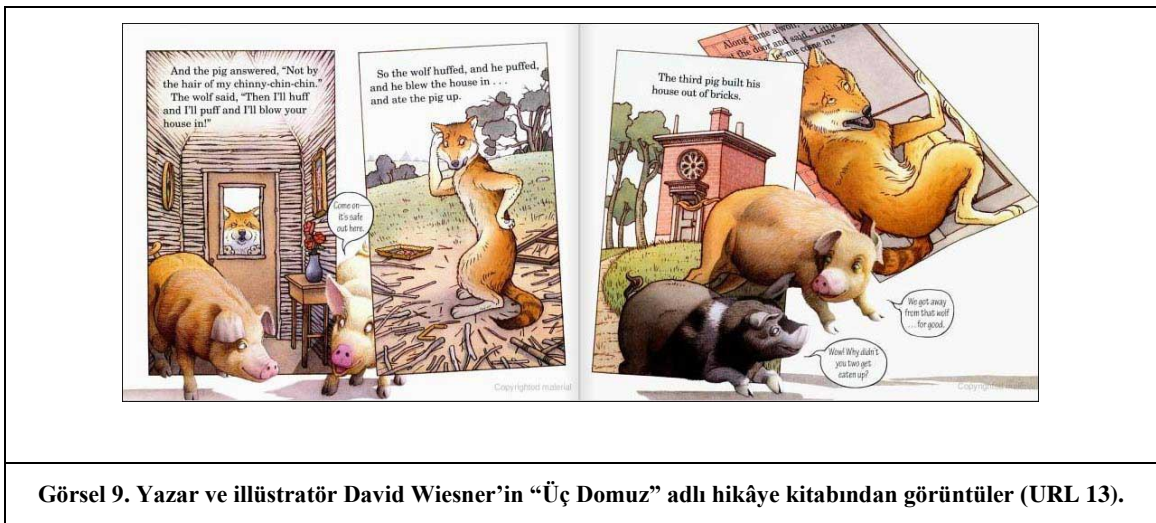
Alice'in Maceraları çocuk kitabının pop-up tekniği ile hazırlanmış örneğinde (Görsel 8) ise, hikâye üç boyutlu olarak canlandırılmıştır. Eğlenceli ve dikkat çekici bir teknikle hazırlanan pop-up kitaplar, çocuklarda merak duygusunu uyandırmaktadır. Çocuk kitaplarında metnin üç boyutlu bir şekilde canlandırıldığı pop-up kitaplar, hassas kitaplar olduğu için detayları inceleme ilgisi olan iki yaş üstü çocuklara da hitap etmektedir. Okul öncesi çocuklar ise, ebeveyn eşliğinde göz atabilmektedir.



Görsel 8. Alice's Adventures in Wonderland: Pop-Up Book (URL 12).

**2. Sayfa Planlama:** Sayfa düzeni tasarımı genellikle ızgara, yapı, hiyerarşi, özel ölçüler ve bunlar arasındaki ilişkinin denetlenmesi, bir başka deyişe sayfa içerisinde yer alan bilgilerin düzenlenmesidir (Ambrose & Harris, 2013:10).

Sayfa kullanımının tek düze kullanılmadığı yaratıcı çocuk kitaplarında sayfa yüzeyinin farklı kullanımlarıyla karşılaşılmaktadır. Yukarıda bahsedilen üçte bir kuralı ve diagonal tarama sistemi, yaratıcı çocuk kitaplarının sayfa düzenlemelerinde uyulması gereken bir kural olarak görülmemektedir. Yaratıcı çocuk kitaplarında sayfada belli duygu ve aksiyonu resmetmek için temel kurallara bağlı kalmadan okuyucuda heyecan uyandırılmaya çalışılmıştır. Örneğin, üç domuz hikâye kitabında (Görsel 9) domuzların kurttan kaçışı, karakterlerin sayfadan çıkışıyla ve olayın heyecanı sayfaların devrilmesiyle yansıtılmasıyla istenmiştir. Hareketlilik vurgusu yüzeyin parçalanmasıyla canlandırılmaya çalışılmıştır.



Görsel 9. Yazar ve illüstratör David Wiesner'in "Üç Domuz" adlı hikâye kitabından görüntüler (URL 13).

### 3. Form:

Çocuk kitapları genellikle dünyanın her yerinde kolaylıkla çoğaltılabilmesi için klasik sayfa ölçüleri ile hazırlanmakta ve ofset veya dijital gibi baskı makineleri ile basılmaktadır. Yaratıcı çocuk kitabı hazırlanırken temel baskı ve grafik tasarım kuralları göz önünde bulundurulmamaktadır. Bu gibi çocuk kitaplarında sıra dışı formlar kullanılmaktadır. Alışagelmişin dışında bir formda hazırlanan çocuk kitaplarında amaç, okuyucuyu heyecanlandırmak ve çocuğun kitaba olan ilgisini arttırmaktır.

Charles Eames'in de belirttiği gibi "Tasarım, belirli bir amacı gerçekleştirmek için öğeleri, en iyi şekilde bir araya getirme planıdır." (Ambrose & Harris, 2016:9). Yaratıcı çocuk kitaplarında amaç çocuklarla bağ kurmak olduğu için kitap formu amaca uygun bir şekilde tasarlanmaktadır.

Yaratıcı çocuk kitabı tasarlarken her ne kadar sınır olamamasına rağmen, temel grafik tasarım kurallarından biri olan "biçim işlevi izler" kuralı göz ardı etmemek gereklidir. Okul öncesi için tasarlanan kitaplar sadece resimlemelerinden ibaret değildir. Onların bir rengi veya bir hayvanı tanımalarına yardımcı olan bu kitaplar, görsel 10'da görüldüğü üzere kalın gramajlı sayfa içerisinde yer alan eklentiler kayıp bir hayvanı bulmasını oyunla sağlarken çocuğun bu hayvanı tanımalarına yardımcı olmaktadır. Özellikle iki yaş öncesi çocukların kavrama becerisini desteklemek için sayfa gramajları normalden fazladır.



Yaratıcılıkta çocukların hayal dünyaları ile çocuk kitapları yarışabilir nitelikte olmalıdır. Kitapların formu ile kullanılan çeşitli teknik ve materyallerle oluşturulan çeşitli yaratıcı kitaplar çocukların hayal dünyasına yetişebilmek için her geçen gün kendini geliştirmektedir. Hayvan formunda (Görsel 11a) veya bir taşıt formunda tasarlanan kitaplar sıradanlıktan kaçınmaya çalışan kitaplardır. Peluş oyuncuğun da eklenebildiği (Görsel 11b) bu formlarla kitapların çocuklara hayat arkadaşı olduğunu ve onlara rehberlik ettiği düşüncesi erken yaşlarda aşılarmaya çalışılmaktadır.



**3. Renk:** Renk ışıkla var olabilmektedir. Renkler insan duyguları üzerinde olumlu etkiler yaratmaktadır. Sıcak veya soğuk renklerle farklı duygular yaşamak mümkündür. Renkleri insanda uyandırdığı anlamlar kişisel veya evrensel anlamlar taşıyabilmektedir. Genel olarak, soğuk renkler, huzur veren, ferahlatan, sakinleştirici etki verirken sıcak renkler canlandırıcı ve uyarıcı etkiler verebilir. (Becer, 2002:57). İllüstrasyonda hiyerarşik düzenleme doğrultusunda, ilk dikkat çekmek istenilen nesne veya figürde sıcak renkler kullanılmaktadır. Göz, ilk olarak sıcak renkleri daha sonra ise soğuk renkleri algılamaktadır. Kırmızı bir şapka, turuncu bir portakal veya sarı bir şemsiye sayfada vurgu yapılacak nesnelere olabilmektedir. Çocuk kitaplarında, özellikle kapakta kullanılan renkler canlı renklerdir. Kapakta kullanılan renklerin ebeveynlere satın aldırma kaygısı taşımaktadır.

Çocuk kitaplarında renk kullanımı yaş gruplarına göre de değişmektedir. İki yaş altında çocuklar için tasarlanan kitaplarda, temel renkler daha büyük lekeler halinde verilirken yaş arttıkça renk skalası genişlemekte ve renkler detaylı çizimlerde kullanılmaya başlanmaktadır. Rengin yaratıcı çocuk kitaplarında hayal dünyasını geliştirmek için bir görsel eleman olarak kullanıldığı görülmektedir. Örneğin, 1995'de Kültür Bakanlığı'nın düzenlediği "Çocuk Kitapları Yarışması"nda *Kırmızı Fili Gördünüz mü?* eseriyle (Görsel 12) illüstratör Ferit Avcı ödüle layık görülmüştü. Ferit Avcı'nın resmettiği bu kitaptaki kırmızı fil karakteri uçan ve gerçeklikten uzak kırmızı renkte betimlenmiştir. Kırmızı balona benzeyen bu fil ile Avcı, karakteri fotografik gerçeklikle resmetmek yerine, ilgi çeken ve merak uyandıran, çocuğun farklı düşünmesini sağlayan bir şekilde tasvir etmiştir.

Yaratıcı çocuk kitaplarında karakterlerde ve manzarada kullanılan renklerin normalden farklı kullanılması tercih edilmektedir. Çevremizde gördüğümüz şekilde resmedilmek yerine mor renkte bir ağaç kullanılması, izleyiciyi heyecanlandırmakta ve dünyaya normalden farklı bir şekilde bakılmasını sağlamaktadır.





**4. Tipografi:** Tipografi, harflerin ve görsel iletişimle ilişkili diğer temel tasarım öğelerin hem işlevsel ve estetik düzenlenmesi hem de bu öğeler ile oluşturulan bir tasarım dili ve anlayışıdır. Tipografi, basımın ortaya çıktığı dönemlerde kaligrafinin etkisini ve onun ortaya koyduğu değerler bakımından erken dönem tipografisinin nitelikli faydalarını gözler önüne sermiştir (Sarıkavak, 2009:4-10). Tepecik'e göre tipografi ise, temel harf biçimleri, yazı çeşitleri, harfin anatomik ölçüleri, sayfa tasarımları ve matbaa dilini kapsayan alan olarak tanımlanmaktadır (Tepecik, 2002:83-84).

Çocuk kitaplarında kullanılan tipografi öğesinin kullanımını incelediğimizde; okul öncesi gruba hitap eden kitap tasarımlarında yazı karakteri boyutu daha büyük, metin ise yaş grubu büyüdükçe doğru orantılı olarak genişlemektedir. Okul öncesi yaş grubu çocuklar için tasarlanan kitaplarda tipografi metne uyumlu ve dikkat çekicidir. Çocuk kitaplarında görsel öğe ile yazının uyumlu kullanıldığı görülmektedir. Metinde yer alan yazı karakterinin okuyucunun vurgu yapması için belirli yerler büyük kullanıldığı örnekler ile karşılaşılmaktadır. Yaratıcı çocuk kitaplarında kullanılan tipografi öğesi; bloklama, vurgu, punto, renk ve yazı karakteri olmak üzere beş başlık altında incelenmektedir.

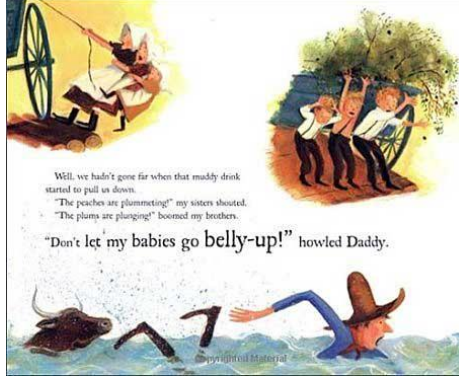
**4.1. Bloklama:** Metnin sayfa düzeni içerisinde konumu olarak ifade edilebilen bloklama, tasarım bütünlüğü açısından önemlidir. "Minik Deniz Kızı" kitabında (Görsel 13) metnin, illüstrasyonda yer alan figürün hareketi ile uyumlu olarak yer alması alışagelmış metin hizalamaları algısını kırmaktadır. Yaratıcı çocuk kitaplarında bunun gibi bloklama kullanımı, kitap okumayı eğlenceli hale getirirken görsel öğe yazı elemanının uyumlu bir sunumu haline gelmektedir.



Görsel 13. "Minik Deniz Kızı" isimli çocuk kitabı kapağı ve illüstrasyon örneği (Fielding, 2020).

**4.2. Punto:** Punto, yazı karakterinin büyüklüğünü ifade etmektedir. Okul öncesi çocuklar için tasarlanan çocuk kitapları ebeveyn eşliğinde okunduğu için punto büyüklüğü önemli değildir. Fakat, okumaya yeni başlayan çocuklar için ideal yazı karakteri büyüklüğü 12 punto ve üzerinde olması uygun görülmektedir.

**4.3. Vurgu:** Metnin akışına göre heyecanlı bir söylemin olduğu yerde, puntonun boyutu, rengi ve yazı karakterindeki değişiklik ile vurgu yapılabilir. Bu vurgu yerleri, ebeveynin metni çocuğa okurken ses tonunda değişiklik yapması gereken yerlerde kullanılabilir. Görsel 14'de verilen örnekte görüldüğü üzere: "Don' let my babies belly-up!" (Bebeklerimin batmasına izin verme!) cümlesinde olayın heyecanı, kelimelerin yavaşça büyüyerek "belly-up" (batmak) kelimesinde vurgulandığı görülmektedir. Yazı karakterinin normalden daha koyu kullanılması veya dikkat çekici renklerde kullanılan kelime veya kelime gruplarıyla da vurgu yapılabilir.



Görsel 14. Deborah Hopkinson tarafından yazılan, Nancy Carpenter tarafından çizilen “Apples to Oregon” adlı kitaptan bir kesit (URL 15).

**4.4. Renk:** Çocuk kitaplarında kullanılan yazı karakterinin rengi zeminle zıt olması tercih edilmektedir. Örneğin, beyaz zemin üzerinde siyah renkte yazı karakteri, okunaklılığı kolaylaştırmaktadır. Eğer metin illüstrasyonun üzerinde kullanılıyorsa, metnin renginin zeminde bulunan renkten zıt olmasına dikkat edilmelidir. Kapakta kullanılan tipografinin rengi incelenecek olursa, kapakta tipografik elemanlar arasında hiyerarşik bir düzenleme vardır. Bu düzen doğrultusunda, vurgulanmak istenen tipografik ögenin rengi daha sıcak bir renk iken diğer renkler daha soğuk bir renkte kullanılabilir.

**4.5. Yazı Karakteri:** Çocuk kitaplarında kullanılan yazı karakterinin illüstrasyon ile uyumlu olması gerekmektedir. Okuma metinlerinde okuma kolaylığı sağlaması açısından genellikle tırnaklı (serifli) yazı (Görsel 13, 14) tercih edilmektedir. Fakat iki yaş altındaki çocuklar için tasarlanan çocuk kitaplarında, büyük ve tek kelimelik ifadeler yer aldığı için bu tür kitap tasarımlarında serifsiz yazıların (Görsel 10) kullanıldığı görülmektedir.

**5. Materyal:** Çocuk kitaplarında kullanılan materyal de tıpkı illüstrasyonda kullanılan sınırsız teknik gibi çeşitlenmektedir. İki yaş altı çocuklar, nesnelere ağızlarında ıslattıklarından dolayı kitapların da dayanıklı olmaları gerekmektedir. Kumaştan yapılan kitaplar, (Görsel 15b) hem dayanıklılık hem de tekrardan yıkanabilir olduğu için tercih edilen bir materyal türüdür. Banyo esnasında çocuğa eşlik eden şişme kitaplar (Görsel 15c), çocuğun kitapla mutlu anlar yaşaması ve kitapla daha çok vakit geçirmesi için kullanılan bir materyal türüdür. Kelimelerin telaffuzuna aşina olması için sesli kitaplar (Görsel 15a), kitaplarda kullanılan sesli materyallere örnektir. Kitap sayfalarının gramajı ise yaş aralığı düştükçe artmaktadır. 0-2 yaş grubu çocukların kavrama yetilerinin gelişmediği için çocuklar kalın sayfalı kitapları (Görsel 10) daha iyi kavramakta, sayfaları rahatlıkla çevirebilmekte ve kitap uzun ömürlü kullanılmaktadır.

Bu gibi sebeplerden dolayı, iki yaş altı gibi temel motor becerileri henüz gelişmemiş olan çocuklar için yıkanabilir, yırtılmayan, kalın sayfalı kitaplar tasarlanmaktadır. Kumaş gibi malzemeden üretilen bu tarz kitaplar kolay yırtılmaz, üzerine mama veya süt döküldüğünde tekrar kullanılması için yıkanabilmektedir.



Görsel 15. a. Sesli Kitap Örneği (URL 16), b. Kumaş çocuk kitabı (Çakmakçı, 2011:44), c. Banyoda kullanıma uygun materyalden üretilen kitap örneği (URL 17).

## SONUÇ

Fotoğraflardan veya sıradan illüstrasyonlardan oluşan çocuk kitapları çocuğun hayal gücünü kısıtlamaktadır. Çeşitli çizim teknikleri ve farklı materyallerin kullanılmasıyla tasarlanan okul öncesi çocuk kitapları, yukarıda verilen örneklerde de görüldüğü üzere, çocuğun hayal gücünü geliştirebilecek yaratıcı çocuk kitaplarıdır. Bir yetişkinle kıyaslandığında, okul öncesi 0-5 yaş grubu çocukların zihinleri gelişime daha açıktır. Bundan dolayı, çocuğun gelecekteki yetenek ve yaratıcılığının gelişmesi için okul öncesi dönem önemlidir. Yaratıcı çocuk kitaplarının çocuklara bilgi, ahlak eğitimi ve sanatsal estetik kazanımı sağladığı düşünülmektedir.

Çocuk kitaplarında grafik tasarım elemanlarının yaratıcı kullanımlarına öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- İllüstrasyon tasarımlarında; karakterin hikâyede öne çıkan özelliği abartılarak vurgulanabilir, bu vurgulamalar karakterin ana yapısında var olan genel yapısına katkı sağlayarak gerçeklikten uzaklaşma ve çocuğun bilinçaltındaki gerçekliklerinin ifade edilebilmesine olanak sağlayabilir. Bu vurgulamayı, anatomik yapıda oran orantı farklılıkları yaratarak (çok uzun bacaklı bir kız çocuğu, minik kulaklı bir fil) karakterlerin giysilerinde alışlagelmişin dışına çıkabilmek gibi örneklenerek çeşitlendirmek mümkündür.
- Sahne tasarımında, alışlagelmiş perspektif kuralları dışına çıkılarak okuyucu şaşırtılabilir. Hikâyenin farklı anları aynı sayfada tek mekân ile ilişkilendirilebilir, bağlantı kurmada çocuğu zorlayarak düşünmesi sağlanabilir ve illüstrasyonun metin anlatımından daha ileri bir noktaya taşınması sağlanabilir.
- Sayfa planlamada çocuğun illüstrasyon ve tipografi takibinde konunun hareketliliğine göre karakterlerin sahneden çıkmasına izin verilerek, durağan yapıya anlık hareket kazandırılmış olur ve çocukta iki boyut sayfa algına boyut kazandırılmış olabilir.
- Çocuk kitaplarında doku kullanımı sadece göze değil, bir diğer duyu organımız olan deriye de hitap etmelidir. Kullanılacak dokunsal dokuya hitap edecek uygulamalar, özellikle bebeklik döneminde (0-3 yaş) farklı duyu organlarını da gelişim esnasında nesnelere tanıma ve öğrenmede devreye sokmuş olur.
- Çocuk kitapları tasarımında form: Kitapların çocukların dostu olduğu unutulmayarak gerektiğinde bir oyuncak eklentileriyle benimsemesi sağlanabilir.
- Renk kullanımı: Görsel öğelerde gerçekte var olan rengin yerine farklı kullanımlarla gördüğü dünyayı farklı renk açısından algılaması, sorgulaması, farklı renk detayları yakalayabilmesi adına aykırı renk kullanımı zaman zaman tercih edilebilir (kırmızı fil ve mor, beyaz, sarı, pembe resmedilen ağaç gibi).
- Tipografi kullanımı: Çocuk kitaplarında yazıda kullanılan tek yazı karakteri, tek punto, tek renk ve ortak bloklama kullanımı yerine bu tercihlerde çeşitliliğe gitmek, çocuğun yazıları okuma, inceleme isteğine ve sözel anlatımı desteklemeye büyük katkısı olabilir. Tasarım açısından hikâyenin anlatımında metin içeriğine vurgulama yapma ve yazı ile ritim oluşturma, görsel ile ilişkisinde devamlılık sağlamaya katkısı olur.
- Materyal kullanımı: Özellikle iki yaş altı çocuk kitaplarında, kitabın tasarımında kullanım açısından dayanıklı olması adına kalın gramajlı sayfa tercihi yaygındır. Buna ilaveten bebeğin yeme saati, banyo saati ve uyku saatlerinde ona eşlik etmesine imkân sağlayacak materyal seçimi, bebeğin kitapla geçireceği bağı ve zamanı artırdığı gibi çeşitlenmesini de sağlayabilecektir.

## KAYNAKÇA

- Ambrose, G. And Harris, P. (2013). *Grafik Tasarımında Sayfa Düzeni*. İstanbul: Literatür.
- Ambrose, G. And Harris, P. (2016). *Grafik Tasarımında Format*. İstanbul: Literatür.
- Becer, E. (2015). *İletişim ve Grafik Tasarım* (10. Baskı). Ankara:Dest.
- Bee, H., Boyd, H. (2009). *Çocuk Gelişim Psikolojisi*. (O. Gündüz, Çev.). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Benjamin, W. (2001). *Çocuklar, Gençlik ve Eğitim Üzerine*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Çakmakçı, N. (2011). *Çocuk Kitaplarında Oyun Ögesi ve Okul Öncesi Eğitim Amaçlı Etkileşimli Çocuk Kitabı Tasarım Çalışması* (Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Daniel, N. (2003). *Cognitive Psychology of Children*, New York: Munch.
- Eroğul, R. Ç. ve Yurtal, F. (2014). *Eğitim Psikolojisi El Kitabı*. Ankara: Mentis Yayıncılık.
- Fielding, R. (2020). *Minik Deniz Kızı*. İstanbul: Pearson.
- Furniss, M. (2013). *Animasyon'un Kutsal Kitabı*. İzmir: Karakalem.
- Golomb, C. (2004). *The Child's Creation of A Pictorial World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Gökçearsan, A. (2009). "Canlandırmalarda: Mizah, Anatomik Yapı ve Karakter Tasarımı", *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 79-91.
- N. Keser (2009). *Sanat Sözlüğü*. Ankara: Ütopya.
- Özdemir, O., Özdemir, P. G., Kadak, M. T., Nasıroğlu, S. (2012). Kişilik Gelişimi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar* 4(4): 566-589.
- Öztürk, A. (2005). *Okul Öncesi Eğitim Kurumlarında Anadili Etkinlikleri*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Şaçan, A. K. (1998). *Başlangıcından Günümüze Türk İllüstrasyon Sanatı* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sarıkavak, Namık Kemal. (2009). *Çağdaş Tipografinin Temelleri* (2.Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Senemoğlu, N. (1997). *Gelişim Öğrenme ve Öğretim*. Ankara: Spot Matbaası.
- Sever, S. (1995). Çocuk Kitaplarında Bulunması Gereken Yapısal ve Eğitsel Özellikler. *Abece Eğitim ve Ekin ve Sanat Dergisi*, (107): 14-15.
- Şahin, C. (2016). *Eğitim Psikolojisi (Gelişim-Öğrenme-Öğretim)*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Tepecik, A. (2002). *Grafik Sanatlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tezcan, G. Canlandırma Film Ders Notları. (2008-2009)
- Türkmen, B. B. (2018). Resimleme dilinde alternatif bir yaklaşım: Kaligrafi ile resimleme. *Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, (22), 343-359.
- URL 1: <https://www.bookdesignmadesimple.com/design-a-childrens-picture-book/> (erişim tarihi: 10.05.2021)
- URL 2: <https://nataliemerheb.com/illustration-101/top-tips-for-good-childrens-picture-book-cover-design/> (erişim tarihi: 10.05.2021)
- URL 3: <https://www.youtube.com/watch?v=fAx2mZwO6bc> (erişim tarihi 01.04.2022)
- URL 4: <https://www.penguinrandomhouse.ca/books/220817/sky-color-by-peter-h-reynolds-illustrated-by-peter-h-reynolds/9780763623456> (erişim tarihi: 01.04.2022)
- URL 5: <https://www.amazon.ca/Eddie-Longpants-Mireille-Levert/dp/1554981298>
- URL 6: <http://illustration.ninablychert.com/trolls-de-dents/> (erişim tarihi: 01.04.2022)
- URL 7: (<https://sozluk.gov.tr/>)
- URL 8: <https://www.amazon.com/Nikolai-Gogols-Nose-Vasilevich-Gogol/dp/0688104649>
- URL 9: [https://www.amazon.com/Under-Sea-Little-Childrens-Novelty/dp/1950951200/ref=sr\\_1\\_113?crid=2RKSTTJNGHC22&keywords=under+the+sea&qid=1648814567&refinements=p\\_n\\_feature\\_five\\_browse-bin%3A2578998011&rmid=2245026011&s=books&prefix=under+the+se%2Cstripbooks-intl-ship%2C226&sr=1-113](https://www.amazon.com/Under-Sea-Little-Childrens-Novelty/dp/1950951200/ref=sr_1_113?crid=2RKSTTJNGHC22&keywords=under+the+sea&qid=1648814567&refinements=p_n_feature_five_browse-bin%3A2578998011&rmid=2245026011&s=books&prefix=under+the+se%2Cstripbooks-intl-ship%2C226&sr=1-113)
- URL 10: <https://www.shillingtoneducation.com/blog/best-childrens-books/> (erişim tarihi: 01.04.2022)
- URL 11: <https://www.amazon.fr/Djeco-Tampons-Robes-f%C3%A9riques/dp/B000TQSDG8>
- URL 12: <https://www.amazon.com/Alices-Adventures-Wonderland-Pop-up-Adaptation/dp/0689847432>
- URL 13: <https://www.amazon.com/Three-Pigs-David-Wiesner/dp/0618007016>
- URL 14: <https://www.panelkirtasiye.com/lost-found-early-learnly>



URL 15: <https://www.the-best-childrens-books.org/Apples-to-Oregon.html>

URL 16: [https://www.amazon.com/Peppa-Pig-Microphone-Sound-Activity/dp/1503745570/ref=sr\\_1\\_4?crid=1CFK2TSQWYX3&keywords=peppa+pig&qid=1648843256&s=books&srefix=peppa+pig%2Cstripbooks-intl-ship%2C275&sr=1-4](https://www.amazon.com/Peppa-Pig-Microphone-Sound-Activity/dp/1503745570/ref=sr_1_4?crid=1CFK2TSQWYX3&keywords=peppa+pig&qid=1648843256&s=books&srefix=peppa+pig%2Cstripbooks-intl-ship%2C275&sr=1-4)

URL 17: <https://www.amazon.com/Melissa-Doug-Childrens-Book-Float-Alongs/dp/B07W6JL7PL>

# SANATSAL DESEN ÖĞRETİMİNDE DİJİTALLEŞME

## Digitalization in Artistic Drawing Teaching

Yılmaz ÇIRACIOĞLU<sup>1</sup>, Zeynep GÖNÜLAY ÇALIMLI<sup>2</sup>

### ÖZET

Sanat eğitiminin önemli bir halkası olan desen konusu genellikle kağıt ve kalem kullanılarak geleneksel çizim yöntemleri ile uygulanması akla gelmektedir. Fakat günümüzde hayatın her alanında etkisi görülen dijitalleşme, sanat öğretimi de etkilemiş ve teknoloji kullanımı desen öğretiminde de yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Öncesinde teknolojinin el verdiği oranda gelişme gösteren sanat öğretimi, kimi zaman duvarlara, taşa, seramiğe ya da çeşitli kağıt tipleri üzerine yapılmıştır. Bu eserler günümüz sanat anlayışı veya teknolojsi ile ele alındığında basit olarak görülse de döneminin teknolojsi çerçevesinde incelendiğinde imkanları olabildiğince yansıttıkları görülmektedir. Sanat öğretiminin temel unsurlarından olan desen de bu dijitalleşmeden payına düşeni alacaktır. Bu konuda önemli olan dünya devletlerinin hızını yakalayabilmek, hatta mümkünse önünde yer edinebilmektir. Bu anlayıştan hareketle dünyada olduğu gibi ülkemizde de sanat eğitiminin temeli olan desen öğretimi dijital alt yapı ile zenginleştirmek önemlidir. Bu bağlamda önemi ortada olan desen öğretiminin Türkiye'deki gelişimi ve durumu, şimdiye dek kullanılmış teknoloji ve günümüz teknolojsi olan bilgisayar tabanlı anlayışın bu alana yansması değerlendirilmiştir. Araştırmada veriler literatür taraması ve araştırmacılar tarafından verilen ilgili derslerde elde edilen deneyimlerden elde edilmiştir. Elde edilen bulgular araştırmacılar tarafından analiz edilmiştir. Analizler sonucunda sanatsal desen öğretiminin dijital teknikler ile şekillendirilmesinin gereği ortaya konmuştur. Bu gerek ile birlikte bahsi geçen öğretimin nasıl şekillendirilebileceği ve bu doğrultuda sonuçlar ortaya konulmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak, desen öğretiminde dijitalleşme bir ihtiyaçtan öte gereksinim olduğu; ilgili eğitim birimlerinin gerekli alt yapıyı sağlamasının önemli olduğu, dijital dünyaların geliştiği yeni çağda konunun önemli olduğu ve yine ilgili tüm eğitim birimlerinin dijital desen dersini müfredatlarına dahil etmeleri gerekliliği ortaya çıkmıştır.

### ABSTRACT

The subject of drawing, which is an important link in art education, is usually applied with traditional drawing methods using paper and pencil. However, digitalization, which has an effect on every aspect of life today, has also affected art teaching and the use of technology has been widely used in drawing teaching. Art education, which developed as much as technology allowed, was sometimes done on walls, stone, ceramics or various types of paper. Although these Works are seen as simple when considered with today's art or technology, when they are examined within the framework of the technology of period, it is seen that they reflect the possibilities as much as possible. Drawing, which is one of the basic elements of art education, will also take its share from this digitalization. The important thing in this regard is to catch up with the speed of the World states and if possible to be ahead of them. Based on this understanding, it is important to enrich drawing teaching, which is the basis of art education in our country as well as in the World with digital infrastructure. In this context, the development and situation of drawing teaching, which is of obvious importance in Turkey the technology that has been used until now and the relection of today's technology, computer-based understanding on this field have been evaluated. with the evaluation, it has been tried to reveal how the mentioned teaching can be shaped and the results in this direction. The data in the research were obtained from the literature review and the experiences gained in the revelant courses given by the researchers. The findings were analyzed by the researchers. As a result of the analyzes that the revealed that the artistic draw teaching should be shaped with digital techniques. As a result, digitalization in drawing teaching is a necessity rather than a need; It has emerged that important fort he relevant education units to provide the necessary infrastructure the subject is important in the new age when digital worlds are developing and again, all relevant education units need to include the digital drawing course in their curricula.

**Anahtar Kelimeler:** Sanat eğitimi, desen, dijital desen.

**Keywords:** Art education, drawing, digital drawing.

1. ORCID: 0000-0003-4680-1850  
2. ORCID: 0000-0002-7203-0546

1. Öğr. Gör. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Temel Sanat Bilimleri Bölümü, [y.ciracioglu@hbv.edu.tr](mailto:y.ciracioglu@hbv.edu.tr)  
2. Dr. Öğr. Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, [zeynepgonulaycalimli@mku.edu.tr](mailto:zeynepgonulaycalimli@mku.edu.tr)

## EXTENDED ABSTRACT

In the artistic sense, drawing is a visual language and it shows how the outside World is seen, how it is perceived the quality of visual accumulations and how it reflects the inner World of the person (Ayaydın, 2010, p. 162). A design in the mind can be embodied at first hand through drawing or it can be developed by drawing studies in this way (Avcı, 2017, p. 3). Drawing is actually an active process in which thinking by drawing is provided. The reason for this is the development of hand-eye coordination, correct vision, perception, interpretation and reflection skills in the student with drawing teaching. In this direction, drawing education provides important gains to the individual. These achievements are the basis of being able to produce art. For example; such as seeing correctly, making sense of the mass that the object occupies in the spatial area, visualizing the shape with its details, etc. There are various gains.

Many artists have described the drawing as the first reflection of the artwork, the first expression or indispensable. According to Michelangelo, "Drawing is the root of all art and the soul or true source of all painting". According to Eyüpoğlu (1986); "More than half of the art of drawing is its framework, establishment and order". Drawing teaching, which is seen as the cornerstone of traditional art education can be seen to maintain its importance for hundreds of years.

From an objective point of view, it can be said that there are hundreds of drawing Works by all artists who are accepted both locally and internationally and are considered master artists. Even this situation alone reveals the importance of drawing education in art education. However, many prominent artists; he described the drawing as the existing itself or its interpretation. In addition, when the drawing-work relationship is examined; The drawing is the first reflection of the artist's World of self, because it is the transfer of the fiction created in the mind to paper in the form of a draft. In this sense, the drawing can also be called the basic element of creativity.

Although the stylistic drawing effects in the Turks showed themselves in the Seljuks (Selçuklular), the Ottomans (Osmanlılar) and even in their older civilizations, cultural and art movements in the western sense; It accepted that it started with art lessons included in military education in the Ottoman Empire. Subsequently, with the establishment of Sanayi-i Nefise School in 1882, it moved to an academic dimension. In Turkey, with the proclamation of the republic the same institution continued art education under the name of Fine Arts Academy in 1928 and Mimar Sinan Fine Arts University since 2006.

The first higher art school established in Republic of Turkey is the Gazi Education Institute. Its name was changed to Gazi University in 1982. The foundations of the modern civilization level and superiority aimed by the great leader Mustafa Kemal ATATÜRK, the founder of the Republic of Turkey, are laid on these occasions. Both institutions have been important touchstones in Turkey's art education. In addition, these institutions have pioneered in the field of art education. Over time, these university graduates have contributed to the universities and art faculties established in various cities of the country and still do.

When it comes to drawing education in the arts, the first thing that comes to mind is sketch, like drawings created with paper and pencil. However, the effect of digitalization can be seen in many areas in daily life, including today's understanding of education. Art education, which developed as much as technology allowed, was sometimes done on walls, stone, ceramics or various types of paper. Although these Works are seen as simple when considered with today's art or technology, when they are examined within the framework of the technology of period, it is seen that they reflect the possibilities as much as possible. Drawing, which is one of the basic elements of art education, will also take its share from this digitalization.

The important thing in this regard is to catch up with the speed of the World states and if possible to be ahead of them. Based on this understanding, it is important to enrich drawing teaching, which is the basis of art education in our country as well as in the World with digital infrastructure.

In this context, the development and situation of drawing teaching, which is of obvious importance in Turkey the technology that has been used until now and the reflection of today's technology, computer-based understanding on this field have been evaluated. With the evaluation, it has been tried to reveal how the mentioned teaching can be shaped and the results in this direction. As a result, digitalization in drawing teaching is a necessity rather than a need; It has emerged that important for the relevant education units to provide the necessary infrastructure the subject is important in the new age when digital worlds are developing and again, all relevant education units need to include the digital drawing course in their curricula.

## GİRİŞ

Desen günlük hayatta sıklıkla kullanılan bir kelimedir. Kelimenin kökenine bakıldığında Fransızca dessin “çizim, tasarım” sözcüğünden geldiği görülebilir bu kelime ise yine Fransızca dessiner “taslağını çizmek, işaretlemek, betimlemek” fiilinden türetilmiş olup bu fiilde, Latince aynı anlama gelen designare fiilinin dönüşmüş halidir (URL 1). Tdk’ya göreyse desen; görsel bir etki yaratmak amacıyla yapılmış çizgi resimlerin hepsi olarak tanımlanmıştır (URL 2).

Sanatsal anlamda desen, görsel bir dildir ve dış dünyanın nasıl gördürüldüğü, nasıl algıladığı görsel birikimlerin niteliğini ve kişinin iç dünyasını nasıl yansıttığını gösterir (Ayaydın, 2010, s. 162). Zihindeki bir tasarım ilk elden, desen yoluyla vücut bulabilir ya da bu yolla, çizim çalışmaları ile geliştirilebilir (Avcı, 2014, s. 3). Desen aslında çizerek düşünmenin sağlandığı aktif bir süreçtir. Bunun sebebi ise desen öğretimi ile öğrencide el göz koordinasyonu, doğru görme, algılama, anlamlandırma ve yansıtılma yeteneğinin geliştirilmesidir. Bu doğrultuda desen eğitimi bireye önemli kazanımlar sağlamaktadır. Bahsedilen bu kazanımlar sanat üretebilmenin temelini oluşturmaktadır. Örneğin; doğru görebilme, nesnenin uzamsal alan içerisinde kapladığı kütlenin anlamlandırılabilmesi, biçimin detayları ile zihinde canlandırılabilmesi gibi vb. çeşitli kazanımlar söz konusudur. Bunların yanı sıra dijital becerilerin edinilmesi sanatsal desen öğretiminin etkisini daha da arttırabilir. Çağdaş bireylerin gündelik yaşamlarının yanı sıra sanal dünya olarak nitelendirilen bilgisayar ve internet tabanlı sosyal alanlara yönelik gelişim göstermeleri önemlidir. Çeşitli programlar ve teknolojik ekipmanlar vasıtasıyla gerçekleştirilen dijital sanat ürünlerinin öğretimi bu bağlamda daha da önem kazanmaktadır.

Deseni birçok sanatçı sanat eserinin ilk yansıması, ilk dışavurum veya olmazsa olmaz olarak nitelendirmiştir. Michelangelo’ya göre “desen tüm sanatların kökü ve tüm resimlerin ruhu ya da gerçek kaynağıdır”. Eyüpoğlu (1986)’a göre; “desen resim sanatının yarısından çoğu, onun çatısı, kuruluşu, düzenidir” (Eyüpoğlu, 1986, s. 301; Kıvrak, 2015, s. 9). Geleneksel sanat eğitiminin mihenk taşı olarak görülen desen eğitimi, yüz yıllar boyunca önemini devam ettirdiği görülebilir. Bu bağlamda sanat eğitiminin temeli olarak görülen desen öğretiminin çağdaş dijital teknikler kullanılarak yapılandırılması ve geliştirilmesi önemlidir. Bu önemden hareketle araştırmada sanatsal desen öğretiminde dijitalleşme konusu çeşitli yönleri ile ele alınarak incelenmiştir. Araştırmada veriler literatür taraması ve araştırmacılar tarafından verilen ilgili derslerde elde edilen deneyimlerden elde edilmiştir. Elde edilen bulgular araştırmacılar tarafından analiz edilmiştir. Analizler sonucunda sanatsal desen öğretiminin dijital teknikler ile şekillendirilmesinin gereği ortaya konmuştur.

### 1. Sanat Alanında Desen Öğretiminin Önemi

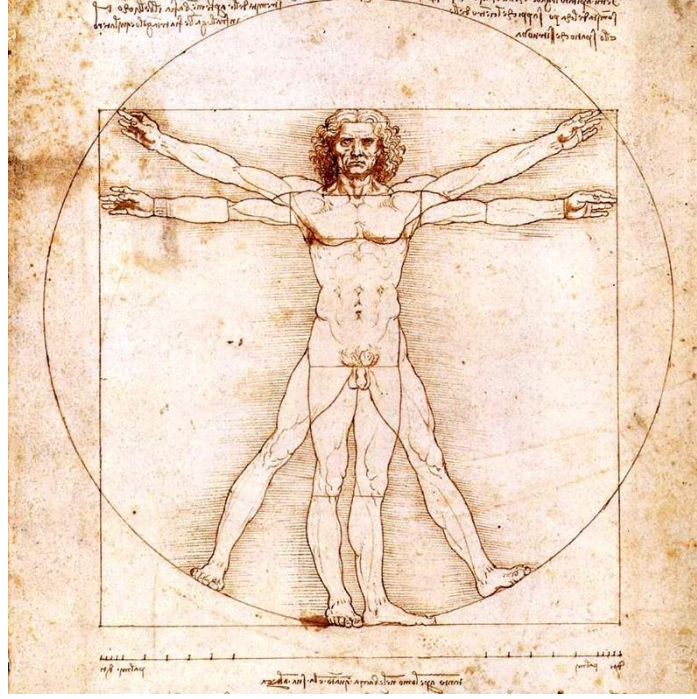
Desen öğretimi sanat alanlarının temel adımını oluşturmaktadır. Ünlü sanatçı Michelangelo döneminde açılan ilk sanat okulunu “desen okulu” olarak isimlendirmiştir. 16. yüzyılda desen, sanatsal tasarımın bir başka deyişiyle sanatların kökü ve temeli olmasıyla önemsenmiştir (Bulut, 2003, s.23).

Duygu ve düşüncelerin, estetik kaygı ile forma dönüşerek somutlaşması sanat olarak tanımlanabilir. Toplum perspektiften incelendiğinde sanat, güzeli aramanın kültürel, etnik, inanış bakış açılarından yansıması olduğu söylenebilir. İnsanın kişiliği çevresindeki olgular, kişiler ve anıların etkisi ile şekillenir. Tıpkı sanatın şekillendiği gibi... Fakat temelinde ne olursa olsun! Sanat üretiminin en önemli yolu içinde bulunduğu ortamı (doğayı) ve/veya toplumu doğru gözlemleyip, anlamlandırma ve çeşitli teknikler ya da araçlar kullanarak ifade edebilmektir.

Bu doğrultuda da sanatçının elindeki en önemli tekniklerden biri desen çizimidir. Deseninin çizilmesinde; varlığın incelenmesi yoluyla her şeyden önce bakmak öğrenilir, nesnelere tanımak, hacimleri karşılaştırmak, yönleri bakarak hareketi kavramak, aksları bulmak, uzun süreli etütleri belleğe kazımak, matematiksel bir disiplinden sonra, göz ve el terbiyesiyle, kendi eseri olan çizgi olarak karşımıza çıkar (Emirali, 2007, s. 255). Dışardan bakıldığından basitmiş gibi algılanabilen bu süreç, aslında oldukça karmaşık yapıların birlikte uyum içinde çalışmasının sonucudur. Bu bağlamda bakmanın değil bilinçli olarak görebilmenin ve gözlemleyebilmenin aslında sanatsal üretim için ön şart olduğundan bununda öğrenilmesinde desen eğitiminin oldukça önemli olduğundan bahsedilebilir.



Aynı şekilde sanatsal yeteneğin uygun şekilde değerlendirilmesi de; yine bilinçli yapılan gözlem yoluyla elde edilen bilgi veya becerilerin farklı olarak doğru bir biçimde anlamlandırılması olduğu söylenebilir. Bu durumda aslında kişisel anlayış çeşitliliğine ve böylelikle yaratıcı ifadenin oluşumuna destek olur. Yaratıcı ifade ancak gerçekleşen olgu veya düşünceye geniş bir açı ile çeşitli yönleri ile bakabilmenin sonucunda ortaya çıkar. Buna ek olarak bazen toplumun sınırlarının dışına çıkarak toplum yaşantısı, ihtiyaçları ve doğrularının gözlemlenmesi, sanatçıyı toplumun ilerisinde fikirlere götürebildiği gibi, yaratıcı ifadenin oluşmasında etkili olabilir. Sanat öğretimi alanında bilinmesi gereken üretim ve yönlendirme temelli anlayışın oluşturulabilmesi ancak sanat alanının temeli olarak kabul edilen desen öğretimi gibi disiplinler ile mümkündür. Bu bağlamda incelendiğinde desen öğretimi kendi içerisinde birçok kazanımın elde edilmesini sağlamaktadır.



Resim 1. Leonardo Da Vinci, “Vitruvius İnsanı”, 1490 Kağıt Üstüne Mürekkep ve Kalem, 34x25, 5 cm (URL 3).

Resim 1’de görülen Leonardo Da Vinci’ye ait, insan anatomisinin incelendiği deseni (sanat alanıyla ilgili ya da ilgisiz fark etmez) dünya üzerindeki insanların çoğu tarafından bilinmektedir. İnsan uzuvları üzerine çalıştığı sürecin tamamında öncelikle desene verdiği değer desen öğretiminin önemini de ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra Da Vinci’nin mezardan kavadraları gözlemleyerek deseni çok daha farklı noktalara taşıdığı da bilinmektedir.

Bu doğrultuda objektif olarak bakıldığında hem yerelde hem de uluslararası mecralarda kabul görmüş, usta sanatçı olarak kabul edilen bütün sanatçıların yüzlerce desen çalışmasının bulunduğu söylenebilir. Sadece bu durum bile sanat eğitiminde desen eğitiminin önemini gözler önüne sermektedir. Bununla birlikte, ön plana çıkan birçok sanatçı; deseni var olanın kendisi ya da yorumlanması olarak nitelendirmiştir. Ayrıca desen eser ilişkisi incelendiğinde; desen, sanatçının benlik dünyasının dışarı ilk yansımasıdır çünkü zihinde oluşturulan kurgunun taslak niteliğinde kağıda aktarımıdır. Bu anlamda, desen için ayrıca yaratıcılığın da temel unsuru denilebilir.

## 2. Türkiye’de Desen Öğretimi

Türklerde üslupsal desen etkileri kendilerini Selçuklularda Osmanlılarda hatta daha eski uygarlıklarında gösterse de batılı anlamda kültür sanat hareketleri; Osmanlı’da askeri eğitim içine alınan sanat dersleriyle başladığı kabul edilir. Akabinde 1882 yılında Sanayi-i Nefise Mektebi’nin kurulmasıyla akademik boyuta taşınmıştır. Türkiye’de ise cumhuriyetin ilanı ile aynı kurum 1928 yılında Güzel Sanatlar Akademisi ve 2006 yılından itibaren Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi adı ile sanat eğitimine devam etmiştir.

Gazi Terbiye Enstitüsü bünyesinde açılan resim bölümü Türkiye'nin sanat eğitimcisi yetiştiren ilk kurumu olmuştur. Bu kurumun 1982 yılında ismi Gazi Üniversitesi olarak değiştirilir. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu ulu önder Mustafa Kemal Atatürk'ün hedeflediği çağdaş uygarlık seviyesi ve üstünün temelleri bu vesileler ile atılır. Her iki kurum da Türkiye'nin sanat eğitiminde önemli mihenk taşı olmuşlardır. Ayrıca bu kurumlar sanat eğitimi alanında öncülük etmişlerdir. Zamanla bu üniversite mezunları yurdun çeşitli illerinde kurulan üniversite ve sanat fakültelerine de katkı sağlamış hala daha sağlamaktadır.

Desen öğretimi, sanat eğitiminin bu girişimler ile Türkiye'de verilmeye başlanması ile birlikte döneminin önemli derslerinden biri olmuştur. Bugün de Yüksek Öğretim Kurumu'na bağlı üniversitelerin sanat fakültelerinde verilen desen dersleri incelendiğinde genellikle ilk dört dönem olacak şekilde yapılandırıldığı görülmektedir. İçerikleri ise ilk dönem için canlı modelden ya da nesne kompozisyonu, görsel algının geliştirilmesi çalışmaları, çeşitli malzeme ve tekniklerle çizgisel algılamının ve yansıtılmasının sağlanmasına yöneliktir. İkinci dönem modelden desen çalışmalarının yanı sıra elde edilen çizim yeteneği alt yapısını imgesel desen, tarz geliştirme, yorum katabilme ve şekillendirebilme yönünde çalışmalar ile zenginleşir. Sonraki dönemleri kapsayan içerikler ise doğa taklidi, organik veya inorganik nesnelerin kompoze edilmesi ile kompozisyon denemeleri ile özgürce gelişen bir tarz devinimini içerir. Bahsi geçen devinim bireyin bir sanatçı adayı olarak sürekli gelişimine destek olur.

### 3. Desen Öğretiminde Kullanılan Teknoloji (araç, gereç, materyaller ve diğer altyapılar)

İnsanlık tarihinin başından bu yana var olduğu kabul edilen sanatın örnekleri mağara duvarlarında av sahnelerinin tasviri ile görülmektedir. Sanatın temel unsurlarından olan desen anlayışı mağara resimlerinde de açıkça görülmektedir. Başlangıçta bazen kanla, bazen bitkisel boyalarla mağara duvarlarına çizilen betimsel şekillerden ibaret olan desenler; Rönesans'la birlikte zirve dönemini yaşamış, kalem, kağıt vb. materyallerin çeşitlenmesi ile zenginleşmiştir. Bu gibi gelişmelerin ardından günümüz bilgisayar alt yapısı ile desen anlayışı gelişerek sanat dünyasında etkisini devam ettirmektedir.

Her çağın getirmiş olduğu yenilikler ve gereklilikler doğrultusunda hiç kuşkusuz eğitim anlayışları da değişmektedir. Özellikle teknoloji çağının hızlı değişen alt yapısına desen eğitimi de uyum sağladığı görülmektedir. Bunun yanı sıra çağın gereklilikleri ve hızlı gelişen teknolojik gelişmeler eğitimin her alanını derinden etkilediği gibi desen eğitimi etkilemiştir. Daha önceki çağlardan farklı olarak, son yüz yılda insanlık çok büyük teknolojik gelişmeleri çok kısa sürede yaşamlarına katmıştır. Bu sebeple artık klasik ya da geleneksel olarak adlandırdığımız eğitim değerleri tek başlarına bu çağın insanların ihtiyaçları karşılama zorlanmaktadır. Her şeyin geliştiği gibi eğitimsel değerler ve buna bağlı olarak da desen eğitiminin de çağa ayak uydurması beklenen bir durumdur. Bunun yanı sıra yüz yıllardır devam eden rüştünü ispatlamış bir sistemde söz konusudur.

Bu noktada aslında desen öğretimi için temelde iki anlayış olduğunu belirtmek doğru olacaktır. Bunlar; geleneksel desen ve dijital desen olarak sınıflandırılabilir. Her ikisinde de özellikle çizim yeteneği ön plana çıksa da kullanılan araçlar bağlamında değişiklik göstermektedir. Geleneksel desen öğretiminde kullanılan standart teknoloji kağıt (deri vb. fonlar), kalem (kömür, füzen, tebeşir vb. iz bırakanlar), silgi ve duralit (altlık amacı ile kullanılan herhangi bir zemin) şeklinde sıralanabilir. Ancak dijital desen öğretiminde kullanılan teknoloji her geçen gün yeniden şekillenmektedir. Yakın zaman teknolojisi de iki temel üzerine inşa edilebilir: yazılım ve teknolojik materyaller. Bu doğrultuda, Rönesans'tan bugüne desen öğretiminde kullanılanlar teknolojilerin gelişimini kısaca inceleyecektir.

Geleneksel desen öğretiminde kullanılan araçlar neredeyse aynı kalsa da geçmişten bugüne bu materyallerin çeşitlendiği görülebilir. Modern kağıdın ilk ortaya çıkışı her ne kadar Çin'in kuru iklimli bölgeleri olarak gösterilse de M.Ö. ikinci yüzyıla tarihlenen bazı Batı Han dönemine ait şu anki Moğolistan'da örnekler görülmektedir. Bunun yanı sıra birçok kişi tarafından adı bir şekilde duyulmuş ve tarihi daha da geriye dayanan Papirüs, ilk defa M.Ö. 3300'lü yıllarda Eski Mısır'da yapılarak kullanılmıştır. Daha sonra tüm Akdeniz ülkelerine yayılarak kullanılmaya başlanan ve en geniş kullanım alanına sahip yazı ve çizim malzemesi olan Papirüs kâğıdı önemimi M.S. XI. yüzyıla kadar korumuştur (Atılgan, 2006). Bu kağıt teknolojisi uzun yıllar boyunca etkisini sürdürmüştür. Bununla birlikte M.S. yaklaşık 610 yıllarında Çin yöntemleri ile mürekkep ve kâğıt yapmayı, Koreli Budist rahip Doncho tarafından öğrenen Japonlar, kırılma çabası çok olan Çin kağıtlarını kenevir gibi çeşitli malzemeler ile yeniden üretmişlerdir (Güven ve diğerleri, 2012). Üretilen daha dayanıklı ve çeşitli renklere sahip kağıdın ismine ise "washi" demişlerdir. Washi batılı kağıt sanayisinin gelişmesi ile zamanla neredeyse yok olmuştur.

Dünya üzerinde çeşitli bölgelerde M.S. 11. yüzyılda kağıdın kullanımı daha da artmış, 15. yüzyılda tamamen yaygınlaşmıştır. Sonrasında Batı’da gelişen sanayi devrimi ile birlikte kağıt fabrikalarda üretilmeye başlanmış ve bir anlamda değerini yitirmiştir. Ancak bu durum beraberinde sanatçı ve sanatçı adaylarının da bu malzemeye ulaşımını kolaylaştırmış, böylelikle desen öğretiminin vazgeçilmez araçlarından biri haline getirmiştir. Günümüzde çeşitli gramajlarda ve dokulara sahip kağıtlar desen öğretiminde kullanılmaktadır.

Desen öğretiminde kağıt kadar önemli olan bir diğer malzeme kalemdir. Kalemin de kağıt gibi teknolojisinin gelişmesi uzun yıllar almıştır. Ancak günümüzde bilinen kalemin işini kaleme benzer çeşitli nesnelere gerçekleştirmiştir. Antik uygarlıklar kil tabletler üzerine yazmak için çivi benzeri sivri uçlu nesnelere kullanmışlardır. Sonraki dönemlerde sopalar, kamyş ve kıl ile üretilmiş fırçalar ve ilkel düzeyde kalemler kullanılmıştır. Tam olarak modern kalemin hangi tarihte icat edildiği bilinmese de konu ile alakalı çeşitli fikirler belirtilmektedir. 16. yüzyılda Batı’da modern kalem kullanılmaya başlanmıştır. Öncelikli olarak grafit malzemesi ve ahşap ile geliştirilen kalem, sonrasında kömür, yapay ahşap ve benzeri malzemeler ile de şekillendirilmiştir. Günümüzde desen öğretiminde de kullanılan kurşun kalem örneklerinin icadı 18. yüzyıla tarihlenir. Kurşun kalem haricinde desen öğretimi için kullanılan çeşitli kalemler de mevcuttur. Bunlara versatil, tükenmez, dolma, keçe uçlu, asetatlı, pit, füzen kalem tipleri örnek olarak gösterilebilir.

Geleneksel desen öğretiminde kullanılan bir diğer önemli malzeme silgidir. Çeşitli doğal malzemeler kullanılarak yapılan silme işlemini İngiliz mühendis Edward Nairne 1770 yılında kauçuk kullanarak gerçekleştirmiştir (Khan, 2014).

Diğer anlayış ise günümüzde neredeyse her alanda etkisini göstermeye devam eden dijitalleşmenin etkisi ile ortaya çıkan dijital desendir. Dijital desen öncelikle kullanılan teknolojinin doğru kavranması ile mümkündür. Bilgisayar destekli desen yazılımları bir tasarım oluşturma, değiştirme, analiz veya optimize etmeye yardımcı olma amacıyla oluşturulmuştur. Bilgisayar destekli tasarım yazılımları tasarımcının verimliliğini artırmanın yanı sıra tasarım kalitesinin de geliştirilmesi için kullanılmaktadır (Atmaca, 2008). Kullanılacak yazılım ve teknolojik materyallerin niteliği önemlidir. Bilgisayarın hayatımıza hızla dahil olduğu 20. yüzyılın sonları itibarıyla dijital dünya ile gerçeğin bağlanmasına aracılık eden çeşitli yazılımlar ve bunların ara yüzleri söz konusudur. Genellikle grafik tasarımcıların, sanayi üreticilerinin ve baskı çeşitlerinin gerçekleştirildiği alanlarda kullanılan bu yazılım ve ara yüzlere örnek olarak döneminin vektör tabanlı önemli programlarından “Freehand” ve “Corel Draw” versiyonları verilebilir. Bunun yanı sıra piksel tabanlı “Photoshop” programı da bugün olduğu gibi etkisini göstermekteydi. Vektör tabanlı çalışan ve Aldus firması tarafından yaratılan ve daha sonra Macromedia’ya satılan sonraları Adobe’nin bir parçası olan Freehand, Corel Corporation tarafından üretilen Corel Draw ile Adobe System Incorporated ismi ile kurulan ve sonrasında Adobe Inc. bünyesinde öncelikle piksel tabanlı Photoshop programı döneminin temel çizim programlarıydı. Ancak günümüzde 2019 yılında Adobe Inc. tarafından geliştirmeye başlanılan “Fresco” programı dijital desen konusunda ön plana çıkmaktadır.

Dijital desen dendiğinde ilk olarak akla gelen illüstrasyon çalışmaları, temelde yine geleneksel desende olduğu gibi nokta, çizgi, leke vb. öğelerden oluşmaktadır. Burada önemli olan programların sağlayacağı alanı bilmek ve sonuç itibarı ile elde edilecek çıktının kalitesini öngörebilmek ile ilgilidir.

#### 4. Dijital Desen Öğretiminin Şekillendirilmesi

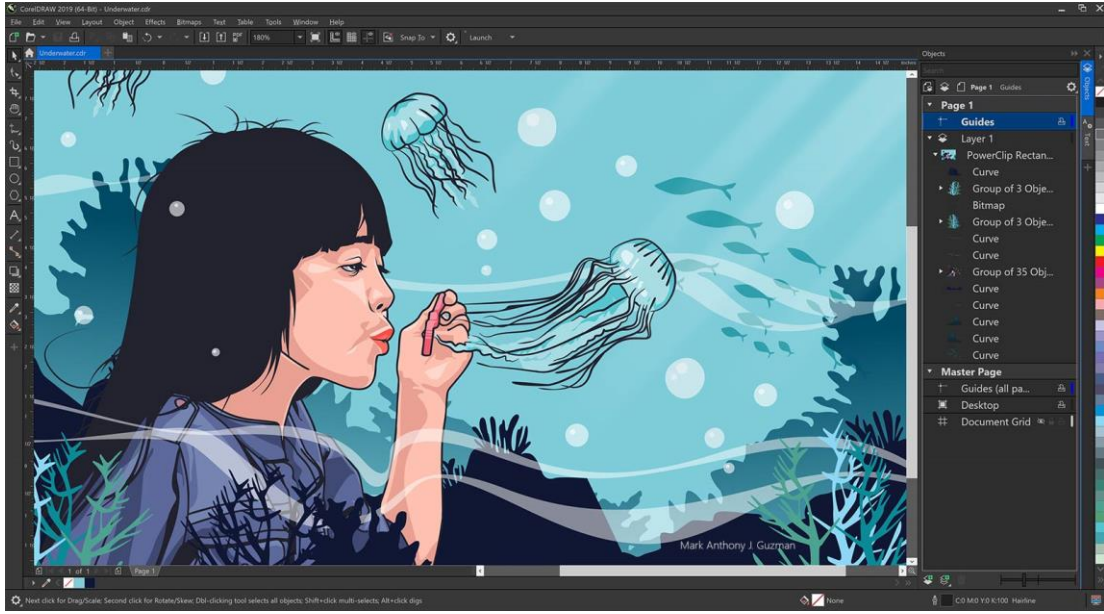
Chengdu Üniversitesi Güzel Sanatlar Okulu Profesörü Zhong Yuanbo “dijital resmi”; sanal bir görsel görüntü oluşturmak için çeşitli programlar tarafından kodlama yapılan her bir küçük piksel öğesinin bulunduğu, yaratılması için bilgisayar ortamı gereken oluşumlar olarak tanımlamıştır (Cui, 2017, s. 1429). Daha basit bir ifadeye “dijital desen”; bilgisayar destekli teknoloji ve yazılım alt yapısı ile gerçekleştirilen sanatsal ürünü olarak tanımlanabilir. Dijital desenin oluşturulmasında tablet, bilgisayar, grafik çizim tableti gibi çeşitli teknolojik araçların yanı sıra daha önce de belirtildiği gibi vektör veya piksel tabanlı yazılımlardan faydalanılabilir.

Bu noktada dijitalleşen araç gereçlerin yanı sıra bu çizimlerin yapılmasına imkan tanıyan yazılımların önemi ortaya çıkmaktadır. Bu yazılımlar ihtiyaç doğrultusunda çeşitlenmekle birlikte, belli başlı birkaç program alan uzmanları tarafından öncelikli olarak tercih edildiği görülebilir.



Bu doğrultuda öncelikle yazılımlar, program bilgisi dahilinde sanatçıya büyük bir alan ve çeşitli ebat ve teknikler konusunda özgürlük alanı sağlar. Teknolojik araçların güncel olması ve ortaya konulacak esere uygun bir yazılım tercih edilmesi önemlidir. Çünkü desen becerisinin hangi amaç ile kullanılacağı da bu aşamada önem kazanmaktadır.

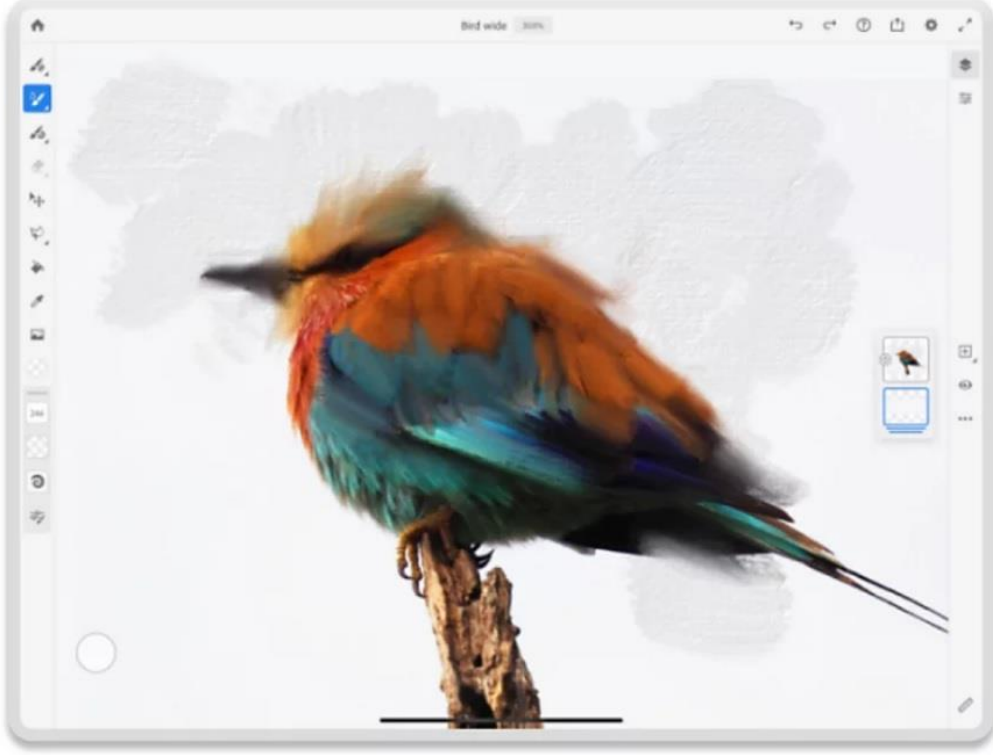
Eğer amaç grafik, resim, heykel vb. alanına yönelik illüstratif bir tarz geliştirmek ise “Photoshop” programı tercih edilebilir. Baskı, görsel iletişim, grafik vb. alanına yönelik net çizgiler ile şekillendirilmiş çalışmalara hitap edebilen İllüstratör veya Corel Draw programları gösterilebilir. Bunların yanı sıra bahsi geçen çalışmaların bir çoğunun yapılmasına imkan tanıyan ve diğerlerine kıyasla daha basit bir ara yüze sahip olan Adobe Inc tarafından yeni geliştirilen “Fresco” programı olabilir. Avcı (2014) e göre; sanat eğitimi bünyesinde yürütülen desen derslerinde, öğrencinin biçimlendirme yeteneğini, çeşitli malzeme ve teknikler ile geliştirebileceği gözlemlenmişti (s.2). Bu görüşten hareketle amaca uygun seçilen programlar desen eğitimi sürecinde, öğrencilerin var olan yeteneklerini ve yaratıcılıklarını geliştirebileceği ön görülebilir.



Resim 2. Corel Draw 2020 arayüzü (URL 4).

Yukarıdaki resim 2’de Corel Draw programının ara yüzü görülmektedir. Geniş alanda görsel betimleme olmasına rağmen etrafındaki araç seçeneklerinin çokluğu Adobe tarafından yeni geliştirilen Fresco programına kıyasla karışıklığa sebep olabilmektedir. Bu durumun bahsi geçen diğer vektör tabanlı programlar için de aynı olduğu söylenebilir. Adobe Inc. tarafından 2019 yılında geliştirilen Fresco uygulaması için ise arayüz tasarımının karmaşık olmadığı söylenebilir. Basit arayüz tasarımı ise temel düzey bilgiye sahip kişilerde dahi desen yeteneğinin dijital düzleme aktarılabilmesini kolaylaştırmaktadır. Dijital desen öğretiminde önemli konulardan bir diğeri ise daha çeşitli tekniklere hakim olan programın kullanılması olduğu düşünülürse resim 3’de verilen Fresco arayüzünün tercih edilmesi için bir sebep daha oluşabilir. Çünkü hem vektör hem de piksel katmanlarına sahip olan Fresco ile aynı zamanda hareketli grafik çalışmalar üretmek de mümkündür. Bunun yanı sıra Fresco programının yapay zeka ile şekillendiğini vurgulamakta fayda olacaktır. Öyle ki diğer programların yapay zeka desteği henüz yoktur.





Resim 3. Adobe Fresco arayüzü (URL 5).

Dijital desen eğitimi sürecinin başında hangi programda çalışılacağına karar vermek sonrasında ise programın ara yüzünü öğrencilere tanımak doğru olacaktır. Bu noktada daha öncesinde belirtilen ayrıcalıklarından dolayı Fresco programının dijital desen için daha tercih edilebilir olduğunu vurgulamak gerekir. Öncelikle çok karmaşık gelebilir ancak her programda temelde kullanılan basit araçlar söz konusudur. Bu araçların işlevlerine yönelik küçük alıştırmalar ile ara yüz tanıtılabilir. Tanıtım sonrasında yine desen eğitiminde olduğu gibi çizim yeteneği, alt yapısını imgesel desen, tarz geliştirme, yorum katabilme ve şekillendirebilme yönünde çalışmalar ile zenginleştirmek düşünülebilir. Bu süreç bir silsile şeklinde tekrar ederek ilerlediğinde öğrenme kalıcı biçimde gerçekleşecektir. Bu noktadan sonra kullanılan malzeme, program yada teknoloji tek başına yeterli olmamaktadır artık sanatçının sanatsal birikiminin üslupsal özelliklerle yapıtına başarıyla aktarması gerekir.



Resim 4. Adobe Fresco ile gerçekleştirilmiş çeşitli tekniklere yönelik çalışma örnekleri (Çıracıoğlu, 2022).

Resim 4’de araştırmacı çıracıoğlu tarafından Adobe Fresco programı ile gerçekleştirilmiş u farklı tarz ve teknikte eser görülmektedir. Bahsi geçen programın hem vektör hem de piksel tabanlı olması daha zgr bir alanın oluşmasına da öncülük etmektedir. Aynı zamanda hareketli dijital çizimler içinde kullanılabilen program dijital desen çalışmalarına en etkili zemini oluşturacak niteliktedir. Hem desen başlangıç düzeyi hem de ileri seviye desen ğretimi gerçekleştirmek için yeterli alt yapıya sahip olan program zaman geçtikçe yeni özellikler eklenerek güncellenmektedir.

## SONUÇ

Bu araştırmada, desen öğretiminin ağlar boyunca sanat eğitiminin bel kemiği ve vazgeçilmez parçası olduğu bir kez daha gözler önüne serilmiştir. Ancak ne kadar önemli ve sanatsal ihtiyaa yönelik bina edilmiş olsa da desen öğretiminin gelişen ve dönüşen teknolojiye uyumlu olmasının önemi de yadırganmamalıdır. Günümüzde dijital dönüşüm neredeyse hayatın tüm alanlarında açıkça hissedilmektedir. Bu dönüşüm birçok alanda olduğu gibi sanat alanında da zamanla bir ihtiyaçtan öte gereksinim halini almıştır. Bu sebeple modern üniversitelerin ilgili fakültelerinde okutulan desen öğretiminin zamanın gerekleri doğrultusunda dönüştürülmesi gerekmektedir. Sonuçta sanatın ilk adımı olarak nitelendirilen desenin dijital teknolojiler vasıtasıyla yeniden ve sürekli keşfine ihtiyaç vardır. Toplumun şekillenmesine n ayak olan üniversitelerin ilgili fakültelerinin ise bu değişen düzene hızla adapte olması ağdaş uygarlık seviyesinin gereğidir. Bu bağlamda kullanılacak teknolojik alt yapının sağlanması da önem arz etmektedir. İlgili fakültelerin bu yönde atılan adımları desteklemesi veya yönlendirmesinin de önemi ortadadır.

Sonuç olarak, sanat alanında u boyutlu düşünebilme yetisi heykel sanatçısı için ne ise 3D modelleme becerisi de aynı olmalıdır. Kağıt zerine imgeyi aktarabilme yeteneği ne ise dijital düzlemde çizebilme de o olabilmelidir. Günümüz teknolojisi Metaverse ile dünyamızı şekillendirilmeye başlanmışken ülkemiz ilgili okullarında dijitalleşmenin önemine dikkat çekilmelidir. Bunun yanı sıra sanatsal anlayışın kazandırılması için dijital mecraların kullanımı da ayrıca önemlidir. Bu yeteneğin sanat öğrencilerine kazandırılması adına verilen alan derslerinin mümkünse tamamında dijitalleşmenin sağlanması gerekmektedir.

Modern anlayışı takip etmesi gereken sanatçı adaylarının modern yaklaşımlar veya teknolojiye hakim olması gerekmektedir. Bu bağlamda bakıldığında tüm sanat alanlarının “dijital desen” bilgisine ihtiyaı vardır. Bu ihtiyaın giderilmesi için gerekli adımların atılması önemlidir. Öncelikle sanat eğitimi veren kurumlar olmak üzere ülkemizde ilgili tüm yapılanmaların eğitim programlarına dijital desen dersinin dahil edilmesinin önemi ortadadır.

- Atılın, M. (2006). Antik Çağın En Önemli Yazı Malzemesi: Papirüs, *Bilgi Dünyası*: Cilt 7, Sayı 2. İstanbul.
- Atmaca, A. E. (2011). Modern Sanat ve Bilgisayar Destekli Sanat Çalışmaları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 293-302.
- Avcı, S. (2014). Füzle Desen Çizmek, *Akdeniz Sanat Dergisi*, 7(13), 186-203.
- Ayaydın, A. (2010). Desen Eğitiminde Ölçme ve Değerlendirme Üzerine Bir Araştırma. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2), 159-172.
- Bulut, Ü. (2003). Plastik sanatlar eğitiminde desen çalışmaları. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 18(18), 11-24.
- Cui, J. (2017). Research on digital painting art and its diversified performance. In 2017 3rd International Conference on Economics, Social Science, Arts, Education and Management Engineering (ESSAEME 2017). Atlantis Press.
- Çıracıoğlu, Y. (2022). Adobe Fresco ile gerçekleştirilmiş çeşitli tekniklere yönelik çalışma örnekleri.
- Emirali, R. (2007). Desen için ilk ders. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 255-260.
- Eyüboğlu, B. R. (1986). *Resme Başlarken*, Bilgi, İstanbul.
- Güven, İ. M. V. N., Kaplanoğlu, L., Yangöz, H. (2012). Kağıt Yüzeyine Uygulanan Sanat Eserlerinde Kağıdın Önemi. *AKDENİZ SANAT DERGİSİ*, Cilt 5, Sayı 9. Antalya.
- Khan, A. (2014). April 15th is National Rubber Eraser Day. The University of Iowa Libraries, <https://blog.lib.uiowa.edu/eng/2014/04/> adresinden 14.04.2022 tarihinde alınmıştır.
- Kıvrak, M. N. (2015). Dijital Çizim ve Görselleştirme Tekniklerinin Desen Eğitiminde Kullanılması. Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Antalya.
- URL 1: <https://www.etimolojiturkce.com/kelime/desen> adresinden 23.06.2022 tarihinde alınmıştır.
- URL 2: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 23.06.2022 tarihinde alınmıştır.
- URL 3. Leonardo Da Vinci, "Vitruvius İnsanı" [https://tr.wikipedia.org/wiki/Vitruvius\\_Adam%C4%B1](https://tr.wikipedia.org/wiki/Vitruvius_Adam%C4%B1) adresinden 24.06.2022 tarihinde alınmıştır.
- URL 4. Anthony, M. (2021). Corel Draw Arayüzü. <https://www.coreldraw.com/en/learn/gallery/> 19.06.2022 tarihinde adresinden edinilmiştir.
- URL 5. Adobe Fresco arayüzü (2022). <https://www.adobe.com/tr/products/fresco.html> adresinden 19.06.2022 tarihinde alınmıştır.

# ARŞİV BELGELERİ IŞIĞINDA İNEBOLU'NUN 19. YÜZYILDAKİ FİZİKSEL GELİŞİMİ

## Physical Development of İnebolu in the light of Archival Documents in the 19th Century

Hatice ÇOPUR<sup>1</sup>

### ÖZET

Osmanlı şehirleri modernleşme dönemine kadar kamusal alan kavramından uzak, şehrin nüvesinde dini mimarinin esas alındığı, içe dönük, yaya trafiğine göre oluşturulmuş sokaklara ve çıkmaz sokağa sahip organik ağlar içerisinde şekillenmiştir. 18. yüzyıla gelindiğinde şehirlerde artan nüfus yoğunluğu, belediye hizmetlerindeki düzensizlikler ve bozulan vakıf hizmetleri Osmanlı şehirleri için genel geçerliliği olan kentsel düzenlemeleri zorunlu hale getirmiştir. Modernleşme süreci özellikle de Tanzimat'ın ilanından sonra yerel yönetimleri ve kentsel dokuyu düzenlemek amacıyla çıkarılan nizamnameler sayesinde Osmanlı şehirleri modern bir görünüm kazanmıştır. 19. yüzyılın sonunda Osmanlı şehirlerindeki resmi yapılar kentsel mekânda eylemlerin yoğunlaştığı yeni odak noktaları ortaya çıkmıştır. İnebolu ilçesi sahip olduğu şehir dokusu ve kültürel miras ile bölgedeki diğer şehirlerden farklı bir gelişim sergilemektedir. Bu çalışmada, İnebolu'nun 19. yüzyılda yaşadığı yangın ve sel felaketlerinin ardından yeniden düzenlenen şehir dokusu ile bu dokunun ana aktörleri olan anıtsal mimari örneklerle ilişkileri bağlamında ele alınmıştır. Şehirde yaşanan felaketlerin özellikle şehrin çekirdeği oluşturan ticaret merkezini etkilemesi, dönemin yerel idarecilerine yeni imar yasalarını uygulama fırsatını yaratmıştır. Bu amaçla ticaret merkezi için ızgara plan tipinde hazırlanan şehrin ilk kadastral plan ve arşiv belgeleri araştırmamızın temel kaynağını oluşturmaktadır. İnebolu'nun Anadolu'yu Karadeniz'e bağlayan en yakın liman olma özelliği 19. yüzyılda Osmanlı Devleti'nin Karadeniz üzerinden artan ticaret trafiğinde aktif rol almasını sağlamıştır. Şehrin artan ekonomik potansiyeli imar yasalarının uygulanmasını ve kamu kurumlarının oluşumunu hızlandırmıştır. Çalışmamızda şehrin fiziksel gelişimi tarih, ekonomi ve toplumsal gelişmeler ekseninde bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilmeye çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İnebolu, liman şehri, ızgara plan, 19. yüzyıl.

### ABSTRACT

Until the modernization period, Ottoman cities were shaped in organic networks that were far from the concept of public space, based on religious architecture at the core of the city, introverted, pedestrianized streets and dead end streets. When it comes to 18th, the increasing population density in cities, irregularities in municipal services and deteriorating foundation services made urban arrangements which had general validity for Ottoman cities necessary. Modernization process especially after the declaration of Tanzimat, Ottoman cities achieved modern appearance under favour of the regulations which were issued to regulate the local authorities and the urban texture. At the end of the 19th Century Official buildings in Ottoman cities emerged as new focal points in which the activities in the urban spaces were concentrated. İnebolu district exhibits a different development from other cities in the region with its urban texture and cultural heritage. In this context of its relations with the city texture which was reorganized after the fire and flood disasters in the 19th century and monumental architectural examples which are the main actors of this texture. For this purpose, the first cadastral plan and archive documents of the city prepared and archive documents of the city prepared in grid plan type for the commercial center constitute the main source of our research. İnebolu's feature of being the closest port which connects Anatolian to the Black Sea enabled the Ottoman Empire to take an active role in the increasing trade traffic over the Black Sea in the 19th century. The increasing economic potential of the city has accelerated the implementation of zoning laws and formation of public institutions. In our study, the physical development of the city has been tried to be evaluated with a holistic approach in the axis of history, economy and social developments.

**Keywords:** İnebolu, port city, grid plan, 19th century.



## EXTENDED ABSTRACT

Inebolu district of Kastamonu province is a port city on the Western Black Sea coast. In accordance with the characteristic geographical features of the Black Sea Region, mountainous and rugged landforms have been the most influential factor in the formation of the city, and the city of Inebolu has expanded towards the slopes from both sides of the Soke Stream, which divides the city into two, on the plain between 65 m high cliffs extending from the east and west to the sea.

In 1888, a municipal organization was established in Inebolu, which was one of the districts of the Kastamonu sanjak between the 15th and 19th centuries. The government office, the town hall, the post and telegraph administration, the prison, the gendarmerie and the police stations are the structures that form a "administration center" by determining new focal points in the city. It is aimed that these structures, which are located in positions that dominate the topography of the city, are the visual and physical representatives of the power and modernity of the state with their physical qualities.

The commercial activity of Inebolu increased especially between the years 1850-1940. At that time, while the inner parts of Anatolia were exposed to drought and occupation, the hinterland of Inebolu met the raw material needs of Europe. At the beginning of the 18th century, the importance of the ports of Trabzon, Sinop, Amasra and Bartın, including Inebolu in the international trade network, increased with the opening of the Black Sea to the trade of Russia and then other western states.

The construction of Inebolu port, which is the closest port connecting Anatolia to the Black Sea was started in 1882. For the development of Inebolu maritime trade, importance was given to the construction of a healthy road that provides connection with the inner parts as a complementary element to the port, and road construction was started between Kastamonu-Inebolu in the 1860s in order to open the Kastamonu hinterland to the world market.

It is possible to collect the factors affecting the physical development of the city of Inebolu in the 19th century under three main headings. First; it is the structuring in local governments caused by the changing centralization and modernization ideology of the Rescript of Tanzimat of the Ottoman Empire and the transformation of the Ottoman traditional city type of similiary to the European axamples with this structuring. Second; considering the regional factors these are new institutions that emerged in line with the needs of the increasing economic potential of Inebolu city. The last one the grid type zoning plan which was prepared in accordance with the new regulations after the flood and fire disasters in the bazaar which constitutes the commercial center of the city.

Due to the frequent floods in Soke Stream, which divides the city into two, the inside of the bazaar is greatly damaged. In order to prevent the frequent floods and overflows in the city, row houses were built to form a barrier on the east bank of the river. Until the 19th century, the entire district, including the public buildings, was built using wood, which is the traditional building material. In the fire in 1860, which occurred as a result of accident and neglect in the city, which was vulnerable to fires, a part of the bazaar, Inebolu's first government mansion, secondary school and a few shops in the bazaar were burned in the fire in 1881. In the great fire in 1885, the inside of the Inebolu bazaar was completely destroyed. The governor of Kastamonu at the time, Abdurrahman Nureddin Pasha, came to Inebolu after the great fire in 1885 and made investigations in the city, and had Baronaveski, the chief engineer of the province, who was next to him at that time, draw the first zoning plan of the district in a grid plan type. According to this; In particular, the buildings in the bazaar will be made of masonry or stone, the inside of the bazaar will consist of streets in a geometrical order that run perpendicular to the shore and cut them parallel, and the street widths have been applied to be 6,7-8 m. Organized according to this plan prepared in accordance with the 1877 Provincial and Municipal Regulations and the 1882 Ebniye Regulations, Inebolu also has the distinction of being one of the first cities where regulations were implemented. The historical city center of Inebolu has been able to preserve the first development plan prepared in 1885 until today. A second development plan was made in 1956, and in 1992, the characteristic urban texture of Inebolu could be taken under protection with the Conservation Plan for the urban protected area and a few neighborhoods, which constitute an important part of the city.

## GİRİŞ

Kastamonu iline bağlı İnebolu ilçesi, Batı Karadeniz kıyısında bir liman şehridir. Karadeniz Bölgesi'nin karakteristik coğrafi özelliklerine uygun olarak, dağlık ve engebeli arazi şekilleri şehrin biçimlenmesinde en etkili unsur olmuştur. İnebolu şehir merkezi bugün, doğu ve batıdan denize doğru uzanan ve 65 m yüksekliğindeki yarlar arasındaki düzlükte, şehri ikiye bölen Söke Çayı'nın iki yakasından yamaçlara doğru genişlemektedir. (Resim 1)



Resim 1. İnebolu genel görünüş (M. Fakazlı Arşivi)

Tarih öncesi çağlarda bir kıyı koloni şehri olarak kurulan İnebolu'da ilk yerleşim dönemlerine ait kale vb. arkeolojik kalıntılar bulunmaktadır (Gökoğlu, 1952).

Malazgirt Savaşı (1071) sonrasında Türklerin Kastamonu havalisine hâkim olmasına uzanan süreçte İnebolu; Lidya, Pers, Helen, Pontus ve Roma-Bizans hâkimiyeti altında kalmıştır. Anadolu'nun iç kesimlerindeki Türk hâkimiyetinin Sinop ve İnebolu'nun da içerisinde bulunduğu Karadeniz kıyılarında Hristiyan-Rum nüfusun yoğunlukta olması nedeniyle çok fazla etkili olmamıştır (Acar, 1995: 38). İnebolu'nun tam manasıyla Türk yurduna dönüşmesi Fatih Sultan Mehmed'in Candaroğullar Beyliği'ni ortan kaldırmasıyla gerçekleşmiştir (Şahin, 2001: 586). Müslüman-Türk nüfusun şehirdeki ilk yerleşim yeri Avra Mahallesidir (Tunoğlu, 2003: 38).

Kurtuluş Savaşı boyunca Karadeniz üzerinden gelen insan, asker, mühimmat vb. ihtiyaçların cephele ve Ankara'ya sevkinde İnebolu Limanı stratejik bir önem taşımıştır. İnebolu Limanı'ndan başlayıp Küre, Seydiler, Kastamonu, Ilgaz, Çankırı ve Ankara'ya kadar uzanan 340 km. uzunluğundaki güzergah günümüzde "İstiklal Yolu" olarak tanımlanmıştır.

### 1. İdari yapıdaki değişimler

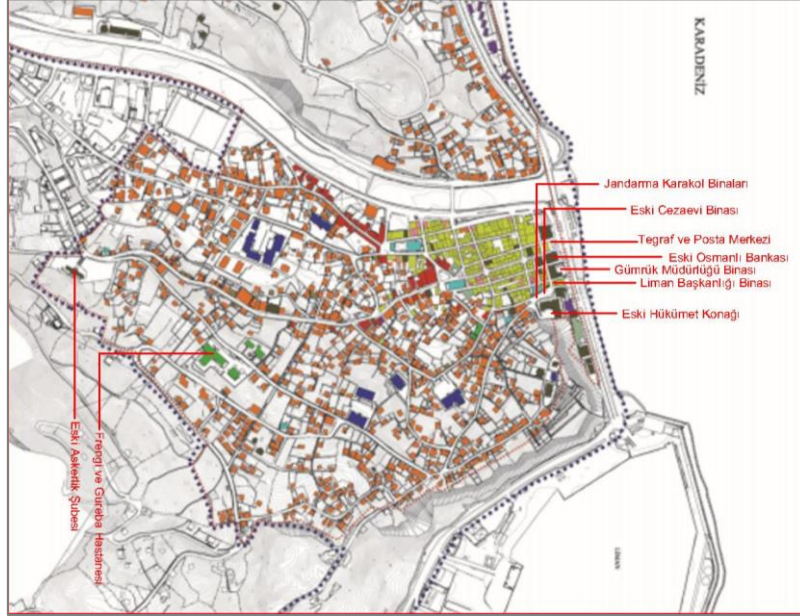
15.-19. yüzyıllar arasında Kastamonu sancağına bağlı kazalardan biri olan İnebolu, 1834'te Küre kazasına bağlı bir nahiye iken 1867 yılından sonra yeniden kaza olmuş, 1866'da da belediye teşkilatı kurulmuştur (Tosunoğlu, 1984: 31; Erdem, 2001: 9; Gökoğlu, 1952: 21).

Tanzimat Fermanı (1839) ile birlikte devletin idari birimlere ayrılması yeni mekân ihtiyacını da beraberinde getirmiştir. İnebolu'da 1869 tarihinde ahşap olarak inşa edilen ilk hükümet konağının 1881 yangınında zarar görmesi üzerine yerine 1887-89 yılları arasında kâgir bir hükümet konağı inşa ettirilmiştir (Demircioğlu, 1973: 21,30,31) (İnalın, 2005: 144). İnebolu Limanı'nın güneyinde şehre hâkim bir noktada yer alan bu yapının eteklerine aynı dönemde Jandarma Karakol Binaları, Rüştüye Mektebi ve Hapishane gibi kamu yapıları inşa ettirilmiştir. (Resim 2,3) (Çizim 1) Böylece şehir dokusunda oluşturulan bu devlet sitesiyle "yönetici merkezi" olarak tanımlanan yeni bir mekânsal öge ortaya çıkmıştır (Aktüre, 1985: 896). Şehrin güney yamaçlarında salgın hastalıklarla mücadele için inşa edilen Memleket Hastanesi (1885) ve Eski Askerlik Şubesi (1891) ile birlikte özellikle şehre hâkim mevkilere

konuşlandırılan bu kâgir yapıların boyutları ve süsleme nitelikleriyle devletin gücünün ve modernliğinin görsel ve fiziksel temsilcileri olmaları hedeflenmiştir (Çopur, 2021: 131).



**Resim 2.** Şehre hâkim mevkide yer alan hükümet konağı ile etrafındaki diğer kamu yapıları (1930'lu yıllar) (M.Fakazlı Arşivi)



**Çizim 1.** İnebolu'daki tarihi kamu yapılarını gösteren harita N. Abay'dan işlenerek. (Abay, 2019: 61)





**Resim 3.** İnebolu sahil şeridinde soldan sağa doğru Eski Hükümet Konağı, Türk Ocağı Binası, Kayıkçılar Kahvesi, Gümrük Müdürlüğü ve Eski Osmanlı Bankası-1925 (M. Fakazlı Arşivi)

## 2. Ticari faaliyetler

Sanayi devrimini gerçekleştirmiş batılı ülkelerin üretim için gerekli olan ucuz hammadde ve kapitalist ekonomileri için gerekli olan yeni pazar arayışları Osmanlı Devleti gibi tarımsal üretimin yoğun olduğu topraklara yönelmelerine neden olmuştur. İnebolu Limanı'nda Süveyş Kanalı'nın (1869) açılmasının ardından Doğu Akdeniz'de Beyrut, İskenderun, İzmir, Mersin ve Selanik'e kadar uzanan Doğu Akdeniz liman kentlerinin yanı sıra Karadeniz'in lokomotif liman kentleri Trabzon ve Samsun ile paralel bir gelişim izlenmektedir (Tekeli ve İlkın, 2004: 157).

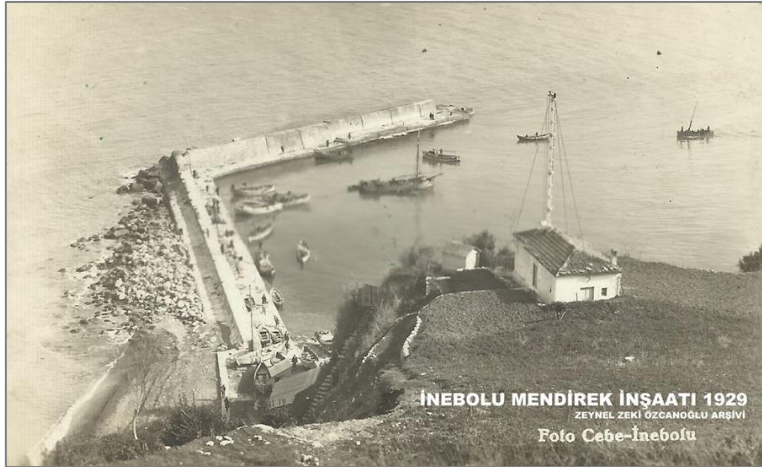
İnebolu'nun ticari etkinliği özellikle 1850-1940 yıllar arasında artmıştır. Bunda en büyük etken İnebolu'nun ekonomisinin tarım ve hayvancılığa değil ticarete dayalı olmasıdır. O dönemde, Anadolu'nu iç kesimleri kuraklık ve işgallere maruz kalır iken, İnebolu hinterlandı Avrupa'nın hammadde ihtiyacına cevap vermektedir. 18. yüzyılın başında Karadeniz'in önce Rusya ve daha sonra da diğer batılı devletlerin ticaretine açılmasıyla uluslararası ticaret ağında İnebolu'nun da içerisinde yer aldığı Trabzon, Sinop, Amasra, Bartın limanlarının önemi artmıştır (Koca N., 2017: 101,102). Kastamonu hinterlandının yer altı zenginlikleri ve tarıma dayalı ürünleri İstanbul, Avrupa ve Rusya'ya Anadolu'yu Karadeniz'e bağlayan en yakın liman olan İnebolu Limanı'ndan taşınmaktadır.

Açık deniz kıyısında bir yerleşim yeri olan İnebolu'da, doğal koy ya da körfez oluşumuna bağlı bir liman bulunmadığı için vapurlar yanaşamamakta, yolcu indirme-bindirme ve yük nakliyatının yapılmasında sorunlar yaşanması halk ve tüccarları mağdur etmektedir. 1871 tarihli Kastamonu vilayet salnamesinde İnebolu kazasında bir liman varlığından söz edilmektedir (Karakök, 2010: 274). Ancak bu liman ilçenin ihtiyaçlarına tam anlamıyla cevap veremediği için yeni bir limana ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir. İnebolu Limanı'nın inşasını başlatan Kastamonu valisi Sırrı Paşa 1882 tarihinde Nafia Nezaretine yazdığı mektupta; *"İnebolu iskelesine haftada dört vapur uğramakta olmasından dahi malum olur ki, İnebolu Karadeniz'in mevagi-i mühime-i ticaretinden birisidir."* ifadesiyle İnebolu'yu önemli bir ticaret merkezi olarak tanımlamıştır (Demircioğlu, 1973: 6; Eski, 2000: 19). Kastamonu Valisi 1882 yılında inşasına başlanan liman, savaşlar, ekonomik buhranlar ve bürokratik sorunlar nedeniyle ancak 1997 yılında tamamlanabilmiştir. (Çizim 2) (Resim 4, 5) Liman şehirlerinde gümrük binası, deniz feneri, mendirek ve dalgakıran gibi yapılaşmalar liman işlevini güçlendirmeye dayalı yapılar olarak inşa edilmiştir. Süveyş kanalının yapımına katılmış ve Akdeniz'i gezererek sahip oldukları geniş bilgi sayesinde liman inşası ve onunla birlikte inşa edilen yapılar Fransız müteahhit şirketlerinin tekelinde gelişmiştir (Ünlü, 2020: 5). İnebolu Limanı ile birlikte nehir yatağındaki düzenlemeler, üzerine yapılacak köprülerin plan ve projeleri Fransız mühendisler tarafından hazırlanmıştır.





Çizim 2. İnebolu'da yapılacak iskelenin keşif haritası (H. 28 Nisan 1883) (DA. 2010 Hrt. h. Gömlek No:1073)



Resim 4. Mendirek İnşası-1929



Resim 5. İnebolu Limanı'nın havadan görünüşü-1960 (M. Fakazlı Arşivi)

1871, 1893 ve 1899 tarihli vilayet salnamelerine göre, İnebolu'ya her hafta İstanbul'dan İdare-i Mahsusa, Fransız, İtalyan, Gürcü ve Rus kumpanyaları uğramaktadır (Çoban, 2006: 343; İnalın, 2005: 143). 1890 yılı itibariyle yük almak ve boşaltmak için İnebolu limanına 278 gemi gelmiştir. Sanayi devriminin sağladığı buharlı makineleşme teknolojileri deniz yolu ulaşım ağında İnebolu üzerinden Anadolu'ya ulaşımında yeni bir rota belirlemiştir.

İnebolu Limanı'nda ticari etkinliklerin yanı sıra yaşanan yerli ve yabancı insan trafiği ile 19. yüzyılda tüm dünyada yaşanan salgın hastalıklar karşı liman kentlerinde karantina idaresi kurulmuştur.

Fransız gezgin ve Duyun-i Umumiye İdaresi sekreteri Vital Cuinet'in aktardığı verilere göre, İnebolu Liman'ından ihraç edilen ürünlerin başında tarım ürünleri; tahıl, çeltik, yaş meyve, salep, keten, kenevir, hayvancılık ürünleri; tiftik, yün, yumurta, balmumu, deri, ormancılık ürünleri; kereste-tomruk ve madencilik ürünleri; demir, bakır gelmektedir. En fazla ihracat Fransa, İngiltere, Avusturya-Macaristan ve Rusya ile yapılmaktadır (İbret, 2010: 24'den; Cuinet, 1895: 472). İnebolu Limanı'ndan ithal edilen ürünler ise daha ziyade işlenmiş sanayi ürünleri olup bunların başında demir-çelik ürünleri, tuhafiyeye-manifatura ürünleri, işlenmiş tütün ve alkollü içecekler, kahve, şeker, sabun, kâğıt, cam, kibrit ve mum gibi sanayi ürünleri gelmektedir. Bu ürünlerin ithalatı başta İngiltere olmak üzere Avusturya-Macaristan, Rusya, Fransa ve Almanya gibi çağın gelişmiş devletlerinden yapılmaktadır (İbret, 2010, s. 24'den; Cuinet, 1895: 472; İnalın, 2005: 274). Kereste üretiminden meydana gelen elma, kestane vb. ürünler İstanbul, Mısır, İskenderiye ve Varna limanlarına nakil olunmaktadır (İnalın, 2005; Çoban, 2006). İnebolu'nun art alanındaki tarım üretim ağırlıklı ürünlerin ve ithal edilen ürünlerin çeşitliliği ihracat-ithalat yapılan farklı coğrafyalardaki ülkelerle iletişim kurmasını dolayısıyla kültür alış-verişini de sağlamıştır.

İnebolu Limanı'nda ticari etkinliklerin yanı sıra yaşanan yerli ve yabancı insan trafiği ile 19. yüzyılda tüm dünyada yaşanan salgın hastalıklar karşı liman kentlerinde karantina idaresi kurulmuştur.

İnebolu deniz ticaretinin geliştirmek için İnebolu Limanı'nı tamamlayıcı bir unsur olarak iç kesimlerle bağlantıyı sağlayan sağlıklı bir yolun yapımına önem verilmiş, bu yol sayesinde ihraç edilecek malların iskeleye götürülmesi kısa zamanda ve daha az masrafla gerçekleşmiş olacaktır. Kastamonu hinterlandının dünya pazarına açılması için 1860'lı yıllarda Kastamonu-İnebolu arasında yol yapımına başlanmıştır (Eski, 2000: 18). Böylece deniz-liman-yol bağlantısı sağlanmıştır.

Ticari gelişmeler sonucunda Rusya, Fransa ve İtalya'daki bazı firmalar İnebolu'da ticari temsilcilikler ve acenteler kurmuşlardır. Ayrıca kentte İtalya ve Rusya'nın konsolos vekillikleri de İnebolu'da bulunmaktadır (Kırksekizoğlu, 1938: 20). İthalat-ihracat işlemlerinin sağlıklı yürütülebilmesi için İnebolu'da Osmanlı Devleti'nin tek ilçe Gümrük Müdürlüğü (1875) ve ilk beş odasından biri olan Ticaret ve Ziraat Loncası (1881) kurulmuştur (Tunoğlu, 2003: 301).

19. yüzyılda Kastamonu'nun Çankırı haricinde tüm sancaklarında ayrıca İnebolu ve Safranbolu gibi ihracat ürünleri (tersane, maden, tuz vb.) buluna kaza merkezlerinde Duyunu-i Umumiye İdaresi kurulmuştur. Duyun-i Umumiye İdaresi ile ilişkilendirilen Osmanlı Bankası'nda yüzyılın son çeyreğinde açılmıştır (Eldem, 2000: 427).

İnebolu, 1923 yılındaki nüfus mübadelesine kadar, çoğunluğu Müslüman Türklerden oluşan Rum ve Ermeni azınlıkların da yaşadığı kozmopolit kentlerden biridir. Şehrin ekonomisiyle paralel ilerleyen ihtiyaçları doğrultusunda hizmet ve yatırım almasında bu kozmopolit yapısının etkisi büyüktür. Osmanlı Devleti gayrimüslim tüccar nüfusun yoğunlukta olduğu stratejik öneme sahip liman kentlerinde devlet iradesini hissettirme gayretiyle yatırım ve teşvikleri arttırmıştır. Rumların Karadeniz ticaretinde etkin rol almaları ve Avrupa milletleriyle birebir temasları da İnebolu'nun ticari, fiziksel ve kültürel gelişimine katkıda bulunmalarını sağlamıştır.

### 3. 19. Yüzyılda Şehrin Fiziksel Gelişimi

İnebolu şehrinin 19. yüzyıldaki fiziki gelişimine etki eden faktörleri üç ana başlık altında toplamak mümkündür. Birincisi; Osmanlı Devleti'nin Tanzimat Fermanı'nın ardından değişen merkezileştirme ve modernleştirme ideolojisinin doğurduğu yerel yönetimlerdeki yapılanma ve bu yapılanmayla Osmanlı geleneksel şehir tipinin modernizasyonudur. İkincisi; bölgesel faktörler göz önüne alındığında, İnebolu şehrinin artan ekonomik potansiyelinin ihtiyaçları doğrultusunda ortaya çıkan yeni kurumlardır. Sonuncusu ise şehrin özellikle ticaret merkezini oluşturan çarşı içinde yaşanan sel ve yangın felaketleri sonrasında yeni nizamnameler uyarınca hazırlanan ızgara tipindeki imar planıdır.

Tanzimat Fermanı'na kadar Osmanlı kentleri; kamusal alan kavramından uzak, cami merkezli yapıların oluşturduğu içe dönük, yaya trafiğine göre oluşmuş, çıkmaz sokaklı, organik olarak büyüyen bir mimariyle şekillenmiştir. Şehirlerde artan nüfus yoğunluğu, belediye hizmetlerindeki düzensizlikler ve bozulan vakıf hizmetleri Osmanlı şehirleri için genel geçerliliği olan kentsel düzenlemeleri zorunlu hale getirmiştir. Bu soruna ilişkin ilk yasal

düzenleme olan İlmühaber (1839) ile kâgir bina yapımı teşvik edilecek, mahallelerde, geniş, düzenli ve geometrik planlamaya uygun yol ve sokaklar inşa edilecektir (Seyitdanlıoğlu, 1996: 68). Önceleri sadece İstanbul için geçerli olan Ebniye Nizamnamesi (1848) ve Ebniye Beyannamesini kapsamı 1864'te diğer kentler ve büyük kasabaları da kapsayacak biçimde genişletilmiştir (Güntan, 2007: 39). 1882'de Ebniye Nizamnamesi'ne göre; yol ağları geometrik esaslara uygun olarak düzenlenecek, 20, 15, 12, 10 ve 8 zira genişlikte yollardan oluşan bir aşamalı sistem uygulanacak, çıkmaz sokaklar 6–8 zira arasında bulunacak, büyük caddelerin 40 zira genişlikte olacaktır (Tekeli ve İlkin, 2004: 107).

İnebolu'nun özellikle ticaret merkezini oluşturan çarşı içinin seller ve yangınlardan büyük oranda zarar görmesi yerel idarecileri şehrin mekânsal düzenlemesini sağlayacak birtakım önlemler almaya sevk etmiştir.

Şehirde sık sık yaşanan sel ve taşkınların önüne geçebilmek adına set oluşturması amacıyla 1871 yılında hazırlanan keşif haritasına göre nehrin doğu kıyısına sıralı evler inşa edilmiştir<sup>1</sup>. Bu evler arşiv fotoğraflarında görülmektedir. (Resim 6)

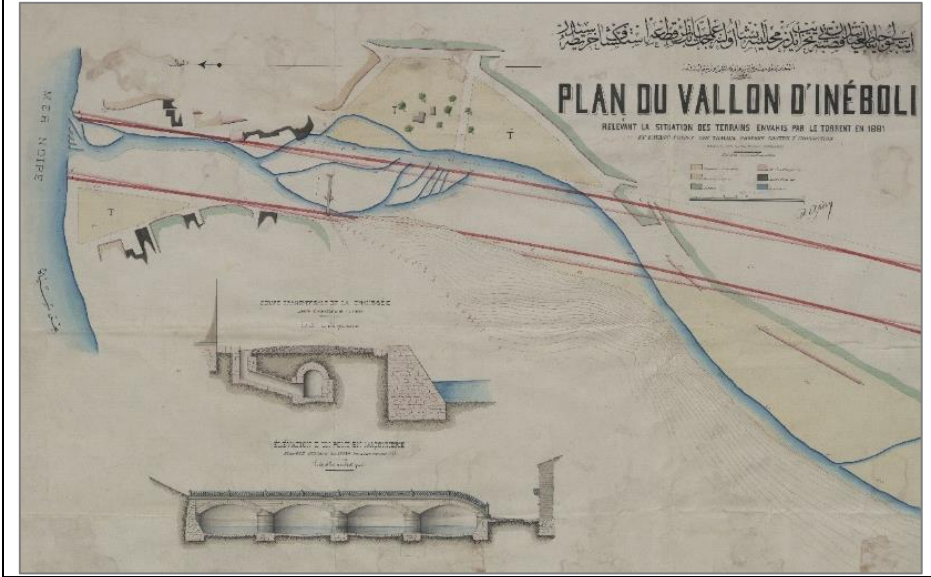


**Resim 6.** Nehrin doğu kıyısına inşa edilen sıralı evler (1930'lu yıllar) (M. Fakazlı Arşivi)

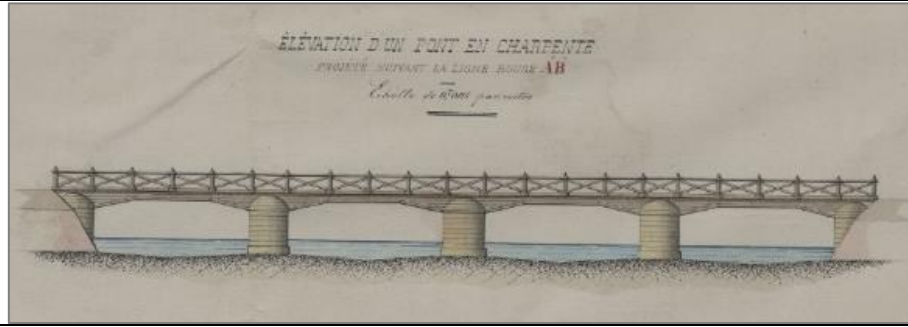
1881 yılındaki sel sonrasında Kastamonu vilayetinden gönderilen Fransız asıllı mühendisin hazırladığı keşif haritasında değiştirilen ve iki kırmızı çizgi arasında sınırlandırılan nehir yatağı ile üzerine inşa edilmesi planlanan köprüler çizilmiştir. (Çizim 3,4) 1950'li yıllara ait bir fotoğrafta kâgir ayaklı ahşap tablalı köprü görülmektedir. (Resim 7, 8) Tamamı kâgir köprünün ise inşa edilip edilmediği bilinmemektedir. Baronoveski'nin 1885 yılında hazırladığı kadastral plandan yaklaşık beş yıl önce yapılan etüt çalışmasını gösteren bu çizim aynı zamanda 1886 tarihli kadastral plan öncesindeki çarşının durumunu da belgelemektedir.

<sup>1</sup> Söz konusu haritayla ilgili olarak “İnebolu kasabasında cereyan eden nehrin kenarına yapılacak seddin cihet-i fenniyesine dair Mühendis Tahir Efendi tarafından yapılan harita ve keşif defterinin gönderildiği” bilgisi arşiv belgelerinde geçmektedir. (DAB. DA. ŞD. Dosya No: 1640/14) (H.1288)





**Çizim 3.** İnebolu'nun 1881 yılında yaşanan sel sonrası durumunu gösteren haritada, yol kesiti ve inşa edilmesi planlanan kâgir köprü çizimi (DAB. HRT.h., 1994, H. 1299 Ca 16)



**Çizim 4.** 1881'deki selden sonra nehir üzerine inşa edilesi planlanan kargir ayaklı ahşap tablalı köprüye ait çizim (DAB. HRT.h., 1994, 1299 Ca 16).



**Resim 7.** Kâgir ayaklı ahşap tablalı köprü-1950.





**Resim 8.** Ahşap köprü genel görünüş (20. yüzyılın başı)

İnebolu'da 19. yüzyıla kadar kamu yapıları da dâhil, ilçenin tamamı geleneksel yapı malzemesi olan ahşap kullanılarak inşa edilmiştir. Yangınlara karşı savunmasız olan kentte kaza ve ihmal sonucu meydana gelen 1860 yılındaki yangında çarşı içinin bir kısmı, 1881 yılındaki yangında İnebolu'nun ilk hükümet konağı, rüştiye mektebi ve çarşıdaki birkaç dükkân yanmıştır. 1885 yılında yaşanan büyük yangında ise İnebolu'nun çarşı içi tamamen yok olmuştur (DAB. MF.MKT. 71/122; Re.29, DH.MKT. 1353/74; H.1303.Re.5.). İnebolu'da yaşanan bu yangınlardan sonra yerel idareciler tarafından 1885 tarihinde Kastamonu vilayetine gönderilen yazıda; İnebolu ilçesinde 1860 ve 1881 tarihlerinde yaşanan yangınlar sonucunda zarar gören dükkânların yerine baraka tarzında yenilerinin inşa edildiği ve yaşanan üçüncü yangında bunlarında yandığı ve bundan sonra inşa edilecek yapıların kagir olarak yapılması konusunda dikkatli davranılması ve bunun belirli kurallara göre inşa edilmesi istenmektedir. (DAB. DH.MKT 1353/74; H.1303. Re.5. (Ek-1,2)

Abdurrahman Paşa 1885 yılındaki yangından sonra ilçeye gelmiş, incelemelerde bulunmuş o sırada yanında bulunan vilayet başmühendisi Baronavaski'ye<sup>2</sup> 1885 tarihinde İnebolu'nun ilk imar planını çizdirmiştir (Demircioğlu, 1973: 21). Bu planda şehrin çarşı içi ızgara plan tipinde tasarlanmıştır. (Çizim 5) (Resim 9) Buna göre; özellikle de çarşı içindeki binalar, kagir veya taştan yapılacak, çarşı içi, kıyıya dik uzanan ve bunları paralel kesen sokaklardan oluşacak ayrıca sokak genişlikleri 6,7-8 m olacak şekilde uygulanmıştır (Tunoğlu, 2003: 409). İnebolu yeniden imar edilirken kullanılan taşlar; Erkek Arpa, Yastepe, Kıydivanı (Taşburun) köylerindeki taş ocaklarından temin edilmiş; ayrıca yapılardaki taş ustaları da bu köylerden getirilmişlerdir (Anonim, 1970).

<sup>2</sup> Ziya Demircioğlu, Servet-i Fünun Gazetesi sahibi ve Ordu Milletvekili olan Ahmet İhsan beyin, babama hediye etti dediği "Matbuat Hatıralarım" adlı kitaba göre mimar Baronavaski; Lehistan parçalandığı zaman Osmanlı topraklarına sığınan mültecilerdendir (Demircioğlu, 1973: 21). Yerel tarih araştırmacısı Mustafa Fakazlı, Baronavaski'nin Abdurrahman Paşa'nın İstanbul'dan mahiyetinde getirdiği uzmanlardan biri olduğunu iddia etmektedir.

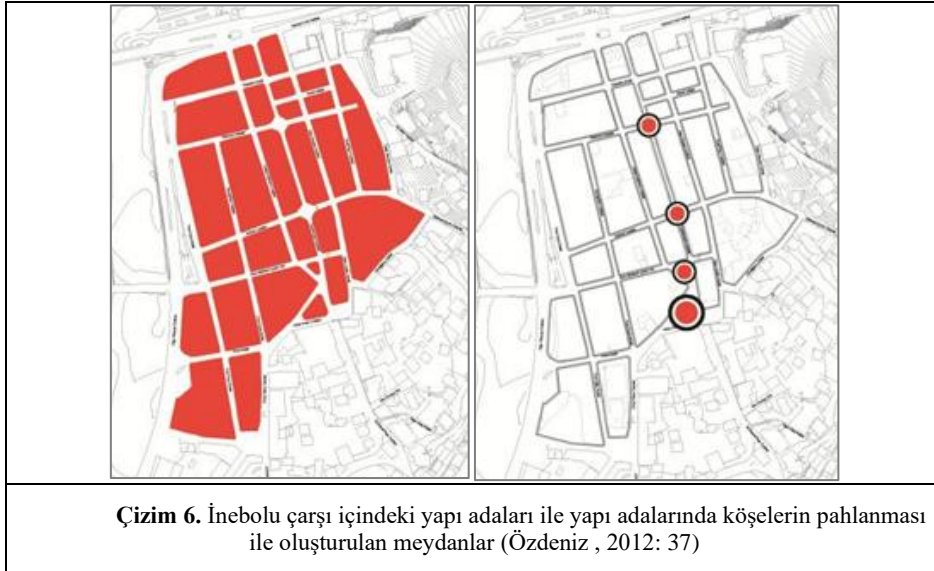


Çizim 5. İnebolu'nun 1886 (R. 3 Şubat 1301) tarihli ilk kadastro planı (M. Fakazlı Arşivi)

Abdurahman Paşa'nın mimar Baronaveski'ye çizdirdiği planda;” Bikazai *Allahü Teala İnebolu kasabasında vuku bulan carik mahallinin marifetle tanzim kılınan harit-i musaddakasıdır*” denilmektedir (Tunoğlu, 2003: 409).

1877 Vilayet ve Belediye Nizamnamesi ile 1882 Ebniye Nizamnamesi uyarınca hazırlanan bu plana göre düzenlenen İnebolu, nizamnamelerin uygulandığı ilk şehirlerden biri olma özelliğine de sahiptir. (Çizim 6,7) (Resim 9) İnebolu tarihî şehir merkezi, 1886 yılında hazırlanan ilk imar planını günümüze kadar muhafaza edebilmiştir.

19. yüzyılda Anadolu'da ızgara plan tipinin şehrin çekirdeğinde ya da belirli bir semtinde uygulandığı şehirler; İzmir-Basmane, Edirne Kaleiçi, Mersin, İstanbul'da; Aksaray, Fatih, Horhor ve Küçük Mustafa Paşa semtleridir. Genellikle yangınlardan sonra uygulanan bu plan tipi Üsküdar Selimiye Mahallesi'nde bir külliye etrafında düzenlenen yeni yerleşim alanını belirlemektedir.

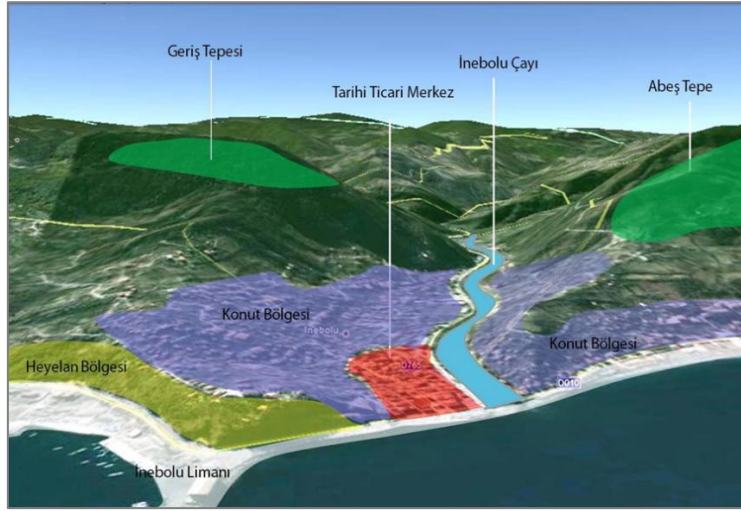


Çizim 6. İnebolu çarşısı içindeki yapı adaları ile yapı adalarında köşelerin pahlanması ile oluşturulan meydanlar (Özdeniz , 2012: 37)





**Resim 9.** İnebolu'nun 1894 tarihli ilk fotoğrafında çarşı içinin görünümü (M. Fakazlı Arşivi)

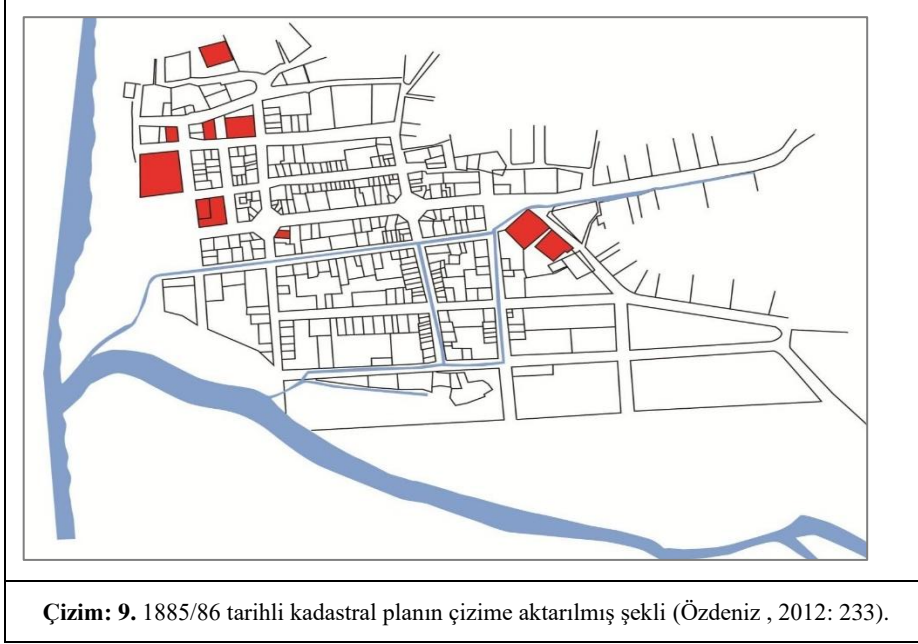


**Çizim 7.** İnebolu'nun kentsel dokusunu oluşturan yerleşim alanları ve doğal yapısı (Özdeniz , 2012: 34)

Baronovski'nin hazırladığı planın ardından 1887/88'de İnebolu şehir merkezinin parselizasyonunu daha geniş kapsamlı ve detaylı bir biçimde tanımlayan yeni haritalar hazırlanmıştır. (Çizim 8,9)



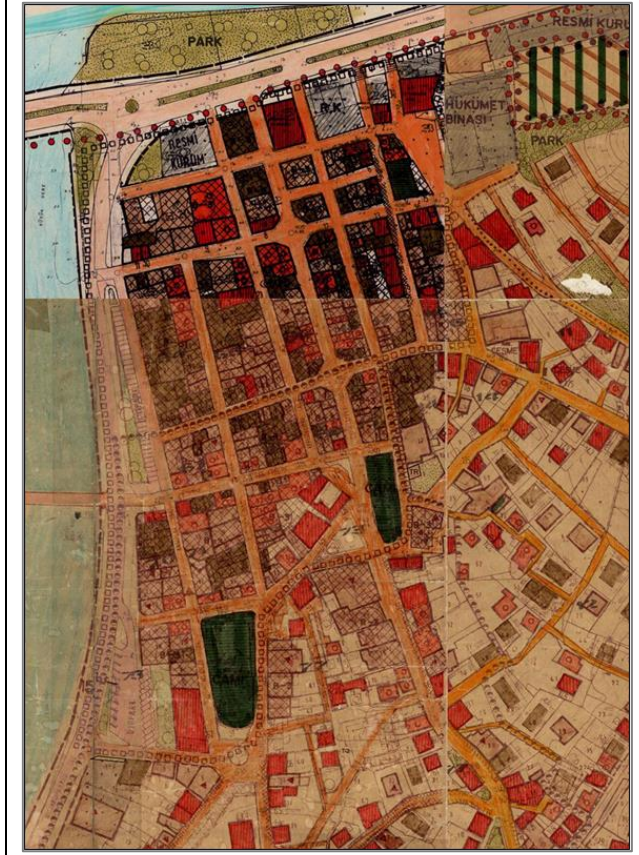
**Çizim 8.** İnebolu'nun 1885/86 tarihli kadastral planı (DAB. ŞD 1648/3; H. 04.09.1303)



Osmanlı şehir planlarında yol şebekesi dışında parselizasyona dair 19. yüzyılın ortalarından sonra elimizde bilgiler bulunan İstanbul, Bursa ve Saraybosna gibi nadir şehirlerden biri de İnebolu'dur (Pinon, 1999: 166). 19. yüzyıla ait planlar aynı zamanda şehrin daha eski biçimini de yansıttığı düşünülen ve bugünkü kadastro planlarının da korunduğu bir dönem olarak değerlendirilmektedir. Şehirlerde yol ağları, dinsel ve kamusal yapıların yangınlardan sonra eski yerlerine inşa edildiği düşünülmektedir. Aynı durum yangınlardan sonra yeniden inşa edilen mahallelerde özel mülkiyet esaslarının gözetildiği evler içinde geçerlidir. 18. yüzyılın sonunda İstanbul'da bu durumu gözlemleyen seyyah G.A. Olivier "Yangının verdiği zararlar kısa süre içinde giderilmektedir: yangından kısa süre ateşin kül ettiği evlerin benzerlerinin her tarafta yükseldiği görülüyor; dar ve eğri büğrü sokakların bütün kusurları aynen muhafaza ediliyor; binaların sıralanmasında ve taksiminde değişen bir şey yoktur." sözleriyle ifade etmektedir (Pinon, 1999, s. 166'den; Olivier, 1801; 133) Ancak geleneksel şehir yapısındaki ahrazlar kargir malzeme seçiminden parselizasyon-sokak ilişkisine kadar geometrik nizamların uygulandığı modern şehirleri zorunlu kılmıştır. (Çizim 10)

İnebolu'nun 1886 ve 1887 tarihli imar planlarında şehir merkezinin nüvesini oluşturan tarihi ticaret merkezi ya da çarşı içi doğuda dik bir yamaç oluşturan tepe, batıda nehir yatağı ile kuzey yönündeki sahil şeridi nedeniyle doğal sınırlarına ulaşmıştır. Şehir güney yönünde nehir boyunca ve tepelere doğru bir yayılım sergilemiştir.





**Çizim 10.** KAİM'dan tarihi çarşı içini gösteren harita (İnebolu Belediye Arşivi)

DAB'ndeki haritalarda tüm şehri dolaşan bir su kanalı görülmektedir. (Çizim 8, 9) Şehir sakinleri su kanalını besleyen ana kaynağın yüksek mevkiilerindeki bir değirmen olduğunu iddia etmektedir (Özdeniz , 2012: 75). Kanal sistemi 1936 tarihli bir fotoğrafta üstü açık bir biçimde etrafında balık tutan insanlarla, 1940'li yıllara ait bir fotoğrafta ise Eski Belediye Binası'nın hemen önünde üzeri ızgaralarla kapatılmış şekilde görülmektedir. (Resim 11, 12) Bu sistem 1960'lı yıllara kadar varlığını sürdürebilmiştir. (Resim 10)



**Resim 10.** İnebolu Belediyesi'nin altyapı çalışmaları sırasında açığa çıkan eski kanal sistemi (M. Fakazlı Arşivi)



**Resim 11., 12.** 1936 tarihinde kanaldan balık tutanlar ve Eski Belediye Binası önündeki kanal sistemi (M. Fakazlı Arşivi)

İnebolu Limanı'nın batı kıyısı boyunca Türk Ocağı (19. yy.), Gümrük Müdürlüğü (1875), Osmanlı Bankası (1905-10) ile Telgraf ve Posta Binası (19. yy'ın son çeyreği) yapıları sıralanmaktadır. Bu yapıların gerisinde bulunan hükümet konağı yerleşimi, Liman Başkanlığı Binası (19. yy'ın son çeyreği) ve ticaret merkezini oluşturan çarşı içi ile şehrin tarihi dokusu tamamlanmaktadır. Şehrin denize yönelimli "panoramik manzara" oluşturan bu dokusu deniz yoluyla gelen pek çok araştırmacının gözünde olumlu bir intiba bırakmaktadır (Ünlü, 2020: 2). (Resim 12)

Fransız gezgin Mortmann, Anadolu'ya yaptığı gezi notlarından oluşturduğu '*Küçük Asya'dan Manzaralar ve Seyahat Mektupları*' adlı eserinde 1856 yılında İnebolu ile ilgili gözlemlerinde "*İnebolu bu çok güzel yerde, bahçeler arasındadır. Türkiye'deki şehirlerden çok azı bu kadar güzeldir. Şehrin geniş taşlardan çok güzel kaldırımları vardır. Trieste'deki gibi...*" ifadelerini kullanmıştır (Özdeniz, 2012: 43). (Resim 13, 14)



**Resim 12.** İnebolu sahilinde soldan sağa doğru Eski Hükümet Konağı, Türk Ocağı Binası, Kayıkçılar Kahvesi, Gümrük Müdürlüğü Binası, Osmanlı Bankası ile Telgraf ve Posta Binası (1920'li yıllar) (M. Fakazlı Arşivi)





**Resim 13., 14.** Günümüzde Kâşif Bey Caddesi olarak adlandırılan İskele Caddesi (N. Sakağlı Arşivi) ve Galip Deniz Caddesi'nin 20. yüzyılın başındaki görüntüsü (M. Fakazlı Arşivi)

1893 ve 1899 Kastamonu vilayet salnamelerinde, İnebolu çarşısının tamamen kagir olarak inşa edildiği, müteaddid gazino ve misafirhaneler bulunduğu, gayet güzel ve muntazam evlerden söz edilmektedir. Ayrıca bu salnamelerde İnebolu kasabasından; “vilayet dâhilindeki kasabalar içinde ma'muriyet ve intizamca en ileri giden ve gittikçe terakkiyatı müzad olan mahal, İnebolu Kasabasıdır. Bu kasabanın her türlü istidat ve kabiliyetine nazaran terakkiyet-ı atiyesine şimdiden bir hat tayin edilemez” diye belirtilmektedir (Çoban, 2006: 343, 344; İnalın, 2005: 144).

## SONUÇ

İnebolu'nun sahip olduğu ekonomik potansiyel, 19. yüzyılda tüm dünya ile birlikte Osmanlı Devleti'ndeki değişim ve dönüşümlerinden payını almasını sağlamıştır. Kentin mekânsal gelişiminde deniz ve limanla olan doğrudan ilişkisi esas alan bir mekânsal kurgu izlenmektedir. Şehirdeki ticari gelişmelerle eşzamanlı ilerleyen kamusal yapılanmaların belirlediği yeni odak noktaları ile şehir dokusunun ana arterlerini belirlemiştir. Art arda yaşanan sel ve yangın felaketlerine rağmen değişmeyen geleneksel yapı yöntemleri ve şehrin organik yapısı çıkarılan imar yasaları sayesinde modernize olabilmıştır. İnebolu'nun ızgara planlı çarşı dokusunun yeterli genişliğe sahip geometrik düzende oluşturulan sokakları, 19. yüzyılın şehircilik planlama anlayışının bir ürünü olup günümüzde aktif şekilde kullanılmakta ve çağın ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir.

İmar yasalarının uygulanabilmesinde ve şehrin her anlamda gelişmesinde dönemin yerel idarecileri önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Abdurrahman Nureddin Paşa II. Abdülhamid döneminin modernleşme ve merkezîyetçi ideolojisini yönetim, eğitim, sağlık, ulaşım, ticaret ve imar alanlarında İnebolu'nun her noktasına teneffüs ettirebilmek için hem fiziksel hem de zihinsel olarak yoğun çaba harcamıştır.

İnebolu'da iç ve dış etkenlere bağlı olarak ilerleyen fiziksel gelişme şehrin sosyo-kültürel yaşamı, demografik yapısı ve eğitim düzeyi gibi pek çok alanda modernleşmesini sağlamıştır.

Modernleşme döneminin ideolojik yapısı, yerel yönetim yapılanmaları gibi merkezi otoriteyi güçlendiren etkenleri ile İnebolu'nu kendine özgü coğrafi avantajları ve geleneksel dokusunun olumsuz sonuçları bir araya gelerek modern bir taşra kentini ortaya çıkarmıştır.

## KAYNAKÇA

### Arşiv Belgeleri:

DA. 2010, Hrt. h.1073; H. 28 Nisan 1883

DA. 1994, HRT.h.; H. 1299 Ca 16

DA. MF.MKT. 71/122; Re.29,

DA. DH.MKT. 1353/74; H.1303.Re.5.

DA. ŞD 1648/3; H. 04.09.1303

DA. ŞD. Dosya No: 1640/14; H.1288)

Abay A., N. (2019). *Kentsel Alanların Korunması Bağlamında İnebolu Geleneksel Konut Mimarisi Değerlendirmesi*. İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Acar, H. (1995). *Tarihte Kastamonu*. Kastamonu.

Aktüre, S. (1985). Osmanlı Devletinde Taşra Kentindeki Değişimler. *Tanzimat'tan Cumhuriyet Türkiye Ansiklopedisi* (Cilt IV, s. 891-904). içinde İstanbul: İletişim Yayınları.

Anonim. (1970). *Kastamonu İli Yapı Malzemesi ve Mahalli Şartlar*. Ankara: Bayındırlık Bakanlığı.

Cuinet, V. (1895). *La Turquie d'Asie* (Cilt 4).

Çoban, F. (2006). *H.1288 (M.1871) ve H.1317 (M.1899) Tarihli Kastamonu Vilayet Salnamelerinin Transkripsiyonu ve Değerlendirmesi*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi .

Çopur, H. (2021). İnebolu Kent Merkezindeki Tarihi Kamu Yapıları (1850-1920). *Karadeniz Araştırmaları, XVIII(69)*: 121-142.

Demircioğlu, Z. (1973). *Kastamonu Valileri 1881-1908*. Kastamonu.

Eldem, E. (2000). *Osmanlı Bankası Tarihi*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Erdem, G. (2001). *Kastamonu, Aydın, Hüdavendigâr ve Ankara (Bozok) Vilayetlerinin İdari Taksimatı (1272h/1855-56 ile 1328h/1910-1)*. Niğde: Niğde Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü.

Eski, M. (2000). *Kastamonu Valileri*. Ankara.

Gökoğlu, A. (1952). *Paphlagonia, Gayrimenkul Eski Eserler ve Arkeolojisi* (Cilt 1). Kastamonu.

Güntan, Ç. (2007). *II. Abdülhamid Döneminde İmparatorluk İmajının Kamu Yapıları Aracılığı İle Osmanlı Kentine Yansıtılması*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

İbret, Ü. B. (2010). Karadeniz Kıyısında Stratejik Bir Liman. *İ.Ü. Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü Coğrafya Dergisi*(20): 15-30.

İnalın, U. (2005). *H.1311 (M.1893) Tarihli Kastamonu Vilayet Salnamesi'nin Traskripsiyonu ve Değerlendirmesi*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Karakök, T. (2010). H.1288 (M.1871) Tarihli Kastamonu Vilayet Salnamesine Göre Kastamonu Vilayeti. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11): 267-276.

Kırksekizoğlu, A. O. (1938). *Beyza*. İstanbul: Kader Basımevi.

Koca N., Y. (2017). 18. Yüzyılda Karadeniz'de Rus Deniz Ticareti ve Osmanlı Devleti'ne Etkileri. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*(23): 83-106.

Olivier, G. A. (1801). *Atlas pour servir au Voyage dans l'empire Ottoman, l'Égypte et la Perse, fait par ordre du Gouvernement, pendant les six premières années de la République*. Paris.

Özdeniz, G. (2012). *İnebolu Tarihi Ticari Merkez İle Geleneksel Konut Dokusunun Bütünleştirilmesine Yönelik Bir Öneri*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Pinon, P. (1999). Anadolu ve Balkanlar'daki Osmanlı Kentlerinde Kentsel Dokular Tipolojisi Üzerine Bir Deneme. *Osmanlı Mimarlığının 7 Yüzyılı "Ulusalüstü Bir Miras"* (s. 166-179). içinde İstanbul.

Seyitdanlıoğlu, M. (1996). Yerel Yönetim Metinleri (V): Turuk ve Ebniye Nizamnamesi ve Getirdikleri. *Çağdaş ve Yerel Yönetimler Dergisi*, 5(5): 67-81.

Şahin, İ. (2001). Kastamonu. *TDVİA* (Cilt 24, s. 585-588). içinde İstanbul: Türk Diyanet Vakfı.

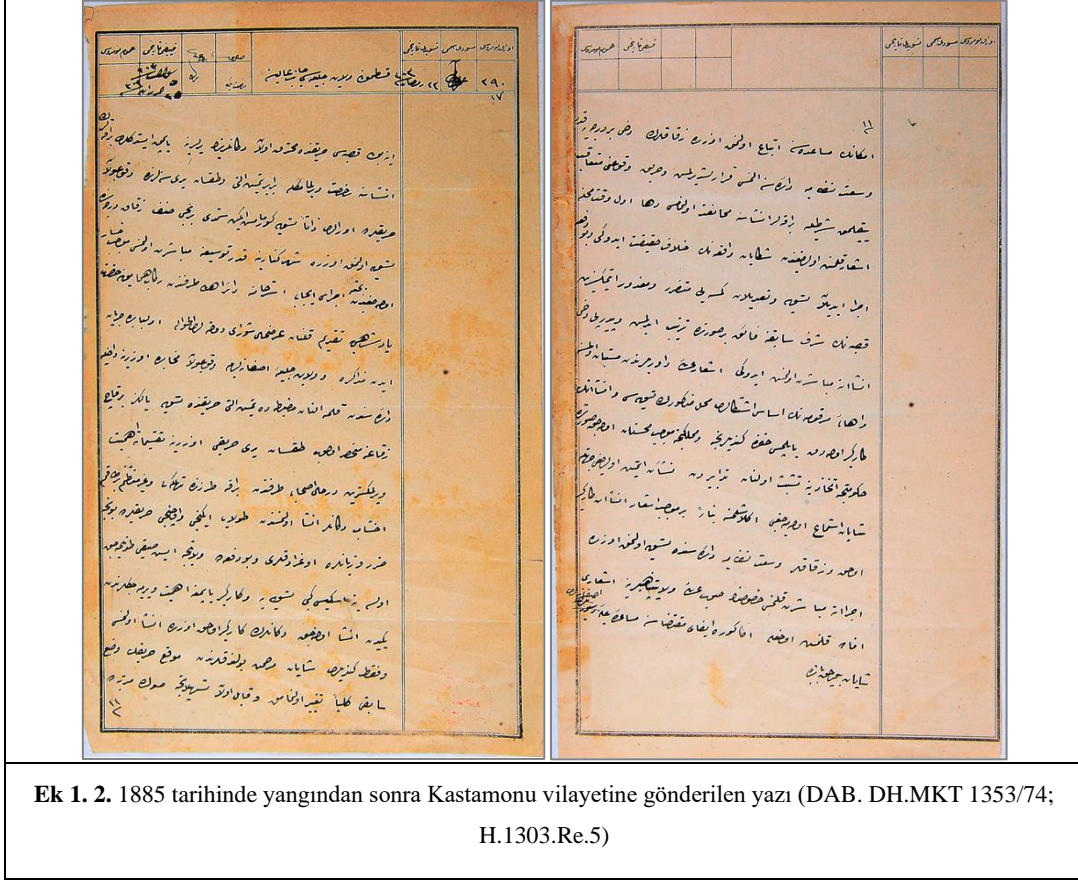
Tekeli, İ., & İlkin, S. (2004). *Cumhuriyetin Harcı-Modernitenin Altyapısı Oluşurken*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Tosunoğlu, A. (1984). *XVI. Yüzyılda Kastamonu Sancağı*. İstanbul: İ.Ü. Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü.

Tunoğlu, K. (2003). *Bol Ünvanlı-İstiklal Madalyalı Yatırım Yoksunu Bir Şehrin Hikayesi İnebolu*. İstanbul.



EKLER



Ek 1. 2. 1885 tarihinde yangından sonra Kastamonu vilayetine gönderilen yazı (DAB, DH.MKT 1353/74; H.1303.Re.5)

# MARKA TOPLULUKLARI İLE ORTAK MARKA DEĞERİ YARATMAK: FOTOĞRAFLARDAKİ DIOR MARKA KİŞİLİĞİ

## Co-Creation of Brand Value With Brand Communities: Dior Personality on Photos

Dilek EVİRGEN<sup>1</sup>

### ÖZET

Marka değeri, tüketicilerin zihninde markaya yönelik izlenim ve algıları tanımlayan marka imajını içermekte, tüketicinin satın alma davranışını doğrudan etkileyerek markanın finansal değerini arttırmaktadır. Bu nedenle pazarlama ve reklam uygulamalarında, tüketiciye marka algısını güçlendirmek temel hedef haline gelmiştir. En etkili stratejilerden biri marka kişiliği geliştirmektir. İnsanın kişisel özelliklerinin markalara aktarılması olarak tanımlanan marka kişiliği, tüketicilerin marka ile özdeşleşmelerini, kendilerini marka üzerinden tanımlamalarını sağlamaktadır. Marka kişiliği çok çeşitli reklam uygulamalarıyla tüketicilere sunulmakta hatta günümüzde tüketiciler ve topluluklar ile işbirliği içinde yaratılmaktadır. Marka-tüketici etkileşimi ile yürütülen bu uygulamalar, ortak değer yaratımı olarak tanımlanmaktadır. Hizmet baskın mantık yaklaşımının tüketici merkezli uygulamaları ile yaygınlaşan ortak değer yaratımı, özellikle sosyal medyanın sunduğu olanaklar ile çeşitlenmiştir. Fotoğraf paylaşım ağı olan Instagram platformu, marka değerinin yaratılmasında görsel dilin gerçekçi ve ikna edici gücünü etkin şekilde kullanmaya olanak vermektedir. Aynı zamanda marka topluluklarının ortak değer yaratma biçimlerini arttıran olanaklara sahiptir. Bu çalışmada da Dior marka topluluğunun markanın kişiliğini yaratım süreçleri incelenmektedir. Aaker modeli ile marka kişiliklerinin içeriği analiz edilmekte, Schau vd'nin ortak değer yaratım yöntemleri ile topluluğun değer yaratma süreçleri değerlendirilmektedir. Markanın ve topluluğun fotoğraf paylaşımında kişiliği yansıtmaya yönelik biçimleri, Ginsberg'in fotoğraf kategorileri çerçevesinde değerlendirilmektedir. Sonuçta, Instagramda toplulukların marka kişiliğini nasıl yarattıkları ve nasıl yaygınlaştırdıkları ortaya konularak, marka değerinin ortak yaratım süreçlerine açıklık getirmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Ortak değer yaratımı, marka toplulukları, marka kişiliği, fotoğraf, Instagram.

### ABSTRACT

Brand value includes the brand image that defines the impressions and perceptions of the brand in the minds of consumers, and increases the financial value of the brand by directly affecting the purchasing behavior of the consumer. For this reason, it has become the main goal to strengthen the brand perception of the consumer in marketing and advertising practices. One of the most effective strategies is to develop brand personality. Brand personality, which is defined as the transfer of personal characteristics of people to brands, enables consumers to identify with the brand and to define themselves through the brand. Brand personality is presented to consumers through a wide variety of advertising practices, and even today it is created in collaboration with consumers and communities. These practices, which are carried out with brand-consumer interaction, are defined as value co-creation. Value co-creation, which has become widespread with the consumer-centered applications of the service-dominated logic approach, has diversified especially with the opportunities offered by social media. The Instagram platform, which is a photo sharing network, allows to use the realistic and persuasive power of visual language effectively in the creation of brand value. At the same time, it has increase the ways in which brand communities create common value. In this study, the processes of creating the brand's personality of the Dior brand community are examined. With the Aaker model, the content of brand personalities is analyzed, and the value creation processes of the community are evaluated with the value creation methods of Schau et al. The ways in which the brand and the community reflect the personality in their photo sharing are evaluated within the framework of Ginsberg's photography categories. As a result, it clarifies the co-creation processes of brand value by revealing how communities create and disseminate brand personality on Instagram.

**Keywords:** Value co-creation, brand communities, brand personality, photography, Instagram.

## EXTENDED ABSTRACT

Brand value is one of the most important concepts that shape today's marketing practices. Increasing and developing the brand value has become the central target in the new marketing approaches that put the customer in the center. As a matter of fact, brand value includes the perceptions formed in the minds of consumers about the brand and directly affects their purchasing behavior by determining their preferences. Strong brand equity creates trust and loyalty among consumers.

As a difficult area to manage, consumer perception (image) requires planned and controlled brand communication studies. One of the important strategies developed for this purpose is brand personality. Brand personality, which defines the association of brands with human characteristics, is a strategy that facilitates the perception of the brand in consumers, creates loyalty to the brand, and increases the emotional bond between the consumer and the brand. At the same time, brand personality is a tool for consumers to express themselves. Jeniffer Aaker also emphasized the importance of brand personality and defined the personality traits that brands reflect in five categories.

In market conditions dominated by intense competition, it requires long and challenging marketing practices for brands to distinguish themselves from their competitors, reflect their personalities to their consumers and establish bonds with them. As a matter of fact, consumers are exposed to intense information flow and visual stimuli every minute. Marketing studies that put the consumer in the center develop effective strategies by using digital opportunities to overcome these difficulties. Social media, with its infrastructure that increases brand-consumer interaction, enables collaborations, and allows for value co-creation, forms the basis for these strategies. Value co-creation is becoming widespread with social media as the central strategy that guides today's marketing strategies. In particular, Instagram, using the power of visual communication, popularizes the value co-creation strategies.

In addition to the interaction it carries out with photos, Instagram also enables brands to meet with large consumer masses and even to act together with brand communities. Brand communities are virtual communities that create a dynamic interaction network, share information and content, and increase trust and loyalty to the brand. It has significant effects on consumers' perceptions. With these features, they become an important part of the value co-creation. Schau, Muniz & Arnould (2009) also examined the value co-creation methods of brand communities in their study and revealed that communities activate brand value through social networking, impression management, community engagement and brand use methods. This study aims to reveal the value co-creation processes of brand communities. In this context, the practice of producing and disseminating the brand personality of the Dior brand community is examined.

Dior is one of the luxury brands in the top 100 in Interbrand's 2022 most valuable global brands report. The Dior brand, which uses social media effectively, has also entered the most sought-after list on Instagram in 2021. One of the factors that increase the interactions of the brand is the interactions of the Diorinternational community. From this point of view, primarily Dior brand personality was analyzed according to Aaker's brand personality categories. Then, how the community produced the brand's personality through photographs and the compatibility of this production with the brand personality were examined. The photographs were examined within the framework of Ginsberg's photography categories and the meanings were explained by qualitative content analysis. Finally, the interaction forms of the community were analyzed within the framework of the value co-creation methods of Schau et al. As a result of the study, the roles and effects of brand communities in the value co-creation processes in the Dior brand sample were revealed. In this way, it has contributed to the few academic studies carried out in the field, and the roles of brand communities in marketing processes have been revealed.

## GİRİŞ

Ticari şirketlerin ulusal ve küresel pazarlarda kendilerine yer bulabilmesinin ön koşulu olan güçlü marka değeri, “marka farkındalığı ve marka çağrışımlarıyla oluşan marka bilgisi” (Keller,1993) olarak tanımlanmaktadır. Marka değeri, tüketicilerin zihninde markaya yönelik izlenim ve algıları tanımlayan marka imajını içermekte, tüketicinin satın alma davranışını doğrudan etkileyerek markanın finansal değerini de arttırmaktadır. Tüketicilerin zihnindeki marka imajının geliştirilmesi marka değerini arttıran bir önkoşuldur. Pazarlama ve reklam uygulamalarında da tüketici zihnindeki marka imajını güçlendirmek temel hedef haline gelmiştir.

İmaj, birçok dinamikten etkilenen, şekillendirilmesi ve kontrol edilmesi kolay olmayan bir marka stratejisidir. Bu nedenle markalar planlı marka yönetim süreçlerinde tüketicilerin ilgisini çekecek, rakipleri arasında ayrışma yaratacak marka kişilikleri geliştirmektedirler. İnsanın kişisel özelliklerinin markalara aktarılması olarak da tanımlanan marka kişiliği, tüketicilerin marka ile özdeşleşmelerini, kendilerini marka üzerinden tanımlamalarını sağlayarak marka bağlılığı yaratan önemli bir marka değeri stratejisidir. Marka kişiliği çok çeşitli reklam uygulamalarıyla tüketicilere sunulmakta, geliştirilmekte ve hatta günümüzde tüketici işbirliği ile yaratılmaktadır. Tüketici işbirlikleri ile yürütülen reklam uygulamaları ortak değer yaratımı olarak tanımlanmaktadır.

1980’li yıllardan bu yana reklam ve pazarlama uygulamalarına yön veren hizmet baskın mantık yaklaşımı müşteriye merkeze alan yeni pazarlama stratejilerini de gündeme getirmiştir. Bir yandan değer kavramının içeriği değişmiş, kullanım deneyimi ile tüketici tarafından oluşturduğu ortaya konulmuş, marka-tüketici etkileşimi ile değer ortak yaratılması önem kazanmıştır. Diğer yandan dijital gelişmelerin ve sosyal medya ağlarının sağladığı olanaklarla tüketiciler aktifleşmiş, markalarla etkileşime girerek değer üreten konuma evrilmişlerdir. Günümüz reklam uygulamalarında marka-tüketici etkileşimi esas alınmakta, tüketiciler marka değeri yaratım sürecinin bir parçası olarak kabul edilmektedir. Değerin olabildiğince geniş tüketici kitleleriyle birlikte yürütülmesini hedefleyen markalar, sosyal ağlar üzerinden tüketicileri ile iletişim kurmakta, marka topluluklarının etkileşim ağlarından yararlanmaktadır.

Bu çalışmada da marka kişiliğinin marka toplulukları ile ortak yaratım süreci incelenmektedir. Bu çerçevede öncelikle literatür taraması yürütülerek marka değerinin bir unsuru olan marka kişiliği tanımlanmakta, ortak değer yaratım sürecine yönelik kuramsal yaklaşımlar ortaya konulmakta ve sosyal medyanın ortak yaratım sürecine katkıları değerlendirilmekte ve Instagramda Dior marka kişiliğinin marka topluluğu ile ortak yaratım süreci analiz edilmektedir. Diorinternational marka topluluğunun Dior marka kişiliğini nasıl yarattığı ve ne tür paylaşım yöntemleri ile marka değerini ortaya çıkardığı içerik analizi ile incelenmektedir. Sonuçta, ortak üretim süreci alanında yürütülen az sayıda akademik çalışmaya katkı sağlanmaktadır.

### **1.Marka Değerinin Bir Unsuru Olarak Marka Kişiliği:**

İlk kez 1979 yılında Srivinasan tarafından “markanın üründen bağımsız katma değeri” (Kapferer, 2008:13) olarak tanımlanan marka değeri, 1980’li yıllardan itibaren önemi giderek artan bir kavram haline gelmiştir. Kavramın öne çıkmasında ekonomik ve sosyal dönüşümler etkili olmuştur. Nitekim 80’li yıllarda, piyasalar küresel şirketlere açılmış, rekabetin artmasıyla pazarlar parçalı ve esnek yapıya bürünmüş, tüketiciler çeşitlenmiş ve bilinçlenmiştir. Gelişmeler, markaların planlı stratejilerle yönetilmesini gerektirmiş, pazarlama ve marka iletişimi önem kazanırken, tüketici algısının değere ne oranda katkı sağladığının belirlenmesi zorunluluk haline gelmiştir. Bu gerekçeler ile pazarlama literatüründe tüketici temelli marka değeri (soyut marka değeri) çalışmaları hız kazanmıştır.

Tüketici temelli marka değerini ilk kez kavramsallaştıran, alanın öncül ismi David A. Aaker’dır. Aaker marka değerini, “işletmelerin müşterilere sunduğu mal ve hizmetlerin değerini arttıran veya azaltan, markanın isim veya sembol gibi ayırt edici özelliklerine bağlı olan aktif ve pasif varlıklar topluluğu” (Aaker, 1991: 15) olarak tanımlamıştır. Keller (1993) tanımı, “marka farkındalığı ve marka çağrışımlarıyla oluşan marka bilgisi” olarak; Farquhar (1989) da, “tüketicinin zihninde marka ismi tarafından yaratılan ve ürüne eklenen ilave değer” olarak geliştirmiştir. Rangasway vd. (1993) kavramı, “markaya yönelik olumlu izlenimler, tutumsal eğilimler, davranışsal tercihler” olarak tanımlarken; Yoo ve Donthu’ya (2001) göre ise marka değeri, “ürün algısı benzer olan markalı ürünle markasız ürün arasındaki farkın müşteri zihninde yapmış olduğu etki”dir. Tanımlardan anlaşılacağı gibi marka değeri, tüketicilerin zihninde markaya yönelik izlenim ve algıları tanımlayan marka imajını içermekte, tüketicinin satın alma davranışını doğrudan etkileyerek markanın finansal değerini



Marka değerinin yarattığı avantajlar, değer ardındaki dinamiklerin araştırılmasının önemini ortaya çıkarmıştır. Anket, gözlem gibi metodolojilerle yürütülen çok sayıdaki çalışmada tüketicilerin algı, tutum, davranış ve karar alma süreçleri ölçülerek, değer artırılması için marka imajının güçlendirilmesi gerekliliği vurgulanmıştır. Örneğin Keller (1993), geliştirdiği modelinde markaların, tüketici için işlevsel, sembolik, değerlendirici ve duygusal fayda içeren imaj ve semboller geliştirmeleri gerekliliğini, David Aaker (1991) ise marka farkındalığı, marka çağrışımları, algılanan kalite ve marka sadakatinin pazarlama stratejileri ile harekete geçirilmesi gerektiğini belirtmiştir.

Markaya ilişkin tüketici zihnindeki algı ve izlenimleri tanımlayan imaj, birçok etmeden etkilenen ve kontrolü kolay olmayan bir marka yönetim alanıdır. Bu nedenle markalar, “kendilerine ait bir kimlik geliştirerek, bu kimliği her türlü tanıtım kampanyasında, ambalajından, çalışanının görünüşüne, logosunun renklerinden, tanıtım mecralarına ince eleyip sık dokuyarak, marka imajlarını hem yaratmak hem de korumak üzerine stratejiler geliştirmektedirler” (Ilgın ve Konuk, 2020 46). Bu stratejilerden biri de “insanın kişisel özelliklerinin markalara aktarılması” (Keller, 1993: 5) olarak tanımlanan marka kişiliğidir. Marka kişiliği, tüketicilerin marka ile özdeşleşmelerini ve kendilerini marka üzerinden tanımlamalarını sağlayan ve tüketicide marka bağlılığı yaratan önemli bir stratejidir.

Jennifer Aaker marka kişiliğini, “bir markayla ilişkilendirilen insan nitelikler” (1997: 347) olarak tanımlamaktadır. Daha geniş bir ifadeyle, “marka kişiliği; insana ait olan karakter özelliklerinin markalarla ilişkilendirilmesi yoluyla tüketici zihninde, ürünlerin ihtiyaç gideren meta özelliğinden sıyrılarak ve insana özgü karakterler vasıtasıyla bir kişi gibi algılanması”dır (Yücel ve Halifeoğlu, 2017: 178). Aaker kişiliğin, markanın algılanmasını kolaylaştırdığını, markayla ilgili görüşleri zenginleştirdiğini, marka kimliğinin farklılaşmasına hizmet ettiğini, iletişim çalışmalarına yön verdiğini ve marka değerine katkı sağladığını belirtmiştir (Aaker, 2016: 155-191). Her marka rakiplerinden ayrılmak için hedef kitesine uygun, onun bağ kurabileceği bir kişilik geliştirmektedir. Nitekim dinamik, ruhu olan, kendisine benzeyen ya da idealize ettiği insani özellikleri barındıran marka kişilikleri, “tüketicinin kendisini ifade etme aracı” (Escalas & Bettman’dan akt. Türkmendağ& Köroğlu, 2018: 1123) olarak marka ile duygusal bağ kurmayı kolaylaştırmaktadır.

Jennifer Aaker, 1990’lı yıllarda Marka Kişilik Ölçeği (Brand Personality Scale) geliştirmiş ve alana yönelik akademik ilgi artmıştır. Aaker, psikoloji biliminin Beş Faktör Kişilik Modelini (Big Five Model) Marka Kişilik Ölçeği modeline uyarlamış ve bin kişilik bir araştırma sonucunda; samimiyet, heyecan/coşku, yetkinlik/yeterlilik, seçkinlik/gelişmişlik ve sağlamlık olmak üzere beş marka kişiliği tanımlamıştır (Aaker, 1997: 354). Aaker’ın modelinde, samimiyet; gerçekçi, samimi, dürüst, haysiyetli, heyecan/coşku; cesur, yaratıcı, canlı, çağdaş, orijinal, neşeli, güncel, bağımsız, yeterlilik; güvenilir, zeki, başarılı, güvenilir, kendinden emin, seçkinlik/gelişmişlik; üst sınıf, iyi görümlü, göz alıcı, iddialı, cazibeli, çekici, nazik, sağlamlık; atletik, çetin, güçlü, dayanıklı, sert, erkeksi, açık hava, batılı gibi özellikler ile tanımlanmaktadır. Aaker’ın modeli, Azoulay ve Kapferer (2003), Geuens vd. (2009) gibi araştırmacılar tarafından kültürlerarası farklılıkları yansıtmadığı, kategorilerin birbirleriyle kesiştiği yönündeki çeşitli eleştirilere maruz kalmasına rağmen araştırmalarda kullanılan en kapsamlı ölçek olarak varlığını sürdürmektedir. Bu çalışmada da marka kişilikleri Aaker’dan hareketle, “bir markayla ilişkilendirilen insan nitelikler” olarak tanımlanmakta ve geliştirdiği model temel alınmaktadır.

Araştırmaların da gösterdiği gibi marka kişiliği, tüketicilerde marka bağlılığı yaratan, tüketicinin kendisini marka üzerinden ifade etmesine aracılık eden, marka imajını, değerini güçlendiren bir unsurdur. Dolayısıyla, planlı ve stratejik marka kimlik çalışmaları ile hedef kitleye uygun marka kişiliğinin geliştirilmesi ve tüketicilerdeki marka imajının güçlendirilmesini zorunlu hale gelmektedir. Günümüzde sosyal medya platformları, marka kişiliklerinin görsel yollarla sunulduğu, hatta tüketicilerin de katılımıyla ortak yaratıldığı ortamlar haline gelmiştir. Çalışmanın bir sonraki bölümü ortak değer yaratım sürecine yönelik kuramsal yaklaşımları tanımlayarak, sosyal medyanın sunduğu olanaklara açıklık getirmektedir.

## 2. Ortak Değer Yaratımı: Kavramsal Çerçeve

Tüketicilerin bilgiye ve içeriklere ulaşma, kullanma ve yayma olanaklarının artması ile “bilgi asimetrisi işletme lehine olmaktan çıkmış ve tüketiciler de işletme kadar bilgiye ulaşma olanağına kavuşmuşlardır” (Koçak, 2012: 61). Tüketiciler bu olanak sayesinde pazarlama ve reklam uygulamalarına bilgi ve deneyimleri ile katılarak,

içerik üretmektedirler. Pazarlama literatüründe ‘ortak değer yaratımı’ olarak da tanımlanan bu etkileşimli uygulamalar, tüketicinin ve markanın birlikte hareket ettiği, birbirlerine bilgi aktarımı yaptığı koordineli ve çok boyutlu pazarlama çalışmalarını tanımlamaktadır. Ortak değer yaratımı, hizmet ekonomilerinin yaygınlaşması ile gündeme gelmiş, hizmet baskın pazarlama literatürü teorileriyle şekillenmiştir.

Pazarlama disiplini, 20. yüzyılın başlarından bu yana klasik ekonominin argümanları ve kavramlarıyla beslenmiştir. “Neo-klasik ekonominin ürün merkezli görüşüne göre değer, üretim esnasında ürün içine gömülü vaziyettedir ve ekonomik mübadele ile tüketiciler, bu değeri ürün aracılığıyla tüketmektedir” (Fisk vd., 1993). Bu yaklaşım, özellikle 1950’li yıllardan sonra hakim olan mal baskın mantık pazarlama yaklaşımında hayat bulmuştur. Buna göre, tüketici pasif değer alıcısı, şirket de değerın üreticisi konumundadır.

1980’li yıllara gelindiğinde ise, bilgi temelli hizmet ekonomilerinin öne çıkması ve piyasa koşullarının esnekleşmesi ile pazarlama paradigması revize edilmiştir. Amerikan Pazarlama Birliği’nin öncülüğünde, müşteriye merkeze alan hizmet baskın mantık pazarlama yaklaşımı egemen hale gelmiştir. Yeni dönemde marka-tüketici arasındaki etkileşim ve diyaloga odaklanılmakta, tüketici ortak değer üreticisi olarak konumlandırılmaktadır.

“Rekabetin ve ekonomik zorlukların arttığı ve pazarların parçalanmaya başladığı bu dönemde, iş risklerini azaltma motivasyonu ile tüketicinin üretim sürecinde oynadığı ekonomik rolü artırma arayışına giren üreticiler, tüketici ilgilenimini (consumer involvement) artırabilen ve tüketici istek ve ihtiyaçlarının daha esnek karşılanmasına olanak sağlayabilen modellere ihtiyaç duymuşlardır” (Dedeoğlu, 2015: 20).

Vargo ve Lusch’un 2004 tarihli ‘Evolving to a New Dominant Logic for Marketing’ makalesiyle filizlenen yaklaşımın çıkış noktası, değer kavramının içeriğinde yaşanan dönüşümdür. Hizmet ekonomisinde değer, somut ürüne gömülü değildir, aksine “tüketicinin ya da herhangi bir kullanıcının, kaynakların mülkiyetinden ya da kullanımından hatta zihinsel durumlarından doğan deneyim” ile ortaya çıkmaktadır (Grönroos, 2018: 92). Tüketiciler, hizmet ve bilgi gibi ürünleri deneyimleyerek, yorumlayarak, bütünleştirerek kullanmakta, ihtiyaçları çerçevesinde fayda elde etmekte ve değer üretmektedirler.

Yaklaşım, tüketiciyi değer üreticisi olarak tanımlarken, markayı da değer için kaynak sağlayıcı olarak konumlandırmaktadır. Markalar sadece kaynak ve değer önerileri sunabilmekte değeri ise ürünü kullanan tüketici ortaya çıkarmaktadır. Bu sürecin etkili şekilde işleyebilmesi için tüketicilerle ilişkilerin geliştirilmesi, ortak hareket edilmesi ve işbirlikleri yapılması gerekmektedir. Literatürün öncü isimlerden biri olan Grönroos, ortak değer yaratım sürecini teorize eden ilk isimlerden biridir (2008, 2011, 2018). Grönroos’a göre ortak değer yaratımda müşteri-marka etkileşimi önkoşuldur. “Karşılıklı etkileşim, iki ya da daha fazla tarafın birbiri üzerinde etkisinin olduğu ortak ya da karşılıklı eylemdir” (Grönroos, 2018: 98). Bu çalışmada da Grönroos’tan hareketle ortak değer yaratımı marka-tüketici etkileşimini tanımlamaktadır.

Yeni paradigmada tüketicinin yaratıcı rolünün önem kazanmasıyla akademik araştırmalar da tüketicinin katılım süreçlerine odaklanmıştır.

“...geç kapitalist pazar yapılarındaki değişim ile pazar aktörlerinin rolleri ve pratiklerinde önemli farklılaşmaya yol açmış ve birbirlerinden kesin çizgilerle ayrılan bu rollerin bir çok noktada çakıştığı ve sınırların bulanıklaştığı görülmektedir. Tüketicinin, bir yandan, kendilerine sunulan ürün ve/veya hizmetlerin üretim ve sunuma ilişkin çeşitli iş süreçlerine gözle görünür katılımı ile tüketicinin üreten-tüketici (prosumer/co-producer) haline geldiği görülmektedir” (Dedeoğlu, 2015:19).

Tüketicinin katılımcı rolünü ilk vurgulayan Prahalad ve Ramaswamy’nin (2000) ardından yürütülen birçok araştırmada ortak değer yaratım süreci ve tüketici etkileşimi çeşitli şekillerde incelenmiştir. Grönroos (2008, 2011), değerın kapsamını ve aktörlerin rollerini tanımlayarak etkileşimin önemine vurgu yapmış, Gummesson (2008), ortak değer yaratım sürecindeki kaynak alışverişi ve etkileşimi incelemiş, Baron ve Harris (2008) ise tüketicilerin ortak katılımdaki değişken rollerini ortaya koymuşlardır. Payne ve arkadaşları (2008) tüketici ve kaynak sağlayıcı arasındaki duygusal, bilişsel ve davranışsal süreçleri, Ngo ve O’Cas (2010) da tüketicilerin katılım rollerini pazarlama başarısı açısından değerlendirmişlerdir. Çalışmalar sonucunda ortak değer yaratımının pazarlamanın başarısını arttırdığı gözlenmiştir.

Pazarlama uygulamalarının merkezine yerleşen ortak değer yaratım sürecinin ön koşulu markaların kaynak ve değer önerilerini tüketicilerle buluşturabilmesi ve etkileşim yaratabilmesidir. Tüketiciler, marka önerilerini ihtiyaçları çerçevesinde algılamakta, fonksiyonel/ duygusal değer yaratmakta, marka topluluklarına dahil olarak etkileşim ağlarında marka değerini yaygınlaştırmaktadırlar. Sosyal medya platformları da marka değerinin ortak yaratımı için eşsiz olanaklar sunmaktadır.

### **3.Sosyal Medyanın Ortak Yaratım Olanakları: Marka Toplulukları**

Sosyal medyanın etkileşimli ortamı, tüketiciyi pasifize eden tek yönlü marka iletişiminin yerine, çift yönlü iletişimin yoğun olduğu yeni yöntemleri ortaya çıkarmıştır. “Sosyal ağlar çağında, marka hikayelerine ve deneyimlerine ortak yaratıcı (co-creator) ve işbirlikçiler olarak katılan tüketicilerin egemen olduğu prosumer kültürü gelişmiş, geleneksel pazarlama parçalı, demokratik ve merkezlessiz hale gelmiştir” (Deuze’ dan akt Chang, 2014: 10). Sosyal medyada tüketiciler bir yandan içerik üreterek marka değeri yaratımına katılmakta, diğer yandan marka topluluklarıyla bu değeri yaygınlaştırmaktadırlar.

Merkezi iletişim mecraları haline gelen sosyal ağlar ile bireyler, bilgi edinmek, duygu ve düşünceleri ifade etmek, deneyim ve tecrübeleri paylaşmak, karar almak ve hatta kamuoyu oluşturmak gibi tüm iletişim süreçlerini yürütmektedirler. Sanal topluluk ve organizasyonlara katılmakta, içerik üretmekte, tüketmekte ve paylaşımlarıyla etkileşim ağını genişletmektedirler. Geniş tüketici kitlelerine ulaşmak isteyen markalar için sosyal medya ağları ve sanal topluluklar hayati önem taşımaktadır. Nitekim, “sanal topluluklar, tüketicilerin marka algıları üzerinde etkili” (Schau vd, 2009: 30) olan, dinamik etkileşim ağlarıyla tüketici katılımını arttıran ve markaya yönelik güven ve bağlılığı arttıran olumlu etkilere sahiptir. Marka değerinin arttırılabilmesi için topluluklardaki istek ve yorumlarından haberdar olunmalı, tüketicinin talep ettiği imaj için etkileşim ortamı yaratılmalıdır.

Gönüllü olarak markayla bağlarını kabul eden tüketicilerden oluşan marka toplulukları, “zaman ve mekân kısıtı olmayan, belirli bir ürünün kullanımını ya da ürüne olan ilgi ve hayranlığa dayalı, yapılandırılmış karşılıklı duygu ve bağlılığı olan, ortak amaçlar doğrultusunda birlikte hareket eden, gelişmiş bir sosyal kimliğe sahip, belirli bir markaya yönelik ortak heyecanı ve coşkuyu paylaşan ortak efsanesi, değerleri ve törenleri bulunan, kendilerine özgü bir dil yapısı olan tüketici grubu” olarak tanımlanmaktadır (Doğaner & Armağan, 2019: 718). Muniz ve O’Guinn, bir grubun topluluk olabilmesi için üyelerin aidiyet hisleri taşınmasını, ortak ritüel ve gelenekler ile marka kültürünün sürdürülmesini ve diğer üyelere ve markaya yönelik sorumluluk hissi ile hareket edilmesini önkoşul olarak göstermişlerdir (Muniz ve O’Guinn, 2001: 413). Bu sayede topluluklarda karşılıklı güvene dayalı ve uzun süreli bir ilişki ağı kurulabilmektedir.

Sanal topluluklarda üyeler, aidiyet ruhu ile markanın bir parçası haline gelerek, topluluk bilinci ile kendilerini marka kültürüne adamaktadırlar. Deneyimlerini paylaşan topluluk üyelerinin etkileşimi, markaya yönelik güveni de olumlu yönde etkilemektedir. Marka ruhu ve heyecanı ile duygusal bağları güçlenen üyeler, topluluğa özgü bir dil de geliştirerek ortak kültürün güçlenmesini de sağlamaktadırlar. Marka ile ilgili farklı ortamlarda tartışmalara katılan üyeler, yeni bilgi akışı sağlayarak, problemleri çözerek, ürünlerle ilgili kanaatlerini paylaşarak, yeni fikirlerin gelişmesine öncülük etmektedirler. Bu özellikleriyle topluluklar, marka iletişiminin en önemli unsurlarına dönüşmektedirler.

Marka toplulukları, ortak değer yaratımı konusunda da oldukça önemli işlevler üstlenmektedirler. Yürütülen çok sayıda çalışmada toplulukların bu sürece olan katkıları incelenmiştir. Parmentier (2015), bir marka topluluğunun, farklı kullanıcıları bir araya getirerek marka için yeni ve yaratıcı fikirler geliştirebildiğini ortaya koymuş, toplulukların ortak değer yaratım faaliyetlerine liderlik edebileceğini belirtmiştir. Payne, Storbacka, Frow ve Knox (2009), topluluklar ile ortak değer yaratma sürecini dört başlıkla; tüketicilerin değer yaratma süreci, tedarikçilerin değer yaratma süreci, etkileşimlerle yaratılan değer, ek kaynakların marka bilgisine etkisi olarak kategorize etmiştir. France, Merrilees, and Miller (2015) ise toplulukların ortak yaratım süreçlerini marka bağlılığı, bireysel uyum ve katılım çerçevesinde incelemişler ve toplulukların marka değeri yaratmadaki öncül rollerini ortaya çıkarmışlardır.

Toplulukların ortak değer yaratma yöntemleri, Schau, Muniz & Arnould (2009) tarafından yürütülen çalışmada, dokuz marka topluluğu örneğinde incelenmiş, sonuçta toplulukların sosyal ağ oluşturma, izlenimlerin yönetimi, topluluk katılımı ve marka kullanımı (Schau vd, 2009: 34) olarak dört başlıkla değer yaratımına

katıldıkları ortaya çıkarılmıştır. Sosyal ağ oluşturma ve topluluk katılımı zaman ve çaba gerektiren yöntemler iken marka kullanımı ve izlenimi yönetimi, ürünlerin anında tüketilmesini, kişiselleştirilmesini, tanıtımını içererek hızlı bir etki ortaya çıkarmaktadır. Araştırma ayrıca güçlü marka topluluklarının, zayıf marka topluluklarına oranla daha fazla çeşit ve sayıda uygulama pratiği sunduğunu ve ortak değer üretiminde daha etkili olduklarını ortaya çıkarmıştır. (Schau vd, 2009: 39). Yöntem konusunda yürütülen sınırlı sayıdaki çalışma arasında Schau vd'nin sunduğu model, alan araştırmalarına önemli bir metodoloji sunmaktadır. Bu çalışmada da marka topluluklarının ortak değer yaratım yöntemleri, Schau vd'nin kategorileri çerçevesinde değerlendirilmektedir.

Marka topluluklarının marka kişiliklerine olan etkisine yönelik araştırmaların da dikkat çekici oranda az olduğu gözlenmiştir. Yapılan az sayıdaki çalışmanın arasında Chia Yu Chang (2014)'ın araştırması öne çıkmaktadır. Chang, fotoğraflar üzerinden toplulukların marka kişiliklerini ve marka imajını nasıl yansıttıklarını ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Bu çalışmada da marka topluluklarının fotoğraf paylaşımlarına odaklanılmakta, markaların kişilikleri ile topluluk paylaşımlarında sunulan özelliklerin ne oranda örtüştüğü irdelenmektedir. Nitekim fotoğraf günümüz görsel egemen kültüründe gerçekçi ve etkili ifade aracı olarak, marka kişiliklerinin sunumu ve yaratımında işlevsel bir role sahiptir. Instagram ise kişilik ve yaşam tarzları ve imajların fotoğraflar ile sergilendiği en popüler platform konumundadır.

#### 4.Instagramın Ortak Değer Yaratım Aracı: Fotoğraf

2010 yılında kurulan Instagram, anında üretilen fotoğrafların paylaşıldığı bir sosyal medya uygulaması olarak geliştirilmiştir. Kısa zamanda popüler hale gelen Instagram, 2022 yılına gelindiğinde iki milyar kullanıcı sayısına ulaşmıştır. Yapılan araştırmalar, Instagram'ı her gün beş yüz milyon kişinin aktif olarak kullandığını, günlük ortalama yüz milyon fotoğraf paylaşımı yapıldığını göstermektedir (URL 1) Kullanıma girdiği ilk dönemlerde sadece fotoğraf paylaşımına izin veren platform, zaman içerisinde kullanıcılarına sunduğu hashtag (etiketleme), video, hikaye, filtreleme, beğeni ve yorum yapma gibi çok çeşitli etkileşim olanaklarıyla zenginleşmiştir.

Instagram, tüketicilere yaşamlarını, ilgi alanlarını, zevklerini, özel hayatlarını, beğeni ve tutkularını fotoğraflarla kolayca sunma özgürlüğü vermiştir. “İnsanlar, bir fincan kahve, külahta bir dondurma, pencere önündeki kedi gibi çok da özelliği olmayan obje ya da manzaralar, gündelik hayattan kesitler sunan görsellerle sıradan hayatı ritüelleştirerek kalıcı kılmaya çalışmaktadırlar” (Kale, 2016b: 120). Profillerini adeta birer vitrine dönüştüren tüketiciler, fotoğrafların etkili anlatımıyla ürün ve deneyimlerini paylaşarak tanıtım yapmaktadırlar. Çetin (2019: 357)'in belirttiği gibi “bu tür platformlarda gerçekleşen faaliyetler özü itibariyle bir tüketme edimi olmasına rağmen süreç içerisinde düşünüşler, algılayışlar, tercihler, beğeniler ve yapıtlar ortaya çıkarıyor olması dolayısıyla bir tür üretme pratiği haline gelmiştir”. Bireylerin bu üretimi ve tüketimi markaların da dikkatini çekmektedir. “Bu fenomen, günümüzün parçalı ve görsel odaklı medya ortamında etkileşim kurmanın yenilikçi yollarını bulmaya istekli olan markalar için etkili bir iletişim olanağı sunmaktadır” (Chang, 2014: 1).

Instagram fotoğrafları aynı zamanda, deneyim ve hikayelerin gerçekliğini güçlendirmektedir. Görsel iletişim sözele oranla çok daha etkili ve ikna edici bir yöntemdir. Fotoğrafların hafızada kalıcılığının fazla olması, olayları, durumları, sembol ve anlamları kolayca anlatabilmesi, olaylar arasında bağlantı kurmaya olanak vermesi gibi özellikler görsel iletişimin gücünü arttırmaktadır. Instagramın görsel altyapısı yaratıcı şekillerde kullanıldığında markalar için en güçlü pazarlama arenalarından biri haline gelmektedir. Ginsberg'in de belirttiği gibi Instagram, markalara tüketicilerinin günlük hayatlarına nasıl değer katabileceklerini (görsel yolla) göstermektedir. (2015:80).

Markaların tüketicilere ulaşabilmesi ve onlarda fark yaratabilmesi için, onun duygusal bağ kurabileceği, kişisel yaşam deneyimlerinden oluşan hikayeler geliştirmeleri ve bunları görselleştirerek sunmaları gereklidir. Tüketiciler duygusal fayda (değer) sağladıkları markalar ile özdeşleşmekte, bu markayı profillerine taşıyarak kişisel imajlarını da güçlendirmektedirler.

“Sadece ürünün özellikleriyle öne çıkan fotoğraflar daha çok tutundurma stratejisi gibi algılandığından, fotoğrafın içine insan dahil edildiğinde, marka için iletişim daha duygusal ve dahil edici, diğer bir deyişle deneyimsel olmaktadır. Görsellerde kişilere yer vermek daha canlı ve samimi bir görüntü oluşturarak, tüketicileri ürünü satın almaya teşvik etmektedir. Bu tarz içerikler sosyalleşme güdüsüne hitap ederek başarıya ulaşmaktadır. Markalar için önemli olan yaratıcı ve seçici bir içerik hazırlamaktır” (Kale, 2016a: 161)



Duygusal bağıllık, tüketicilerde marka topluluklarına katılmayı da beraberinde getirmektedir. Bu sayede marka adına sık paylaşımlar yapılarak etkileşim ağı genişletilmektedir. Marka farkındalığına büyük katkısı olan topluluk paylaşımları marka kişiliğinin ortak paylaşımlarla yeniden üretilmesini de sağlamaktadır. Markaların tüketicilerini fotoğraflar üzerinden yakından tanıma fırsatı bulduğu bu etkileşim ortamında, marka kişiliklerinin hedef kitlelerine uygunluğunu da ölçebilmekte ve etkileşim ile ortak kişilik yaratabilmektedirler.

Yapılan çalışmalar, Instagramın marka kişiliğini yansıtmaya ve değer yaratma konusunda etkili bir sosyal platform olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ginsberg (2015), Goor (2012), Kale (2016a), Küçüksaraç (2018), Yeniçiftçi (2016) yaptıkları çalışmalarda fotoğrafın gücüne vurgu yaparken, sosyal içerikli fotoğrafların tüketiciler ile kolay iletişim kurduğunu, özdeşliği arttırdığını belirtmişlerdir. Ginsberg (2015), Instagram'da marka kişiliklerinin fotoğraflar üzerinden nasıl yansıtıldığını incelemiştir; ürün, ürün ve kişi, ürün ve kişiler, kampanya duyurusu, dünya olayları, yaşam tarzı, ürün ve mizah, tarifler, videolar, kullanıcıdan gelen gönderiler, ünlülerden gelen gönderiler olmak üzere 11 başlıktan oluşan kapsamlı bir kategorizasyon yapmıştır. Ginsberg'in çalışması Instagram'da marka kişiliklerinin tanımlanması için işlevsel bir metodoloji sunmaktadır. Çalışmamızda da Dior marka topluluğu örneğinde marka kişiliğinin ortak yaratım süreci incelenmekte ve marka değerinin nasıl geliştirildiği ortaya çıkarılmaktadır.

## **5. Marka Kişiliği Ortak Yaratım Süreci: Dior Beauty Markası -Topluluk Etkileşimleri**

Dior, Interbrand'ın 2022 en değerli global markaları raporunda ilk yüz içinde yer alan lüks markalardan biridir. Aynı zamanda 2021 yılında sosyal medya reklamcılığını etkin şekilde kullanmış ve en çok etiketlenen markalardan biri olmuştur. Tüketicilerinin lüks algılarına, arzularına ve alışveriş davranışlarına ilham vermek adına marka, 2022 yılında da sosyal medya ağlarını genişletme yoluna girmiştir. Bu çalışmada da Instagram'da 2021 yılında en çok arananlar listesine giren Dior markası örneklem olarak seçilmiştir (URL: 2).

Dior, Instagram hesabında etiketleme, fotoğraf ve video paylaşımları, storyler, ünlü kullanımı gibi etkili pazarlama uygulamalarının yanında topluluk etkileşimlerinden de faydalanmakta, seçkin marka kişiliğini yaygınlaştırmaktadır. Diorinternational topluluğu da marka hayranlarının kurduğu, 242 bin takipçisi olan bir fun sayfasıdır. Topluluk fotoğraf, video paylaşımları ile markanın farkındalığına katkı sağlamaktadır. Buna karşın topluluğun Dior'un kişiliği ve imajından hareketle yürüttüğü paylaşımların neler olduğu ve ne tür yöntemler ile etkileşime girdiği önem kazanmaktadır. Bu sayede topluluğun marka değeri üretiminde oynadığı rolü tanımlamak mümkün hale gelmektedir. Bu amaçla yürütülen analizimizde topluluğun, 2022 Haziran ayında yaptığı paylaşımlar ve etiketlendiği 196 fotoğraf incelenmiş ve marka kişiliğinin nasıl ve ne tür yöntemler ile yaratıldığı incelenmiştir.

Fotoğraflar, Ginsberg'in fotoğraf kategorilerine göre ayrıştırılmış, Dior kişiliğinin topluluk tarafından nasıl yaratıldığı açığa çıkarılmıştır. Aynı zamanda Schau vd'nin toplulukların ortak değer yaratma yöntemleri etkileşim ağı incelenmiştir. Nitel içerik analizi ile yürütülen çalışma sonucunda topluluğun Dior marka kişiliğini ne tür etkileşim biçimleriyle, nasıl yansıttığı ve bu üretimin markaya olan etkisi ortaya konulmaktadır.

### **5.1. Dior'un Marka Kişiliği: Seçkin Kişiliğin Katmanlı Dokusu**

1946 yılında kurulan Dior markası, giyim-kozmetik-aksesuar alanlarında tüketicilerine sunduğu prestijli tasarımları ile dünyanın önde gelen lüks markalarından biri haline gelmiştir. Vigneron ve Johnson (2004), lüks markaların arasında ayırım olduğunu, bazı markaların daha değerli olarak algılandığını belirtmişlerdir. Kimi markalar ulaşılamaz olarak algılanırken, kimi markalar orta derecede ulaşılabilir, kimileri ise ulaşılabilir olarak tanımlanmaktadır. Dior, orta derecede ulaşılabilir marka grubunda tanımlanmaktadır (Ward & Chiari'den akt. Aksu, 2013: 13). Instagram hesabıyla tüketiciler tarafından ulaşılma oranı artan marka, etkili görsellerinde yarattığı seçkin kişiliği ile öne çıkmaktadır.

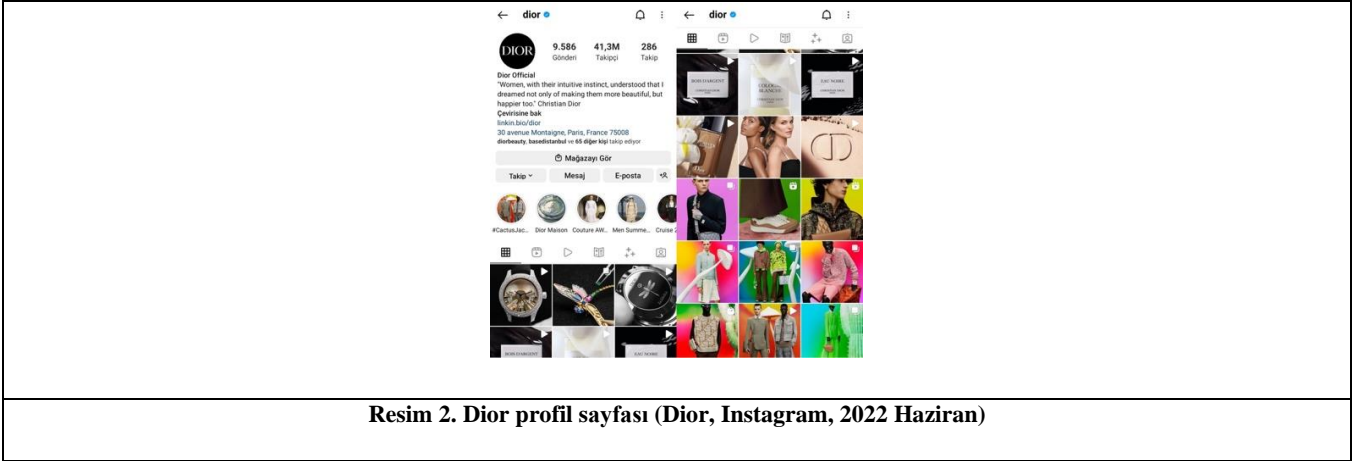
Aaker, seçkin marka kişiliğinin taşıdığı özellikleri; üst sınıf, iyi görümlü, göz alıcı, iddialı, cazibeli, çekici, nazik nitelermeleri ile tanımlamaktadır. Dior, Haziran 2022 tarihleri arasında profilinde yayınladığı 100'den fazla fotoğrafta bu tanımları içeren bir kişilik ortaya koymaktadır. Ginsberg'in kategorileri çerçevesinde incelendiğinde markanın bu kişiliğini ürün, ürün ve kişi (manken), yaşam tarzı, videolar ve ünlülerin fotoğraflarıyla yansıttığı gözlenmektedir. Görsellerinde ağırlıklı olarak elbise koleksiyonlarını, çeşitli aristokrat-çağdaş konseptler ile öne çıkaran marka, kullandığı renkler, nesnelere, mekanlar, mankenler, ışık ve

kurgulama ile seçkin kişiliğe göndermeler yapmaktadır. Markanın bu kişiliğinde hem aristokrasiyi temsil eden semboller hem de modern yaşamı yansıtan göstergeler öne çıkmaktadır.

Çeşitli fotoğraflarda saray aristokrasisini çağrıştıran malikaneler, evler, çiftlikler ya da doğal ortamlar, elbise tasarımları, renkler, gizemli ışıklandırmalar, yalnız manken kullanımları öne çıkmakta, aristokrasinin yalıtılmış ve ulaşılamaz yaşam tarzı vurgulanmaktadır. Resim 1’de de görüldüğü gibi bu ulaşılmazlık etkisi, üst sınıfı temsil eden kıyafet, aksesuar ve mekanların gerçeküstü ve mistik atmosferlerde sunulmasıyla artırılmakta ve marka arzu nesnesi haline dönüştürülmektedir. İngiliz kraliyet ailesinin fotoğraflarına da yer veren Dior, aristokrat seçkin kişiliğini pekiştirmektedir.



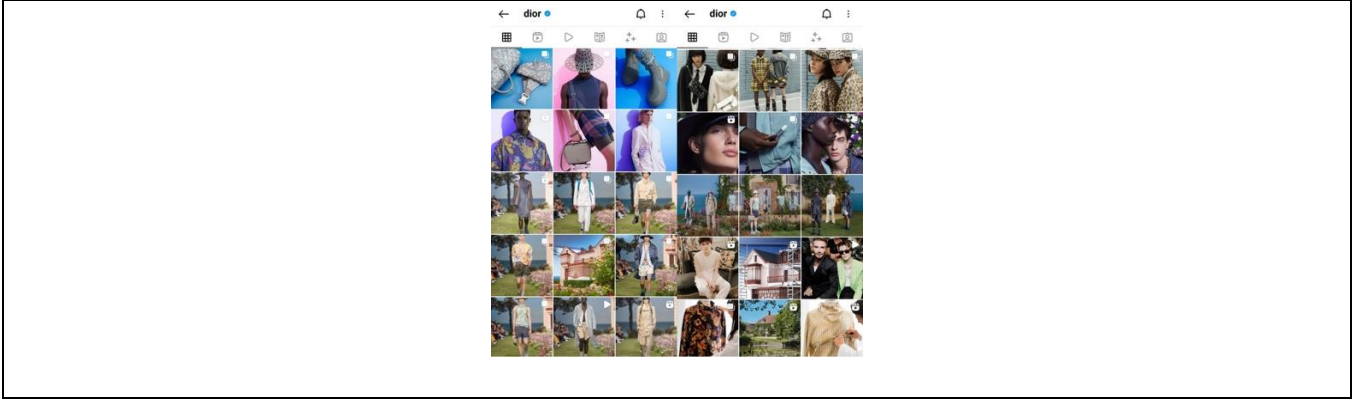
Marka, yansıttığı aristokrat seçkin kişiliğini çağdaş, modern, canlı, güncel ve kentli, Aaker’ın tanımıyla coşkulu kişilik özellikleriyle de harmanlamaktadır. Görsellerinde bakımlı, zarif ve kentli kadın ve erkek mankenleri iddialı renklerle ışıklandırılmış stüdyo ortamlarında sunmaktadır. Resim 2’de de görüldüğü gibi marka, kıyafetlerin yanında aksesuarları, ev eşyalarını ve kozmetik ürünlerini modern ve yaratıcı tasarımlarla fotoğraflarına taşımakta, coşkulu kişiliği ile seçkin kişiliği harmanlamaktadır.



Dior’un öne çıkan önemli kişilik özelliklerinden biri de romantik ve feminen kadın kimliğine yönelik vurgusudur. Marka kimi fotoğraflarında çiçek, dantel, kadife gibi aksesuarlar ürünlerini sunarak romantik, zarif, seçkin aynı zamanda da çağdaş bir kadın kişiliği vurgusu yapmaktadır. Bu vurgu, profilin kimi görsellerine hakim olan doğadan esinlenen soft renkler ile de desteklenmektedir. Kimi fotoğraflarda da modern, yenilikçi, yaratıcı ve üst sınıf kadın temsilleri, markanın kişiliğinin temel bileşenlerine dönüşmektedir.

Aaker, yeterli marka kişiliğini, başarılı, güvenilir, başarılı gibi nitelikler ile tanımlamıştır. Resim 3’te görüldüğü gibi mankenlerin mesafeli ve kendinden görünüşleri, yeterli kişiliği çağrıştırmakta, aristokrasinin ulaşılmazlığına da

gönderme yapmaktadır. Dior'un kişiliği, yeterlilik unsurunu içermekte, coşkulu kişilik ile harmanlanmakta ve aristokrat dokunun eklendiği katmanlı bir seçkin kişilik olarak ortaya çıkmaktadır.

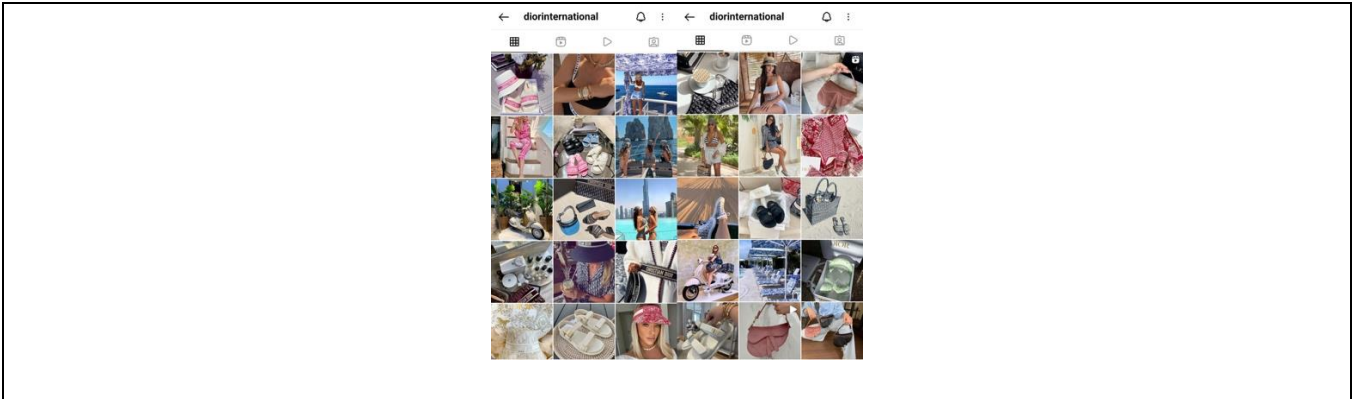


Resim 3. Dior profil sayfası (Dior, Instagram, 2022 Haziran)

## 5.2. Diorinternational Topluluğunda Dior Kişiliği: Markadan Ayrışmalar

Dior'un marka topluluğu olan Diorinternational Fun'ın sayfasında Haziran 2022 döneminde 6 fotoğraf paylaşımı yapılmıştır. Topluluğun paylaşım sayısı ve periyodu markaya oranla oldukça düşüktür. Buna karşılık topluluğun etiketlendiği 160 fotoğraf ile etkileşim ağı genişlemektedir. Topluluğun paylaştığı ve etiketlendiği fotoğraflar, Ginsberg'in kategorilerine göre incelendiğinde topluluk marka kişiliğinin Dior'dan kısmi olarak farklılaştığı gözlenmektedir. Dior, aristokrat seçkin kişiliği öne çıkarırken, topluluk coşkulu kişiliği vurgulamaktadır.

Topluluğun paylaştığı fotoğraflar ağırlıklı olarak ürün-kişi, yaşam tarzı fotoğraflarından ve videolardan oluşmaktadır. Bu fotoğraflarda kullanılan mekanlar, aksesuarlar, semboller, romantik, zarif, bakımlı, üst sınıf üyesi kentli kadın profilini temsil eden göstergelerden oluşmaktadır. Görsel 4'te de görüldüğü gibi kimi zaman şık restoranlarda, kafelerde ya da denizde, kumsalda, yat üzerindeki bakımlı, mutlu kadınların görselleri, çağdaş ve zengin kadın temsili üzerinden coşkulu kişiliği öne çıkarmaktadır. Seçkin marka kişiliği de bu kişiliğe harmanlanan öge haline gelmektedir. Nitekim topluluk fotoğraflarında; yalnız kadın ya da erkekler, dış ortamlarda ve mutlu bireyler olarak sunulurken markanın aristokrat seçkin kişiliğinin ulaşılamaz yaşam tarzı temsillerinden de uzaklaşmaktadır.



Resim 4. Diorinternational topluluk sayfası (Diorinternational, Instagram, 2022 Haziran)

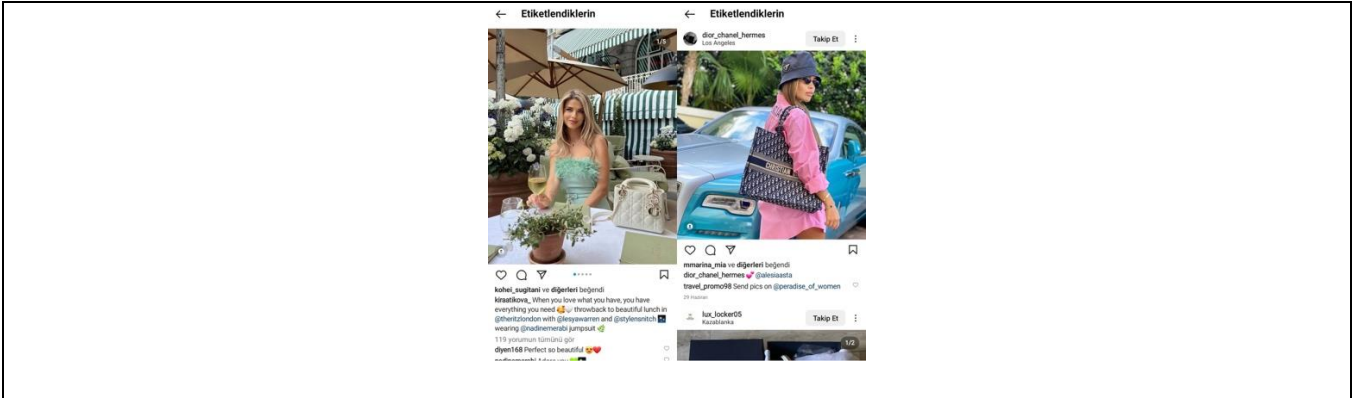
## 5.3. Etiketlerde Yaratılan Kişilik: Bireysel İmajlar Öne Çıkıyor

Diorinternational topluluğunun etkileşim ağı oldukça geniştir. İncelenen Haziran 2022 zaman aralığında bini aşkın görsel etiketleme yapılmıştır. 23-30 Haziran aralığı örneklem olarak alınmış, marka kişiliğinin nasıl yansıtıldığını belirlemek adına yeterli oranda veriye ulaşılmıştır. Bir haftalık süre içerisinde topluluğun 195 görselde etiketlendiği, bu etiketlerden 35 tanesinin video, 160 tanesinin fotoğraf olduğu gözlenmiştir. Ginsberg'in kategorilerinden

hareketle yapılan analizde ise 75 fotoğrafın ürün, 45 fotoğrafın yaşam tarzı, 35 ürün ve kişi, 35 video paylaşımı olduğu, az sayıda da ürün-kişiler ve ünlülerden gelen fotoğraf olduğu gözlenmiştir.

Ürün fotoğraflarında ağırlıklı olarak Dior marka ürünleri, iç-dış mekanlarda, profesyonel ışıklandırmalarda detaylandırılarak tanıtılmaktadır. Kimi zaman ürünlerin çeşitli aksesuarlar ile birlikte fotoğraflandığı gözlenmekte, kahve, içki, çiçek, inci gibi üst sınıfı temsil eden yaşam tarzı sembolleriyle birlikte ürünler öne çıkarılmaktadır. Az sayıdaki fotoğrafta da Dior ürünleri farklı markalar ile birlikte sunulmakta ve markalar kıyaslanarak Dior etkileşime girmektedir.

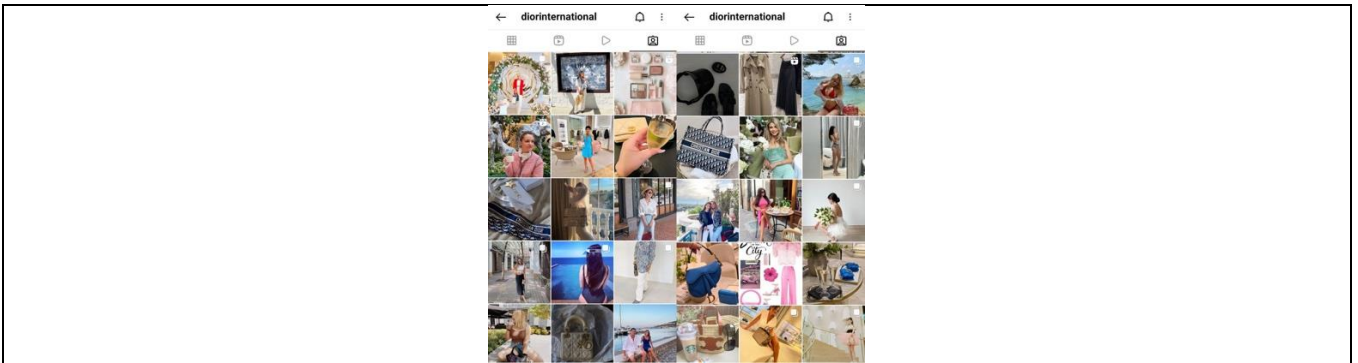
Etiketlenen fotoğraflarda öne çıkan diğer bir nokta, ürün-kişi ve yaşam tarzı kategorilerinin yoğun olarak kullanılması ve bu iki kategorinin benzer nitelikte içerikler taşımasıdır. İkisini ayrıştırabilmek amacıyla fotoğraflarda yer alan merkezi öğeler dikkate alınmıştır. Resim 5'te de görüldüğü gibi yaşam alanlarını içeren geniş planlı fotoğraflar yaşam tarzı kategorisinde, yakın plan fotoğraflar ürün-kişi kategorisinde değerlendirilmiştir.



Resim 5. Diorinternational topluluğu etiketlenen fotoğraflar (Diorinternational, Instagram, 2022 Haziran)

Yaşam tarzı kategorisinde de ürün kategorisindeki örneklere benzer şekilde modern, güncel, kentli ve üst sınıf yaşam tarzı sembol ve göstergeleri fazlasıyla öne çıkmaktadır. Topluluk paylaşımlarına benzer şekilde gökdelenler, plazalar, alışveriş merkezleri ya da lüks kafe ve restoranlar, kumsallar, havuz başı ve yat gibi yaşam alanları fotoğraflardaki merkezi yaşam alanlarıdır. Bu alanlarda Dior ürünlerini kullanan bireyler keyifli ve lüks yaşam içinde sunulmaktadır. Yine benzer şekilde ürün-kişi kategorisinde de ağırlıklı olarak lüks ortamlarda Dior ürünlerini kullanan kadın bireylerin kişisel fotoğraflarını lüks ortam ve aksesuarlarla birlikte sunduğu gözlenmektedir. Fotoğraflarda Dior markasının *coşkulu* kişiliği öne çıkarılmakta, lüks ve zenginlik temsilleriyle *seçkin* marka kişiliği de vurgulanmaktadır.

Topluluğun tüm fotoğraflarında dikkat çeken önemli nokta, Dior markası ile güçlendirilen bireysel imajların sunumunun marka kişiliğinin önüne geçmesidir. Resim 6'da da gördüğümüz gibi topluluk fotoğraflarında, yaşamdan keyif alan, lüksü seven, mutlu, çağdaş görümlü kadınlar, Dior markası üzerinden bireysel imajlarını vitrine taşımaktadırlar.



Resim 6. : Diorinternational topluluğu etiketlenen fotoğraflar (Diorinternational, Instagram, 2022 Haziran)

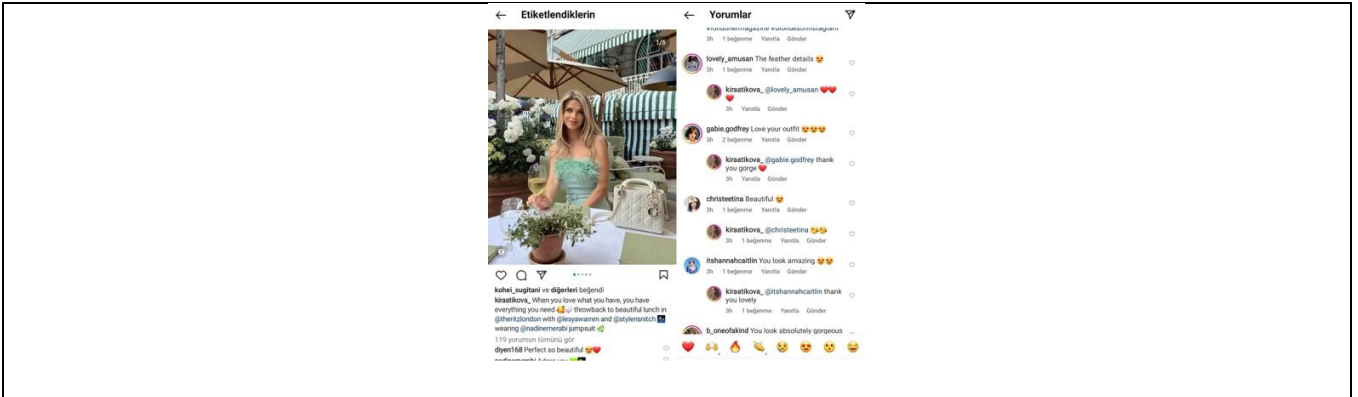


#### 5.4. Topluluğun Etkileşim Biçimleri: Yoğun İmaj, Sınırlı Marka Etkileşimi

Dior marka kişiliğinin topluluklar ile ortak yaratım sürecini etkileşim biçimleri şekillendirmektedir. Bu amaçla Schau, Muñiz ve Arnould (2009) tarafından geliştirilen toplulukların değer yaratım yöntemleri temel alınarak Dior marka topluluğunun etkileşim biçimleri incelenmiştir. Araştırmacıların geliştirdiği yöntemlerden topluluk katılımı yöntemi, uzun vadeli etkileşim biçimidir. Kısa zaman ve hızlı etki yaratan yöntemler ise izlenim yönetimi, sosyal ağ oluşturma ve marka kullanımı olarak belirmektedir. Dior marka topluluğunun değer yaratım biçimleri bu kategorilere göre incelenmiştir.

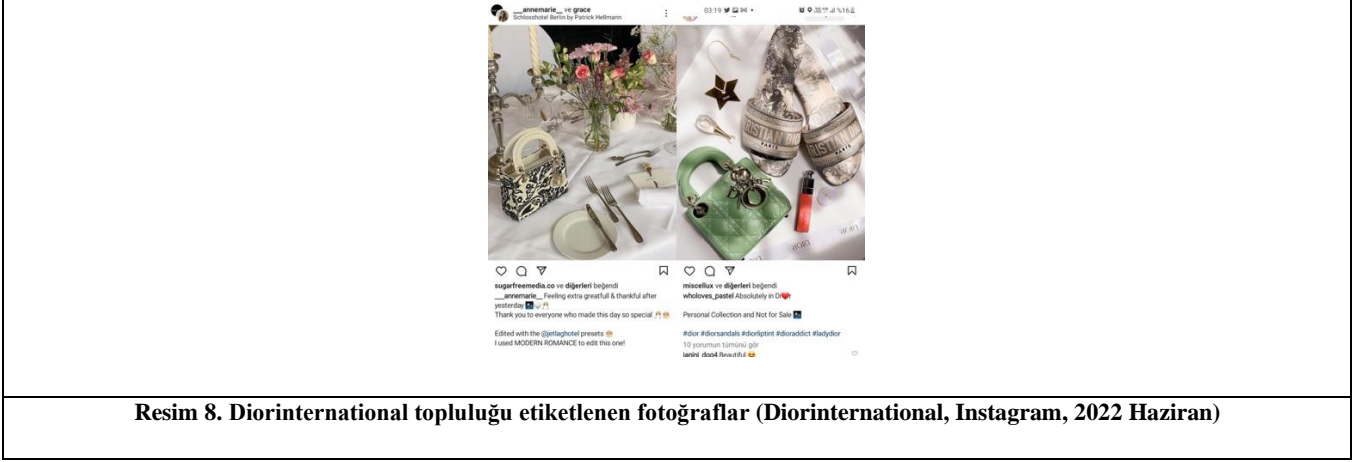
Dior marka topluluğunun paylaşımlarında ve etiketlendiği görsellerde ağırlıklı olarak marka kullanımı yöntemi kullanılmaktadır. Bireyler, marka kullanımı sürecinde Dior ürünlerini kullanırken, sunarken, deneyimlerken ya da tanıtımlarını yaparken paylaşım yapmaktadırlar. Markanın farkındalığını yaygınlaştıran bu uygulama aynı zamanda marka ürünlerinin gerçek yaşam içindeki deneyimlerini tanıtmaya olanak vermektedir. Özellikle videolarda ürün deneyimleri paylaşmakta, ürünler kişiselleştirilerek sunulmaktadır. Çantalar, elbiseler, kozmetik ürünleri vb gibi Dior ürünlerinin kişiselleştirilerek sunulması, daha önce de belirttiğimiz gibi bireylerin imajlarını güçlendiren bir araç olurken, markanın da bilinirliğini yaygınlaştıran ve değerini arttıran bir işlev görmektedir. Bir diğer deyişle marka değeri ve kişisel imaj karşılıklı olarak birbirini destekleyen unsurlara dönüşmektedir.

Topluluğun paylaşımlarında ve etiketlendiği fotoğraflarda sosyal ağ yönetimi kategorisi çerçevesinde sözel iletişim ağı incelenmiş, paylaşımlara yapılan beğeni, hashtag ve yorumlar analiz edilmiştir. Resim 7’de de gözlendiği gibi yorumlar, marka kişiliğinden çok bireysel imajları destekleyen ‘güzel’, ‘harika görünüyorsun’, ‘dış görünüşüne bayıldım’, ‘harika detaylar’ gibi kısa cümleler ya da tek kelimelik tanımlar ile paylaşım yapan bireyin benlik imajına yönelik içerikler ağırlık kazanmaktadır. Markaya ilişkin yorum ve beğenilerin ise oldukça sınırlı sayıda kaldığı, ‘tam bir klasik’, ‘klasik’, ‘aşk’, ‘muhteşem’ gibi kısa yorumlar öne çıkmaktadır. Buna karşılık hashtag kullanımlarında; çok sayıda Dior markası ile ilişkili hashtagler ve konseptle ilgili popüler hashtagler (dior, diorlovers, diorbeauty, ladydior, lifestyleblogger, summerstyle, vacationstyle, fashiongoals vb) paylaşımlara dahil edilerek, markanın ve bireylerin etkileşim ağı genişletilmektedir.



Resim 7. Diorinternational topluluğu etiketlenen fotoğraflar (Diorinternational, Instagram, 2022 Haziran)

Ortak yaratım yöntemlerinden izlenim yönetimi; ürünün-markanın tüketimi için yüceltilen gerekçeleri, özellikleri içermektedir. Ürünün neden kullanılması gerektiğini ya da öne çıkan özelliklerini tanımlayan yorumlar fotoğraf altı tanıtım yazılarında yer almakta, bu yazılarda Resim 8’de de görüldüğü gibi Dior’un bireysel kimlikleri, imajları ve yaşam tarzlarını nasıl prestijli hale getireceği, markanın seçkin kişiliğinin bireylere ne tür sembolik değerler kazandıracağı öne çıkarılmaktadır. İzlenim yönetiminde markanın sembolik işlevleri önem kazanmaktadır.



Resim 8. Diorinternational topluluğu etiketlenen fotoğraflar (Diorinternational, Instagram, 2022 Haziran)

## SONUÇ

Günümüz pazarlama yaklaşımlarına yön veren hizmet baskın mantık yaklaşımı, tüketiciye merkezi bir rol vermektedir. Bu yaklaşım ile marka-tüketici arasındaki bilgi asimetrisinin tersine çevrildiği, tüketicinin tüm reklam uygulamalarında çeşitli derecelerde üretici olarak yer aldığı, bilgi paylaştığı, deneyim sunduğu bir ortam gelişme göstermiştir. Değerin tüketici tarafından üretildiği yeni dönemde marka kaynak sağlayıcı olarak tüketiciye öneriler sunmakta, etkileşim ile yürütülen marka iletişimi öncelikli strateji haline gelmektedir.

Tüketiciler birer prosumer olarak, tüketerek üretmekten keyif alan noktaya gelmişler, hatta iletişim süreçlerindeki pasif rollerinin acısını çıkartırcasına kendilerini ifade etmekten, bilgi paylaşmaktan, görüş bildirmekten haz duyan, topluluklara, organizasyonlara katılarak kamuoyu oluşturan bir noktaya evrilmişlerdir. Özellikle sosyal medya platformları bu konuda tüketicilere büyük olanaklar sunmaktadır. Sosyal medyanın çift yönlü etkileşim ortamında bireyler tüketirken, deneyimlerken, yaşarken, konuşurken, kahve içerken, gezerken marka adına üretim yaparak değer üretmektedirler. Çoğu zaman marka topluluklarına katılarak bu değerın yaygınlaştırılmasını da sağlamaktadırlar. Nitekim marka toplulukları, etkileşimlerle markayı geniş kitlelere tanıtılabilmekte, anlatabilmekte, onun adına marka iletişimini yürütebilmekte, içerik üretebilmektedir.

Bu çalışmada da marka değerinin Dior marka topluluğu olan Diorinternational tarafından nasıl yaratıldığı incelenmiş, marka kişiliği örneklemini çerçevesinde topluluğun fotoğraf paylaşımları ve etkileşim biçimleri analiz edilmiştir. Marka-topluluk etkileşiminin esas olduğu ortak üretim sürecinde incelenirken öncelikli olarak, Dior markasının kendi kişiliğini nasıl sunduğu, toplulukla ve tüketicileriyle nasıl bir iletişime girdiği, bir diğer deyişle nasıl bir kaynak sağladığı araştırılmıştır. Dünyanın önde gelen lüks markaları arasında yer alan Dior, Instagram fotoğraflarında seçkin bir kişilik ortaya koyarken aristokrasiye yönelik vurguları ile öne çıkmaktadır. Marka aynı zamanda modern ve yenilikçi karakterini de seçkin kişiliği ile harmanlamaktadır. Buna karşılık Diorinternational marka topluluğu, Dior kişiliğini coşkulu karakteri ile ortaya koymakta, markanın yenilikçi, modern tarzını vurgulamaktadır. Çalışma sonucunda ortaya çıkan önemli nokta ise, topluluk üyelerinin markanın seçkin kişiliğini temel alarak bu kişiliği bireysel imajlarını güçlendiren bir araç olarak kullanmalarıdır. Markanın sembolik değeri, bireysel imajlar için eşsiz fırsat sunmakta, tüketiciler bireysel profillerini markanın kişiliği üzerinden şekillendirmektedirler.

Marka kişiliği daha önce de belirttiğimiz gibi tüketicilerin kendilerini ifade etme araçlarıdır. Markaların sembolik anlamları, tüketicilerin hedonik/duygusal ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Lin vd (2009) de (akt. Onaran, Bulut, Özmen, 2013: 40) tüketicilerin marka ve ürünlerden “sosyal, duygusal, fonksiyonel, duygusal ve durumsal” olmak üzere farklı şekillerde değer elde ettiklerini belirtmektedir. Sosyal (sembolik) değer,

tüketicinin toplumdaki konumuna, kimliğine ve statüsüne katkıda bulunan niteliği ile günümüzde hiç olmadığı kadar çok üretilen ve tüketilen bir noktaya evrilmiştir. Nitekim tüketim kültürü; hedonik arzulara vurgu yaparak, sembolik ve imaj odaklı tüketimi yaygınlaştırmıştır. Bireyler tüketim aracılığıyla belli bir gruba dâhil olmakta, diğer sınıflardan ayrılmakta, kimlikler marka imajları ve göstergeleri aracılığı ile sunulmaktadır. Diorinternational topluluğu üyeleri de bireysel imajları için Dior markasını kullanmakta, bir yandan marka değerini yaratırken diğer yandan sosyal değer üretmektedirler. Sonuç olarak ortak yaratım süreci karşılıklı yaratım sürecine dönüşmekte, tüketiciler ve markalar hem kaynak sağlayıcı hem de değer yaratıcısı haline gelmektedirler.

## KAYNAKÇA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of A Brand Name*. New York: The Free Press.
- Aaker, J. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34 (3), 347-356.
- Aaker, D. (2016). *Güçlü Markalar Yaratmak*. Erdem Demir (Çev.). İstanbul: Mediacat..
- Aksu, S. (2013). *Lüks Markaların Sosyal Medya Kullanımı: Facebook Üzerine Bir İnceleme*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü,Eskişehir.
- Azoulay, A., Kapferer, J. N. (2003). Do Brand Personality Scales Really Measure Brand Personality?. *Brand Management*, 11(2), 143-155.
- Baron, S., Harris, K. (2008). Consumers As Resource Integrators. *Journal of Marketing Management*, 24(1-2), 113-130.
- Chang, C. Y. (2014). *Visualizing Brand Personality and Personal Branding: Case Analysis On Starbucks and Nike's Brand Value Co-Creation on Instagram*. (Yayınlanmamış lisans tezi). The University of Iowa: Journalism in the Graduate College,Iowa.
- Çetin, B. N. (2019). Üretüketim Olgusu Bağlamında Örtülü Emek Olarak Dijital Üretüketici Emeği. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (77), 349-382.
- Dedeoğlu, A. Ö. (2015). Değişen Pazaryerinde Tüketici ve Tüketimin Rolüne İlişkin Yeni Yaklaşımlar: Ortak-Üretim (Co-Production) ve Ortak Yaratma (CoCreation). *Ege Strategic Research Journal*, 6(2), 17-29.
- Doğaner, M. C., Armağan, E. (2019). Sanal Marka Toplulukları ve Marka Sadakati: Nikon Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(3), 715 – 736.
- Gummesson, E. (2008). Extending The New Dominant Logic: From Customer Centricity to Balanced Centricity. *Commentary For Special Issue of The Journal of the Academy of Marketing Science JAMS*, 36 (1), 15-17.
- Farquhar, P. H. (1989). Managing Brand Equity. *Journal of Advertising*, 30 (4), 7-12.
- Fisk, P. R., Brown, S.W., Bitner, M. J. (1993). Tracking The Evolution Of Services Marketing Literature. *Journal of Retailing*, 69 (1), 61–103.
- France, C., Merrilees, B., Miller, D. (2015). Customer Brand Co-Creation: A Conceptual Model. *Marketing Intelligence & Planning*, 33 (6), 848-864.
- Geuens, M., Weijters, B., De Wulf, K. (2009). A New Measure Of Brand Personality. *International Journal of Research in Marketing*, 26, 97-107.
- Ginsberg, K. (2015). Instabranding: Shaping The Personalities Of The Top Food Brands On Instagram. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 6 (1), 78-91.
- Goor, M. A. (2012). *Instamarketing: A Content Analysis Into Marketing On Instagram*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). University of Amsterdam: Amsterdam.
- Grönroos, C. (2008). Service Logic Revisited: Who Creates Value? And Who Co-Creates?. *European Business Review*, 20 (4),298-314.
- Grönroos, C. (2011). Value Co-Creation In Service Logic: A Critical Analysis. *Marketing Theory*, 11 (3).
- Grönroos, C. (2018). Hizmet Mantığında Değerin Birlikte Yaratımı: Eleştirel Bir Analiz. *Pazarlama İç Görüşü Üzerine Çalışmalar*, 2 (2), 90 – 108.
- Ilgın, H. Ö., Konuk, N. (2020). Sosyal Medyada Marka Kişiliği: BMW ve Mercedes Örneği. *Journal of Emerging Economies and Policy*, 5(1), 43-50.
- Kale, G. Ö. (2016a). Sosyal Ağlarda Eğlence Faktörü Kullanımının Marka Kişiliğine Etkisi: Starbucks Türkiye Örneği. *TRTAKademi*, 1(1), 154-169.
- Kale, G. Ö. (2016b). Marka İletişiminde Instagram Kullanımı. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 6 (2), 119-127.
- Kapferer, J. N. (2008). *Strategic Brand Management*. (4. baskı). London: Kogan Page.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring and Managing Customer Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57 (January), 1–22.
- Koçak, A. (2012). Sürdürülebilir Rekabet İçin Pazarlamayı Yeniden Düşünmek. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 61-84.
- Küçükşaracı, H. (2018). Marka Kişiliklerinin Instagram Aracılığıyla Sunumu: İçecek Markaları Üzerine Analiz. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 9 (35): 49 – 61.
- Muniz, A. M., O'Guinn, T. C. (2001). Brand Community. *Journal of Consumer Research*, 27 (4), 412–432.
- Ngo, L. V., O'Cass, L. (2010). Creating Value Offerings Via Operant Resource-Based Capabilities. *Industrial Marketing Management*, 38, 45-59.



- Onaran, B., Bulut, Z, A., Özmen, A. (2013). Müşteri Değerinin, Müşteri Tatmini, Marka Sadakati ve Müşteri İlişkileri Yönetimi Performansı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Business And Economics Research Journal*, 4(2), 37-53.
- Parmentier, G. (2015). How To Innovate With A Brand Community. *Journal of Engineering and Technology Management*, 37, 78-89.
- Payne, A., Storbacka, K., Frow, P. (2008). Managing The Co-creation Of Value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36, 83-96.
- Payne, A., Storbacka, K., Frow, P., Knox, S. (2009). Co-Creating Brands: Diagnosing And Designing The Relationship Experience. *Journal of Business Research*, 62 (3), 379-389.
- Rangaswamy, A., Burke, R., Olivac, T, A. (1993). Brand Equity And The Extendibility Of Brand Names. *International Journal of Research in Marketing*, 10 (1), 61-75.
- Schau, H, J., M. Muñiz Jr. A, M., Arnould, E, J. (2009). How Brand Community Practices Create Value. *Journal of Marketing*, 73, 30-51.
- Türkmendağ, T., Köroğlu, A. (2018). Algılanan Değerin Marka Kişiliği Üzerine Etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14 (4), 1121-1146.
- URL 1: <https://www.websiterating.com/tr/research/instagram-statistics/>, Erişim Tarihi: 5.07.2022
- URL 2: <https://www.rankingthebrands.com/PDF/Interbrand%20Best%20Global%20Brands%202021.pdf> Erişim Tarihi: 5.07:2022
- Vargo, L., Lusch, R, L. (2004). Evolving To A New Dominant Logic For Marketing. *Journal of Marketing*, 68, 1-17.
- Yeniçiftçi, N, T. (2016). Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 9 (2), 92-115.
- Yoo, B., Donthu, N. (2001). Developing And Validating A Multidimensional Consumer-Based Brand Equity Scale. *Journal of Business Research*, 52, 1-14.
- Yücel, N., Halifeoğlu, M. (2017). Marka Kişiliği Algısı: Sosyal Medya Markaları Üzerine Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27 (2), 177-191.

# HERMENEUTİK VE SANAT FELSEFESİ: GADAMER'DE SANAT VE SANAT ESERİ ÜZERİNE

## Hermeneutics and Philosophy of Art: On Art and Artwork in Gadamer

Faruk MANAV<sup>1</sup>

### ÖZET

Hermeneutik gelenek içerisinde önemli bir yer tutan Gadamer, görüşlerini sanat felsefesi ile temellendirmesiyle kendine özgü bir düşünce yapısı ortaya koymaktadır. O, insani alana ait olan şeylere ilişkin bilimsel ve metodolojik yaklaşım sergilemenin insani doğru yere ulaştırmayacağını düşündüğünden insana özgü olan sanatsal deneyimin de aynı bakış açısı ile değerlendirilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Ancak onun bu düşüncesiyle tam anlamıyla öznelliği temele alana bir yaklaşım sergilediğini söylemek de olanaksızdır. Başka bir deyişle, bilimsellikten ve nesnellikten kurtarılan sanat alanı, aynı zamanda öznelikten de kurtarılmaya çalışılmıştır, denilebilir. Gadamer'in bu girişimiyle sanat, insanın kendisini anlaşılır kılmaya ve hakikate ulaşmaya konusunda önemli bir konuma gelmektedir. Gadamer, önemli bir misyon yüklediği sanatı oyun olarak tasavvur ederken oyunu da insanın özgürce oynadığı bir oyun olarak görmemektedir. Ona göre oyun, yalnızca oyun olmak bakımından diğer bir ifadeyle başka bir şeye bağlı olmaksızın, sanatçı ya da oyuncu tarafından var edilmemiş bir şey olarak anlaşılabilir durumundadır. Buna göre, oyunu var eden oyuncu değil, aksine oyuncuyu var eden oyundur. Oyun, oyuncuyu kendi dünyasına çekerek ona oynama olanağı sunmakta ve böylece aslında icra yoluyla gerçekleşen bir sanatın ortaya çıkışının zemini ortaya çıkmış olmaktadır. Bu şekilde ortaya çıkan sanat eseri ise yorumlayarak anlaşılır hâle getirilmeye çalışılan hakiki bir yapıya sahiptir. Belirli bir zamana ya da mekâna bağlanamayan sanat eseri, ancak bağlamında yorumlanabilen ve anlaşılabilen, geçmiş ve gelecek arasındaki bağlantıyı kurma özelliğine sahip olan ve her şeyden önemlisi, anlama deneyimi sağlayan eşsiz bir özelliğe de sahiptir, denilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Sanat, Gadamer, sanat eseri.

### ABSTRACT

Having an important place in hermenetic tradition, Gadamer reveals a peculiar structure of thought by grounding his views with philosophy of art. Since he thinks that exhibiting a scientific and methodological approach regarding what is humanitarian will not lead human to a true path, he also expresses that artistic experience which is peculiar to human being should be evaluated through the same perspective. In other words, it is likely to say that the artistic field which is made free from being scientific and objectivity is also made free from subjectivity. With this attempt of Gadamer, art comes to a significant position with regard to the fact that human being makes himself understandable and in his reaching reality. While Gadamer imagines art upon which he puts a premium as a play, he does not regard play as a play which human being plays in a free sense. Play, according to him, as solely a play, should be regarded as something which is not based any other thing or something which is not created artist or player. In other words, it not the player that creates the play, on the contrary, it is the play that creates the player. Play offers the player as an opportunity of playing by attracting him to its own world and in this way the ground of occurrence of an art by means of judiciary is formed. The work of art emerging in this way has a real structure which is made to be understandable by commenting. It is likely to say that the work of art which cannot be bound to a certain time and place has a characteristic that could only be commented and understood in its own context with a feature of making a connection between the past and future, and most importantly, it has an unprecedented experience allowing to the chance of understanding.

**Keywords:** Art, Gadamer, artwork.

## EXTENDED ABSTRACT

Gadamer, reflecting a typical example of negative attitude shown against the scientific attitude or objectivist perspective regarding humanly things, which is seen at the philosophers with the Continental philosophy tradition, thinks that acting with scientific attitude and methods particularly in humanitarian field will not lead human being to a true destination. Gadamer recommends a different recipe instead of explanations and determinations that are realized through exhibiting an abstract and objective and approach concerning the elements, situations, and phenomena peculiar to human being such as historicalness, subjectivity and existence of human being. Nevertheless, this recipe is not a method or a tool with certain sizes that would lead human being to the truth, but it is the one based on the understanding of the other, differing in terms of being only peculiar to human being. It is likely to say that one of the points that make this different attempt of Gadamer in question bearing the idea that human being and what is humanitarian is not available for explanation but understanding lies under the fact that he uses art and artistic elements in a way to be the basis of his system. Art and other artistic elements in his thought have a different meaning world other than classical appearances. Since he regards art perhaps the most humanitarian experience or action, Gadamer thinks that art has a key role in terms of understanding. For that reason, he shows a different way of thinking by putting art as one of the possible most determining features of human being and of forms of telling oneself into the basis of philosophical hermeneutics and by applying the way of particularly questioning oneself in understanding. In this way, he questions the understanding phenomenon itself depending on a style of action which is peculiar to human being by developing an understanding extending from art towards all humanitarian facts/phenomena/situations. As a matter of fact, he tries to reveal the potential that the characteristics which are essential for art and artistic experience should be found in every humanitarian thing. Art in Gadamer's thought is not subjective and is not a product of freedom based on human being, but it is regarded within ontological context, characterized particularly in its existence structure. In this structure, Gadamer examines art, artistic experience, and artistic work by means of likening play to art and the player to artist and tries to make the roles of them in terms of understanding clear. According to Gadamer, art as a play is a feature of human being making the player, in other words the artist,

## GİRİŞ

Kıta Avrupası felsefe geleneği içinde hermeneutik konusundaki düşünceleri ile öne çıkan Gadamer, bu konudaki düşüncelerini ifade ederken özellikle sanat felsefesi ile ilişkilendirerek felsefi hermeneutiğin temellerini atarak izlediği farklı yol ile dikkat çeken bir filozoftur. Bu nedenle Gadamer'in sanatı ve sanat eserini nasıl anlamlandırdığı meselesi bu durumu gün yüzüne çıkarabilmek için önemlidir.

Gadamer sanatın doğayı taklit etme ya da ona benzetme<sup>1</sup> çabası olmadığı görüşünü taşırken sanattan da 'güzel sanat'ın anlaşılması gerektiğini belirterek (Gadamer, 2005: 17) bilimsel bakış açısıyla sanatın sınırlandırılmayacağı düşüncesinden yol çıkmakta ve sanatsal deneyimin sonunda elde edilen hakikatin bilimsel bir boyutunun olmayacağını belirtmektedir. Hatta ona göre sanatsal deneyim, bilimsel incelemenin ya da bakış açısının sınırlarının dışında düşünülme durumunda olan bir eyleme karşılık gelmektedir (Gadamer, 2008a: XXXV). O, Baumgarten tarafından "...(özgür sanatlar teorisi, aşağı bilgi bilimi, güzel olarak/üzerine düşünme sanatı, akıl yürütme benzeri bir sanat olarak) duysal bilimin bilimi..." (Baumgarten, 2019: 11) olarak tanımlanan estetiğin bile sanatsal deneyimi bilimselleştirme potansiyeli taşıdığını ifade ederek estetik bilinci de eleştirmekle işe başlamaktadır (Gadamer, 2008a: XXXV). Çünkü ona göre, "Sanat tecrübesi temelde metodolojik bilgi alanını aşan hakikatlerle ilişkilidir..." (Gadamer, 2008a: XXXV) ve "Bir estetik yargının geçerliliğinin evrensel bir ilkedden çıkarılamayacağı ve evrensel bir ilkeyle ispatlanamayacağı açıktır." (Gadamer, 2008a: 58). Öyleyse sanata ve sanatsal deneyime hermeneutik bir yaklaşım sergilemenin yolu, bilimsel ve metodolojik tüm yaklaşımlardan farklı olmak durumundadır. Gadamer yeni bir hakikat deneyimi olarak nitelendirdiği bu yaklaşımı şöyle ifade etmektedir:

"...burada geliştirilen hermenoytik bir anlam bilimleri metodolojisi değil, anlam bilimlerinin sahiden ne olduklarını ve onları dünya ile total tecrübemize bağlayan şeyin ne olduğunu metodolojik kendinin-bilincinin ötesinde anlama girişimidir. Eğer refleksiyonumuzun konusu haline getirirsek, bu durumda amacımız, geleneksel edebi hermenoytikle teolojik hermenoytiğin olmak istedikleri türde bir anlama sanatı veya tekniği değildir." (Gadamer, 2008a: XXXVI).

Buna göre amaç, yeni bir araç ya da teknik geliştirmek değil, genelinde hermeneutik deneyimde, özelinde sanatsal deneyimde tüm tekniklerin ve araçların ötesinde anlamaya ve yorumlamaya çabalayan farklı bir deneyim gerçekleştirmektir. Gadamer *Hakikat ve Yöntem*'in *İkinci Baskıya Ön Söz*'ünde söz konusu bu durumu şöyle tanımlamaktadır:

"Her ne hal ise, araştırmamın amacı, (Emilio Betti'nin harikulade bir tarzda yaptığı gibi) genel bir yorum teorisi ve bu yorum teorisinin yöntemlerinin farklı bir açıklamasını geliştirmek değil, her anlama modunda ortak olan şeyi keşfetmek ve anlamının asla verili bir nesneyle değil, etkisinin tarihiyle subjektif bir ilişki olduğunu, başka bir söyleyişle anlamının anlaşılacak şeyin varlığına/oluşuna ait olduğunu göstermektir." (Gadamer, 2008a: XLV).

Böylece Gadamer, amacının belirli bir yöntem geliştirmek yoluyla kuralları belli olan bir anlama ediminde bulunmanın yolunu açmaktan ziyade, anlamının bizzat kendisini gündeme getirerek onu başka bir şeye bağımlı durumdan kurtarmak olduğunu ifade etmiş olmaktadır. Palmer ise bu duruma ilişkin şu değerlendirmeyi yapmaktadır: "Metot gerçekliğe giden yol değildir. Tam tersine gerçeklik metotçu insandan uzaklaşmaktadır. Anlama, kişinin bir nesneye dair ve ona karşı *özel süreci* olarak değil, kişinin *kendisi olma yolu* olarak algılanmaktadır." (Palmer, 2008: 216). Buna göre, Gadamer'in amacı, yeni bir yöntem keşfederek anlamaya giden yolu açmak veya anlamayı bir yöntem tabi kılmak değildir. Çünkü Gadamer için "...anlama, insan Olma'nın aslı tarzıdır: metodolojik olarak saflaştırılır saflaştırılmaz hakikate götürecektir bir görev değil." (Ormitson ve Schrift, 2002: 27).

Böylece anlamının insani alana yayılımını ve insani olan her şeyle birlikte düşünülmesi gereken bir fenomen olduğu düşüncesini benimseyen Gadamer, bu düşüncüyü sanat alanına da uygulayarak genişletmiş ve anlamının sanatsal deneyimlerde nasıl gerçekleşebileceği konusunu gündeme getirmiştir. Gadamer bunun felsefi hermeneutiğin özünde bulunduğunu şöyle ifade etmektedir:

"Felsefi hermeneutik, dünyayla ilgili bütün kavrayışımız ve dolayısıyla bu kavrayışın içinde kendisini ifşa ettiği farklı bütün formlar için temel önemini ortaya koyarak, tam kapsamıyla hermeneutik boyutu açığa

<sup>1</sup> Gadamer, taklidin de (mimesis) Antik Yunandan farklı anlamda anlaşılması gerektiğini düşünmektedir. Ona göre "Mimesis yalnızca önceden tanınmış olanın taklidi değildir, aynı zamanda, bunun bir şekilde duysal yoğunlukta ansal olabilecek şekilde anlatılması demektir." (Gadamer, 2005: 54).



çıkarmayı görevi olarak kabul eder: insanlararası iletişimden toplumun manipülasyonuna; toplumdaki bireyin kişisel tecrübesinden bireyin toplumla karşı karşıya gelme tarzına; dini, sanatı ve felsefeyi inşa ettiği şekliyle gelenekten özgürleştirici refleksiyonla geleneği menteşelerinden çıkaran devrimci bilince.” (Gadamer, 2002: 1).

Ancak burada bahsi geçen bilinç/bilinçli olma hâlinde gözden kaçırılmaması gereken husus, söz konusu hermeneutik boyutun açığa çıkması ya da anlamamanın gerçekleşmesinde anlamamanın tüm öznel dinamikleri devreye sokmaya çalışan bir yapısının olmamasıdır. Çünkü “...felsefi hermeneutik, anlamamanın ancak anlayanın özgül tasarımlarını devreye sokmasıyla mümkün olacağı olgusundan hareket eder. Yorumcunun üretken katkısı, önlenemez bir şekilde, bizzat ‘anlama’ denilen şeyin neliğine aittir. Bu, öznel ön-kabullerin, özel ve keyfi değerlendirmelerin meşrulaştırılması demek değildir.” (Gadamer, 2003: 27). Böylece tüm alanları olduğu gibi sanat alanını da öznellikten kurtarma girişimi sergileyen “Gadamer sadece estetiğin öznelleştirilmesi görüşünün artık çöktüğünü göstermekle kalmayıp, kendi hermenötüğünün diyalektik ve ontolojik özelliklerini de kanıtlamaya temel olabilecek bir model keşfetmiştir.” (Palmer, 2008: 230). Bu modelde sanat, kişinin kendisini anlaşılır kılmasında ve hakikate erişim konusunda sağladığı yararlarla birlikte insanın yaşamına yön veren gizil güçleri anlamasına sağladığı katkılarla kilit role sahip olduğundan (Zimmermann, 2020: 74-76 ), Gadamer’in sanatın ne olduğuna, sanat eserinin yapısına ve sanatla ilgili kavramlara ilişkin analiziyle anlama fenomeninin temellerini atarak kendi hermeneutiğinin çerçevesini oluşturduğu söylenebilir. Çünkü ona göre “...hermenoytik bir bütün olarak sanat tecrübesinin hakkını verebilmelidir.” (Gadamer, 2008a: 231).

Bu çalışmada ise Gadamer’in felsefi hermeneutiğinde sanatın konumunu, özellikle onun oyun kavramına yüklediği anlam çerçevesinde ortaya koyarak oyun-sanat ilişkisi irdelemek, böylece sanatın felsefi hermeneutik açısından önemini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bunu yapabilmek için ise öncelikle oyunun Gadamer düşüncesinde sahip olduğu anlam ifade edilmeye çalışılarak oyun ve sanat arasındaki ilişki değerlendirilecek, ardından sanat eserinin nitelikleri ele alınacaktır.

## 1. Oyunun Varlık Yapısı ve Oyun Olarak Sanat

Gadamer, sanatın hermeneutik yorumunun olanağını oyun kavramında görmektedir. Onun başyapıtı “Hakikat ve Yöntem, modern estetiğin sübjektivizmine karşı hayati önemi haiz ‘oyun’ nosyonu –kesinlikle romantik ya da sübjektivist çağrışımlardan arınmış bir nosyonu- etrafında dönen bir ontolojik sanat anlayışını öne sürer.” (Dallmayr, 2002: 347). Bu nedenle Gadamer, öncelikle oyun kavramını analiz ederek işe başlamaktadır. Gadamer oyunun ve oyunla birlikte düşünülen özgürlüğün herhangi bir sanatçının/oyuncunun veya kişinin özgürlüğü olmadığını vurgulayarak oyunun ortaya çıkardığı bir ürün olarak sanat eserinin bir varlık modu/tarzi olarak anlaşılacak durumunda olduğunu belirtmektedir (Gadamer, 2008a: 141). Böylece Gadamer’in oyun kavramına yönelik olarak yapılacak sorgulamanın ontolojik bağlamda gerçekleştirilmesi gerektiğini düşündürmekle birlikte oyunun bizzat kendisinin önemli olduğuna gönderme yaptığı söylenebilir. Bir bakıma onun sanatın hermeneutik yorumunu hocası Heidegger’den aldığı mirasla ontolojik ve fenomenolojik bir tarzda gerçekleştirme arzusunu taşıdığı da düşünülebilir. Çünkü “Gadamer’in ‘felsefi hermeneutiği,’ Heideggerci kavrayışı anlamamanın ‘dilselliği (Sprachlichkeit)’ içinde geliştirerek Heidegger’in hermeneutiğe fenomenolojik yaklaşımını işler.” (Ormitson ve Schrift, 2002: 24). Bu ise oyunu oyun olarak anlamayı beraberinde getirmektedir.

Gadamer, “...sanat eseri ve sanat eserinin hazzına varan kişi arasındaki ilişkiyi, oyun ve oynayan arasındaki ilişkiyle benzer...” (Dursun, 2014: 118) görürken oyunu sanatçının gerçekleştirdiği ya da sanatçıyla anlam kazanan bir eylem olarak düşünmekten ziyade oyunun oyun olarak anlaşılması gerektiğini ve kendine özgü bir yapıya sahip olduğunu ifade ederek onun başka bir şeyle anlaşılamayacağı düşüncesini taşımaktadır. “Çünkü oyunun, oynayanların bilincinden bağımsız kendine ait bir özü vardır.” (Gadamer, 2008a: 143). Bir bakıma “Oyunun fiili öznesi, diğer etkinliklerin yanı sıra, oyunda oynayan bir bireyin özneliği değil; fakat bunun yerine, oyunun bizzat kendisidir.” (Ulukütük, 2009: 216). Bu nedenle metafiziksel sorgulamaya benzer şekilde, başka bir unsura, etkene ya da nedene bağlı olmaksızın oyunu oyun olarak sorgulamanın gerekliliği bulunmaktadır. Gadamer bu konuda “...onu oyuncunun sübjektif düşünüşünde ararsak bulamayız. Tam tersine, oyunun oyun olma modunu, oyun olma modu olarak sorguluyoruz.” (Gadamer, 2008a: 142-143) derken oyunun ancak oyun olarak bir varlık modu olabileceğini ve ne sanatçının özneliği ne de başka bir şeyle çözümlenemeyeceğini belirtmektedir. Bu da oyunun sanatçı tarafından var edilen bir şey olmadığını gösterirken sanatçının yalnızca bir aracı olduğunu göstermektedir: “Oyuncular oyunun özneliği değildir; tersine oyun, temsiline (*Darstellung*) oyuncular vasıtasıyla ulaşır sadece.” (Gadamer, 2008a: 143). Başka bir deyişle oyunu var eden oyuncu değil, oyuncuyu etkisi altına alan ve onu oynayamaya sevk eden oyunun bizzat kendisidir. Bu yüzden de oyunun gerçek anlamda öznesi olan oyuncu değil, oyundur (Gadamer, 2008a: 149). Buna bağlı biçimde Gadamer, oyunun oyuncuyu kendi alanına çekerek ona kendi *Geist*’ini verdiğini belirtip oyunun

anlaşılmak durumunda olduğunu ve oyuncudan ayrı bir varlığı bulunduğunu dile getirmektedir (Gadamer, 2008a: 153-154). Böylece Gadamer, insanın oyun yoluyla sanatı var ettiğini ya da icra ettiğini değil, oyun yoluyla sanatın insanı anlamlandırıldığını belirtmektedir, denilebilir. Zira oyun, sadece insan için düşünülebilecek bir etkinlik olmakla birlikte insanın dışında başka bir varlığın oynadığını düşünmek de olanaklı değildir. Çünkü oyun, insanın doğal bir sürecidir:

“Açıkça dile getirmek gerekirse, ne hayvanların *da* oynadıklarını söylemek ne de - metaforik tarzda konuşmak gerekirse - suyun ve ışığın *da* oynadığını söylemek doğrudur. Tam tersine, biz daha ziyade, *insanın* *da* oynadığını söyleyebiliriz. Keza onun oyunu da doğal bir süreçtir. Keza onun oyunu da, tam da doğanın bir parçası olduğu için - doğanın bir parçası olduğu ölçüde - saf bir kendi kendini-takdimdir.” (Gadamer, 2008a: 147).

## 2. Oyun Yoluyla Ortaya Çıkan Sanat Eseri

Gadamer oyun aracılığıyla sanatı temellendirirken bu ilişkide açığa çıkan bir ürün olarak sanat eserine de ayrıca önem vermektedir. O, felsefi hermeneutiğinde sanat eserinin varlık özelliklerine ve yapısına dikkat çekmektedir. Gadamer “Doğada ve tarihte karşımıza çıkan her şey içinde, bizimle en doğrudan konuşan şey sanat eseridir. Sanki aramızda hiç mesafe yokmuş ve onunla gerçekleşen her karşılaşma kendimizle gerçekleşen bir karşılaşmamış gibi tüm varlığımızı kavrayan/kuşatan gizemli bir yakınlığa sahiptir.” (Gadamer, 2008b: 95) diyerek insani varoluş ve anlama fenomeni açısından sanat eserinin ne denli anlamlı olduğunu ifade etmektedir.

Sanat eserine ilişkin deneyimde ise takdir edilen şey, sanatın kendisi değil, aksine insanın sanat eserini bir şey olarak önceden bilinenin hatırlanmasının çok daha ötesinde özülle kavramak suretiyle onun ne kadar hakiki olduğunu hatırlamasıdır (Gadamer, 2008a: 160). Çünkü “Her eser alımlayanlar tarafından doldurulması gereken bir oyun alanı bırakır.” (Gadamer, 2005: 38). Böylece eseri anlama çabası içine girenlerin eserin dünyasına yorumlayarak nüfuz etmesi, ondaki anlamı anlaşılır duruma getirme çabaları da bir oyuna karşılık gelirken eserin hakiki yapısı daha belirgin olmaktadır. Ancak burada gözden kaçırılmaması gereken husus, söz konusu hakiki yapının ya da genel olarak keşfedilecek anlamın öznel biçimde yorumcu için var olan bir anlam olmadığıdır. Gadamer bunu şöyle ifade etmektedir: “Bir eseri bizim için önemli kılan, belirsiz anlam beklentisi ve anlam bütünlüğünün, tarafımızdan anlaşılabilir ve tanınabilir şekilde gerçekleşmesi demek değildir.” (Gadamer, 2005: 49).

Sanat eserinin hakiki doğası, onun icra edilmesidir ki, bu onun aynı zamanda varlık tarzına/moduna karşılık gelmektedir. Bu yüzden sanat eseri, dini hakikatte icranın gerekli olmasına benzer şekilde icra edilerek ortaya çıkarılan ya da anlaşılabilir bir hakikat dünyasına sahiptir ve bu dünya, onun varlığından hiçbir zaman koparılamayan ve tüm varlığıyla temsil ettiği, içinde doğduğu/var olduğu dünyadır (Gadamer, 2008a: 162-163). Böylece Gadamer’in bir hermeneutik düstur çerçevesinde ya da gereğince sanat eserlerinin de bağlamında yorumlanarak anlaşılabilir bir varlık tarzına sahip olduklarını ve aksinin düşünülmemeyeceğini ifade ettiği düşünülebilir. Çünkü Gadamer’in felsefi hermeneutiğinde en keskin noktalardan biri anlama sürecinde “...tarihselliğimizi/tarihsel oluşumuzu, kendi önyapılarımızı/önceden mevcut yapılarımızı, önyargılarımızı (prejudgement) ve peşin hükümlerimizi (prejudices) unutarak ya da paranteze almaya çalışarak yapamayacağımızdır.” (Bernstein, 2002: 60).

Gadamer’e göre, sanat eserindeki “Yorumlama, belirli bir anlamda muhtemelen yeniden-yaratmadır, fakat bu ilk yaratma eyleminin değil, yaratılan eserin yeniden yaratılmasıdır ve eser yorumcunun onda bulunduğu anlama göre yeniden takdim/temsil edilmelidir.” (Gadamer, 2008a: 168). Sanat eseri, çağlar değişse de içinde bulunduğu çağa göre yeniden yorumlandıkça ya da varlığını korudukça, bir bakıma her dönemdeki yeniden icra ile var oldukça dönemine ayak uydurabilen bir anlam dünyasına sahip olduğundan, zamana göre tüm unsurlarla eş zamanlı şekilde yorumlanarak anlaşılmak durumundadır (Gadamer, 2008a: 169). Her yeniden yorumlanışında âdetâ yeniden var olan sanat eserinin bulunduğu çağa ayak uydurması ya da “...eş zamanlılığı ve şimdiliği (*Gegenwärtigkeit/presentness*) genellikle onun zamanlarüstülüğü diye adlandırılır.” (Gadamer, 2008a: 170). Söz konusu zamana bağlanamama ya da zamanın ötesinde düşünülme, herhangi bir sayılabilir, ölçülebilir zamana ait olmama ya da belirli bir zamana sabitlenememe anlamını taşımakla birlikte aslında sanat eserinin klasik anlamıyla zamansal/geçici bir varlık olmadığı şeklinde de düşünülebilir. Gadamer bu durum için şöyle demektedir: “Sanat eseri, zamansal uzunluğun hesaplanabilir süresi aracılığıyla değil, onun kendi gerçek zamansal yapısı aracılığıyla belirlenir.” (Gadamer, 2005: 66). Buna göre sanat eseri, belirli bir zamanda üretilmiş ve belirli bir zamanda yok olmuş/olacak yapıya sahip olarak düşünülmediğinden onun zamanı ölçülebilir bir zaman olarak yorumlanamaz. Çünkü “Bu anlamda, sanat eseri zamansız bir şimdiki işgal eder.” (Gadamer, 2008b: 96). Sanat eseri, Gadamer için üretildikten sonra her zaman var

olabilme olanağına sahip olduğundan ona göre söz konusu *eş zamanlılık* “...bize kendisini takdim eden şeyin kaynağı geçmişte olsa da, takdiminin şimdi güncellik kazanması, ancak yine de kaynağının (orijininin, ç.) uzakta olabilmesi demektir. Bu yüzden, eş zamanlılık bir bilinçte verili olma modu değil, bilinç için bir görev ve kendisinden talep edilen başarıdır.” (Gadamer, 2008a: 178). Zira sanatçının görevi de sanat eserinde geçmiş ile bugün arasında bağ kurabilmesidir. Bu yüzden ortaya koyduğu eserle yalnızca bugünün beklentilerini değil, geçmişin tarihsel birikimini de eserine yansıtılabilmeyi başarabilmelidir: “Kesin olan bir şey varsa, sanatçının, yarattığı eserinde, eskiden gelen beklentilerle kendisinin dahil etmek istediği yeni beklentiler ve alışkanlıklar arasındaki gerilimi aşmasıdır.” (Gadamer, 2005: 12-13). Böylece sanatçı, eser ile yorumcu arasındaki bağı eser vasıtasıyla güçlendirerek bir bakıma anlamının gerçekleşmesinde aracı rolü üstlenmiş olacaktır. Aynı zamanda Gadamer’e göre “...tanımı gereği daima bir estetik tecrübe...” (Gadamer, 2008a: 96) olan sanat eserinin de yorumcuya anlama konusunda bir olanak sunduğu düşünülebilir. Zira “...sanat eserinin tecrübesi anlamayı içerir ve bu yüzden kendisini hermenoytik bir fenomen olarak – fakat hiçbir şekilde bilimsel yöntem anlamında değil – sunar... anlama sanat eserinin kendisiyle karşılaşmasına aittir ve dolayısıyla bu aidiyet yalnızca *sanat eserinin kendisinin varlık/oluş modu* temelinde açıkça izah edilebilir.” (Gadamer, 2008a: 139). Bu yüzden sanatçının eseri üreten ve anlamaya aracı olan kişi olarak; yorumcunun eseri yorumlayan ve anlamak durumunda olan kişi olarak; eserin de anlaşılacak durumunda olan şey olarak sanatsal deneyimde anlamaya katkı sunmak üzere var olduğu düşünülebilir.

## SONUÇ

Kıta Avrupası felsefe geleneğine mensup olan filozoflarda görülen insani olan şeylere ilişkin bilimselci tavır ya da nesnelci bakış açılarına karşı olumsuz tutumun tipik bir örneğini yansıtan Gadamer de özellikle insani alanda bilimsel tutum ve yöntemlerle hareket etmenin insanı doğru yere ulaştırmayacağını düşünmektedir. O, insanın tarihselliği, özneliği ve varoluşu gibi yalnızca insana özgü olan unsurlara, durumlara ya da fenomenlere ilişkin soyut ve nesnel yaklaşım sergilemek yoluyla gerçekleştirilen açıklamalar ve belirlenimlerin yerine farklı bir reçete önermektedir. Ancak bu reçete, ölçütleri belli olan ve kullanıldığında insanı hakikate ulaştıracak bir yöntem ya da araç değil, insanın karşısındakini anlamasına dayalı olan yalnızca insana özgü olması bakımından farklı olan bir reçetedir. İnsanın ve insani olanın açıklamaya değil, anlamaya elverişli olduğu düşüncesini taşıyan Gadamer’in söz konusu farklı girişimini kendine özgü hâle getiren noktalardan birisinin ise sanatı ve sanata ilişkin unsurları sistemine temel teşkil edecek şekilde kullanmış olmasında saklı olduğu söylenebilir. O, insanın belki de en belirleyici özelliklerinden ve kendisini anlatma biçimlerinden birisi olarak sanatı hermeneutiğin temeline koyarak anlamının bizzat kendisini sorgulamakta ve sanattan tüm insani olgulara/fenomenlere/durumlara yayılan bir anlayış ortaya koymaktadır. Onun düşüncesinde sanat, ne öznel ve insanın varlığına bağlı özgürlük ürünü ne de nesnel bir eylem olmayıp ontolojik bağlamda değerlendirilmekte, bizzat kendi varlık yapısıyla karakterize olmakta ve oyun olarak belirginleşmektedir. Ona göre oyun olarak sanat, oyuncuya diğer bir deyişle sanatçıya anlam kazandıran insanın bir varlık özelliğidir. Dolayısıyla bu yolla elde edilen ya da ortaya çıkarılan sanat eseri, en insani öge olarak anlama konusunda kilit role sahip olup belirli zamana bağlanamayan ve var oldukça ya da yeniden yorumlandıkça geçmiş ile bugünü bir araya getirerek anlama sürecini destekleyen bir yapı sergilemektedir. Özetle Gadamer, bağlamından kopuk; tarihsellikten, gelenekten ve diğer etkenlerden arınmış bir sanatın olanaksızlığına işaret etmektedir.

## KAYNAKÇA

- Baumgarten, A. G. (2019). Estetik-Prolegomena (Berk Özcangiller, Çev.). Gamze Keskin (Ed.). *Estetik Üzerine Yazılar Baumgarten'dan Postmodernizme* içinde (s. 11-15). İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Bernstein, R. J. (2002). Hermeneutikten Praksise. Hüsametttin Arslan (Der. ve Çev.). *Retorik, Hermeneutik ve Sosyal Bilimler İnsan Bilimlerinde Retoriğe Dönüş* içinde (s. 57-78). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Dallmayr, F. R. (2002). Hermeneutik ve Dekonstrüksiyon. Hüsametttin Arslan (Der. ve Çev.). *Hermeneutik ve Hümaniter Disiplinler Gadamer-Habermas, Gadamer-Ricoeur, Gadamer-Derrida Tartışması* içinde (s. 343-365). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Dursun, Y. (2014). *Oyunun Ontolojisi*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Gadamer, H. G. (2002). Hermeneutik Refleksiyonun Kapsamı ve Fonksiyonu. Hüsametttin Arslan (Der. ve Çev.). *Retorik, Hermeneutik ve Sosyal Bilimler İnsan Bilimlerinde Retoriğe Dönüş* içinde (s. 1-22). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Gadamer, H. G. (2003). Hermeneutik. Doğan Özlem (Der. ve Çev.). *Hermeneutik Üzerine Yazılar* içinde (s. 13-32). İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Gadamer, H. G. (2005). *Güzelin Güncelliği -Oyun, Sembol ve Festival Olarak Sanat-* (Fatih Tepebaşılı, Çev.). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gadamer, H. G. (2008a). *Hakikat ve Yöntem I. Cilt* (Hüsametttin Arslan ve İsmail Yavuzcan, Çev.). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Gadamer, H. G. (2008b). Aesthetics and Hermeneutics. David E. Linge (Trans and Edit.). *Philosophical Hermeneutics (Hans-Georg Gadamer Aut.)* in (s. 95-104). California: University of California Press.
- Ormitson, G. L. ve Schrift, A. D. (2002). Hermeneutiğe Giriş. Hüsametttin Arslan (Der. ve Çev.). *Hermeneutik v Hümaniter Disiplinler Gadamer-Habermas, Gadamer-Ricoeur, Gadamer-Derrida Tartışması* içinde (s. 2-60). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Palmer, R. E. (2008). *Hermenötik* (İbrahim Görener, Çev.). İstanbul: Ağaç Kitabevi Yayınları.
- Uluküttük, M. (2009). Anlamın Dilselliği İçindeki Oyunsallık: Gadamer ve Wittgenstein'de "Oyun" Kavramı. *Akademik Araştırmalar Dergisi*, (40), 209-224.
- Zimmermann, J. (2020). *Hermeneutik* (Mehmet Çetin, Çev.). İstanbul: Say Yayınları.



# MEŞKİN İŞLEVLERİNDEKİ DÖNÜŞÜMÜN KLASİK TÜRK MÜZİĞİ VOKAL İCRÂCILIK AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ<sup>1</sup>

## The Evaluation of the Transformation in the Functions of the Meşk in Terms of Turkish Classical Music Vocal Performance

Özge ŞEN TUNCEL<sup>1</sup>

### ÖZET

Klasik Türk Müziği'nin tarihi gelişimi içinde temel eğitim ve aktarım yöntemi olarak uzun süreler boyunca kullanılan meşk yöntemi, Avrupa nota yazısının yaygın olarak kullanıma girmesiyle birlikte bazı değişimler geçirmiştir. Meşkin en önemli bileşenlerinden biri olan usûl vurmanın yerini büyük oranda notanın almasıyla başlayan bu değişimlere bağlı olarak, meşkin işlevlerinde de bir daralma söz konusu olmuştur. İşlevlerinden bir kısmı geçerliliğini yitirmeye başlayan meşkin Klasik Türk Müziği vokal icrâcılık açısından taşıdığı anlam da giderek farklı bir duruma evrilmiştir. Bu çalışmanın amacı, meşk yönteminin işlevlerinde zaman içinde meydana gelen dönüşümün meşkin Klasik Türk Müziği vokal icrâcılık açısından ifade ettiği anlamı nasıl bir değişime uğrattığını incelemektir. Nitel araştırma yöntemi çerçevesinde betimsel model ile hazırlanan bu çalışmanın temel veri toplama teknikleri literatür tarama ve doküman analizidir. Toplanan veriler tematik sınıflandırmaya tabi tutularak içerik analizi yapılmış, bu yolla konuyla ilgili odaklar ortaya çıkarılmıştır. Çalışmanın sonucunda, meşkin vokal icrâcılık açısından üslûp kazanımıyla özdeşleştirildiği tespit edilmiştir. Birebir çalışma, taklit ve tekrara dayalı olmakla birlikte, önceki dönemlerden farklı olarak notanın kullanıldığı bir meşk türünün üslûp kazanımında geçerliliğini koruduğu ve uygulanmaya devam ettiği; meşkin geçirdiği dönüşüm neticesinde icrâ ve teori eğitiminin birbirinden ayrılarak uzmanlık alanlarının oluştuğu; vokal icrâcılık açısından önceki dönemlerin meşk yaklaşımında bütün bir eğitim anlayışı içerisinde sesin kendiliğinden gelişmesi dışında bir eğitim şekli söz konusu değilken, sesin teknik olarak eğitiminin üslûp kazanımına yardımcı bir ek yöntem olarak kullanılmaya başlandığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Klasik Türk Müziği, vokal icrâcılık, meşk.

### ABSTRACT

The meşk method, which has been used for a long time as the basic education and transmission method in the historical development of Turkish Classical Music, has undergone some changes with the widespread use of European notation. Due to these changes, which started with the notation taking the place of rhythmic pattern, which is one of the important components of meşk, there has been a narrowing in the functions of meşk. The meaning of the meşk, which has begun to lose its validity in some functions, in terms of Turkish Classical Music vocal performance has gradually changed. The aim of this study is to examine how the transformation in the functions of meşk method over time changes the meaning of meşk in terms of Turkish Classical Music vocal performance. The data collection techniques of this study, which was carried out with a descriptive model within the framework of the qualitative research method, are literature review and document analysis. The collected data were subjected to thematic classification and content analysis was made, the relevant focuses were revealed. As a result of the study, it has been determined that meşk is identified with the acquisition of style in terms of vocal performance. While it is based on one-to-one work, imitation and repetition, a new meşk type in which notation is used, has preserved its validity in the acquisition of style and continued to be applied. With the transformation of the meşk, specialties have formed by separating the performance and theory education from each other. In terms of vocal performance, while there was no education other than a spontaneous development of the voice within a whole educational understanding in the previous meşk approach, the technical education of the voice began to be used as an additional method to help the acquisition of style.

**Keywords:** Turkish Classical Music, vocal performance, meşk.

1. ORCID: 0000-0002-7361-3014

1. Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, ozge.sen@hbv.edu.tr

<sup>1</sup> Bu makalenin hazırlık çalışması, 3-6 Haziran 2021 tarihinde düzenlenen 11. Uluslararası Hisarlı Ahmet Sempozyumu'nda bildiri olarak sunulmuştur. Makalede kullanılan verilerin bir kısmı, yazar tarafından 2019 yılında tamamlanmış olan doktora tezine dayanmaktadır.

## EXTENDED ABSTRACT

In the meşk method, which is used as the basic education and transmission method in the history of Turkish Classical Music, both education and repertoire transfer are provided at the same time. Since no tools are used to write the melodies in this method, the whole process is based on memorization. This process, which works by imitation, repetition and memorization, is realized by the one-to-one work between the master and the apprentice. Thus, the transfer of the style is realized and meşk chains are formed. Thus, the transfer of the style is realized and meşk chains are formed. Since the practice of meşk is done through the human voice, vocal performance also develops spontaneously.

With the establishment of the conservatory and its predecessors, oral education has been transferred to written education, and European notation began to be used, and the meşk method has also undergone some changes. While the meşk method lost its validity in some aspects, it continued to exist by transforming in some aspects. Thus, the meaning of meşk in Turkish Classical Music vocal performance has also changed.

The aim of this study is to examine how the transformation in the functions of meşk method changes the meaning of meşk in Turkish Classical Music vocal performance. The data collection techniques of this study, which was carried out with a descriptive model within the framework of the qualitative research method, are literature review and document analysis. The collected data were subjected to thematic classification and content analysis was made, the relevant focuses were revealed.

The learning process in the meşk method is based on rhythmic pattern. In this way of teaching, no other tool is used other than rhythmic patterns and lyric magazines in which the words are written. In this way of teaching, meşk serves three basic purposes, all of which are equally important. The first one is general music education, the second is the transfer of the repertoire to the next generations, and the third is the transfer of style. These purposes are achieved simultaneously.

With the rhythmic skeleton it creates, the rhythmic pattern not only enables works to be produced, memorized, taught and learned, but also facilitates memorization and recall. Besides, the rhythmic patterns are closely related to the lyrics and melody structure of a work. Rhythmic pattern also positively affect the quality of performance. In vocal performance, all kinds of movements such as pitches, ornaments, breathing places, nuances made on the larynx coincide with certain points of the rhythmic patterns while the hands are hitting the body (knees), and become a skill.

With the widespread use of the European note, the practice of meşk transformed into a practice in the form of learning the works by reading the note together with the rhythmic pattern. In this new practice, the one-to-one interaction of the teacher and the student, imitation and repetition maintains its validity. It was passed from a rhythmic pattern-based meşk type to a note-based meşk type. The fact that the works can be written with notes has eliminated the necessity of memorizing and transferring the repertoire from memory. Thus, the rhythmic patterns have also become less important.

Despite all this, the question comes to mind, why the note is read with rhythmic patterns and why it is given importance. A composer observes a harmony between the rhythmic pattern, lyrics and melody she/he will use while composing a work. Accents and nuances emerge with the rhythmic pattern and create the aesthetic structure of the work. In vocal performance, since it is not desired to lose these positive effects of the rhythmic pattern, which creates an aesthetic whole and increases the quality of performance, the note and then the work continued to be read together with the rhythmic pattern. With the spread of notation, general music education and repertoire transfer, which are the two functions of meşk, were done through notation. Therefore, these two functions of meşk started to lose their validity, but the function of acquisition of style continued its existence by coming to the fore.

As a result of the study, it has been determined that meşk is identified with the acquisition of style in terms of vocal performance. While it is based on one-to-one work, imitation and repetition, a new meşk type in which notation is used has preserved its validity in the acquisition of style and continued to be applied. With the transformation of the meşk, specialties have formed by separating the performance and theory education from each other. In terms of vocal performance, while there was no education other than a spontaneous development of the voice within a whole educational understanding in the previous meşk approach, the technical education of the voice began to be used as an additional method to help the acquisition of style.

## GİRİŞ

Klasik Türk Müziği eğitimi uzun süreler boyunca meşk yöntemiyle yürütülmüştür. Bu yöntemde hem eğitim-öğretim hem de repertuar aktarımı aynı anda sağlanmakta, ezgilerin kağıda dökülmesine yarayan herhangi bir araç kullanılmamaktadır. Taklit, tekrar ve ezber üzerine kurulu bu yöntem, usta ile çırağın birebir çalışması esasına dayanmaktadır. Bu sayede üslup aktarımı da gerçekleşerek meşk silsileleri oluşmaktadır.<sup>2</sup> Meşk yönteminde tüm sürecin insan sesi aracılığıyla yürütülmesinin bir neticesi olarak, vokal icrânın da kendiliğinden gelişmesi söz konusudur.

“Meşk” Arapça bir kelimedir ve Klasik Türk-İslam sanatlarında öğretmenin öğrencisine taklit yoluyla öğrenmesi için verdiği dersi tanımlamakta kullanılmaktadır. Bunun yanında “meşk etmek” tabiri ise öğretmen ve öğrencinin beraber çalışması eylemi ile şekillenen öğretme ve öğrenme faaliyetini açıklamaktadır. Hat eğitim ve öğretiminde hocanın öğrencisine verdiği yazı örnekleri de bu kelime ile ifade edilmektedir (Serin, 2004: 372, 373).

“Meşk” kelimesi genel olarak “öğrenim” anlamına da gelebilmektedir. Örneğin semâ etmeyi öğrenme de “semâ meşki” tabiri ile ifade edilmektedir. Osmanlı’da birtakım sanatların ve becerilerin öğreniminin “meşk” kelimesiyle anlatıldığı görülmekle birlikte, bu kelime zamanla daha çok hat ve müzik için kullanılmıştır (Behar, 2006: 13).

“Meşk” kelimesinin sözlük anlamına bakıldığında da, kelimenin güzel yazı ve müzik alanlarını tanımlayan haliyle sözlüğe yansıdığı görülmektedir. Türk Dil Kurumu sözlüğünde kelimenin anlamına “1. Bir öğretmenin, aynısını yazmaları için öğrencilerine verdiği yazı örneği. 2. Yazı veya müzikte alışmak ve öğrenmek için yapılan çalışma, el alıştırması. 3. Yazı veya müzik dersi.” olarak yer verilmiştir (Url 1).

Klasik Türk Müziği’nin tarihi gelişimi içerisinde XVII. ve XIX. yüzyıllarda Ali Ufki, Kantemiroğlu ve Hamparsum nota yazılarının Osmanlı müziğini kağıda dökülebilmek için kullanılmasına rağmen, mevcut repertuarın büyük bir bölümü meşk yöntemi ile bugüne ulaşmıştır (Levendoğlu Öner, 2017: 298). Avrupa nota yazısının Türk Müziği’nde kullanımı ise II. Mahmud döneminde Müzik-yi Hümâyun’un kurulmasına kadar (1827) dayanmaktadır (Girgin Tohumcu, 2006: 195).

Bununla birlikte, konservatuvarların kurulmasıyla sözlü eğitimden yazılı eğitime geçiş arasında kuvvetli bir ilişki bulunmaktadır. XX. yüzyılın başlarından itibaren Dârülbeytî, Darülelhan, çeşitli dernek mahiyetindeki kuruluşlar ve Türk Müziği Devlet Konservatuvarları gibi kurumların eğitim öğretim faaliyetlerini yürütmesiyle nota kullanımının iyice yaygınlaştığı görülmektedir. Bu yaygınlaşma müziğin eğitim, öğretim ve aktarım yöntemindeki bazı değişiklikleri de beraberinde getirmiştir. Özcan’a göre, Türk müziğinin eğitim ve öğretiminde usta ve çırağın birebir çalışmaları yoluyla uygulanagelen meşk yöntemi, konservatuvarların kurulmasından sonra da bazı yönleriyle sürdürülmüştür (Özcan, 2004: 374). Güven ve Ergur’a göre de, Klasik Türk Müziği’nde müzik eğitim ve üretiminin meşk yoluyla gerçekleşmesi durumu, yazılı müziğin önem kazanmasıyla birlikte bazı yönlerden geçerliliğini yitirmeye başlamıştır (Güven, Ergur, 2014: 12).

Notanın, meşk yönteminde öğrenim sürecinin en önemli parçalarından biri olan usûl vurmanın yerini büyük ölçüde alması sebebiyle, meşkin yerine getirdiği görevlerde de bazı farklılaşmalar yaşanmıştır. Meşkin işlevlerindeki bu dönüşüm, özellikle meşkin Klasik Türk Müziği vokal icrâcılık açısından taşıdığı anlamın da değişikliğe uğramasına yol açmıştır.

### 1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, zaman içinde meşk yönteminin işlevlerinde meydana gelen dönüşümün meşkin Klasik Türk Müziği vokal icrâcılık açısından ifade ettiği anlamı nasıl bir değişime uğrattığını irdelemektir.

### 2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma meşk yönteminin yapıtaşlarında zaman içinde ortaya çıkan değişimlerin Klasik Türk Müziği vokal icrâcılık açısından incelenmesine odaklandığından, nitel araştırma yöntemi çerçevesinde betimsel model ile

<sup>2</sup> Bu meşk silsilelerine bir örnek vermek gerekirse, Alaeddin Yavaşca’nın kendisinden Tanburi İsak’a kadar dayandırdığı 200 yıllık meşk zincirinden bahsedilebilir. Kendisinden geriye doğru gidildiğinde meşk silsilesi, kendisinin birebir meşk etmiş olduğu Saadeddin Kaynak, Zeki Arif Ataergin ve Dr. Suphi Ezgi kollarından giderek Zekâi Dede’de birleşmektedir. Zekâi Dede’nin hocası ise Hammâmizâde İsmail Dede Efendi, Hammâmizâde İsmail Dede Efendi’nin hocası Uncuzâde Mehmed Emin Efendi, Uncuzâde Mehmed Emin Efendinin hocası ise Tanburi İsak’tır. Bu silsilenin ayrıntılı gösterimi için bkz. (Zeybek, 2013: 55).

hazırlanmıştır.

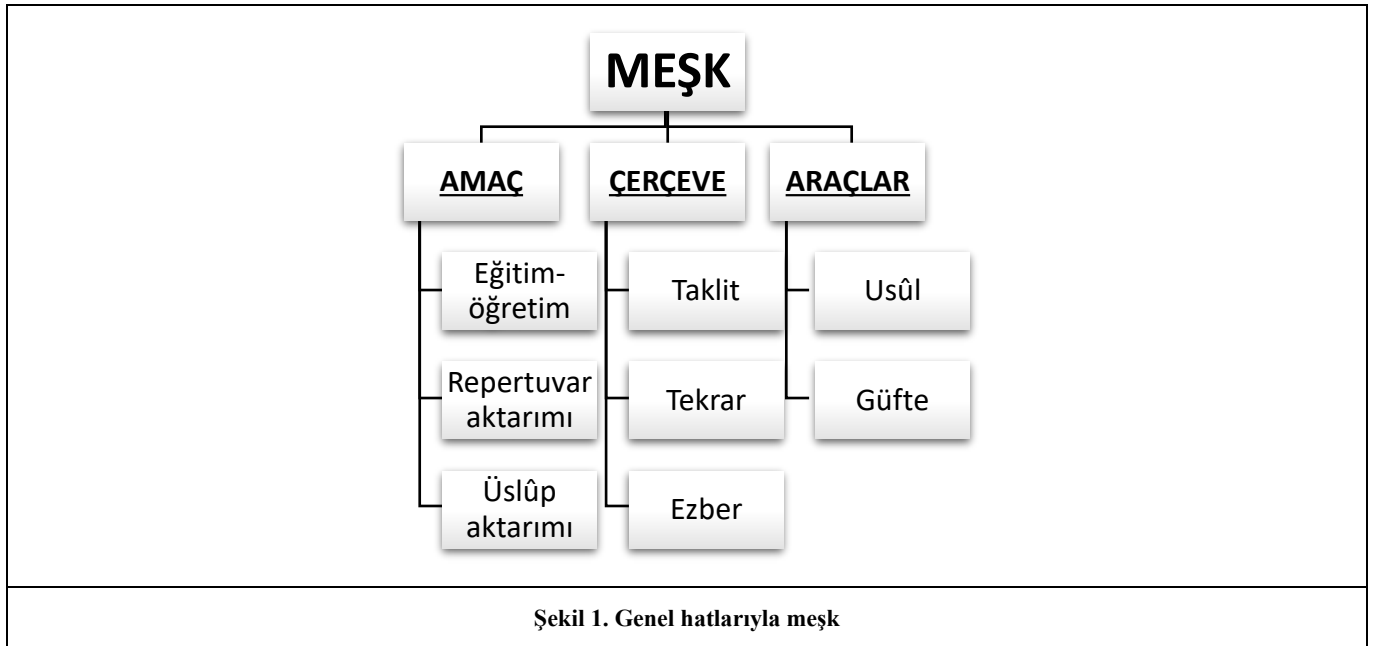
Nitel araştırmalarda olaylar, çeşitli nitel veri toplama yöntemleri kullanılarak tabii ortamlarında gerçekçi ve bütünlüklü bir bakış açısıyla ele alınıp değerlendirilmektedir (Yıldırım, Şimşek, 2016: 41). Betimsel araştırmalarda ise var olan bir durum, özenli ve mümkün olduğunca eksiksiz bir şekilde açıklanmaya çalışılmaktadır (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz, Demirel, 2014: 22).

Çalışmanın temel veri toplama teknikleri literatür tarama ve doküman analizidir. Bu veri toplama teknikleriyle elde edilen bilgiler tematik sınıflandırmaya tabi tutularak konuyla ilgili odaklar tespit edilmeye çalışılmıştır. Yıldırım ve Şimşek'e göre, nitel araştırmalarda verilerin analizi için literatürde birbirinden farklı yollar ortaya koyulmakla birlikte, verilerin betimlenmesi, temaların belirlenmesi ve araştırmaçı yorumuyla temalar arasında anlamlı ilişkiler kurulması en önemli noktalardır. Başlangıçta belli olmayan temaların belirlenmesi için toplanan verilerin ayrıntılı olarak incelenmesi ise içerik analiziyle gerçekleştirilmektedir (Yıldırım, Şimşek, 2016: 239). Bu nedenle konuyla ilgili literatür ve dokümanlar içerik analizine tabi tutularak meşk yönteminde meydana gelen değişimlerin Klasik Türk Müziği vokal icrâcılık açısından nasıl değerlendirilebileceği ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

### 3. Meşk Yönteminde Öğrenim Süreci

Meşk yönteminde usta icrâcı, çırağına öğreteceği eserin önce usûlünü ezberletmekle sürece başlamaktadır. Hoca önce usûlün nasıl vurulacağını öğrencisine göstermekte, ardından bazen öğrencisiyle birlikte vurmakta, bazen de tek başına öğrenciye vurdurmaktadır. Bu usûl tekrar tekrar öğrenciye ellerini dizlerine vurmak suretiyle vurdurularak, öğrenci ezberine alıncaya kadar çalıştırılmaktadır. Daha sonra eserin ilk mısrasının hocanın hafızasında bulunan ezgisi, ritmik öğeleriyle birlikte bu usûl kalıbına oturtularak öğrenci ezberleyinceye kadar çalıştırılmaktadır. Tamamen ezberlendiği zaman diğer mısralara geçilmekte, onlar da aynı yöntemle ezberleninceye kadar çalışılmaktadır. Burada usûl kalıpları ve eserlerin güftelerinin yazılı olduğu güfte mecmualarından başka bir araç bulunmamakta, nota kullanılmamaktadır.

Bu öğrenim sürecinde meşkin üç temel amacı bulunmaktadır. Bunların birincisi genel müzik eğitim-öğretimi, ikincisi repertuarın sonraki kuşaklara aktarımı, üçüncüsü de üslûp aktarımı olarak sıralanabilir. Bu amaçlar eşit derecede önem arz etmektedir. Meşk sürecinin çerçevesini çizen öğeler taklit, tekrar ve ezberdir. Hocanın icrâsını taklit, sürekli tekrar ve hafızaya alma tüm süreci kabaca açıklamaktadır. Bu çerçeve içerisinde bir döngü halinde aynı uygulamalar sürekli devam etmektedir ve insan sesi mutlak surette kullanılmaktadır. Sürecin sağlıklı işleme için kullanılan araçlar ise usûl ve güftedir. Aşağıda, meşk sürecinin genel hatlarını ve insan sesiyle olan kaçınılmaz bağını daha iyi gösterebilmek için, süreci görsel hale getiren iki şekil sunulmuştur.



Şekil 1. Genel hatlarıyla meşk





Şekil 2. Meşk yönteminde taklit-tekrar-ezber döngüsü

#### 4. Meşkin Bileşenlerinden Usûl

Ungay usulü şu şekilde tanımlamıştır: “Belli düzümlerden<sup>3</sup> yapılarak kalıp halinde saptanmış ölçülere usûl denir.” (Ungay, 1981: 6). Klasik Türk Müziği’nde usûl, kuvvetli, yarı kuvvetli veya zayıf zamanlı, eşit veya eşit olmayan tartım değerlerinin çeşitli şekillerde dizilmesiyle oluşan, belirli bir şekilde sabitlenmiş vuruş kalıplarıdır (Özkan, 2012: 199).

Usûl vuruşlarının meşk yönteminde önemli bir yeri bulunmaktadır. Meşkin yapıtaşlarından biri olan usûl, eserlerin üretilmesi, hafızada tutulabilmesi, öğretilmesi ve öğrenilebilmesi için ritmik bir iskelet oluşturmaktadır. Bir nevi lokomotif görevi gören usûl, aynı zamanda ezberlemeyi ve hatırlamayı kolaylaştırdığından meşk yöntemi için olmazsa olmaz bir gereksinimdir. Bir eserin güfte ve ezgi yapısı o eserin usûlü ile ilişkili olduğundan usûl vuruşlarının icrâ kalitesi üzerinde de olumlu etkileri bulunmaktadır. Eskilerin “diz dövmek” tabiriyle ifade ettikleri dizlere yapılan vuruşlar hafızayı geliştirmektedir. Vokal icrâcılık açısından bakılacak olursa, hançerede yapılan perde baskıları, süslemeler, nefes yerleri, nüanslar gibi her türlü hareket, elleri bedene (dizlere) vurma esnasında vuruş kalıplarının belli noktalarına denk gelerek zihne yerleşmekte, bir beceri haline almaktadır. Devamlı tekrar eden eylemler de becerileri geliştirmektedir. Bir eser içinde aynı usûl kalıbının pek çok kere tekrar ettiği düşünülürse, her seferinde hangi vuruşun hangi bölümüne hangi müzikal hareketin denk geldiğini sadece zihin değil beden de öğrenmektedir. Usûlle birlikte çalışmanın, ezberleme ve hatırlamanın yanı sıra icrâ kalitesine olumlu etkisi bu yolla şekillenmektedir. Usûl’ün bu etkisine değinen Alaeddin Yavaşca ve Saadeddin Heper’in kendi ifadeleri, konuyla ilgili önemli birer örnekler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Alaeddin Yavaşca meşk içerisinde usûlün önemine şu şekilde değinmektedir:

“Eski meşk sisteminde; hocanın önünde diz çökülür, meşk edilecek eserin usûlü tekrar tekrar vurulur, hoca kendisi vurur, beraber vururlar ve böylece usûl iyice yerleşirdi. Daha sonra eserin tek satırı usûl vurmak suretiyle ezber alınmaya kadar çalışılır ve ikinci satıra da geçilmezdi. Hoca talebesine bir tek satırı usûl vurarak çalışmasını ve ertesi gün gelmesini söylerdi. Büyük bir eserin meşki neredeyse bir aya yakın sürerdi. Böyle meşke katılmış kişide usûl en ufak detayına kadar yerleşir, bastığı perdeler ise

<sup>3</sup> “Zamanın düzenli oranlar içinde sürelerle ayrılmasıdır. Başka bir tanımla: Zamanın düzgün oranlı sürelerden düzenlenmiş kümeleridir, denebilir. Üçüncü bir tarif olarak da: Birim zamanlarından meydana gelen takımlar da diyebiliriz.” (Ungay, 1981: 4).

kaymamak üzere sağlam hale gelirdi. Şu usûlün şu dümüne şu hece geliyor, düm-te-ke dediği zaman şu melodiye isabet ediyor, bu böylece satır satır çalışılıp yerleştiğinde, kusursuz olarak da ezberlenmiş oluyordu” (Şen, 1998: 333).

Saadeddin Heper de benzer bir görüşle usûlün önemine şu şekilde değinmektedir: “...Eskiden “fem-i muhsin” dediğimiz, iyi ağızdan öğrenme çabası vardı. Onların önünde oturur, diz döğe döğe o eserleri meşk ederdik... Klasik üslûp böyle devam ederdi. Şimdi nota var tabi...” (Gültaş, 1982a, s. 26).

Heper’in kullandığı “şimdi nota var tabi” ifadesi, nota kullanımının yaygınlaşmasının yarattığı dönüşümü kısa ve etkili bir şekilde tarif etmektedir. Notanın yaygınlaşmasıyla beraber usûlün bazı işlevleri de dönüşüme uğramıştır. Önce usûl kalıbının ezberlenmesi, ardından güfte ve ezginin bu kalıba oturtulması yoluyla eserleri hafızaya almaya dayalı olan icrâ eğitiminin kullanımı azalmaya başlamıştır. Bunun yerine önce eserin notasının öğrenciye verilmesi, daha sonra bu notanın usûl ve ezgi ile deşifre edilerek solfejnin yapılması, ardından güftenin bu usûl ve ezgiye oturtulmasıyla gerçekleşen farklı bir metot ortaya çıkmıştır. Seviyesi ve becerisi uygun olan öğrenciler usûl, ezgi ve güfteyi aynı anda deşifre edebilmektedir. Hoca ve öğrenci etkileşimi ise her iki türlü çalışmada da öneminden bir şey kaybetmeden varlığını korumaktadır. Bu dönüşümün zaman içinde yarattığı farklı izdüşümleri de bulunmaktadır.

Meşk sisteminin geçerliliğinin bazı açılardan azalması ve yazılı müziğin anlam kazanması ile, hafızada tutulması zor olan büyük usûllerle bestelenmiş eserlerin kısmen terk edilerek küçük usûllerle bestelenmiş eserlerin yaygınlık kazanması arasında bağlantı bulunduğunu belirten çalışmalar da bulunmaktadır (Kanat, 2021: 263).

Meşk sisteminin geçirdiği değişimlerin neticesinde ortaya çıkan bir başka durum daha söz konusudur. Nota kullanımının artmasıyla meşkin üstlendiği repertuvar aktarımı işlevi azalmış, buna bağlı olarak da zaman içinde müzik eğitimi içerisindeki icrâcılık eğitiminde daha önce aralarında bir ayrım bulunmayan teknik ve repertuvar eğitiminin birbirinden ayrılması gündeme gelmiştir (Behar, 2006, s. 145).

## 5. Usûl Temelli Meşkten Nota Temelli Meşke

Notanın yaygın olarak kullanılmaya başlanması bazı değişiklikleri de beraberinde getirmiştir. Bu değişikliklerden ilki hem üstâdların hafızalarında önceden var olan hem de yeni bestelenen eserlerin nota aracılığıyla yazıya geçirilmesidir. Eserlerin yazıya dökülebilmesi ise meşkin kuşaktan kuşağa devam ettirilen repertuvar aktarımı işlevinin yavaş yavaş yok olmasına neden olmuştur. Buna bağlı olarak repertuvar aktarımı için zorunlu olan ezberleme mecburiyeti de ortadan kalkmış, dolayısıyla ezberlemeye yardımcı olan usûl vurmak da artık eskisi kadar önemli değilmiş gibi algılanmaya başlanmıştır. Tüm bunlar meşkin uygulamasında bazı değişiklikler meydana getirmiştir. Yukarıda da bahsedildiği gibi, ilk olarak usûl kalıbının hafızaya alınmasına dayalı olan meşk türü, yerini notanın okunmasına dayalı yeni bir meşk türü olarak nitelendirilebilecek bir uygulamaya bırakmıştır.

Dikkat çeken noktalara bakıldığında önemli bir soru akla gelmektedir. Ezber zorunluluğu ortadan kalktıysa ve meşk usûl temelinden nota temeline kaydıysa, notanın usûlle birlikte okutulmasının nedeni nedir sorusunu sormak yerinde olacaktır.

Usûlün Klasik Türk Müziği içindeki yeri ve önemini iyi kavramak yukarıda sorulan soruya cevap ararken faydalı olacaktır. Her şeyden önce bir bestekâr eser bestelerken kullanacağı usûl, güfte ve ezgi arasında bir uyum gözetmekte, seçimini ona göre yapmaktadır. Vurgular ve nüanslar usûlle birlikte ortaya çıkmakta ve eserin estetik yapısını meydana getirmektedir.

Vokal icrâcılık açısından bakılacak olursa Bekir Sıdkı Sezgin’in dikkat çektiği noktalar önem arz etmektedir. Sezgin’e göre, bir eserin usûlü, makamı, vezni, sözlerinin anlamı ve gideri ses icrâcıları tarafından iyi bilinmelidir. Buna ilaveten, usûl-güfte-vezin ilişkisi içerisinde açık ya da kapalı heceler üzerinde uygulanacak olan nüanslar, denk düştükleri usûlün kuvvetli ve zayıf zamanlarını gözeterek yapılmalıdır. Sesle yapılacak olan vurgular, geciktirmeler, çarpmalar vb. unsurlar ile sesin şiddetinin ne derecede tutulacağı gibi durumlar, usûlün içerisinde bulunan kuvvetli ve zayıf zamanlara, ezgilerin yönüne ve kelimelerin anlamlarına dikkat edilerek belirlenmeli, ayrıca harfler de doğru telaffuz edilmelidir. Nüans, tüm bunlara uyulduğu takdirde doğal olarak ortaya çıkmaktadır. Ustalıkla bir yorum gücüne ulaşmak için bu ayrıntıların hepsine dikkat edilmelidir. (Gültaş, 1982b, s. 42, 43).

Usûlün ezber ve hatırlama için kolaylaştırıcı bir ritmik öge olmasının yanı sıra, eserlerin güfte ve ezgi yapılarıyla olan bu yakın ilişkisi de, icrâ kalitesi üzerinde olumlu etkiler sağlamaktadır. Notanın dahil olduğu yeni meşk

türünde eğitim sürecinin başlangıcında notanın ve güftenin usûlle birlikte okutulmasının altındaki nedeni, usûlün icrâ kalitesi üzerindeki olumlu etkilerini kaybetmemek olarak değerlendirmek mümkündür.

Hem nota kullanılmadan hem de nota kullanılarak yapılan meşklere katılmış olan, iki dönemi de yaşamış, kendilerinden önceki dönemle kendilerinden sonra gelecek olan dönem arasında köprü kurabilmiş usta icrâcılar için usûlün olumlu etkilerinin sürdürülmesi, önem verilmesi ve devam ettirilmesi gereken bir yaklaşımdır. Nitekim bu yaklaşım konservatuvarlardaki eğitime sirayet etmiş, birbirinden farklı seviyelerde uygulanmış olsa da, bugüne kadar belli oranda ulaşmıştır. Bugünün konservatuvar eğitiminde meşk tamamen ortadan kalmış değildir. Bugün konservatuvarlarda nota temelli bir şekilde yürütülmekte olan meşk yönteminde, üslûp konusunu merkeze alan hoca-öğrenci etkileşimi, hocanın icrâsını taklit ve tekrar esasları geçerliliğini sürdürmekle birlikte, usûl vurma ve ezberlemeye verilen önem hocalar arasında farklılık gösterebilmektedir.

## 6. Meşkin İşlevlerindeki Daralmanın Vokal İcrâcılığa Yansımaları

Notanın yaygın olarak kullanılmaya başlanmasından önce genel müzik eğitimi, repertuvar aktarımı ve üslûp aktarımı meşkin asli ve eşit öneme sahip işlevleri durumundadır. Notanın yaygın olarak kullanılmaya başlanmasından sonra ise, genel müzik eğitimi ve repertuvarın aktarımı nota kullanılarak yapılmaya başlandığından, meşkin bu iki işlevi yavaş yavaş kullanımdan kalkmış, fakat üslûp kazanımı işlevi öne çıkarak geçerliliğini devam ettirmiştir. Meşkte yaşanan bu işlev daralması zaman içinde birtakım değişikliklerin görülmesine neden olmuştur. Vokal icrâcılık açısından görülen en önemli değişiklik, meşkin üslûp kazanımı ile özdeşleştirilmesidir. Yaşanan değişime rağmen Behar'ın dediği gibi, "...yirminci yüzyılda nota kullanımının giderek yaygınlaşmasına ve "çağdaş" eğitim yöntemlerine daha sıkça başvurulmasına rağmen, eserleri bir sonraki nesle aktarma işlevini büyük ölçüde kaybetmesi beklenen Meşk yöntemi, Klasik Türk Musikisi eğitim sisteminden bir çırpıda silinip atılmadı" (Behar, 2006, s. 148).

Behar'ın meşkle ilgili olarak sorduğu "Bundan böyle Meşk yöntemiyle genel olarak musiki öğretilir mi, yoksa sadece klâsik icra tavrı ya da yalnızca bazı üslûp ve yorum incelikleri mi aktarılabilir?" (Behar, 2006, s. 147) sorusuna vokal icrâcılık açısından bir değerlendirme yapılacak olursa, vokal icrâcılıkta meşkin üslûp kazanımına indirgenildiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bu durumu Münir Nurettin Selçuk, Bekir Sıdkı Sezgin, Alaeddin Yavaşca, Saadeddin Heper gibi geçiş dönemlerini yaşamış üstâdların ifadeleriyle ortaya koymak mümkündür.

Münir Nurettin Selçuk'un, nasıl iyi bir ses icrâcısı olunabileceğiyle ilgili ifadelerinde meşk yöntemiyle ilgili öne çıkan noktalar bulunmaktadır. İyi bir tavrı ve bu konuda yetkisi olan hocalar ile her formdan eserler kendi üslûplarına göre meşk edilerek öğrenilmeli, nefes ve ses çalışmaları yapılmalı, farklı hocalardan nota, usûl ve nazariyat dersleri de görülerek genel anlamda müzik daha iyi öğrenilmelidir (Selçuk, 1947, s. 17).

Münir Nurettin Selçuk'un bu ifadeleri incelendiğinde, repertuvarın iyi bir tavra sahip hocadan meşk edilerek geçilmesinin, ses icrâcılığında üslûbun kazanımına yönelik bir eğitim biçimi olduğu anlaşılmaktadır. Farklı hocalardan nota ve nazariyat öğrenimi ise, genel müzik eğitimi kapsamındadır. Üslûbun kazanımı konusundaki eğitim ile genel olarak müzik eğitiminin birbirinden ayrıldığı görülmektedir. Müzik hakimiyetinin ancak diğer hocalardan da alınacak derslerle kazanılabileceğinin belirtilmesi, o devirde genel olarak müzik eğitimi ile insan sesinin üslûp bakımından veya teknik olarak eğitiminin artık birbirinden uzaklaşmaya başladığına işaret etmektedir. Önceki dönemlerde ise, meşk yönteminde bir bütün halinde olan eğitimi aynı hoca vermektedir. Bu eğitimin içeriğinde ayrı ayrı hocaların münferit olarak verdiği nazariyat, repertuvar, üslûp, veya usûl gibi birbirinden ayrılmış dersler bulunmamaktadır.

Bekir Sıdkı Sezgin, seslerin kulağa iyi bir biçimde yerleşmesinin, eserleri "fem-i muhsin" yani iyi ağız/tavır sahibi bir usta hocadan meşk ederek öğrenme yoluyla mümkün olabileceğini belirtmektedir (Sezgin, 1982, s. 3). Alaeddin Yavaşca, "fem-i muhsin"e dikkat çekerek, üslûbun nesilden nesile aktarılmasının iyi ağız/tavıra sahip usta hocalardan meşk yoluyla gerçekleştiğini ve geçerli sayılan bir tavrın da, sadece bu usta çırak aktarımı ile kazanılabileceğini ifade etmektedir (Yavaşca, 1981, s. 9). Buna ek olarak Yavaşca, ses perdelerinin ve ifade unsurlarının ustadan çırağa işitme aracılığıyla aktarılması gerektiğine değinerek, meşk yöntemini en etkili öğrenme biçimi olarak değerlendirmekte, içerisinde her türlü formdan eser bulunmasından dolayı fasıl meşkinin önemini vurgulamaktadır (Yavaşca, 2003, s. 107,125). Benzer şekilde Saadeddin Heper de, "fem-i muhsin" sahibi olan hocaların meşkteki önemini vurgulamakta, kendisinin de bu şekilde hocalarla birebir meşk ederek, usûl vurarak eserleri öğrendiğini, büyük usûllü eserlerin usta-çırak eğitimi içerisinde meşk ile öğrenilmesinin icrâ kalitesini yükselttiğini, buna bağlı olarak diğer eserlerin icrâsının da daha üst seviyeye çıktığını ve klasik

üslûbun böyle devam ettiğini ifade etmektedir (Gültaş, 1982a, s. 26).

Bahsi geçen üstâdların dikkat çektikleri en önemli ortak nokta, “fem-i muhsin” yani iyi ağız/tavır sahibi hocalardan birebir meşk etmektir. Burada hakim olan görüş, bahsedilen vasma sahip olan bir hocadan meşk etmenin, vokal icrâcılıktaki üslûp gelişiminde en önemli yöntem olarak değerlendirilmesidir. Bir yandan üslûbun kazanımı ve aktarımı için en etkili yolun meşk yöntemi olduğu vurgulanırken, öte taraftan meşkin genel müzik eğitimi ve repertuar aktarımı işlevlerinden artık pek bahsedilmemektedir. Repertuarla ilgili bahsi geçen tek konu ise geçilecek eserlerdeki form çeşitliliğidir. Nitekim üstâdların ele aldıkları ikinci önemli ortak nokta da bu form çeşitliliği meselesidir. Ancak burada söz konusu olan durum, her formdan eserlerin öğretilmesi ve aktarılması değil, o formların üslûplarının öğretilmesi ve aktarılmasıdır. Öğrenciye eğitim verilirken form çeşitliliğinin sağlanmasına önem verilmesinin nedeninin üslûp kazanımıyla ilgili olduğu görülmektedir. Vokal icrâcılık açısından meşk yönteminin üslûp kazanımıyla özdeşleştirilmesinin yanı sıra, genel hatlarıyla üslûp ve diğer dersler olarak birbirinden ayrılabilen bir eğitim yaklaşımının izleri de yukarıdaki ifadelerde hissedilmektedir. Bu durum, parçalara bölerek uzmanlaşma olarak yorumlanabilecek bir eğitim yaklaşımı olarak karşımıza çıkmaktadır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Avrupa nota yazısının Klasik Türk Müziği’ni kağıda dökmek için yaygın olarak kullanılmasıyla beraber, bu müziğin temel eğitim ve aktarım yöntemi olan meşkin üstlendiği görevlerin bir kısmı yavaş yavaş geçerliliğini yitirmeye başlamıştır. Daha önce meşkin üç temel işlevi genel müzik eğitimi, repertuar aktarımı ve üslûp aktarımı iken, notanın yaygınlaşmasıyla genel müzik eğitimi ve repertuar aktarımı daha çok nota aracılığıyla yapılmış, ancak üslûp aktarımı için meşk en geçerli yöntem olmaya devam etmiştir. Genel müzik eğitimi ve repertuarın tesbit edilip saklanması artık nota ile yapılabildiğinden, meşkin temel yapıtaşlarından biri olan ezberlemenin önemi azalmaya başlamış, buna bağlı olarak diğer faydalarının yanı sıra ezberlemeyi de kolay hale getiren usûl vurma da daha az önemli hale gelmiştir.

Notanın yaygınlaşması sonucu eğitim-öğretimde ve repertuarın aktarımında temel araç olarak kullanılması, meşkin bir bütün oluşturan bileşenlerinin çözülmesine sebebiyet vermiştir. Meşk; taklit, tekrar ve ezber çerçevesinde usûl ve güfte araçlarıyla işleyen bir sürece sahipken, bu bileşenlerin bir kısmının geçerliliğini yitirmesi, meşkin usûl temelinden nota temeline doğru kaymasına neden olmuştur. Meşk tamamen yok olmamış, işlevleri daralmış ve farklı bir yapıyla varlığını sürdürmüştür. Meşkin yapıtaşlarındaki değişiklik sonucu müzik eğitiminde ayrı ayrı uzmanlık alanlarının oluşmasının ilk izleri görülmeye başlanmıştır.

Usûl temelli meşkin nota temelli meşke dönüşmesi sürecinde, önceden tek metod olan, eser öğrenimiyle birlikte makam ve üslûbun da eşzamanlı olarak öğrenildiği meşk yöntemi, vokal icrâcılık açısından daha çok üslûp kazanımında önemli bir duruma gelmiştir. Klasik Türk Müziği’nde genel müzik eğitimi içinde görülen makam, usûl, nota, nazariyat vb. eğitimler üslûp eğitiminden ayrılmaya, üslûp icrâcılıkla, makam ve nota nazariyatla bağlantılı görülmeye, icrâ ve teori eğitimi birbirinden ayrılmaya, ayrı uzmanlık alanları olarak ayrı hocalar tarafından verilmeye başlanmıştır. Birçok konservatuvardaki benzer adlara sahip “üslûp ve repertuar” dersi ile “solfej ve nazariyat” derslerinin isimleri de bu ayrımın bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Geçilen repertuarın çeşitliliği, farklı eserlerde farklı müzikal cümleleri ve farklı form yapılarının icrâsını tecrübe etme imkanını arttırdığından üslûp ve repertuarın birbiriyle olan bağlantısını, nota okuyabilmeye bağlı olarak nazariyatın bunun üzerinden anlatılması da, solfej ve nazariyatın birbiriyle olan bağlantısını açıklamaktadır.

Daha önce meşk yöntemiyle sesin kendiliğinden gelişmesi dışında özel olarak eğitilmesi gibi bir durum söz konusu değilken, vokal icrâcılık açısından genel müzik eğitimi ile insan sesinin üslûp bakımından eğitiminin birbirinden ayrılması yaklaşımının yerleşmeye başlamasıyla, sesin teknik açıdan eğitimi de üslûp kazanımına yardım eden ek bir yöntem olarak kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde de, Klasik Türk Müziği vokal icrâcılıktaki sesin kendisinin eğitilmesi büyük oranda aynı amaca hizmet etmektedir. Türk Müziği üzerine konservatuar eğitimi görmüş kişilerin fark edebileceği gibi, üslûp gelişimi ve repertuar öğrenimine ayrılan zaman, sesin kendisini eğitmek için ayrılan zamandan daha fazladır. Sesin kendisini eğiterek, sesin bilimsel yollarla doğru kullanımını öğretmek, sese daha sağlıklı bir çalışma prensibi kazandırarak varılmak istenen nokta, yine iyi bir üslûbu kazanmak için gerekli altyapıyı oluşturmaktır.

Üslûp eğitiminde meşkin, hocanın icrâsını birebir uygulayarak çalışmanın ve taklit etmenin geçerliliği devam etmiştir. Kısacası günümüzde Klasik Türk Müziği’nde meşk, vokal icrâcılık açısından üslûpla özdeşleşmiştir. Tıpkı önceki dönemlerdeki gibi taklit ve tekrar üzerine kurulu olan bir meşk eğitimi olmakla birlikte, bu üslûp



eğitiminin önceki dönemlerden en önemli farkı, meşkin içine nota kullanımının girmiş olmasıdır. Meşk yöntemi, üslûp eğitimi açısından bugün de müzik eğitim kurumlarında en geçerli yöntem olarak kabul edilerek, nota temelli bir şekilde yürütülmektedir.

Üslûp kazanımı, repertuar aktarımı ve genel müzik eğitimi amaçlarının hepsini bünyesinde barındıran meşk türünün, farklı hedefleri bir bütün içinde kazandırmayı amaçlayan tündengelimsel bir bakış açısı taşıdığı; üslûp kazanımına indirgenen meşk türünün ise, parçalara ayrılmış uzmanlık alanlarıyla desteklenerek bir bütün hedefe ulaşmayı amaçlayan tümevarımsal bir bakış açısı taşıdığı söylenebilir.

Meşkte yaşanan dönüşümün Klasik Türk Müziği vokal icrâcılığı nasıl etkilediğini irdeleyen ve var olan durumu ortaya koymak üzere hazırlanmış olan bu çalışmanın neticesinde, aynı konunun farklı açılardan da araştırılması önerilmektedir. Meşk türlerinin icrâsına yönelik uygulamalar üzerine kurulu, karşılaştırma ve müzikal/teknik analiz amacını taşıyan, icrâdaki değişimlerin pratikteki yansımalarını göstermeye yönelik farklı çalışmaların yapılması, bu çalışmanın getirebileceği önerilerden bir tanesidir. Bunun yanı sıra, yaşanan dönüşümlerin sosyo-kültürel nedenlerine odaklanan başka çalışmaların yapılması da, konunun çok katmanlı yapısını açıklayarak kapsamlı ve bütüncül bir bakış açısı getirebilmesi yönünden önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Behar, C. (2006). *Aşk Olmayınca Meşk Olmaz (3. Baskı)*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri (Geliştirilmiş 17. Baskı)*. Ankara: Pegem Akademi.
- Girgin Tohumcu, Z. (2006). *Müziği Yazmak Müzik Notasyonunun Tarih İçinde Yolculuğu*. İstanbul: Nota Yayıncılık.
- Gültaş, S. (1982a). Saadeddin Heper ile Mülâkat III, *San'at ve Kültürde Kök*, 12: 26-28.
- Gültaş, S. (1982b). Bekir Sıdkı Sezgin'le Mülâkat VII, *San'at ve Kültürde Kök*, 20, 21, 22: 38-43.
- Güven, U. E., Ergur, A. (2014). Dünyada ve Türkiye'de Müzik Sosyolojisinin Yeri ve Gelişimi, *Sosyoloji Dergisi*, 29: 1-27.
- Kanat, E. (2021). Peşrev ve Şarkı Formunun Usûl İcrasında Görülen Değişiklikler, *11. Uluslararası Hisarlı Ahmet Sempozyumu*.
- Levendoğlu Öner, N. O. (2017). Osmanlı Dönemi Türk Müziğinden Miras Kalmış Felsefi Temelli Bir Eğitim Geleneğini Yeniden Canlandırma: Çağdaş Meşk Uygulamaları, *Journal of Human Sciences*, 1: 294-307.
- Özcan, N. (2004). "Meşk", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (Cilt: 29). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Özkan, İ. H. (2012). "Usul", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (Cilt: 42). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Selçuk, M. N. (1947). Ses Musikimiz, *Türk Musikisi Dergisi*, 2: 3,17.
- Serin, M. (2004). "Meşk", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (Cilt: 29). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Sezgin, B. S. (1982). Düşündüklerimiz, *San'at ve Kültürde Kök*, 14: 2-3.
- Şen, H. O. (1998). *Alâeddin Yavaşca*. Ankara: TRT Müzik Dairesi Başkanlığı Yayınları.
- Ungay, M. H. (1981). *Türk Müsıkisinde Usûller ve Kudûm*. İstanbul: Türk Musikisi Vakfı Yayınları.
- URL 1: <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 29.11.2021.
- Yavaşca, A. (1981). Türk Müsıkisinde Tavrı, *San'at ve Kültürde Kök*, 1: 9.
- Yavaşca, A. (2003). Bir Sanatçının Hayatı. T. İnançer, İ. Pala, D. Gürlek, F. Bertuğ, İ. Bertuğ, R. Ayangil, ve diğerleri içinde, *Uzmanlar Konuşuyor* (s. 99-128). İstanbul: Türk Edebiyat Vakfı Yayınları.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (Genişletilmiş 10. Baskı)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zeybek, Ö. (2013). *Türk Makam Müziği'nde Üslûp-Tavrı Görüşleri Doğrultusunda Münir Nurettin Selçuk, Alâeddin Yavaşca ve Bekir Sıdkı Sezgin İcrâlarının Analizi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.