



**BAYBURT
ÜNİVERSİTESİ**

YIL 1/ CİLT 1/ SAYI 1

YEAR 1/ VOLUME 1/ ISSUE 1

BAYÜ SANAT VE TASARIM FAKÜLTESİ

BAÇINI SANAT DERGİSİ

BAYBURT UNIVERSITY, FACULTY OF ART AND DESIGN, BACINI ART JOURNAL



ISSN:



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL

Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

Baçini, İtalyanca bir terimdir. Bu dilde leğen anlamı olsa bile Türkçede “çanak” anlamında kullanılır. Kelime anlamıyla baçini hakkında birçok farklı görüş olsa da özellikle sanat tarihi alanında kullanımı bezeme oluşturmak amacıyla yapıların belirli bölgelerine yerleştirilen seramik kaplara denmektedir. Anadolu’daki Türk döneminde “baçini” uygulamalarının gelişimini Anadolu Selçuklu devri ile başlatabiliriz. Anadolu’nun farklı bölgelerinde yer alan Selçuklu çağı mimari eserlerinin iç ve dış cephelerine kakılmış olarak seramiklere rastlamak mümkündür. Baçini uygulamaları genellikle cami, medrese ve türbe gibi dini yapıların cephelerini süslese de Ani ve Bayburt Kaleleri gibi askeri/sivil mimari örneklerin sur duvarlarında da karşımıza çıkmaktadır.

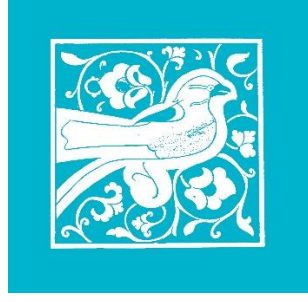
2023 yılında yayın hayatına başlayan Bayburt Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi “BAÇINI SANAT DERGİSİ” (BAÇINI) uluslararası hakemli ve bilimsel bir dergidir. BAÇINI alan yazına nitelikli katkı sunmayı hedeflemiş olan makaleleri, elektronik ortamda bilim ve sanat dünyası ile kaliteli biçimde hızlı ve ücretsiz olarak paylaşmayı kendine misyon edinmiştir.

BAÇINI, Ocak ve Temmuz aylarında yılda iki sayı olarak yayımlanmaktadır.

Tüm hakları saklıdır.

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/bacinisanat>





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL

Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

Baçini is an Italian word. It means basin in Italian while it has the meaning of bowl in Turkish. There are many concepts about the word of Baçini, but especially it is used for ceramic pots which are placed in certain parts of the buildings in order to create embellishment in art history. We can say that the development of baçini practices in the Turkish period in Anatolia started with the era of Anatolian Seljuk. It is possible to see inlaid ceramics on the interior and exterior facades of Seljuk era's architectural works which were located in different regions of Anatolia. Although examples of baçini usually embellish the facades of religious buildings such as mosques, madrasas and tombs, they can also be seen on the walls of military/civil architectural examples such as Ani Castle and Bayburt Castle.

Baçini Art Journal (Baçini) which started its publication life in 2023 on behalf of Bayburt University Art and Design Faculty, is an international refereed academic e-journal. Baçini has made it its mission to share the articles, which aim to make a qualified contribution to the literature, with the world of science and art electronically with no fee.

Baçini is planned to be published biannually in June and December.

All rights are reserved.

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/bacinishanat>





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL
Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

Dergi Sahibi / Journal Owner

Prof. Dr. Mutlu TÜRKMEN

Dergi Yöneticisi ve Baş Editör / Journal Manager and Editor-in-chef

Prof. Dr. Mahir KADAKAL

Editörler / Editors

Dr. Öğr. Üyesi Savaş KESKİN

Dr. Öğr. Üyesi Yasemin TÜMER ÇELİK

Dergi Yayın Kurulu / Editorial Board

Doç. Dr. Mahir Bayramoğlu

Dr. Öğr. Üyesi Cihan Paloluoğlu

Dr. Öğr. Üyesi Savaş Keskin

Dr. Öğr. Üyesi Tuğba Topçam

Dr. Öğr. Üyesi Ümit Yıldırım

Dr. Öğr. Üyesi Yasemin Tümer Çelik

Dr. Öğr. Üyesi Zafer Eren

Öğr. Gör. Ahmet Nadir Özkul

Öğr. Gör. Figen Meşeli

Öğr. Gör. İsmail Birlik

Öğr. Gör. Ömer Murat Kadeş

Öğr. Gör. Yavuz Kaan Konuk

Öğr. Gör. Umut Barış Ustabulut

Arş. Gör. Dr. Murat Gürbüz





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL
Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

Alan Editörleri / Field Editors

Fotoğraf / Photography

Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN

Dr. Öğr. Üyesi İmran UZUN

Geleneksel Türk Sanatları / Traditional Turkish Arts

Prof. Dr. Hürrem Sinem ŞANLI

Grafik Tasarım / Graphic Design

Dr. Öğr. Üyesi Tamer KAVURAN

Dr. Bülent POLAT

Görsel İletişim Tasarımı / Visual Communication Design

Dr. Öğr. Üyesi Elvan KANMAZ

Heykel / Sculpture

Doç. Dr. Tülay ÖZKUL

Kuyumculuk ve Mücevher Tasarımı / Jewellery Design

Dr. Öğr. Üyesi Meral BÜYÜKYAZICI

Moda Tasarımı / Fashion Design

Prof. Dr. Birsen ÇİLEROĞLU

Prof. Dr. Saliha AĞAÇ

Mimarlık / Architecture

Dr. Öğr. Üyesi Muhammet KURUCU





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL
Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

Müzik / Music

Doç. Dr. Mehmet Can PELİKOĞLU

Doç. Dr. Yılmaz KAHYAOĞLU

Resim / Painting

Prof. Dr. Çağatay İNAM KARAHAN

Doç. Dr. Mahir BAYRAMOĞLU

Dr. Öğr. Üyesi Ezgi TOKDİL

Sahne Tasarımı / Stage Design

Dr. Öğr. Üyesi Fatma ŞENER

Sayısal Sanat / Digital Art

Doç. Dr. Huriye KADAKAL

Sinema / Cinema

Doç. Dr. Türker ELİTAŞ

Tekstil Tasarımı / Textile Design

Doç. Dr. Çimen BAYBURTLU





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL

Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Anna Calluori HOLCOMBE- University of Florida

Prof. Dr. Byoun Il SUN - Namseoul University

Prof. Dr. Aslı YURDİGÜL – Atatürk Üniversitesi / Kırgızistan-Türkiye Manas
Üniversitesi

Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN – Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Prof. Dr. Gültekin AKENGİN - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Hüsamettin KOÇAN - Baksı Müzesi

Prof. Dr. Martin BAEYENS - Gent Royal Nice Academy of Arts

Prof. Dr. Yunus BERKLİ - Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Haldun ÖZKAN - Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Meltem DEMİRCİ KATIRANCI - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bilim Kurulu

Prof. Dr. Ahmet YATKIN – İnönü Üniversitesi

Prof. Dr. Ali SEYLAN – Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Prof. Dr. Arif AZİZ – Azerbaycan Devlet Güzel Sanatlar Üniversitesi

Prof. Dr. Ayşe Aslıhan EROĞLU – Atatürk Üniversitesi

Prof. Bakhtiyor MENGLIYEV - Alisher Navoi's Tashkent State University

Prof. Dr. Birsen ÇİLEROĞLU - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL
Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

Prof. Dr. Besim YILDIRIM – Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Can KARAHAN – Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Prof. Dr. Cengiz ŞENGÜL – Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Çağatay İNAM KARAHAN – Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Prof. Dr. Dima RAAD – Lebanese University

Prof. Dr. Erol KILIÇ- Üsküdar Üniversitesi

Prof. Dr. Fatih BAŞBUĞ – Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Haldun ÖZKAN – Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Haluk ZÜLFİKAR – İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Hasip PEKTAŞ – İstanbul İstinye Üniversitesi

Prof. Dr. Hürrem Sinem ŞANLI - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Katarina DORDEVIC– University of Nis

Prof. Dr. Kazimierz PAWLAK – Wrocław Academy of Fine Arts

Prof. Dr. Kye-Soo MYUNG - Konkuk University

Prof. Dr. Lola Banon Castellon - University of Valencia

Prof. Dr. Mehmet Gökhan GENEL – Yalova Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet KAVUKÇU – Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL

Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

Prof. Dr. Mehmet ÖZKARTAL – Süleyman Demirel Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet Serdar ERCİŞ – Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Mohamed El Mouden - University of Cadiz

Prof. Dr. Muhammet Emin KAYSERİLİ – Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Mustafa BULAT – Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Neslihan KIYAR – Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Neşe YAŞAR ÇEĞİNDİR - Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Nuriye İŞGÖREN - Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Pınar ARAS – Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Saliha Ağaç - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Seçkin ÖZMEN – İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Sema GÖKTAŞ – Kocaeli Üniversitesi

Prof. Süreyya TEMEL – Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Şükrü SİM – İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Yusuf YURDİGÜL – Atatürk Üniversitesi

Doç. Dr. Katarzyna KRZYKAWSKA - Warsaw University of Life Sciences

Doç. Dr. Laze TRIPKOV - Uluslararası Balkan Üniversitesi





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL
Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

Doç. Dr. Nardane YUSİFOVA – Milli Azərbycan Tarix Muzeyi

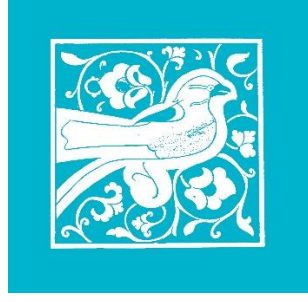
Doç. Dr. Nodirbek JURAKUZIYEV - Alisher Navoi's Tashkent State University

Doç. Dr. Pavel Pisklakov - South Ural State University

Doç. Dr. Sonia Tramujaş VASCONCELLOS

Doç. Dr. Toyoko Morita - Kagoshima University





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL

Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

Bayburt Üniversitesi Rektörü ve Dergi Sahibi
Prof. Dr. Mutlu TÜRKMEN'den...

Baçini Sanat Dergisinin değerli okur-yazarı;

Sanat ve Tasarım Fakültemizin kolektif emeğinin bir çıktısı olan Baçini Sanat Dergisinin ilk sayısını büyük bir heyecan ve umutla yayımlıyoruz. Bu umudu, şevki ve sonsuz heyecanı simgelemesi için ilk sayımızın sembolik rumuzu olarak Bayburt Kalesi baçini çinileri arasından 'sonsuz aşkı' ve 'sevginin sonsuzluğunu' simgeleyen motifi seçtik. Özgürlüğü de anlam olarak barındıran bu kuş motifi, her sayıda bir baçini motifini rumuz olarak kullanma hedefimize bir ruh kazandırması ve sonsuzluğu çağrıştırmaları bakımından ilham vericidir.

Dijitalleşen ve bugüne dek biriktirdiğimiz tarihsel mirasımızdan farklı birtakım nitelikler sergilemeyi zorunlu kılan toplumsal sistemler, sanatı ve iletişimi aynı zeminde yakınlaştırıyor. Her yönü sara araçsal sistemler, kültürler, ekonomiler, siyasal yaklaşımlar, gündelik yaşam performansları ve en önemlisi sanatsal bakış açıları arasında bir içe içe geçmeye ve yakınlaşmaya neden oluyor. Öyle sanıyorum ki tarihin hiçbir evresinde kültürler böylesine melez olmamıştı. Küreselleşme sonrası yeni bir trend olan kü-yerelleşme, yani globalizasyon, hibrid bir dünyanın en önemli göstergelerinden biri olmayı sürdürüyor. Artık neredeyse yalıtılmış ve bağımsız bir disiplin kalmadı. Yeni Normal olarak işittiğimiz küresel sistem, daha fazla disiplinler arası deneyime davet ediyor. Bu sebeple iletişim ve sanatın yalnızca disiplin olarak ortaklıklarından söz etmenin ötesinde, onların dijital sistemle iş birliklerinden de söz etmeliyiz. Bugün iletişim ve sanatın insana özgü bir deneyim olma şartını bile sorguluyoruz. Artık araçların kendi başlarına iletişim kurabildikleri Nesnelere İnterneti ve yapay zekâlar tarafından üretilen sanat eserleri çağındayız. Metaverse dediğimiz sanal evrenler ve NFT dediğimiz dijital algoritmaları sanat performansları, insanın ve sanatın biricikliğinin sonuna geldiğimize işaret ediyor. Bu noktada kaygımız şu olmalıdır: İnsan, dijital sistemde insanlığını sürdürebilir mi?





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL

Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

Sürdürülebilir çevre, ekonomi, kalkınma ve gelecek başlıklarına belki de sürdürülebilir insanlık sorunsalını da eklemeliyiz. Araçlardan yoksun bir insan, iletişim ve sanat üretmekte yetersiz kalıyorsa, en temel düzeyde insana dair yeniden iletişim ve sanat manifestoları üretmeliyiz. Nitekim tekno-optimist ve tekno-pesimist cenahlar arasında belki de durmamız gereken en doğru nokta tekno-eleştirelilik olmalıdır. Çünkü teknolojinin kendi başına anlamlı olmadığı ve anlamın ancak insan tarafından yüklenen bir değer olduğu öğretisi, sanatın da iletişimin de en önemli kabullerinden biridir. Bu kitabı meydana getiren kolektif katkıların değindiği meseleler, en özelden en genele kadar insanın iletişim ve sanat karşısındaki konumuna dair yeni bir şeylere vesile olmaları nedeniyle kıymetlidir.

Bayburt Üniversitesi olarak sanatın her yönünü konu alan bir uluslararası akademik dergiyi hayata geçirmek, bizler için bir gurur kaynağıdır. Çünkü çağdaş dünyanın kurucu unsurları olan iletişim ve sanat, sürekli tartışılması gereken birçok tarihsel gelişme için bu gibi buluşmalarla artırılabilir ve yeniden insanlığın ortak mirası olabilir.

Bu vesileyle, eserleri ile ilk sayımıza katkı sunan tüm sanatçı/akademisyenlere teşekkür ediyor, iletişim ve sanata ilişkin bu değerli eserlerin mevcut akademik problemlere bir reçete olmasını temenni ediyorum.





BAÇİNİ

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL

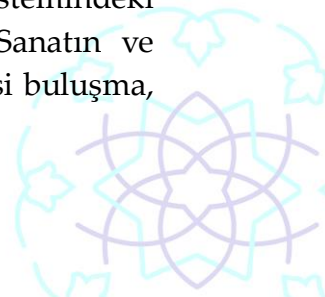
Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

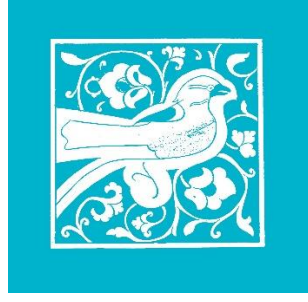
Bayburt Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Dekanı ve Baş Editör
Prof. Dr. Mahir KADAKAL'ın Takdimi

Değerli sanatçılar ve sanat akademisyenleri;

Sizlere duyurmaktan kıvanç duyduğumuz Baçini Sanat Dergisinin bu ilk sayısı, Bayburt'un kültürel birikimini sanat ve iletişim paydasında temsil edecek bilimsel ve sanatsal bir kolektif oluşturma hayalinin sonrasındır. Bayburt, Dede Korkut'un destanlarına esin olan bir anayurt olarak kültürün, sanatın ve iletişimin seçkin motifleriyle örülen bir tarihsel bellektir. Bu bellek, Anadolu'nun medeniyet mirasçıları olan bizleri müşterek ruhta sentezleyen bir tarihsel duyu olması nedeniyle emeklerimizi mekân-aşırı bir bağla birbirine kenetler. Bu ilk sayısı sizlerle paylaşırken, Bayburt'ta paydasında yeniden buluşacak olan kültür ve tarih belleğimizin çağlar-ötesi bir dille ifade edilecek olmasından dolayı gururluyuz. Çünkü sanatın dili ve iletişimcinin dilini ortak kültürel değerler odağında buluşturduğumuzda yaşama dair anlamın derinleşeceğine inanıyoruz. Baçini Sanat Dergisinin yazarlarına ve okurlarına vadettiği en önemli duygu, kültürün farklı dilleri ve okumaları arasında yazılacak yeni bir tarihe özne olmanın muteber duygusudur. Dergimiz bugüne dek yazılmış tarih dilinden farklı olarak tıpkı Dede Korkut'un dilinde olduğu gibi sanat ve iletişim bilim diliyle yeni bir tarihsel birikim tasarlamayı hedefler. Siz tarih yazıcıları, hikâye anlatıcıları ve sanat yapımcıların emekleri, Baçini Sanat Dergisinin kurucu emeklerine katıldığında Bayburt'un kültür tarihini evrensel değerler temasında yeniden anlatabileceğimize inanıyoruz.

Bayburt'u sahip olduğu kültürel desenlerin hangisinden başlayarak anlatmak istersek isteyelim, sanata ve iletişime doğru uzayan bir yolun yolcusu olmaktan taviz veremeyiz. Çünkü Bayburt, Anadolu'nun her yerinde yaşayan ortak kültürle özdeştir. Bugün, Baksı Müzesi ve Kenan Yavuz Etnografya Müzesi ile evrenselleşen sanat geleneğimiz, yerel kültürel değerlerin yükseldiği uluslararası iletişim sistemindeki paydaşlar arasındaki anlam paylaşımının yönlendiricileri arasındadır. Sanatın ve sanatçının evrenselliğini, kültürün yerelliği ile bütünleştiren bir yerler-ötesi buluşma,





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL

Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

tarihe bırakılacak izi zamanlar-ötesi bir anlamla her daim okunur kılacaktır. Özetle Bayburt, birbirlerinden uzakta oldukları halde aynı dili konuşabilen insanların evrensel bilgisine katkı sunmak için özgün bir şölen yeri ve yaşayan müzedir.

Baçini Sanat Dergisi, dijital ve geleneksel olarak sentezlenen kültürü, sanatı ve iletişimi yeniden düşünmek, tartışmak ve ifade etmek için vardır. Geleneksel ve yeni olan arasındaki ayrımı, çatışmaları ve birleşmeleri tartışacak ve ifade edecek katılımcıların, tarihin yeniden kurulmasına olan katkıları bu yönüyle önemlidir. Endüstri 4.0, Metaverse, Blockchain, NFT ve Web 3.0'ın konuşulduğu bir tarihsel kırılma evresinde geleceği konuşmak, geleneksel ve yeniyi bütünleştirmek ve insanlık-sonrası olarak anılan çağı yeniden insana özgü kılmak adına yazacaklarımız, tarihe yön verecektir.

İlk sayımızda alanında seçkin araştırmacıların/akademisyenlerin 7 eseriyle okuyucumuza “merhaba” demekten memnuniyet duyduğumuzu ifade etmek isterim. Ulusal kimlikli araştırmacıların/akademisyenlerin 4 eseri, uluslararası kimlikli araştırmacı/akademisyenlerin ise 3 eserinden oluşan bu ilk sayıda, sanat ve sanatla ilişkili iletişimbilim disiplinlerinden bir seçkiyi ilgililerinize arz ediyoruz.

Sayının “**Türk Çini Sanatında Bir Teknik: Baçini**” isimli ilk makalesi, Baçini Sanat Dergimize de esin kaynağı olan Baçini sanatının izlerini süren Öğr. Gör. Yavuz Kaan Konuk, Öğr. Gör. Umut Barış Ustabulut ve Doktorant Furkan Bayrak'ın kolektif emeğini içeriyor. Sayının “**Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technologies Help in Post-Covid Art Audience**” isimli ikinci makalesinde ise Doç. Dr. Laze Tripkov tarafından dijitalleşen sanat olanaklarının bilhassa afişe ilişkin grafik tasarım yaklaşımlarındaki sarsıcı etkisi ele alınıyor. Tripkov, pandemi sonrasının ‘yeni normalleri’ içerisinde sanat okuyucusunun konumunu da sorguluyor. Profesör Lola Bañon Castellón, sayının “**Fake News and Global Information: Angles and Perspectives in The Search for The Truth**” isimli üçüncü makalesinde sahte haber faaliyetlerinin küresel enformasyon düzenini yönlendirme etkisini ve ‘hakikat’ kavramının yitirildiği bir dünyada iletişim ve sanat imkanlarını kullanarak hakikati yeniden keşfetmenin yollarını içeren alternatif bakış açılarını tartışıyor. Bir diğer uluslararası çalışma olan “**The Media and The Mediation of Religious Discourse in**





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL

Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

The Moroccan Public Space” başlıklı dördüncü makale, Profesör Mohamed El Mouden’in dini söylem ile medya arasındaki güçlü ilişkiye dair varsayımlarını Fas kamusal alanında sınıadığı araştırmasının bulgularına dayanıyor. Sayının **“Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği”** başlıklı beşinci makalesinde Öğr. Gör. Ömer Murat Kadeş, grafik tasarım eğitiminde geleneksel yöntemler ile CGI tabanlı yeni yöntemlerin sanatsal üretimin doğasına dair nasıl bir fark içerdiğini ve bu farkın etkinlik düzeylerini öğrenci perspektifinden inceliyor. Doç. Dr. Tark Yazar ve Elif Uzuntaş ise **“Dijital Çağda Sinemagraf”** başlıklı altıncı makalede sinemagraf tekniğinin dijital çağa uyarlamasının imkanlarını sorguluyor. Sayının yedinci ve son makalesinde Fatma Gür ve Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Mutlu, **“Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açıdan İncelenmesi”** başlıklı çalışmalarının sonuçlarını paylaşıyor. Çalışma, bir tarih envanterini sanatsal açıdan anlamlandırması ve tipolojik bir yapılandırma ile sahayı derli toplu kılması bakımından özgün değer taşıyor.

Birbirinden değerli emeklerle sanat alanyazını zenginleştiren bu ilk sayımızın heyecanı ile selamlarımızı ve saygılarımızı paylaşıyor, sanat dolu bir yaşam temenni ediyoruz.





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL

Cilt / Volume 1 – Sayı / Issue 1

İÇİNDEKİLER

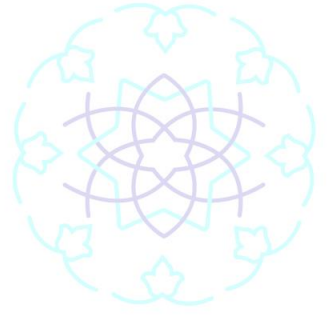
- 1. Türk Çini Sanatında Bir Teknik: Baçini..... 1-13**
A Technique in Turkish Tile Art: Bacini
Yavuz Kaan KONUK, Umut Barış USTABULUT, Furkan BAYRAK
- 2. Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technologies Help in Post-Covid Art Audience 14-33**
Dijital Pandemilerle Karşı Karşıya mıyız – Yeni Teknolojiler Covid Sonrası Sanat İzleyicisine Yardımcı Olacak mı?
Laze TRIPKOV
- 3. Fake News and Global Information: Angles and Perspectives in The Search for The Truth 34-43**
Sahte Haber ve Küresel Enformasyon: Hakikati Aramak İçin Bakış Açıları ve Perspektifler
Lola BAÑON CASTELLÓN
- 4. The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space 44-67**
Medya ve Fas Kamusal Alanında Dini Söylemin Arabuluculuğu
Mohamed EL MOUDEN
- 5. Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği 68-105**
The Assessment of Fuctionality of Application Tools in Graphic Design Associate Degree Education Processes from The Viewpoint of The Students: The Case of Bayburt University
Ömer Murat KADEŞ
- 6. Dijital Çağda Sinemagraf..... 106-126**
Cinemagraph in The Digital Age
Tarık YAZAR, Elif UZUNTAŞ
- 7. Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi 127-160**
Typological Examination of Kastamonu Fountains
Fatma GÜR, Mehmet MUTLU





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023
Ss. / Pp. 1-13

Yayına Geliş Tarihi / Article Arrival Date
27.01.2023

Yayımlanma Tarihi / The Publication Date
31.01.2023

TÜRK ÇİNİ SANATINDA BİR TEKNİK: BAÇINI¹

Yavuz Kaan KONUK²

Umut Barış USTABULUT³

Furkan BAYRAK⁴

Özet

Tarih boyunca önemli güzergâhlar üzerinde bulunan Bayburt, tarihin her döneminde vazgeçilmez bir ticari geçiş noktası olmuştur. Osmanlı döneminde doğuya yapılacak seferlerde mühimmatin depolanıp dağıtıldığı bölge konumundadır. Bu durum şehrin kurulduğu ilk günden bugüne farklı medeniyetlere ait çeşitli mimari yapıların inşa edilmesine olanak sağlamıştır. Bayburt Kalesi, şehre gelenlerin çok uzak mesafelerden bile görebildiği, jeopolitik ve stratejik özellikleri ön planda olan üç tarafını Çoruh nehrinin sardığı, baçini tarzı çini süslemeleri ve 20 civarı kitabesi ile seyyahların ve tüccarların dikkatini çekmeyi başarmıştır. Oldukça süslü güneş ışınıyla parlayan ve ona bakanları büyüleyen kalenin baçini çinileri bir güç ve zenginlik sembolü olarak kabul edilmelidir. Mimaride kullanılan çeşitli süsleme unsurları arasında, Selçuklu döneminde eserlerin beden duvarlarında ve minarelerinde, Osmanlı dönemi mimari eserlerinin içinde karşımıza çıkarak eserlere renk katan çini süsleme, Türk sanatında oldukça sık kullanılan gelişmiş bir süsleme tekniğidir. 13. yüzyılın ilk yarısında Anadolu'da inşa edilen cami, türbe gibi dini yapılarda ve saray gibi sivil yapılarda oldukça sık gördüğümüz çini süslemelerin en dikkat çekici örnekleri, Kubadabad Saray'ında ortaya çıkarılmıştır. Anıtsal mimari yapılarda daha çok karşımıza çıkan beden duvarlarının içini veya dışını hareketlendiren, cepheye renk katan süsleme unsurunun farklı uygulama teknikleri vardır.

¹ Bu makale Türk Dünyasında Alp Kadın Sempozyumunda sunulan “Bayburt Şehrinin İskânında Bir Alp Kadın: Melike Sultan” adlı bildirdiden geliştirilmiştir.

² Bayburt Üniversitesi, Öğretim Görevlisi, yavuzkonuk@bayburt.edu.tr ORCID: 0000-0002-1840-3487.

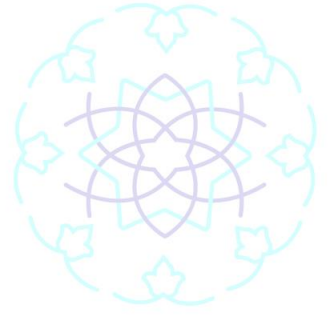
³ Bayburt Üniversitesi, Öğretim Görevlisi, umutbarisustabulut@bayburt.edu.tr ORCID: 0000-0002-2870-7644.

⁴ Marmara Üniversitesi, Doktora Öğrencisi, furkanbayrak2391@gmail.com ORCID: 0000-0002-9526-090X



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Bu çalışmada üzerinde çok durulmamış bazen “kakma” olarak da adlandırılmış Bayburt Kalesi beden duvarlarını süsleyen “baçini” tarzı çiniler hakkında bilgi verilerek Türk sanatındaki yeri ve önemi belirlenecektir. Çalışma verileri doküman analizi yöntemi ile toplanmış, verilerin analizleri ise içerik çözümleme tekniğine uygun olarak yürütülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Türk Sanatı, Çini, Baçini.

A TECHNIQUE IN TURKISH TILE ART: BACINI

Abstract

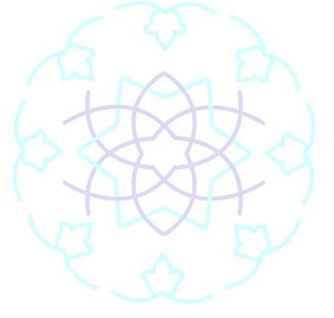
Bayburt, which has been on important routes throughout history, has been an indispensable commercial transit point in every period of history. It is the region where ammunition was stored and distributed during the expeditions to the east during the Ottoman period. This situation has allowed the construction of various architectural structures belonging to different civilizations since the first day of the city's establishment. Bayburt Castle has managed to attract the attention of travelers and traders with its Baçini style tile decorations and about 20 inscriptions, which are surrounded by the Çoruh River on three sides, which can be seen even from a long distance by those who come to the city. The castle tiles of the castle, which shine with the very ornate sunbeam and enchant those who look at it, should be considered a symbol of power and wealth. Among the various decorative elements used in architecture, tile decoration, which adds color to the works by appearing on the body walls and minarets of the works in the Seljuk period, and in the architectural works of the Ottoman period, is an advanced decoration technique that is used quite frequently in Turkish art. The most striking examples of tile decorations, which we see quite often in religious buildings such as mosques and tombs built in Anatolia in the first half of the 13th century, and in civil buildings such as palaces, were unearthed in the Kubadabad Palace. There are different application techniques of the ornamental element that activates the inside or outside of the body walls and adds color to the facade, which is more common in monumental architectural structures. In this study, the place and importance in Turkish art will be determined by giving information about the "baçini" style tiles adorning the main walls of Bayburt Castle, which has not been emphasized much and is sometimes also called "inlay". The study data were collected with the document analysis method, and the analyzes of the data were carried out by the content analysis technique.

Key words: Turkish Art, Tile, Bacini



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Giriş

Bayburt Kalesi, Anadolu kaleleri içinde sağlam olarak günümüze gelebilmiş önemli kalelerden bir tanesidir. Şehre gelen ziyaretçilerini yüksek bir tepede, sarp kaya üzerinde karşılayan kale Anadolu Selçuklu Erzurum Meliki Muğisüddin Tuğru Şah döneminde bugünkü şeklini almıştır (Uluçam, 1994; Eryılmaz, 2019). Kaleyi önemli kılan yüksek ve stratejik olarak yerleştirilmiş kulelerinin yanı sıra beden duvarlarında yer alan baçini tarzında çinilerdir.

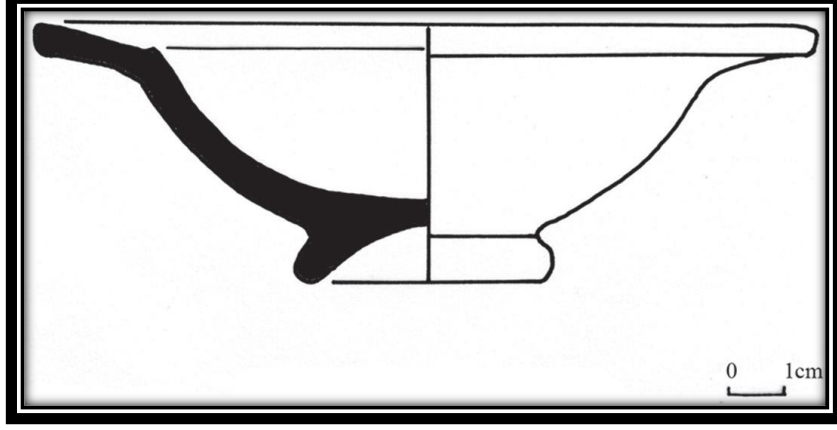
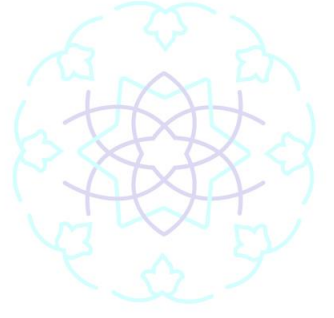
Orta Çağ'dan günümüze kadar genellikle kale, cami ve türbe gibi dini yapıların beden duvarlarına nadiren de olsa içlerine parlak, şeffaf sır ile kaplanmış seramik kapların sıklıkla yuvarlak, kare ve dörtgen şeklinde yerleştirilmesinden oluşan dekoratif uygulamaya "baçini" denilmektedir (Şekil 1).

İtalyan sanat tarihçisi G. Passeri bu süsleme tarzına ilk işaret eden ve tanımlayan kişi olmuştur. Passeri baçiniyi; "güneş ışıklarını çukurluklarda toplayıp büyük bir çekicilik ile yansıtarak görmekten zevk alınan renkli ve sırlı toprak leğenler" olarak tanımlar (Vallauri, 2017, s. 184-194). Baçinilerin yerleştirilecekleri yapının yeri ve konumuna göre özel olarak yapıldığı belirtilmektedir. (Nicolai and Vallauri, 1986, s.104)



BAÇİNİ

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Şekil 1. Baçini çizim (Vallauri, 2011).

Türkçede “çanak” ve “kâse” anlamında kullanılan “baçini” İtalyanca bir terim olup bu dilde leğen anlamında kullanılmaktadır (Şekil 2). Kelime anlamıyla “baçini” hakkında birçok farklı görüş olsa da özellikle sanat tarihi alanında kullanımı; bezeme oluşturmak amacıyla yapıların belirli bölgelerine yerleştirilen seramik kaplara verilen isimdir (Polat & Orhanlı, 2020, s. 672-701). Ayrıca “bacini” mimari yapıya uygulanan kakma çiniler olarak da tanımlanmaktadır (Demiriz, 1973, s. 175-208; Çalışıcı Pala, 2018, s. 347-368; Ayduşlu, 2012, s. 17-33)



Şekil 2. Paris Saint Laurent Kulesi’nde yer alan Baçini (Grascaux, 2010).

Türk Çini Sanatında Bir Teknik: Baçini

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

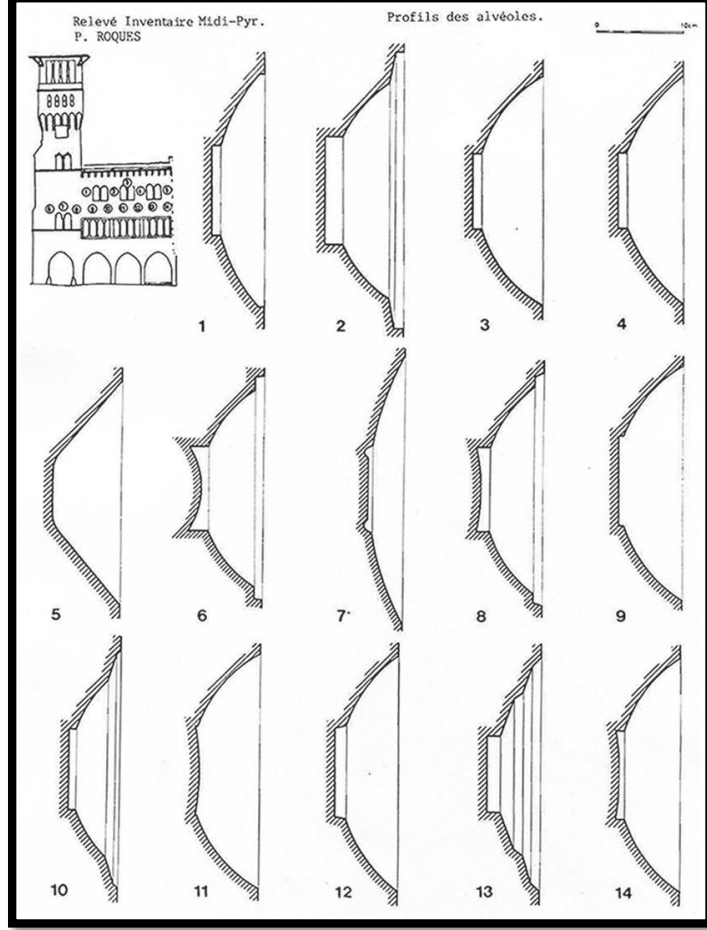
SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Bu dekoratif teknikte bir renk zevkinin, bir estetiğin parçası ve aynı zamanda tuğla, taş veya mermerden oluşturulan ölçülü mimari yapıları canlandırmak için ekonomik bir malzeme kullanımının etkili şekilde ele alındığı anlaşılmaktadır (Vallauri, 2011, s.186). Taşlardaki oyukların kesilmesi, tuğla yataklarındaki kabukların temizlenmesi ve bunların mimari elemanlara göre düzenlenmesi gibi etmenleri göz önüne aldığımızda “baçini” uygulamasının yapıların inşa edilmeye başladığından itibaren yapım programında yer aldığı düşünülebilir.

Bu süsleme unsurunun ne zaman ve nerede ortaya çıktığı kesin olarak bilinmemektedir. Kullanım alanı çok geniş bir zaman diliminde geniş bir coğrafyada sürdürülmüştür. Uzak Doğu’da Endonezya, Tayland; Doğu Afrika’da Kenya; 11. yüzyılın ortalarında İran; 13. yüzyılın ilk yarısından itibaren Anadolu ve Mısır’da İslam mimarisinin bir parçası olmuştur. 13. ve 14. yüzyıllarda Gürcistan’da bir manastırda yine bu biçini uygulaması görülmektedir. Azerbaycan Maraga’da yer alan Kumbet-i Surh erken tarihli örneklerdendir (Polat & Orhanlı, 2020, s. 672-701). 1147 tarihinde inşa edilmiş yapının taç kapısının alınlığında yer alan tek renk sırlı seramik kâse bu geleneğin Türk dönemi eserleri arasındaki en erken tarihli yapılarından biridir (Abad, 2015, s. 64). Anadolu’da Ankara’da çoğu Selçuklu ve Osmanlı yapısında da karşımıza çıkmaktadır (Karasu, 2022, s. 349-384).

11. yüzyıla ait İtalya’nın Pisa bölgesindeki kiliselerde, benzeri görülmemiş bir ölçekte dekorasyon olarak biçini veya seramik kâseler kullanılmıştır. Hala var olan yüzlerce kâse İslam dünyasından Pisa’nın Akdeniz’deki Müslüman topraklara karşı askeri seferler düzenlediği ve onlarla ticaret yaptığı bir dönemde bu bölgeye getirildiği düşünülmelidir (Şekil 3).



Şekil 3. Baçini çizimleri ve cephede konumlarını gösterir çizim (Vallauri, 2011).

Anadolu’da Türk döneminde “baçini” uygulamalarının ilk örnekleri Anadolu Selçuklu ve ilk Türk beylikleri döneminde karşımıza çıkar. Anadolu’nun farklı bölgelerinde yer alan Selçuklu çağı mimari eserlerinin iç ve dış cephelerine yuvarlak, kare veya dörtgen oyulmuş ve sonrasında bu alanlara yerleştirilmiş seramiklere rastlamak mümkündür.

Baçiniler, genelde tuğladan inşa edilmiş yapılarda karşımıza çıkmaktadır. Bunun sebebi tuğlanın daha kolay işlenebilir malzeme olmasıyla açıklanabilir. Bayburt Kalesi’nde ise baçini oyukları taş malzemeli beden duvarlarında görülür. Halk arasında kale duvarlarını süsleyen baçinilerin güneşin beden duvarlarına çarpmasıyla çok uzak mesafelerden bile parladığı ile ilgili



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



anlatılar hala dolaşmaktadır. Elbette bu durumu Elhamra Sarayı'nda ziyaretçilerini öğle vaktinde havuz başında güneşin dik açısı ile geldiği saatte bekleten sultanın yaptığı gibi bir güç gösterisi olarak görmek mümkündür¹. XIII. yüzyıl sonlarına ait Tercan Mama Hatun Türbesi'nin külahında, Doğu Anadolu'da özellikle Kemah'ta "baçini" örneklerinin en erken tarihlielerine rastlamak mümkündür. Kemah türbelerinde ve Divriği Kale Mescidi'nde önceleri baçinilerin olduğu düşünülen oyuklara karşımıza çıkmaktadır (Konuk & Ustabulut, 2022, s. 377-382).

Baçini uygulamaları Ani Kalesi'nde karelerle oluşturulan haç motifinin ortasında kâse şeklinde (Şekil 4), Bayburt Kalesi'nde üçerli gruplar halinde yuvarlak, kare ve dörtgen biçiminde sur duvarlarında karşımıza çıkmaktadır.



Şekil 4. Ani Kalesi sur yüzeylerindeki haç motifleri (Scott Redford- Eryılmaz).

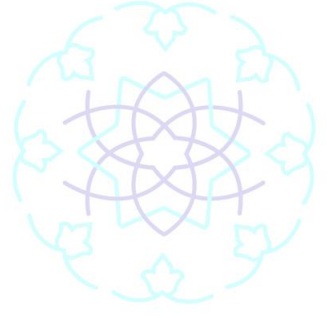
1911 yılında Bayburt bölgesine gelen şarkiyatçı araştırmacı Orbeli, kalenin beden duvarlarında çok sayıda çini tabak ve çanak olduğunu mor ve firuze renklerin ağırlıkta olduğunu belirtmiştir. Bayburt Kalesi'ne ait zamanla tahrip olmuş ve parçalanmış orijinal küçük bir baçini parçası bulunmaktadır

¹ Havuz başında bekleyenler suyun temizliği ile suya vuran güneş ışınlarının etkisi ile karşı tarafı görmekte zorlanmış hatta karşıda duran kişi sadece bir silüet gibi görünürmüş çünkü suya vuran güneş ışınları karşı tarafın görünmesini güçleştirmiş.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



(Eryılmaz, 2019). Kalenin batı sur duvarında kalan bu küçük parçadan anlaşıldığı üzere kalenin firuze renkli çinilerle döşendiği belirlenebilmektedir (Şekil 5).



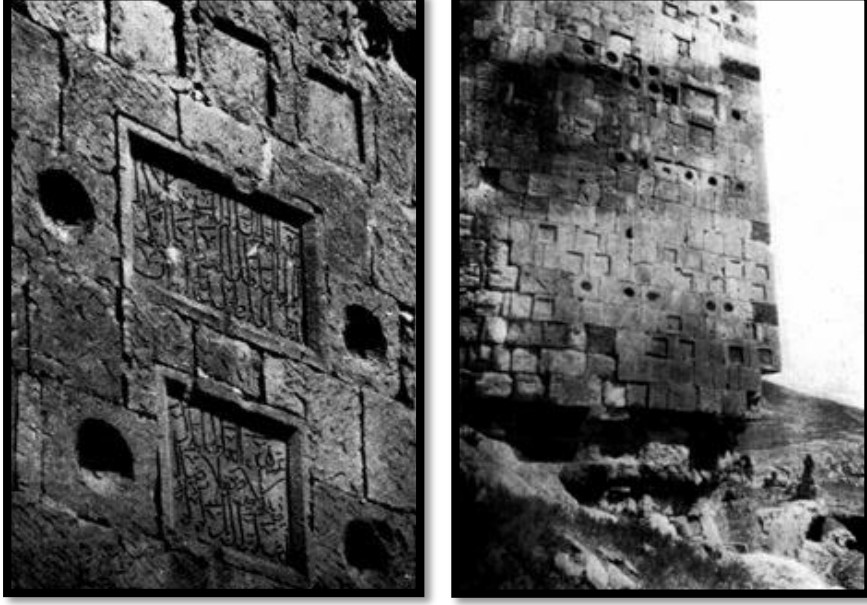
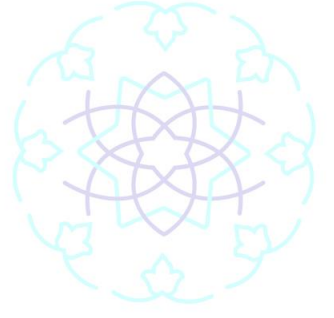
Şekil 5. Bayburt Kalesi sur yüzeyindeki kalan tek baçini parçası (Eryılmaz).

Bayburt Kalesi deyince akla ilk gelen jeopolitik konumu ve stratejik önemi ve beden duvarlarında yer alan süslemeleridir. Kalenin mimarisi kadar süsleme programı ilginçtir. Çok uzaklardan dikkati çekmek amacıyla, duvarlar üzerinde çanak biçiminde çiniler yerleştirilmiştir (Şekil 6-7). Kale bu sayede gelen seyyahların dikkatini daha fazla çekmiş ve çeşitli araştırmacılar tarafından kale incelenmiştir.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



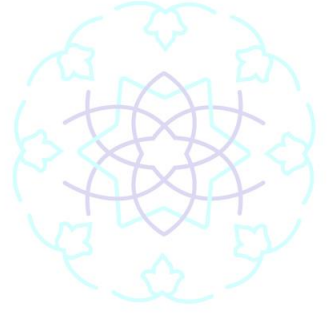
Şekil 6-7. Bayburt Kalesi baçini yuvaları (Orbeli, 1915).

1911 yılında Bayburt bölgesine gelen araştırmacı I.A. Orbeli anılarında; “Duvarların bazı yerlerinde çini tabak ve çanaklar oturtulmuştur. Duvarların muhtelif yerlerinde çok sayıda çini oyuğu bulunuyor. En fazla çiniyi iki burçta gördüm. Üçgen şekilli olanında mor ve firuze renginde üç adet vardı. Bu çiniler duvarlar için özel olarak yapılmadığı ve sıradan çini tabakların duvarları süslemek maksadıyla konulduğu görüşümdedir. Tabanın birinde gördüğüm desen Ani Kalesi çanakları üzerindeki desene benziyordu. Yerli halkın söylediğine göre çeşitli renklere boyanmış tabak ve çanaklar son zamanlara kadar büyük bir oranda korunagelmiştir. Ancak gelip geçen yolcu gezgin ve yerli antikacıların dikkatini çekmiş ve tanesi birer liradan satılmaktaymış. Yalnız pazarda aramama rağmen bu tabaklardan bulamadım” demektedir. Fakat Orbeli 1911 yılında Bayburt ziyareti esnasında çinilerin satılmak için yerlerinden söküldüğü iddiasında bulunsa da, 1828-1829 Osmanlı - Rus Savaşında Bayburt’a gelen General Paskeviç komutasındaki askerlerin Bayburt Kalesinin burçlarını, mahallesini ve camisini tahrip ettiklerini, işgalden bir yıl sonra kente gelen Fransız gezgin C. Texier’in kitabında yazdığını hatırlamak gerekir (Çiğdem & Ekşi, 2016).

Türk Çini Sanatında Bir Teknik: Baçini

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



Sonuç

Bayburt Kalesi beden duvarlarında karşımıza çıkan baçinilerin nerede ve ne zaman üretildiği bilinmemekle beraber, kale içerisinde veya kaleye yakın bir bölgede üretilmiş olma ihtimali bulunmaktadır. Bayburt Kalesi içinde ve çevresinde yürütülen kazı çalışmalarında bugüne kadar bir çini fırınına rastlanmamıştır. Fakat çini yapımında kullanılan üçayak gibi araç gereçler ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca İtalyan, Venedikli ve Cenevizli tüccarların bölgenin İlhanlı hâkimiyetinde olduğu dönemde yoğun ticari faaliyet içinde olduğu anlaşılmaktadır. İslam dünyasında gördükleri bu uygulamayı kendi ülkelerine de götüren bu tüccarların bu uygulamayı doğudan alarak şehre getirdikleri düşünülmektedir. Bayburt Kalesi'nde yer alan baçiniler ile ilgili diğer bir görüş ise kalenin bugünkü şeklini aldığı beden duvarlarının onarıldığı çeşitli burçların eklendiği Erzurum Meliki Muğisüddin Tuğru Şah döneminde hem komutan hem de kitabelerde mimar olarak ismi geçen Üstaddar Ziyeddin Kütval Lülü tarafından yapıldığı yönündedir. (Konuk ve Ustabulut, 2022 s.377-382). Kalenin ihtişam, süsleme unsurları ve çok sayıda kitabe göz önüne alındığında sarf edilen para ekonomik olarak büyük bir güç göstergesidir (Şekil 8-9).

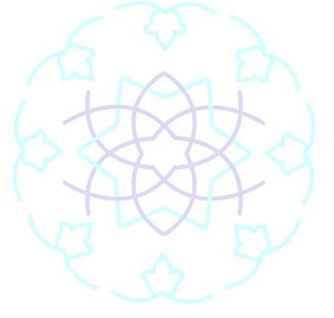


Şekil 8. Bayburt Kalesi motifleri tahmini olarak yerleştirilmiş güncel baçini örnekleri.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Kalede yer alan kitabelerden anlaşıldığı üzere, adı geçen Üstaddar Zıyeddin Kütval Bey Lülü'nün Zengi kaynaklı bir mimardır. Lülü süsleme kompozisyonuna nasıl bir katkı da bulunmuştur burası tam olarak anlaşılamamaktadır. Kendisinin "Mi'mar-ül Emir" deyimini kullanması onun Emir'in baş mimarı olduğunu göstermektedir. Mimar Lülü ismi, Bayburt kalesi haricinde başka yapıda karşımıza çıkmamaktadır. Bayburt Kalesi'nde görülen süsleme kompozisyonu şehirde başka yapıda karşımıza çıkmamaktadır. Anadolu'da bu dönemde gezici mimar ve ustaların varlığı bilinmektedir. Buna bağlı olarak taş ustalarının gezici olması yüksek ihtimaldir. Mengücek topraklarında tercih edilen bu biçimlerini yapan ustaların Bayburt'a gelmesi Behramşah'ın bir hediyesi olarak düşünülebilir. Sanat eserleri incelendiğinde etkileşimler sonucu benzer uygulamaların farklı coğrafyalarda karşımıza çıktıklarını görüyoruz. Bu etkileşimler genellikle, savaş ve ticaret yoluyla olmaktadır. Ayrıca evlilik gibi bağlarla da benzer uygulamaların farklı yerlerde oluştuğunu görüyoruz. Bayburt bölgesi önemli ticaret yollarının üzerinde yer almaktadır. Ticaret her türlü etkileşimde önemli bir etkidir. İslam dünyasının 10. yüzyılının son çeyreğine ait en eski seramiklerini San Zeno ve San Piero Grado kiliselerinin cephelerini süslemesi tesadüf olarak açıklanamaz. Parlak renklerle kaplanmış veya şeffaf sarı, yeşil hatta mavi renkli seramikler sır altında bitkisel ve geometrik süslemelerle bezenmiştir.



Şekil 9. Bayburt Kalesi motifleri tahmini olarak yerleştirilmiş güncel biçini örnekleri.

Türk Çini Sanatında Bir Teknik: Baçini

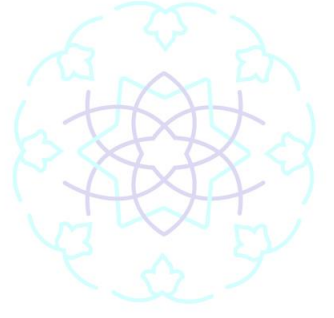
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Bu dekoratif süsleme unsurları Fas, Cezayir ve Tunus gibi Müslüman Akdeniz ülkelerine daha sonra Sicilya, İtalya Movalika, İspanya'da Hristiyan nüfusun yoğun olduğu Valencia gibi bölgelere yayılmıştır (Karasu, 2022, s. 349-384). Son dönemde Bayburt Kalesi'nde yürütülen restorasyon çalışmalarında sur cephelerinde bulunan baçini boşlukları, 13. yüzyılın ilk yarısında sık kullanılan çini motifleri ve renkleri İznik'te üretilen güncel örneklerle donatılmıştır (Şekil 8-9). Çiniler; bitkisel geometrik ve figürlü kompozisyon şeklinde, turkuaz, kobalt mavisi, firuze ve beyaz renklerde uygulanmıştır.

Türk Çini Sanatında Bir Teknik: Baçini

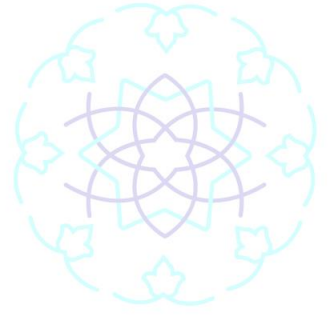
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



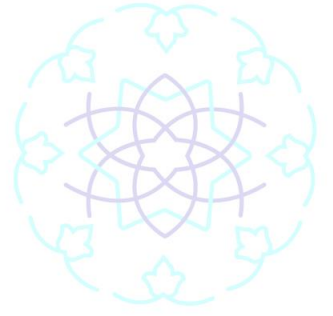
Kaynakça

- Abad, M. (2015). Tarihi Ve Sosyo-Kültürel Yönleriyle Bir İlhanlı Başkenti: Meraga. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ayduşlu, N. (2012). Selçuklu Ve Beylikler Döneminde Kakma Çiniler Ve Günümüz Sanatından Bir Kaç Örnek. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 0(29), 17-33.
- Çalışıcı Pala, İ. (2018). Türk Çini Sanatında Kullanılan Teknikler. E. D. Konak (Dü.), *21. Yüzyılda Türk Sanatı: Meseleler ve Çözüm Önerileri Milletlerarası Sempozyumu Bildiriler Kitabı* içinde, (s. 347-368).
- Çiğdem, S., & Ekşi, F. M. (2016). L. T. Guzalıyan'ın "Bayburt Kalesinin Neşredilmemiş Kitabeleri" Adlı Makalesi. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*(36), 137-172.
- Demiriz, Y. (1973). Mimari Süslemede Renk Unsuru Olarak Kullanılan Keramik Çanaklar. *Sanat Tarihi Yıllığı*(5), 175-208.
- Eryılmaz, D. (2019). Bayburt Kale Kazısı Sermaik Buluntuları. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karasu, Y. E. (2022). Ankara Yapılarında Bacini Uygulamaları. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 349-384.
- Konuk, Y. K., & Ustabulut, U. B. (2022). Bayburt Şehrinin İskanında Bir Alp Kadın: Meklike Sultan. *Türk Dünyasında Alp Kadın Sempozyumu* (s. 377-382). Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Polat, T., & Orhanlı, O. (2020). Adıyaman Camilerinde Süsleme Unsuru Olarak "Bacini" Uygulamaları. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(35), 672-701.
- Vallauri, L. (2011). Les "bacini": disques de lumière en Méditerranée et sur les façades du Midi français. Les couleurs de la ville: Réalités historiques et pratiques contemporaines, Viviers, France, 185-194.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023
Ss. / Pp. 14-33

Yayına Geliş Tarihi / Article Arrival Date
07.10.2022

Yayımlanma Tarihi / The Publication Date
31.01.2023

ARE WE FACING WITH DIGITAL PANDEMICS - WILL NEW TECHNOLOGY HELP IN POST-COVID ART AUDIENCE?

Laze TRIPKOV¹

Abstract

Poster as a medium of change has transformed its functionality many times, adapting or following the changes, but the *New tendencies* are requesting a proper transformation due to the advance development of Virtual Reality, NFT's and the upcoming 'Metaverse' in order to preserve the so-called "universal communication vehicle". How can designers integrate in a complex system of virtual technological tendencies in order to tackle the present and forthcome the future? Should old myths be dethroned, old educational methods upgraded, and societies prepared, since the new generations are already aware of the new industrial revolution.

A key part of the process of design is to externalise thinking and feelings, especially the invisible, intangible, apparently abstract ones. The process of making, thinking and feeling visible proves to be a pivotal component of design synthesis, especially when much of design practices, teaching and learning happen virtually. I will share the act of reflection, using visual thinking tools, on inspiring a collaborative sense-making and way-finding. How can complex layered research process lead to further visual possibilities in order to project the future of social design. The simultaneous act of constructing images and deconstructing visual metaphors can become a path-finding creative action preceded and followed by critical reflection.

¹ Assoc. Prof., International Balkan University (North Macedonia), laze.tripkov@ibu.edu.mk,



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



This research art project will provide a state-of-the-art on the use of virtual poster in virtual cultural communication, reality, functionality and usability.

Key Words: Graphic Design; Poster; Virtual Reality; Visual Communication; Mass Communication; Social Design; Visual Thinking; Interactive Art; Collaborative Design.

DİJİTAL PANDEMİLERLE Mİ KARŞI KARŞIYAYIZ - YENİ TEKNOLOJİ KOVİD SONRASI SANAT İZLEYİCİLERİNE YARDIMCI OLACAK MI?

Özet

Bir değişim aracı olarak poster, birçok kez işlevselliğini dönüştürdü, değişiklikleri uyarladı veya takip etti. Ancak yeni eğilimler, sanal Gerçekliğin, NFT'lerin ve evrensel bir iletişim aracı olarak yaklaşmakta olduğu söylenen 'Metaverse'in ilerlemesi nedeniyle uygun bir dönüşüm talep ediyor. Tasarımcılar, bugünü ve geleceği ele almak için karmaşık bir sanal teknolojik eğilimler sistemine nasıl entegre olabilir? Eski mitler tahttan indirilmeli, eski eğitim yöntemleri yenilenmeli ve toplumlar hazırlanmalıdır. Çünkü yeni nesiller yeni sanayi devriminden haberdardır.

Tasarım sürecinin önemli parçalarından biri, düşünce ve duyguları, özellikle de görünmez, soyut ve görünüşte soyut olanları dışavurmaktır. Görünür yapma, düşünme ve hissetme süreçlerinin ve özellikle de tasarım uygulama süreçlerinin çoğu; öğretme ve öğrenme sanal olarak gerçekleştiğinde, tasarım sentezinin önemli bir bileşeni olduğunu kanıtlar. Bu çalışmada görsel düşünme araçlarını kullanarak, iş birlikçi bir anlam oluşturma ve yol bulma konusunda ilham verme eylemini paylaşacağım. Karmaşık katmanlı araştırma süreci, sosyal tasarımın geleceğini tasarlamak için daha fazla görsel olanaklara nasıl yol açabilir? Eşzamanlı olarak imgeler inşa etme ve görsel metaforları yapıbozuma uğratma eylemi, öncesinde ve sonrasında eleştirel yansımanın izlediği yolu bulan yaratıcı bir eylem haline gelebilir.

Bu araştırma-sanat projesi, sanal kültürel iletişimde sanal afiş kullanımı, gerçeklik, işlevsellik ve kullanılabilirlik konusunda en son teknolojiyi tartışacaktır.

Anahtar Kelimeler: Grafik tasarım, Sanal Gerçeklik, Görsel İletişim, Sosyal Tasarım, Görsel Düşünme, Etkileşimli Sanat, İş Birlikçi Tasarım.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Introduction

Culture has always been related to the environment, the resources, and the artifacts that a certain population uses and creates. Knowledge and habits are also part of the culture. Virtual reality is becoming one of the most common methods for re-enacting previous cultures and connecting them with their original environments. Creating 3D virtual worlds is regarded as the most cost-effective, dynamic, and interactive method of merging a culture's surroundings, artifacts, and information.

It has been just few months behind us that the pandemics is no longer a global priority, but other problems are involving our everyday functioning with even bigger concerns, like the possibility of new world war or a nuclear bomb attack... In the meantime, we all “woke up” with a very strong feeling that the global tendencies are reestablished introducing new social (digital) interactions and models thru the Metaverse Facebook using Virtual Reality. As we already know "The arts and other manifestations of human intellectual achievement viewed collectively" is how culture is defined. Culture, according to Koentjaraningrat, is a "power of mind" manifested via creativity, intention, and taste, whereas culture is the outcome of creation, intention, and taste [1]. Culture, according to Liliweri, is a group of people's way of life expressed through subconsciously received behaviors, beliefs, values, and symbols that are all passed down the generations through communication. All of these definitions can be summarized as ‘The arts and other manifestations of human intellectual achievement viewed collectively' is how culture is defined. Eventually this theory introduced (in a better way) the Covid-19 pandemics as a teaser to the escapism of social interactions and introduce possible new culture. Furthermore, these actions foster the physicality of knowledge as a set of automatisms incorporated in the body.

Local cultural attributes may be a source of inspiration for developing innovative products in the context of globalization. The poster as living artefact identifies, portrays the actual narrative, but also the social climate and human mentality of the time in which it was produced.

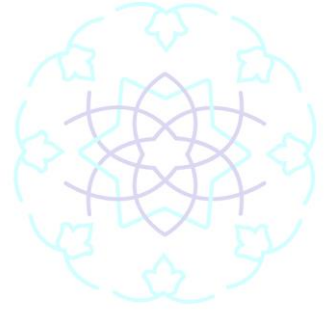
Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Posters communicate by themselves; they do not require a particular location or a proper environment to do so. From this perspective, poster art gives us a secure feeling and takes us truly into the realm of visual expression, which forces us to think deeply about the past and present.

One of the dynamics in the evolution of the creative sector is the culture and development of the times. Slowly but steadily, the course of history transformed society's way of life. Cultural items that no longer meet market demands are likewise affected by lifestyle changes.

Approach

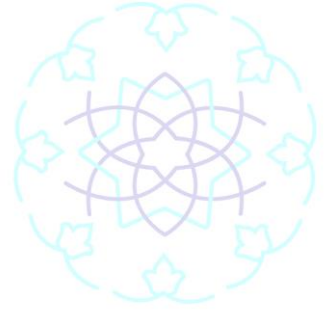
Virtual reconstructions have been increasingly popular in recent years, allowing visitors to immerse themselves in a digital environment that re-creates buildings and relics from a certain historical period and location. Virtual reconstructions that simply show static items, on the other hand, give a restricted user experience. Virtual reality involves mental transportation and can occur without any technology — for example, a well-done set in a theater. Technology simply allows simulations that previously were rare and costly to build to become pervasive.

Therefor I started my journey with the VR technology, enhancing my personal reflections to understand the challenges of art in the face of the pandemic. Stress has become a routine and our collective everyday life, was and still is *digital*. The mobile phone has become a book, the laptop is a notebook and the TV is a box full of various content; the entire culture is slowly but surely changing. Since then, our lives toke on a different perspective and the responsibilities forced a new course in the role of designers and artists.

We were constantly surrounded by information about the pandemic and the Covid-19 virus, which forced us to limit our social needs. Starting from March 22, 2020, every day i created one poster... All of my posters and visual thoughts were a personal expression and a reflection of a personal experiences. The landscapes were dominating, perhaps because of the quarantine,

Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



followed by the collage and collage expressions that have a tendency to manifest my personal attitude and relationship towards the isolation and help me articulate my personal growth as a visual artist - This cycle of posters I called “Reflections on the New Reality”.

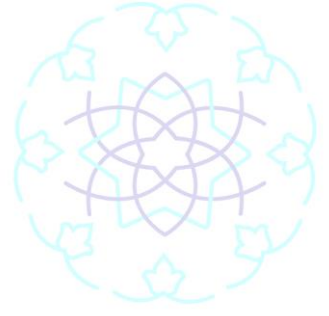


Figure 1. *The official poster of the exhibition, Laze Tripkov 2021*

The social and emotional turmoil have been my guiding principle and support in my creative play of symbols, signs, meaning, visual poetry, expressions, attempts at minimalistic deliberation, aesthetic improvement... It strived to prioritize the issues of the new times. That's why, in this article I will stay focused on the elements that can help in preserving those values, thru personal experience.

Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



Following, the approach that I implemented had several stages:

1. **Analysis phase** – *compare – create – test – implement*
2. **Development phase** – *design – transform – adapt – produce*
3. **Execution phase** – *set up – test –*
4. **Experience phase** – *questionary – workshop – debate*

Phase 1 - Analyze

The main focus in this phase was understanding the transformation of the 2d to 3d in virtual space, understanding the technology and software, programing and gestures including the interactivity, motions, spaces, transitions and forms. Main challenge was certainly creating the virtual reality contextualization of the 3-dimensional space, having on mind the character of the 2-dimensional visual form of the poster, and trying to adapt the space, plan and content. The analyzes were with Focus on possibilities of What can technology and Virtual Reality do for the cultural values of different media in order to enhance new audience, bring old, reestablishing the museum in order to reinitiate old/new feeling of belonging, inspiration, thru the old/new virtual poster?

Having on mind the gaming aspect of the VR, I am familiar with the advantages and disadvantages of the technology and design interactions, and on the other hand I managed many projects and exhibitions that prioritized the role of the poster, also as director of Museum of Contemporary Arts in Skopje had helped me to better understand the culture and the understanding of the upcoming challenges.

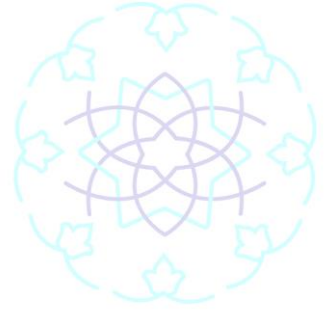
Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Phase 2 - Develop

Facing this crossroads, the poster carries the necessary predisposition, most fitting tool to inform, to identify, and to induce. The message in the form of visual communication is clear, convincing, seductive, poetic, argumentative or rhetorical. Eventually, poster would sustain the same values in the 3d interactive virtual space, but it has to dimensional limitation and readaptation to its visual appearance as virtual availability, effects, content, interactivity, tendencies.

After the approach has been determined, as second step is to determine the development plan. The final step in the assignment phase is to specify the level of immersion and the target hardware. They both directly influence each other, so it is not always necessary to achieve the highest immersion level possible.

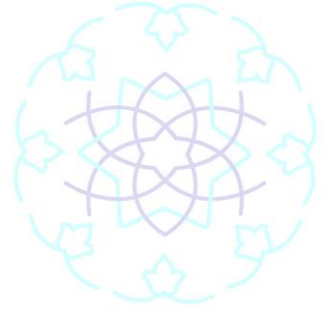
Using virtual reality technology, it can not only show the three- dimensional simulation model of the poster, but also can "roam" in to the ambient of the poster imposing new simulation, which can be shocking, charming or surprisingly different transforming plain space into virtual site. With the development of computer technology and other related technologies, the functions and browsing forms of digital spaces have also undergone great changes. From the early introduction of graphics and texts, it gradually evolves into three-dimensional virtual scene roaming and interaction supported by virtual reality technology.

Phase 3 – Execution

This stage was aimed to present the challenge and the effect of the visual transformation of the poster, and at the end to present this kind of cultural project for the first time in Macedonia, additionally made and created to serve its purpose in the Museum. VR is the effective tool to promote values and to help break through the traditional way of promoting/communication or presenting art and culture. The exhibition was set up in the first part of the gallery space and the

Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



VR room (computer, VR set and sensors) was set in the back. Both spaces were divided by a huge panel wall, on which on the front, a projection was displaying what was the VR user activity in the moment.

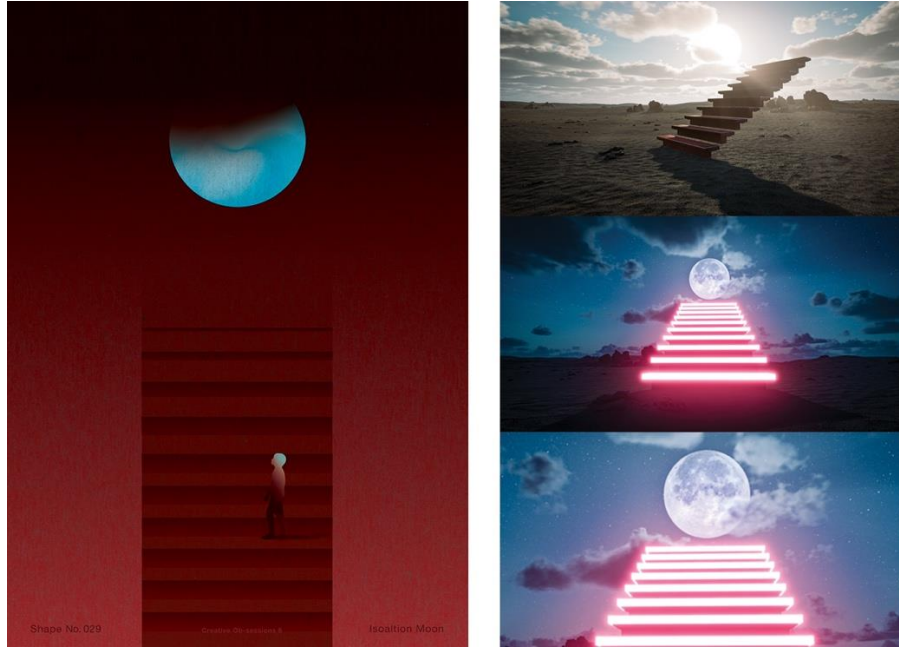


Figure 2. Example 1: Isolation Moon - Poster, and the interactive content adapted in VR

The biggest challenge was to create as much as possible a similar 3d space projection, that would both be interactive and presenting or bringing as much as possible closer to the main concept behind the virtual poster.

Phase 4 - Experience

Virtual Reality can be conductive. The heritage of many cultures is a whole in itself. According to traditional protection and inheritance methods, they are usually displayed in museums. Using virtual reality technology, we can construct "experience culture or experience belonging" to restore and reproduce a comprehensive and complete virtual simulation legacy

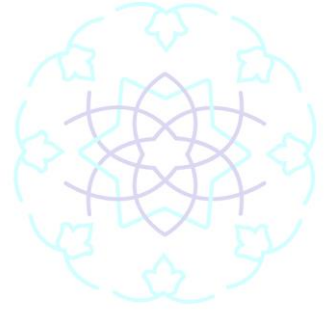
Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



space. By using virtual reality technology, not only can poster related to intangible cultural institutions, but it can help to preserve, intrigue and enhance new audience to understand the technological possibilities, their engagement in more natural way, to grasp the future as a stable environment, controlled by feelings and emotions.

I would like to stay bit longer on the experience stage, as some of the results and answers were surprisingly interesting to me as an artist, and to the design community as well, putting the main focus on the following 8 segments (*read below*) with nonspecific target groups. Since the exhibition was opened for almost 3 weeks, different groups of visitors were registered in the museum – starting from my son Jakov (age 12) and his friends till the oldest ones were between 70-78 years old.



Figure 3. From left to right: my son, the youngest user age 12, and the posters exhibited in the first

The precise number of visitors would be difficult to specify, since it was under strict Covid-19 measures, but approximately around 2000-2500 people visited the exhibition in the Museum.

Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023

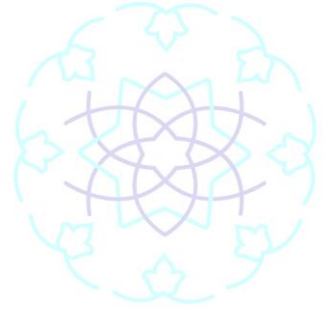


Figure 4. *The LCD projector was connected to the VR and was projecting the content of the user*

The main focus regarding the questionnaire was set on different age categories, as I mentioned before, starting from 12-22, then graduated students and young people between 23-33, then 35-50 and the last one was above 55 (the limited target audience). The group between 12-22 years old, were mostly high school students, coming from gymnasium and artistic school from Skopje, mostly second, third and fourth year. The second subgroup in this segment were the faculty students, mostly represented by those who study art and design, but also form the mechanical engineering and architecture.

Below is the questionnaire, that was given to the visitors to help for this research and project exhibition:

Questionary						
No.	Questions	Answers				
		SA	A	N	D	SD
1	Was the VR an interesting experience?					
2	Did VR made this exhibition more interesting along with the posters?					



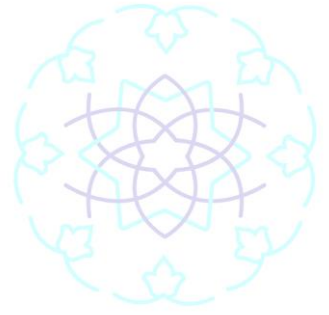
3	Do you think that interactive and user generated content, offers bigger involvement of the audience?					
4	Do you think that the interactive concept thru VR offered better understanding of the exhibited posters?					
5	Does all museums in Macedonia need to include VR technology as part of their exhibits?					
6	Would that enhance additional audience?					
7	Would you be rather interested in viewing the exhibition from home thru personal VR?					
8	Would VR make you come to an exhibition?					
10	Can VR help improve school activates and educate in a better way?					
	Would you rather attend classes thru VR or go to school/faculty?					
11	Is 2d form outdated and has to be replaced by the Virtual?					
12	Should art become more virtual?					
13	Would you attend painting/drawing/sculpture classes thru VR?					
	Would VR improve your knowledge of the study specifics?					

Write your comments and your feedback:

--

Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



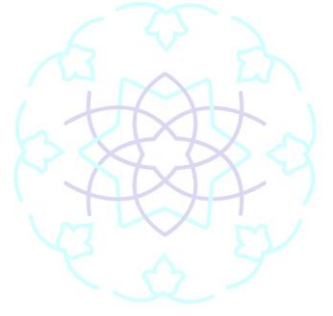
No.	Questions	Answers				
		VG	G	N	B	VB
1	Representation of quality of room size in Virtual Reality?					
2	Representation of quality of content in Virtual Reality?					
3	Representation of quality of interaction in Virtual Reality?					
4	Representation of lighting quality in Virtual Reality?					
5	Representation of sound quality in Virtual Reality?					
6	Representation of material quality in Virtual Reality?					
7	Representation of quality of execution of the posters in the Virtual reality?					
Write your comments and your feedback:						

The set of answers and information's coming from the questionnaire and the specific discussion I have provided with different groups of visitors, individuals, artists and professionalism, were sharing their objective and subjective opinions, thoughts and believes. The methodological outcome, coming from the overall activity, can be formulated in the following questions:

1. What are the challenges that we are facing with the new global paradigm?
2. Where is the designer in this whole process?
3. What would be the future of the poster as it is no longer "art of the streets", when NFT's are taking over the virtual highways?

Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



4. Should graphic design transform itself, again?
5. Can design help and transform the museums and galleries?
6. Should faculties reshape and introduce more virtual approach?
7. Will there be a substitution and “no go” back to the human feelings?
8. If we were scared by the computer technology influencing the design thinking, then what would our fears be like in near future?

Audience (Target Group)

In the previous paragraph I wrote about the specifics of the target groups and the diversity in age and interests. I would say that Virtual Reality has both positive and negative impacts. Regarding some of the previous researches connected with the VR, has found that virtual experiences, such as seeing prosocial or antisocial conduct, can have an impact on how we act in the actual world. Cultural shifts have already begun. According to a recent research published by the Kaiser Family Foundation, children aged 6 to 16 spend more than eight hours each day outside of the classroom consuming digital media. It is impossible to ignore how this digital lifestyle is influencing people's worldviews.

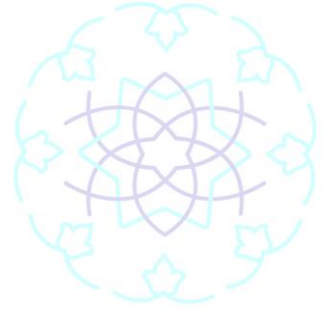


Figure 5. *Segment of the poster exhibition*



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



A number of psychological studies have shown that virtual reality representations of ourselves alter our thinking and behavior. Wearing a taller avatar will make us feel more secure in the physical world, and wearing one that is beautiful will make us act more socially. Wearing handicapped avatars can help us become more sympathetic, while wearing healthy and energetic avatars can help us modify our food and exercise habits. Even modest levels of exposure to avatars can alter our behavior.

From the above mentioned, the audience still cannot be determined precisely because of several factors and my experience with the exhibition goes in line with that. It is worth mentioning that there is no specific market that targets the person who makes the final purchase – usually those are being influenced by a variety of internal and external influences. Also, the target group between 6-16 they are familiar with the option that the VR is offering but the purchase value is still high and it should pass thru the stage of adjusting to the market and wider audience. The results from the whole research have shown the following:

- The most familiar and informed target group about the VR, were the **12-22 years old teenagers** - most of them have already been in contact with the device and used it mostly for gaming - overall they were very familiar with the possibilities, opportunities, advantages and functionality. This target group knew how to use the device without previous introduction. They showed huge emotions and empathize and identify themselves with the virtual posters and the possibility of connecting them with in the virtual reality.
- **The second target group** (23-33 years old) were familiar with the VR devices and the possibilities that VR technology offers. Some of them were using it for the first time, but mostly they were well informed by the social media (Facebook, Instagram, YouTube). While using the device they had small difficulties with following the content vs

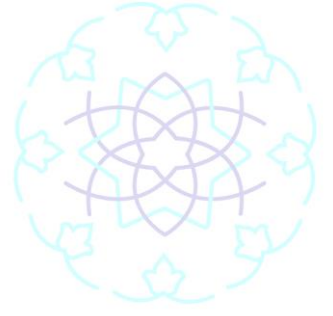
Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



functionality. This target group didn't know precisely how to use the device, they need the introduction.

- **The third target group** (35-50 years old) had difficulties in understanding how this technology advances the presented art form on this subject. Some of them were familiar with the technology from the movies and medicine related videos, they were specially informed about the possibility how it can help and improve quality of the human health. This target group didn't know how to use the device at all, they had problems with physical balance and they need the introduction and guidance through the trial. Usually, they spent less time and were very quick.
- **The last target group** (above 55 years) have overheard about the VR, thru literature and magazines. They showed the biggest interest in trying and using the VR and understanding the comparative concept and approach. From all of the ages, they spent most of the time available to enjoy the interactivity, functionality and possibilities of the virtual content and along with the youngest group they were the most curious to explore.

Overall, Virtual Reality (VR) is becoming an increasingly essential instrument for shaping of the culture, communication, and popularization, as well as highlighting technological challenges and analyzing the effects of interaction on user engagement, sense of immersion, and learning effectiveness as well as a testbed for interactive informations and evolving the virtual poster as old/new media. Technology evolves, and so does the use of virtual assistants in digital culture, from basic 2D characters to complicated interactive 3D. This also demonstrates how VR is used from user's perspective as well as from a design perspective. It will also take into account the discussion of current approaches' strengths and flaws, as well as unsolved difficulties, resulting in a compilation of recommendations and best practices to follow when developing VR-based cultural heritage applications, including posters.

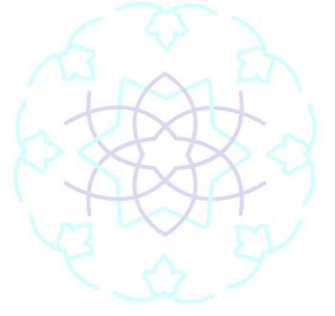
Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Usability And Functionality

Culture is extremely important for the future of any country. Art and creativity nowadays is more a category that is left out of some systemic qualifications and national and educational strategies, being compensated by unnecessary subjects or data. Designers contribute significantly to the culture, environment and economy. This needs to be further recognized and accepted in both public/state/educational and corporate domain. Design over the last 40 years has evolved into a new paradigm of development. It has been transformed into a serious tool to make aesthetically pleasing and desirable products a key role in promoting the idea and also in people's lives. It is a discipline that leads to economic growth, shapes human interactions with objects and systems and improves the quality of life of citizens. VR reality can contribute to that role in large.

Interaction between users and virtual content is a crucial element of any immersive visualization environment. The common types of interaction methods are: tangible, collaborative, device-based, sensor-based, multimodal, and hybrid interaction methods. Tangible interfaces allow direct manipulation and interaction with virtual information through physical objects. Hybrid interfaces integrate a range of complementary interaction interfaces to devise a method that combines different characteristics from the above categories. For instance, a combination of collaborative, and multimodal interfaces.

To make full use of new technologies and new media, and provide various new channels, models and methods for the cultural institution by introducing the advantages of virtual reality technology, will certainly create bigger awareness of the legacy, will create bigger awareness of cultural identity, awareness of certain cultural, nationality, community and above all it will preserve and sustain the value of poster.

Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Case Observation

Creativity is an element strongly related to the idea of originality and novelty; culture and context shape our perception of it. Through body movement and time, emotions are translated into intangible/visible elements, which helps enhance self-reflection and engage in collective awareness.

The current trend is to populate these worlds with virtual humans (VHs) who have an appearance and behavior that is very similar (hopefully identical) to that of the original inhabitant, essentially virtual actors who can interact with the environment and the user himself through human-like manifestations (moving, speaking, using tools, and so on).

By carefully assessing whether a given immersive reality technology or interaction method can enable the following:

- Engagement: does the technology or method enable engagement? What is the level of engagement supported?
- Collaboration: Does the technology or method support collaborations?
- Remote Collaboration: Does the technology or method support remote collaboration?
- Relationship between users and virtuality: does the technology or method enable interaction and relationship between users and virtuality?
- Relationship between reality and virtuality: does the technology or method enable interaction and relationship between reality and virtuality?
- Relationship between users and reality: does the technology or method enable interaction and relationship between user and reality?

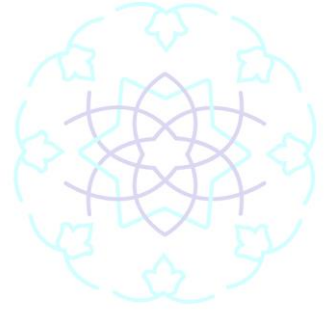
Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Conclusion

Bearing in mind the problems and progress that await us designers on the road to the future and by preserving the authenticity, the cultural outreach by design is extremely important for the future of any country. Art and creativity nowadays is more a category that is left out of some systemic qualifications and national and educational strategies, being compensated by standardized models limiting the experience and possibilities. With the transformation of the media like poster and finding his place adapted by the virtual reality technology, a variety of new ways of inheritance of cultural achievements can become more approachable, also suitable for the needs of the age of network and information, which will inevitably promote the values of art and culture.

People have used media for millennia, but today's media is more appealing to the senses. Virtual reality tricks the brain into believing that digital events are occurring... It affects practically every aspect of life, including social contact, education, entertainment, and almost all aspects of existence. According to psychologists, this is referred to as "mind wandering." Daydreaming, imagining, and other forms of mental amusement have always been popular among humans. In terms of sight, sound, feel, and odor, virtual reality allows the mind to go to places that appear to be as real as their actual equivalents.

Acknowledgments

The research has examined the function and benefits of virtual reality as a new technology in cultural institution and heritage inheritance, as well as the new techniques of integrating or introducing the poster as a tool for virtual articulation and addresses the use of this new technology in virtual transformation allowing the poster medium to reaffirm his functional aspect in the new realm. Also, it will reaffirm the role of the poster as a link between transformational concepts and human attachments to visual messaging from 2d to 3d reality.

Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



The creation and innovation of design values by enhancing the cultural heritage is a critical strategic goal for improving cultural soft power in new times, improving people's cultural quality, and creating powerful cultural tides. New technology has opened up new possibilities for the development of cultural heritage.

**Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid
Art Audience?**

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Bibliography

- Addison, A. C. (2000). Emerging trends in virtual heritage. *IEEE Multimedia*, 7(2), 22-25.
- Bekele, M. K., Pierdicca, R., Frontoni, E., Malinverni, E. S., & Gain, J. (2018). A survey of augmented, virtual, and mixed reality for cultural heritage. *J. Comput. Cult. Herit.*, 11(2), 1-36.
- Blascovich, J. & Bailenson, J. (April 5, 2011). *Infinite reality: Avatars, Eternal Life, New Worlds, and the Dawn of the Virtual Revolution*. HarperCollins e-books; Illustrated edition.
- Bogdanovych, A., Rodriguez, J. A., Simoff, S. & Cohen, A. (2009) Virtual Agents And 3D Virtual Worlds For Preserving And Simulating Cultures. In proceedings of the *Ninth International Conference on Intelligent Virtual Agents (IVA 2009)*, Amsterdam, Netherlands, 14-16 September 2009. LNAI 5773. pp 257—27.
- Heller, S. & Ilic, M. (2007). *The Anatomy of design: Uncovering the influences and inspirations in modern graphic design*. Rocport Pub.
- Machidona, O. M., Duguleanab, M. & Carrozzino, M. (2018). Virtual humans in cultural heritage ICT applications: A review, *Journal of Cultural Heritage*, 33(2018), 249-260.
- Twemlow, A. (2017). *Sifting the trash: A history of design criticism*, MIT Press

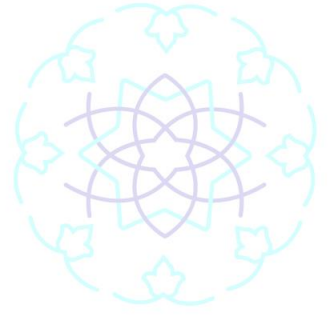
Are We Facing with Digital Pandemic – Will New Technology Help in Post-Covid Art Audience?

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023

Ss. / Pp. 34-43

Yayına Geliş Tarihi / Article Arrival Date

07.10.2022

Yayımlanma Tarihi / The Publication Date

31.01.2023

FAKE NEWS AND GLOBAL INFORMATION: ANGLES AND PERSPECTIVES IN THE SEARCH FOR THE TRUTH

Lola BAÑON CASTELLÓN¹

Abstract

Detecting fake news has become one of the most pressing challenges for journalism in the digital age. They are characterised by their plausible appearance and above all by their deliberate manipulative intent.

The phenomenon particularly affects international news, which is mostly managed by large corporations more concerned with profit than with journalistic values. In this scenario, a reversal is taking place that affects the quality of news: it is not the audiences who are always looking for information, but rather it is the information that seeks out the audiences at the click of a button.

This evidence imposes on journalists the need to seek mechanisms for verification and diversification of information control.

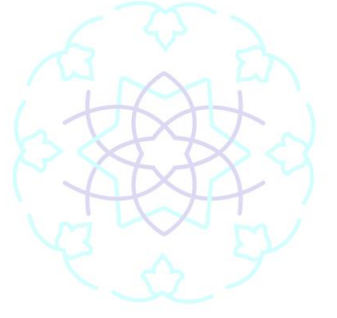
In a world of growing multipolarity and in the wake of a pandemic that has demonstrated the global nature of the problems facing humanity, the reconstruction of a new order in which people are at the centre of interest is priority. New challenges such as climate change or major migrations can only be tackled from a collective perspective that values the veracity of international journalism and the responsible

¹ Prof., Valencia University (Spain), lolabanon@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-4841-7978.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



consumption of news in order to preserve the collective project of an egalitarian humanity aimed at the general welfare and not at private profit.

Key Words: Fake News, Truth, Global Information Order, News.

SAHTE HABER VE KÜRESEL ENFORMASYON: HAKİKATİ ARAMAK İÇİN BAKIŞ AÇILARI VE PERSPEKTİFLER

Özet

Sahte haberleri tespit etmek, dijital çağda gazetecilik için en acil sorunlardan biri haline gelmiştir. Bu tarz haberler, makul görünüşleriyle ve her şeyden önce kasıtlı manipülatif niyetleriyle karakterize edilirler.

Bu fenomen özellikle, gazetecilik değerlerinden daha çok kârla ilgilenen büyük şirketler tarafından yönetilen uluslararası haberleri etkilemektedir. Bu senaryoda, haberlerin kalitesini etkileyen bir tersine dönüş yaşanmaktadır: her zaman bilgi arayan izleyiciler değil, daha çok bir düğmeye tıklayarak izleyicileri arayan bilgi.

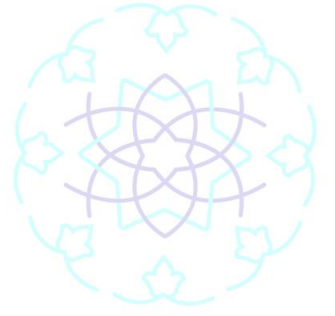
Bu kanıt, gazetecilere bilgi kontrolünün doğrulanması ve çeşitlendirilmesi için mekanizmalar arama ihtiyacını dayatmaktadır. Büyüyen çok kutuplu bir dünyada ve insanlığın karşı karşıya olduğu sorunların küresel doğasını gösteren bir pandeminin ardından, insanların ilgi odağında olduğu yeni bir düzenin yeniden inşası önceliklidir. İklim değişikliği veya büyük göçler gibi yeni zorluklar, yalnızca uluslararası gazeteciliğin doğruluğuyla ve özel sektörle değil genel refahı hedefleyen eşitlikçi bir kolektif insanlık projesini korumak için haberlerin sorumlu tüketimine değer veren kolektif bir bakış açısıyla ele alınabilir.

Anahtar Kelimeler: Sahte Haber, Hakikat, Küresel Enformasyon Düzeni, Haber.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Introduction

Truth-telling has always been a universal challenge for journalism and a task of enormous complexity for political, social, economic and strategic reasons. In today's world, the term post-truth has become popular in recent years to describe contexts in which objective facts are less decisive in shaping public opinion than emotional resources and personal beliefs (Oxford, 2016). Some researchers highlight the hybrid nature of this concept, pointing out that even it is not simply an abstraction of what we consider to be the opposite of truth (Keane, 2018).

This reflection has had a particular impact in the field of international information since 2016, the year in which the Brexit referendum was held, which determined the United Kingdom's exit from the European Union, and Donald Trump was elected president of the United States. As soon as he took office, the occupant of the White House was surrounded by a large team of social media specialists who dedicated themselves to disseminating data that they presented as alternative realities without providing evidence. *“In this sense, the deployment of fake news refers to ideologically motivated denigration of unsympathetic mainstream news media coverage and to the contestation of the notion of “truth” itself”* (Douai,2019)

A fake new is a false news item that is disseminated with a deliberate intention to deceive and that has two fundamental characteristics: It has the appearance of real news precisely to deceive us and pursues an intentionality (Meneses,2018).

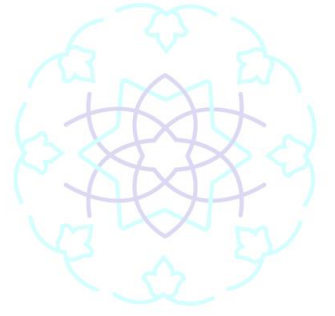
According to Rochlin (2017) a fake news can be defined as a deliberately false headline and story published on a website that wants to look like a real news site. Other authors make substantial differences:” There is the *fake news genre*, describing the deliberate creation of pseudojournalistic disinformation, and the *fake news label*, namely, the instrumentalization of the term to delegitimize news media”(Egelhofer, and Lecheler,2018)

A fake new exists insofar as it has an objective. This objective can be directly economic or it can have an ideological objective, since, by influencing society's thinking, it can be made to drift towards an ideological line.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



The concept of fake news is not recent. Fake news has always existed for as long as we have had the use of the word. What has changed is that lies used to be confined to a private circle, but now, with social networks, they spread worldwide, massively, and at unprecedented speed.

Fake news already appeared as a trend in 2004 in the context of comedy television programmes. The issue was confined to this type of media. In 2018, however, we have started to talk about a disinformation epidemic. For information professionals, this is not a new war, but for more than 30 years they have been placing this problem at the heart of some of their professional axes (Becker, 2016). The so-called fake news have appeared at a time of crisis in liberal democracies, implying an increase in populism, extreme positions and online disinformation (McNair, 2018). In a modern democracy, a strong citizenship is inconceivable if it does not work on its capacity to recognise distortion, falsehood and propaganda in information.

This is a phenomenon that has grown exponentially as the Internet and social networks are, for many, the main way of access to information. In addition, there are new factors that mark changes in the process of news dissemination: immediacy, globality and simplicity (Fort, 2019).

International Information: The Border Between Propaganda And Fake News

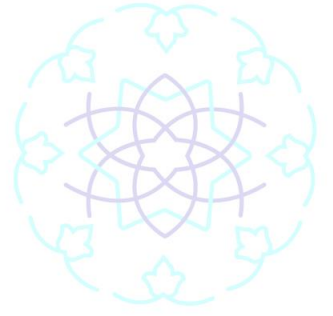
Propaganda and fake news are concepts that refer to similar territories where manipulation of the truth is the main perspective. But there are clear differences between the two: fake news seeks to alter the objective account of the facts to create an alternative one while propaganda is information that is generated to try to convince people in a given environment of an idea or a fact.

Propaganda has historically worked from one nation to its own people, its national border. The classic example is that of Nazi Germany, where the Nazi government sought to make all Germans feel Nazi; propaganda seeks to convince and unify society around an ideology.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



In the case of fake news, on the other hand, the alteration of the story seeks to turn the truth into an ideological issue, which ceases to be objective and becomes what the creator of the fake news wants you to believe. Early studies confirmed that fake news spread faster and to a greater extent than real news (Vosougui et al., 2018).

Specifically, when we talk about international news, we have to refer to the fact that they are normally distributed massively by companies whose main objective is economic profit and not strictly or even primarily, on many occasions, the preservation of journalistic values.

Business on the internet is done through the counting of clicks and visits. The digital environment is the great distributor of information on a quantitative level. But this does not mean that there is a guarantee of quality in this volume of news; at least not in a mechanical way. In fact, it is often difficult to know what is true and what is false.

If you generate traffic with information, you generate money through advertising and this leads us to the fact that fake news spreads faster and more massively than verified information and therefore, unfortunately, constitutes a source of economic profit.

Good journalism, on the other hand, requires an investment of time and money; the truth is always much more expensive in the short term.

Instantaneity And Distance; Problems of International Journalism

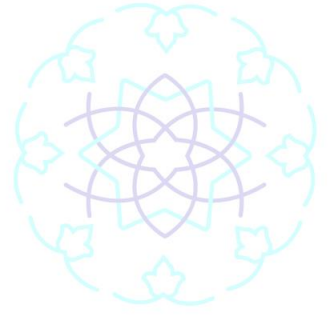
In international journalism, scoops were traditionally disseminated by the traditional media until a few years ago. They combined information and opinion, with a clear separation between the two, even using graphic and format resources. This role is now played by social media. Millions of people do not pay for information because they feel they are up to date by opening their whatsapp or facebook. These audiences in turn become redupliers, thus achieving the sensation of being participants and builders of the information process; a process in which professional verification is often absent.

Big media corporations today live under the dictatorship of the click, under pressure to offer content that goes viral and generates money. This has led to the incorporation into the



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



thematic agenda of topics that have no transcendence but which contribute to this financial objective. This whole context contributes extraordinarily to the growth of fake news.

On the other hand, there is another reason that stimulates the creation of news circulation traffic: the digital world has built a world of information inflammation in which there is a constant demand for content.

In the past, traditional newspapers had a daily edition and on television there were two editions of news programmes, one in the morning and one in the evening. Now, digital media are forced to update content on the fly and TV stations need to maintain broadcasts all day long.

This speed prevents journalists from dedicating themselves to generating quality content and in such environment, the verification process declines. This is a scenario for to the growth of fake news. And this is happening in a context of great precariousness: the possibility of free access to many media has created a culture of gratuity in the consumer, which has left the media with many difficulties for their economic survival.

Media Distrust And The Protection of Audiences

In the field of international news, distance is an added difficulty when it comes to checking whether information is real or not. In fact, the proliferation of fake news is so great, especially when it comes to coverage of armed conflicts or controversial news, that even in the face of careful reporting, the suspicion that it is fake news often spreads.

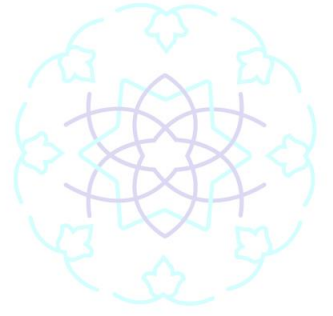
Audiences have neither the time nor the conditions to engage in the verification process. Thus, most people look for information that reaffirms their thoughts and beliefs; finding the real information is not a priority. This is a trend that is extremely detrimental to the development of critical thinking in our societies.

On the other hand, even though we are aware of the danger of disinformation due to the spread of fake news, a false sense of security is created in audiences: it is thought that we will be able to detect falsehoods, and this is certainly not the case.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Conclusion: The Industry of Lies in International Crises

In our digital society, it is not audiences that seek out information, but information that seeks out audiences to drive up interactions and click counts. We can notice this on our mobiles and computers when we see the notifications we constantly receive. Sometimes we share, retweet and disseminate without even reading or observing in depth.

In recent years we have experienced very serious international events: in our Mediterranean environment, especially the Syrian and Libyan wars, the worsening of the Israeli occupation of Palestine and now, in another geographical area, but of great influence, the conflict in Ukraine.

The creators of fake news are constantly working to create business around these realities and are aware that consumers of information will find it difficult to check whether they are lying.

Unfortunately, there is a huge imbalance in this respect: any media outlet has to invest a lot of money to produce quality information while a fake news creator has to make hardly any outlay at all.

This is the way a lie industry has been generated, a perfect business in which the creators of fake news do not have to spend money to spread lies and consumers become mercenaries by doing the work of disseminating this false information without receiving any salary or compensation, only the stupid feeling of having a leading role in the process for that small circle to which they have forwarded the falsehood.

In these cases, in order to reverse false content, it is necessary to select, create quality content and try to counteract false information (López-Borrull and Ollé, 2020). It is also important to diversify the control of information, artificial intelligence and digital literacy (Alvaro, 2017). In this process, an important key would be to raise awareness and form more critical readers and audiences and more consumers of diverse sources (Finley; McGowan; Kluever, 2017).



BAÇINI

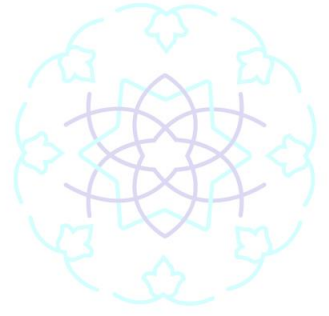
SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Fake news is here to stay and a series of professional strategies will have to be deployed, especially those related to training users in the use of information and, by extension, in the validation of their sources (López-Borrull, Vives and Badell,2018)

The fake news phenomenon has greatly discredited even the traditional media that used to be respected by their audiences. It is when there is no trust that the behaviour of withdrawing into our ideological spectrum intensifies, of only attending to those ideas and options that fit our thinking, without entering into debates, believing only the news that is within our ideological family and that ratifies our belief. This is a radical diminution of plurality of thought and an effective training to contribute to the development of totalitarianism.

In a multipolar world subject to growing imbalances and with global problems such as pandemics, climate change and large human exoduses, truthful information is necessary to rebuild a new order in which humanity is a value. Today, the great game of energy management, the flow of international trade, the management of human mobility and the medical research that preserves our lives is played outside our borders. Almost every important issue is decided at the international level. Honest journalism, that which pursues the truth, must be there and needs an active and responsible information-consuming citizenry to combat the pandemic of fake news, a virus that destroys trust in institutions and turns readers and audiences into helpless and unwitting pawns of a big business that favours very few and destroys the collective project of a global society that is aware of and responsible for collective world welfare.



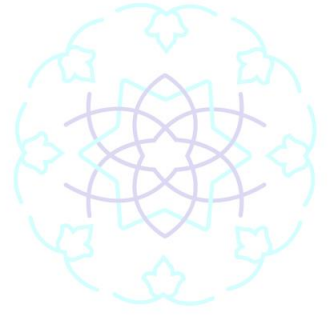
References

- Alvaro, S. (2017). *Noticias falsas: compartir es curar*. <https://lab.cccb.org/es/noticias-falsas-compartir-es-curar/>
- Becker, B. W. (2016). The librarian's information war. *Behavioral & Social Sciences Librarian*, 35(4), 188-191. <https://doi.org/10.1080/01639269.2016.1284525>
- Douai, A. (2019). *Global and Arab media in the post-truth era: Globalization, authoritarianism and fake news*. <https://www.iemed.org/publication/global-and-arab-media-in-the-post-truth-era-globalization-authoritarianism-and-fake-news/?lang=es>
- Egelhofer, J. L. & Lecheler, S. (2018) *Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda*. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>
- Finley, W. McGowan, B. & Kluever, J. (2017). Fake news: An opportunity for real librarianship. *ILA re-porter*, XXXV(3), <https://www.ila.org/publications/ila-reporter/article/64/fake-news-an-opportunity-for-real-librarianship>.
- Fort, C. (2019). *Deconstruyendo las fake news*. <https://blogs.uoc.edu/comunicacio/es/deconstruyendo-las-fake-news/>
- Keane, J. (2018) *Post-truth politics and why the antidote isn't simply 'fact-checking' and truth*. *The Conversation*. <https://theconversation.com/post-truth-politics-and-why-the-antidote-isnt-simply-fact-checking-and-truth-87364>
- López-Borrull, A. & Ollé, C. (2020) *Curation of scientific content in times of fake science and Covid-19: an approximation between information and communication sciences*. http://profesionaldelainformacion.com/documentos/libro_ae-ic/lopez_olle.pdf
- López-Borrull, A., Vives-Gràcia, J. & Badell, J. (2018). Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación?. *El Profesional De La Información*, 27(6), 1346-1356. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.17>
- McNair, B. (2018). *Fake news: Falsehood, fabrication and fantasy in journalism*. Routledge.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL

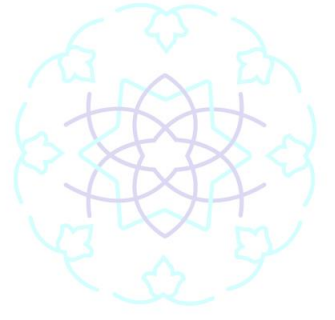


- Meneses, G. (2018). *Las fake news: quien las crea , para qué y cómo se propagan*
<http://www.unicode.cafe/mentiras-y-verdades/las-fake-news-quien-las-crea-para-que-y-como-se-propagan>
- Oxford Dictionaries (2016). *Word of the Year 2016 is... Oxford Dictionaries.*
<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>
- Rochlin, N. (2017). Fake news: Belief in post-truth. *Li-Brary Hi Tech*, 35(3), 386-392.
<https://doi.org/10.1108/LHT-03-2017-0062>
- Vosougui, S., Roy, D. & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023
Ss. / Pp. 44-67

Yayına Geliş Tarihi / Article Arrival Date
08.10.2022

Yayımlanma Tarihi / The Publication Date
31.01.2023

THE MEDIA AND THE MEDIATION OF RELIGIOUS DISCOURSE IN THE MOROCCAN PUBLIC SPACE

Mohamed EL MOUDEN¹

“Religious opinion has often proved to be more powerful than the state”.

(Bertrand Russell. 2011 : 127)

Abstract

Based on this definition of the notion of mediation or mediatisation and its functions, and based on the central concepts of this process, such as transformation, contextualisation, framing the news, the media as actors, etc., we start, in this article, to observe how religion is mediatised in the Moroccan public space. Therefore, a mediatised religion is one that has undergone transformations in its praxis due to the fact that it has passed through the media. No one can deny the transformations that the praxis of Islam in Morocco has undergone due to the intervention of different types of media in the production of religious symbols and meanings, and in their consumption in Moroccan society, that is, due to the mediation or mediatisation of religion. Among the consequences of the mediation of Islam in Morocco are certain aspects linked to certain religious behaviours.

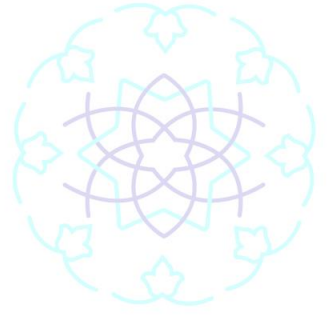
Key Words: Mediation, Morocco, Power, Public Sphere, Religion, Religious Public Opinion

¹ Prof., Cadiz University (Spain), mohamed.elmouden@uca.es, ORCID: [0000-0002-8913-1140](https://orcid.org/0000-0002-8913-1140).



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



MEDYA VE FAS KAMUSAL ALANINDAKİ DİNİ SÖYLEMİN ARABULUCULUĞU

“Dini görüşün devletten daha güçlü olduğu çoğu kez kanıtlanmıştır.”

(Bertrand Russell. 2011 : 127)

Özet

Bu makale, arabuluculuk veya medyalaştırma kavramının tanımı ve işlevlerinin yanı sıra dönüşüm, bağlamsallaştırma, haberleri çerçeveleme, aktörler olarak medya vb. gibi sürecin temel kavramlarına dayanarak başlamaktadır. Fas'ın kamusal alanında dinin nasıl aracılındığını gözlemlemek amaçlanmaktadır. Dolayısıyla medyatik bir din, medyadan geçtiği için pratiğinde dönüşümler geçirmiş bir dindir. Fas'ta farklı medya türlerinin dini sembollerin ve anlamların üretilmesine ve bunların toplumda tüketilmesine, yani arabuluculuk veya medyalaştırmaya müdahalesi nedeniyle İslam pratiğinin, geçirdiği dönüşümleri kimse inkar edemez. dinin. Fas'ta İslam aracılığının sonuçları arasında, belirli dini davranışlarla bağlantılı belirli yönler vardır.

Anahtar Kelimeler: Arabuluculuk, Fas, Güç, Kamusal Alan, Din, Dini Kamuoyu





BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Introduction

No one doubts the obvious impact of the communication and information era, which has been installed as a consequence of globalization, on Moroccan society and its public space. The most decisive impact of this era has been felt in the reorganization of this space, the redistribution of power and the recreation of new relations and new forms of producing discourse and expressing ideologies or positions in the public arena. In short, the information and communication era has brought about structural changes in the different domains of Moroccan life, in the economy, society, culture and even in the forms of communication and knowledge.

In this era, there is no longer anyone who can exclusively control the industry of values or meaning, or univocally weave the identity or cultural, ideological or religious references of Moroccan society. All actors in society, explicitly or implicitly, now have the capacity to make their beliefs and ideas more visible references. The general image of Moroccan society is no longer limited by the typical parameters set by the official or dominant power. No one can exclusively take over the production of discourse and direct public opinion. With the entry of Moroccan society into the new era of communication and information, and in particular the new technologies, a new reality was created in which it is very difficult for the official power to maintain its dominance and control over information and communication, knowledge and know-how. This era has brought about a major transformation in the way power itself is structured. The "old rituals" no longer work, but new, purely communicative and informational processes are necessary. There is no longer a single power that classifies perceptions and behaviours, but several powers of different ideologies, some of them previously silenced by the official and single power, competing for leadership in the public space. Who thought that the day would ever come when the official power would lose so much strength in the eyes of public opinion, and those black holes it tried so hard to hide through manipulation and repression would be laid bare in broad daylight? With the new communication and information technologies, Moroccan society has been able to unmask the scandals of the authorities; for example, everyone has seen those

The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



videos on the corruption of some gendarmes, videos that would not have been seen before the era of communication and information, when the official power established absolute control over the flow of information. The communication era paved the way for all sensibilities and ideologies to enter the Moroccan public space and paved the way for what we are experiencing today (as I write these lines): popular revolutions, not only in Morocco, but throughout the Arab world (Majdoubi. 2011).

Religion in The Age of Communication and Information in Morocco

Religion in the era of communication and information that reigns in Moroccan society today has acquired a new presence and a new visibility, which is manifested through new forms of structuring and mediatization. With the new communication and information technologies, religion in Moroccan society has become more diversified and there is more internal competition between the different religious formations: official, popular, Islamist, Salafist, secular... to win over public opinion and to highlight their visibility and to acquire religious leadership, which is built through communicative mechanisms in the information and communication society that exists today in Morocco. The Moroccan religious scene is saturated with "new religious leaders", whose leadership is based on the communicative and informational power they have acquired. Morocco's official power has found itself, in this era, faced with different religious references and ideologies that intertwine before its eyes, because different discourses and interpretations of religious values share the same public space.

Religion in this era, on the other hand, takes on the appearance of modernity by embracing new technologies and inhabiting the virtual world. Religion has realised that the media are increasingly decisive in promoting values and fostering presence and visibility (Hoover.2006:3). Religious content has found in new technologies new communicative possibilities with a very powerful rhetorical charge. Virtual religious spaces have appeared on the public stage, religious rituals have been reconstructed on the internet, making them accessible to everyone, such as the appearance of online fatwas of different religious references. Different religious ideologies

The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



created their own media to make themselves known to public opinion, and to highlight their differences in the face of increasing their favorable image in social and political perception. (Esparcia. 2011.)

In Morocco, in the age of communication and information, there is a strong connection between religion and the media, so much so that the media became an integral part of religious life (Hoover. Op. cit.). Moreover, it was through the media that the mosaic of the Moroccan religious map became known, with the cast of different leaders and different ideologies, some in conflict with each other and others allied.

Media Identity, Culture and Religion in Morocco

In a society such as Morocco's, religion is the fundamental reference through which elements such as identity and culture are manifested. The majority of Moroccans are Muslims, at a percentage of more than 97%, compared to 3% for other religions, such as Judaism and Christianity. Therefore, all the discourses produced by the different institutions of this society will be conditioned by this component (religion) either as ideology or as content.

Communication and information as an institution in Moroccan society is one of the sources of the production of discourses, therefore, the discourses of this institution (the media) will be conditioned in the causes of their production, in their formations, in their manifestations and in their effects by the religious element. This element manifests itself directly through religious content and ideology, or through other elements such as culture and identity.

In the history of communication and information in Morocco, there has been a great interest in cultural and identity issues. Reflection on these two thematic axes in Moroccan media discourse confirms the predominance of religion as an internal element in culture and identity. Since the first Moroccan media productions, which coincided in time with the colonization of

The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Morocco¹, there has been a growing interest in raising questions of identity and culture as elements threatened by colonization and, more specifically, by French colonization, which wanted to impose a decree that threatened Morocco's cultural identity, the Berber *dahir*. The Moroccans understood that the French colonial administration wanted to disperse Morocco and break its cultural unity. For their part, these media, at the time, developed a media discourse to resist colonial ambitions that aimed at the cultural unity of Morocco, and which was based on turning Moroccan identity and culture into an ideological reference to resist colonization through media discourse. In the Moroccan media's treatment of the issue of identity in this colonial era, religion was never far from these issues, but rather religion and its values served to reinforce them, thus turning the media discourse into a source of resistance to colonialism in the eyes of Moroccan public opinion.

At the time of Moroccan independence and with the legislative construction of the country, the issue of identity, culture and religion emerged again in Moroccan media discourses, which became involved in the national debate on Moroccan identity and how it was to be reflected in the country's constitution. And on this occasion, religion again emerged as the main element underlying proposals on how to reflect identity and culture in Moroccan legislation.

The same media interest in cultural and identity issues was established with the efforts to formulate a Moroccan political and social model, in a context of competition for power and dominance between different political formations of the various ideologies of the political spectrum, Islamist, Liberal or Salafist. In these debates, manifested in Moroccan media discourses, issues such as identity and culture re-emerge against the backdrop of religious power, which was rooted as an ideological and ethical reference in Moroccan culture and in the country's identity. They thus became the dynamisers of political conflicts in the struggle for power, which, in the case of Morocco, were the political forces dominated by the *Makhzen*, other secular and

¹ This period coincides with the birth of journalism in Morocco, which devoted all its media efforts to fighting against the colonization of the country.

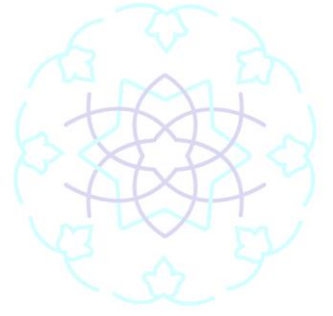
The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



third Islamist forces, as well as a source of debate for the domination of education and philosophy and thought from a critical approach based on an original structure of modernity or other questions such as identity in relation to otherness, etc....

Each ideological group wants its concept of culture, identity and therefore religion to reign in society, so the Moroccan media have reflected this struggle in their media treatment of this debate, offering their spaces throughout their history to reflect on the question of identity and culture, and in none of these media productions on these two issues has religion been absent as content or as ideology, but has always constituted the backdrop to these debates. The history of media discourse on identity and culture was directly or indirectly linked to religion as a fundamental element in the fabric of Moroccan society, present in all its debates in various fields. The presence of religion in the different aspects of life in Moroccan society is reflected in the great interest that the Moroccan media have taken in this element (religion), which also appears when they deal with the two thematic axes of identity and culture.

The Mediation of Religion in Morocco

Mediation" as a critical and analytical term in communication studies and media sociology has emerged as a consequence of analyzing "the intervention of the media and specifically of communication technologies in all public and private spheres"(Moya and Vázquez.2010:75-96). Some reflections on mass communication have identified mediation with the media's capacity to bring about modifications and changes in popular perception and in the construction of meanings and values (Lassen, Strunck, Vestergaard. 2006:19). According to Bauer and Gaskell (2000:24) , mediation, which leads to different objectives and is realized through a complex process of transformation, is based on a process based on information that is realized through different steps such as selecting, translating, editing, reducing or expanding. These stages in the operation of information / or mediation can cause a recontextualization, which means the construction of new meanings and new values of the same mediated content. The term recontextualizations, used by critical studies (Moya and Vázquez. Op. Cit.: 19), opens our reflection on the nature of media

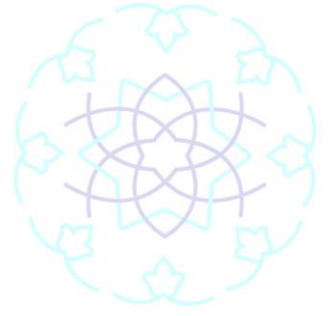
The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



and the communicative process. In principle, it should be mentioned that the media are socio-cultural mediators and, as Martin Barbero states: "today the function of mediator is performed by the mass media" (Martin Barbero. 1987: 44), and specifically with the emergence of the consumer society and mass culture. Mediation is also conditioned by various actors behind the media or communication technologies, such as media ideology, politics, economics, culture, all of which interfere in the process of mediation and lead to recontextualization. Moreover, Bauer and Gaskell (Op. cit.: 96) themselves suggest that mediation is a kind of framing of news based on selecting approaches and frames to present certain content or information. All of this is rooted in transformation as the goal of mediation or mediatization.

In short, mediation refers to the transformative practices involved in different fields of activity (Moya and Vázquez. Op. cit.: 85) by the media and new technologies.

On the basis of this definition of the notion of mediation or mediatization and its functions, and on the basis of the central concepts of this process, such as transformation, contextualization, framing the news, the media as actors, etc., we set out to observe how religion is mediatized in the Moroccan public space. Therefore, a mediatized religion is one that has undergone transformations in its praxis due to the fact that it has passed through the media.

No one can deny the transformations that the praxis of Islam in Morocco has undergone due to the intervention of different types of media in the production of religious symbols and meanings, and in their consumption in Moroccan society, that is to say, due to the mediation or mediatization of religion. Among the consequences of the mediation of Islam in Morocco are certain aspects linked to certain religious behaviours.

In this context, the 2007/2008 report on the state of the religious question in Morocco notes that the media, and more specifically television, became the first source of religious information for Moroccans, especially for the youth category, before the mosque, and consequently, there has been a growth in Moroccan consumers of religious content in the media and religious websites and more specifically those specialising in the *Fatawa* (2009: 73). According to these data, the

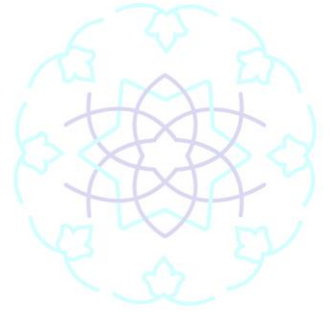
The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



fact of religious mediation has given the media a powerful impact in terms of providing more religious information than mosques, as well as giving the presenters of religious content in the media more prominence than traditional actors, such as imams in mosques.

As part of the process of mediation or mediatization of Islam in Morocco, the media have been able, through their interventions in the production of religious discourse, to have an impact on certain religious and cultural behaviors of Moroccans. In this context, the report highlights the role of the religious media, led by television, in the expansion of the hijab phenomenon among women in Moroccan society. (Ibid:70)

Another aspect of the transformation of the religious behavior of Moroccan citizens is that religious actors themselves adopt the media or new technologies for the dissemination of their discourses, as the audience is not the one present at the meeting place, in a mosque or school or any other similar place, but in the unlimited and borderless space of the virtual world, so that these actors now adapt their discourses and rhetorical strategies to the new technologies and with a new notion of audience that is more diverse and universal².

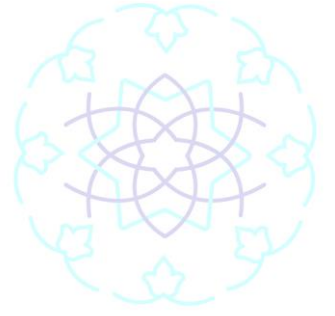
Mediation, in some cases, takes on a sense of control and domination. This is what happens with the mediation of religious discourses produced by the Moroccan state. In this context, the Ministry of Habus and Religious Affairs has set up television screens in Morocco's main mosques, through which the ministry broadcasts its religious discourses through scholars or imams who are in line with the state's official religious ideology. With this mediation, Morocco's official authorities have been able to control the dissemination of religious values and promote their meaning and ideology, thus undermining the authority of religious actors who promote other

² Most of the well-known imams in Morocco have been able to create their own websites to communicate their religious discourse beyond local spaces. In this context, we can take as an example the website of the Khatib (the Imam who leads Friday prayers) Abdellah Nahari. See: <http://www.nhari.net/>



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



meanings and interpretations of religious values that could be opposed to those that the official authorities seek to promote in public spaces such as these.

Among the aspects of media intervention in the process of mediating religion in Morocco is the recontextualization of the values and symbols of Islam in Moroccan society. One of the factors that deeply touches the process of mediation or mediatization and conditions the function of recontextualization should also be mentioned. This factor can be defined as the media's action as social actors (Barbero, Op. Cit: 2) representing various religious, political, and cultural ideologies.

The intervention of the media as actors affects the construction of representations of religious meanings (Barnett. 2003: 54). During the media production of these values or meanings, the media ideologies create new contexts, therefore, this production within these conditions leads to a recontextualization of religious values, and with it appears these values linked to new contexts of perception and reception.

This happens in the Moroccan reality through the different perceptions of the same religious values after the fact of mediation. The different media, during their intervention in the mediation process, provide new contexts through the use of different types of semiosis (Lassen, Strunck, Vestergaard. Op. Cit:19), which makes these religious values manifest themselves with different perceptions and representations. For example, the phenomenon of the hijab in Morocco has been mediated by the different Moroccan media with their different ideologies and the result was the steering of public perceptions of the hijab towards various and sometimes conflicting connotations and representations.

For the official power, the mediation and mediatization of Islam and its values in Morocco by the various media of different ideologies has led, according to the report on the religious situation in Morocco (2009), to these mediatized values, specifically by religious television stations, "to be placed outside the official domain of the state, and therefore the state will not be

The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



able to control the production of values, which is facing strong competition due to the rise of satellite channels"(2009. Op. cit. 74).

In the case of Moroccan society, among the consequences of the mediation of religion and the recontextualization caused by the media of different ideologies is the chaos of values. In this context, the same report stresses that "the question of Fatwa has experienced problems in recent times because of its plurality and the difficulty of channeling it into a single theological current, which places public opinion in a complex situation of reception. (Ibid: 75).

On the other hand, new technologies and the reach of the digital domain and the internet have shaped the mechanisms of the mediation of religion. In the Moroccan public space, religious behavior has emerged as a result of the adoption of new technologies, and there has been a new reconstruction of religious spaces in the virtual space.

Mediation allows the media, technological and virtual space to become the place par excellence for the production of religious events, praxis and discourses, which are transformed into media elements that further bind public opinion and effectively move the masses.

The mediation of religion has ultimately had an impact on the construction of religious meanings, symbols and values in the Moroccan public space, highlighting the interpretative diversity and ideological references that shape the Moroccan religious scene, and at the same time allowing the different religious actors to make their own ideologies visible, It has thus caused the official power to lose its predominance and centrality and thus its ability to control the production of religious values, and to impose a single religious reference or at least certain unilateral conceptions, such as, for example, those concerning the perception of the religious in political issues, such as the relationship of religion and politics or the role of religion in the system of government.

The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Islamic Media and The Creation of Religious Public Opinion

Various disciplines have shown great cognitive and analytical interest in the term "public opinion", and specifically in the relationship between media and public opinion. From political science to psychology, sociology to communication (Crespi. 2000:19), a very considerable amount of theoretical and analytical effort has been accumulated to provide a conceptual definition of this term and its functions. The involvement of different disciplines in addressing the concept of public opinion has led Jürgen Habermas to propose an interdisciplinary treatment of the term (Habermas. 1981:37-39), while Irving Crespi strove to find the commonality between all the definitions that the concept of public opinion has acquired in different disciplines and in the history of human thought, stating that "the only point of the definition on which there is consensus is that public opinion has to do with conflict and disagreement as to how public issues should be resolved" (Crespi Op. cit. 20). Perhaps the context of this research requires following the development of the term public opinion from two specific approaches: power and communication, since our interest is to verify the religious media's commitment to the formation of religious public opinion in a context of struggle between official and unofficial ideologies, in order to achieve a certain power, political or religious, in Moroccan society. These two approaches make us very interested in Otto Baumhauer's definition of public opinion, when he considered that "public opinion is the product of the transformative process of information introduced into the open system of the climate of public opinion" (Monzón.1987: 136) . This definition gives a certain power to information in the formation of public opinion, which brings to mind the role of the media in the formation of public opinion. The most frequently cited real-life example of this is the media's impact on American public opinion in the Vietnam War. And this is what we intend to observe in the case of the relationship between the religious media in Morocco and the formation of religious public opinion.

On the other hand, the definition that links public opinion with power, whether political or religious, as in our context, is that of Hans Speier, who considers it to be

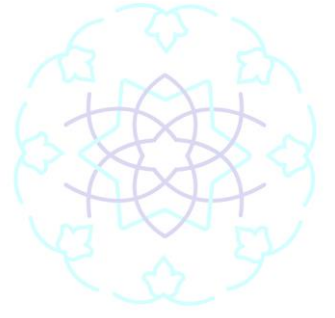
The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



"opinions on matters of interest to the nation expressed freely and publicly by people outside the government, who claim to have the right to have their opinions influence or determine the actions, persons or structure of their government" (Speier.1969:56.).

This definition coincides completely with what is happening in the reality we are studying, since it is the case of ideologies that are not represented in the official power and that try through the media to fight to emphasize their presence in the public opinion, even to make an effort so that their ideas or ideologies can influence and determine actions, that is, to acquire a certain power.

Religious forces and the state or official power in Morocco have shown in different political, religious, social or cultural attitudes that they are aware of the importance of dominating public opinion, since according to Marx and Engels, public opinion represents the predominance of a social class (Dader. 1992:21). This is why each party aspires to dominate this public opinion by adopting the different strategies they believe convenient to achieve this objective.

Although our effort is aimed at dealing with the media's efforts to construct religious public opinion, we should first deal with the characteristics of this public opinion, the importance of which justifies the media's efforts to dominate it through its construction.

Bertrand Russell in his work "Power, a new social analysis", although he speaks of religious opinion and not religious public opinion, nevertheless gives us the keys to highlight what distinguishes religious public opinion. In this context Russell states that "religious opinion has often proved more powerful than the state". (Russell. 2011: 127). Thus, the dominance of religious public opinion guarantees a great tool for attaining or maintaining power. Religion or the religious in a society such as Morocco's represents a vital dimension of consciousness and identity, as the source of its power is its high capacity to move social masses, which justifies this implicit or explicit struggle for dominance between the different political and religious forces in Moroccan society.

The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Moreover, the struggle to control opinion, or at least to influence it through the media, is rooted in the importance the media are currently gaining in the social, political, religious and cultural life of Moroccans, as they have become the main sources of information and knowledge for them in the age of communication. This importance of communication and information in Moroccan society justifies the efforts of the various political and religious actors to choose the media as an effective channel for the purpose of shaping public opinion. In this context, the media scene has become a space of competition for all actors in society to control, dominate or win the favour of religious public opinion.

In short, the formation of religious public opinion in Morocco through the religious media has been the objective of all official or opposition political and religious forces in order to dominate this opinion and at the same time extend the scope of their domination. Moreover, the link between Moroccan public opinion and religion has made the religious dimension one of the most decisive fields for the formation of public opinion and the formulation of its agenda (Maxwell E. McCombs. 2004: 62.).

Religion as Media Content in Morocco

Morocco's media history shows that religion and the media have gone hand in hand, albeit in different ways. This relationship intensified with the growing role of the media in Moroccan society, given its great capacity to build convictions and conceptions as well as to shape the religious and cultural identity of society. (Hoover. Op. cit.: 2)

The religious content in the Moroccan media has manifested itself in different aspects according to the stages of Moroccan media history, the political ideology of the media and its position vis-à-vis the official power. In this context, we can distinguish four ways of promoting religious content according to the classes and media and their ideology as well as their position vis-à-vis the official power. One of these classes is the religious media, which we will leave for the section on religion as media ideology.

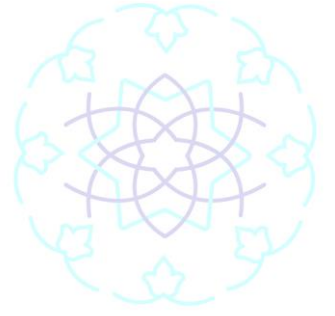
The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



The media before Moroccan independence and religious content

At this time, neither the Moroccan people nor their political class, who were under French and Spanish colonization³, were able to establish a media activity involved in expressing their situation and aspirations. The majority of the media in Morocco at that time were hand in hand with the colonial authorities, and especially the French authorities completely cut off any possibility for Moroccans to acquire a media outlet. Marshal Liotti, head of the French colonial authorities in Morocco, says:

"We must maintain our absolute and complete power because it is the basic element of our strength. We will never allow Arabic-language newspapers to compete with us, because if these newspapers are published among the rebels, they will not only encourage them to resist us but will weaken our means of communication". (El Ouazzani. Undated.)

The French authorities established in Morocco a radio station called "Radio Al Maghreb" which was founded in 1928, but they totally ruled out religious programmes (Behdoude.1991) from its media content, although later they allowed the inclusion of some religious content when it had competition, within the colonial media agenda for Moroccan listeners, from other radio stations such as the Spanish "Radio de Ishbilia" (Radio de Sevilla) which was broadcasting at that time programmes with Arabic content: news, music... etc. This circumstance allowed religious content to be incorporated into "Radio Maghreb" in 1939: (Ibid. 39). However, demonstrations were made by Moroccans against the programming of religious content on this station, who considered that a radio station run by the colonial authorities was a radio station designed to carry out French colonial propaganda, and that religious content should not be broadcast there. With the intervention of the Sultan of Morocco, Mohammed V, in 1941, the

³ The Spanish colonial authorities allowed Moroccan nationalists to publish their media activities from the Protectorate area. Moroccan nationalists to edit their media activities from the Spanish Protectorate zone (the northern part of Morocco), but only those (the area of northern Morocco), but only those directed against the French Protectorate. against the French Protectorate.

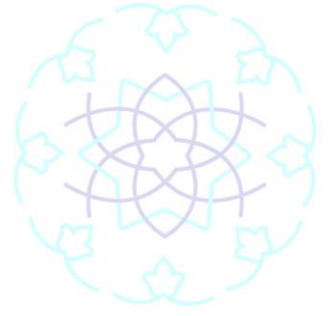
The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Qur'an was allowed to be broadcast for half an hour a day, after Moroccan officials joined the radio. In 1947, it was separated from the French station and Moroccan listeners returned to listen to it. Religious content on "Radio al Maghreb" reached 14.3% of the total radio content at that time. This was the first time that Muslim religious content was used in a media outlet in Morocco. Religious content was adopted to respond to the demands of the Moroccan people to listen to a radio that represented their cultural and religious values.

Religious content in the state media and in the Moroccan organic press

After Morocco gained its independence, the state became involved in establishing its media apparatus, with television and radio being the main media representing official Moroccan power. And since religion has always been a sensitive issue and a pillar on which one of the main aspects of the legitimacy of official power is based, the state has always been determined to control this issue in the media (as in other aspects such as mosques, school education and other institutions) through the production of religious content that responds to the need to keep this field under absolute control. This strategy has been maintained since Morocco gained its independence until the last years of Hassan II's reign. Most of the religious content or programs of the two official media, Moroccan television and radio, were devoted to preaching and guidance. The religious programme most remembered by Moroccans, produced by television, is the so-called "Ruknu al Mufti" (Corner of the ulema who dictates fatwas). It offers topics on issues such as Asalat (prayer), Azakat (a type of tax contribution), inheritance, Ramadan etc... and its contents are never controversial, as they never deal with politics, government or similar issues. Other types of religious content offered in the same public media were: Quran reading, coverage of the monarch's religious activities, religious celebrations, films and series dealing with the history of Islam and its different historical figures, such as the biography of the Prophet etc.

From the Moroccan state radio, religious radio content such as the interpretation of the Koran, broadcast in the early hours of the morning and produced by the famous Moroccan scholar Shaykh El Mekki Nasiri, founder of the nationalist newspaper El Nuevo Marruecos during the

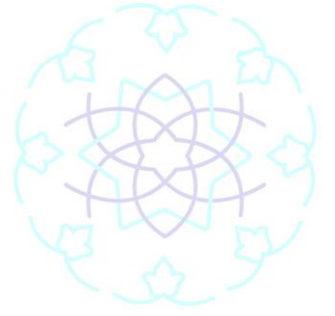
The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Protectorate in 1937 (Micouar. L ,2016) has remained fixed in the memory of Moroccans. The same Moroccan national radio station produced other religious radio content such as the live broadcast of the Friday prayer and the five calls to prayer of the day, as well as preaching and guidance programs and others dealing with the biography of the Prophet and his sayings or the lives of his companions and famous people in the history of Islam and radio serials on historical Islamic events, as well as the broadcast of religious music during Fridays and religious festivals.

The Moroccan organic press, for its part, has devoted part of its space to religion as an element of its journalistic content, although this space varies according to the political ideology of the party that each newspaper represents, and according to its position towards the official power.

Two were the most dominant organic newspapers on the Moroccan journalistic map since the years of the country's independence, a conservative one called "Al-Alam" (The Flag) belonging to Hizb al-Istiqlal (the Independence Party), and a leftist one called Al Ittihad Al Ichiraki, the Arabic newspaper of the political party Al Ittihad Al Ichiraki li al kouat Achaabia (The Socialist Union of Popular Forces). In these two newspapers, which were the most influential in Moroccan public opinion⁴, the treatment of religion, within the media content offered daily to Moroccan readers, has always been linked to the political ideology of the newspaper and its party, and also to its religious ideology. Therefore, we find two different spaces in the two newspapers where religion appears as media content: more extensive in one (Al Al Alam newspaper) and more reduced in the other (Al Ittihad Al Ichiraki newspaper). The left-wing party's newspaper does not treat religion as a main subject in the daily media consumption of Moroccan society, such treatment is justified by the newspaper's secular ideology, while the conservative Al Al Alam newspaper offers religion as the main content of its readers' media consumption, devoting more space to it through different journalistic genres, such as news,

⁴ Precisely in the period before the seizure of political power in 1998 and before the emergence of the independent media. the emergence of independent media.

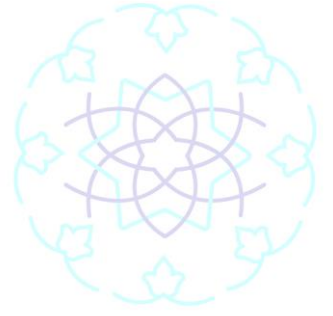
The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



opinion, analysis, reportage, etc., as well as in different frameworks, such as culture, politics, religion, thought, etc. The conservative newspaper's interest in religion as content reached its peak with the creation of a weekly supplement called "AL fikr Al Islami" (Islamic Thought) which is delivered with the newspaper every Friday.

This journalistic space promotes religion with an intellectual touch. In the ideological report issued at the twelfth congress of the Al Istiqlal party in 1990, the justification for the creation of this religious supplement can be found. This report considers the supplement "Al fikr al Islami" as an official representation of the Istiqlal party's thinking on the subject of religion. This party adheres to the Islamic faith from the Salafî thought drawn by its leader 'Allâl al-Fâsî (Al Meghari. 2010: 245). The religious supplement of the conservative newspaper deals with different topics of Islamic thought, religious issues of the Muslim community in Europe, as well as comparative studies of religion. In the 5 May 1995 issue, the "Al fikr al Islami" supplement of the newspaper Al Al Alam, different topics appeared, reflected in these titles: "The war of extremism in France against Islam", "the banning of the Moroccan authorities on the book of the Islamic preacher Yusuf al-Qaradawi", "the intervention of justice to ban an anti-Jewish use of the Bible": The Zionist lobby's fear and hatred against Islam", as well as topics linked to culture and religious thought, such as: "the history of the human being", "the Koran and scientific research" and "Islamic philology and the Moroccan experience in Islamic studies". In the following issue of the supplement, i.e. issue 19 of May 1995, other religious themes appeared, such as 'Chechen resistance', 'the Koran and scientific research' and 'human sciences between secularism and Islam'. Religious topics appeared not only in the Friday religious supplement, but also in the daily pages, through different journalistic genres: news, reports, opinion, etc. In turn, the leftist newspaper Al Ittihad Al Ichiraki, by virtue of its ideology, reduced its journalistic space devoted to religious content and everything it published in this regard was always based on a critical perspective of thought, or gave voice to Islamic experiences that coincided with the ideology of the newspaper and the political body that runs it. While Al Alam, for example, covers news and gives journalistic treatment to Islamic areas or Muslim minority issues such as the

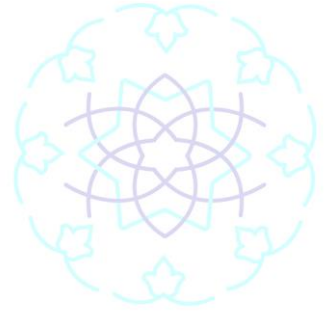
The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Chechen cause, Al Ittihad Al Ichiraki, guided by its ideology, gives more space to areas such as Latin America, paying attention to the experiences of the left in this continent. This leftist Moroccan newspaper has never published a special supplement dedicated to religion, although in some religious commemorations, such as in the month of Ramadan, they expand the space reserved for religion a little more and offer contents on history, characters, books, or thinkers of Islam, seen from the ideological perspective of the newspaper and its political organ.

Religious content in the independent Moroccan media

With the birth of the independent media in Morocco in 1997 (Majdoubi. 2010: 31 -34), a new media source was created for the production of journalistic discourses independent of the official Moroccan institutions that traditionally control their production, such as the political institutions of the official power or the traditional political parties of the opposition, such as the Moroccan socialists (Al Ittihad Al Ichiraki li al kouat Achaabia) and the Istiqlal party⁵, as well as the official religious and cultural institutions. The independent media have been able to create a new media agenda marked by the emergence of new issues that could not be addressed before, such as the monarchy, political Islam, etc. These media have been able to promote new approaches to the daily affairs of Moroccans in the political, religious, cultural, and social fields, and thus the production of new media discourses that challenge the traditional ones set by the official power, which used to delimit the field of Moroccan journalism. The Moroccan independent media have created their own information policy, and this has been visible, for example, in the way they have presented religious and other social, cultural and political content to Moroccan public opinion. Just as these media have been able to approach subjects that were previously taboo, such as the monarchy, they have also been able to cover religious subjects that were previously untouchable, just to cite one example of the most controversial religious subjects, such as political Islam.

⁵ In the last years of Hassan II's reign, and within the framework of the so-called alternation government, i.e. when these two parties have taken over the government.

The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



The media, and specifically the Moroccan independent press and magazines, have offered a new approach to the issue of political Islam that was deliberately ignored by the official Moroccan media or by the organic press circulating in the same orbit in terms of their perception of this issue. Part of the independent press has been allowed to offer different versions of the Moroccan Islamic movements and their religious leaders, who were invited to express their opinion without these independent media being ideologically in favor of them, than those that appear in other Moroccan media (official and organic). The independent media have been able, through their treatment of religious content of this nature, to impose another version on the journalistic and political discourse on the conflict between the official power and the opposition forces of political Islam, and even to expose the lack of credibility of the official journalistic discourse on these issues.

The primary media source for Moroccan public opinion on this and other issues is the independent media. This difference made by the Moroccan independent media in terms of their journalistic discourse on religious issues, and specifically on political Islam, has led the Moroccan official power to launch a censorship campaign against these media and to limit their ability to practice journalism through different types of interventions: economic and financial, judicial, etc.

Religion as a content in the independent Moroccan media appears freed from the classificatory model promoted by the official power, which, through its official and organic media, promotes religion as a media content that the Moroccan public opinion must relate to certain faces and not to others.

The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



Conclusion

The mediatization of religion in Morocco is a media phenomenon that has gained prominence on the political, social, and religious scene in the North African country for several reasons:

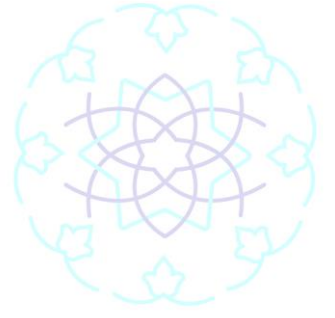
- a) The growing role of the media and new communication technologies in Moroccan society, and the convictions of religious actors of the role of the media in the transformation and movement of the masses, as well as in the dissemination of ideology or values among public opinion.
- b) The growing presence of religion and its role in Moroccan society, which is manifested in various aspects of religiosity: more women wearing hijab, the increase in the number of young people attending mosques, greater social and political consumption of religious content.
- c) The context of 11 September 2001 and the global and local strategies that were adopted by the state to combat radical ideologies led to Islamic and religious media becoming a communicative necessity to carry out objectives of domination and control.
- d) The advent of new technology and the impact of the information and communication age offered religious forces oppressed by the official power a perfect medium for the dissemination of their ideology, discourses and values outside any kind of control by this power, which until then had limited their access to traditional media such as television, radio, press, etc. The new technologies have brought them freedom of expression and freedom of expression. New technologies have given them freedom and means.

Secondly, religion has become more present as content and as ideology and culture thanks to the mediation of the media, while the Islamic media have gained greater recognition as mass media, obtaining greater social and religious impact in a society such as Morocco. The Islamic media are becoming increasingly influential in terms of public opinion creation in this



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



country and social mobilization, but also in the political arena. This phenomenon reflects both the struggle for political power and the expansion of the "religious fact" as a socio-cultural process in Morocco.

The Islamic media were created in the consciousness of religious and political actors, as well as in the mind of official power, as a means of struggle for domination or against domination. Therefore, both strived to invest in the possession of media, because it meant for them the possession of power.

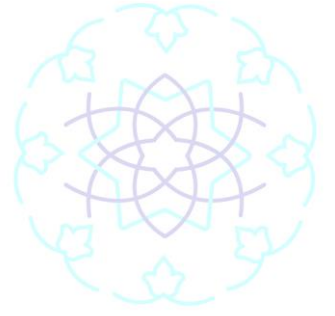
The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



References

- Barbero, M. & Roche, F. L. (1987). *Cultura, medio y sociedad*. Universidad nacional de Colombia
- Barret, E. (ed.) (1989) *The society of the text: Hypertext, hypermedia and the Social Construction of information*. MIT Press.
- Bauer, M. & Gaskell, G. (Eds). (2000). *Qualitative researching with text, image, and sound*. Sage Publication.
- Bourquia, R et Al. (Ed).(2000). *Les jeunes et les valeurs religieuses*. Edif.
- Bruno E. (1987). *L 'islamisme radical*. Hachette.
- Burgat F. (1995). *L 'islamisme en face*. La découverte.
- Dader, J. L. (1992). *El periodista en el espacio público*. Bosh Casa Editorial,
- El Mouden, M. (2009): Los medios de comunicación islámicos en Marruecos. *El ancho estrecho: las dos orillas de los medios de comunicación*, 91-107. Barcelona. Icaria.
- El Ouazzani, M. H. (n. d.): *Vida y yihad*. Institución de Jawad for Impresión and Edición.
- Graham W. & Michael H. (Editors). (2008). *The new visibility of religion: Studies in religion and cultural hermeneutics*. Copyrighted Material.
- Habermas, J. (1981): *Historia y crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili, Serie Mass Media.
- Hmimnat, S. (2009). Moroccan Islam in the official ideological discourse. *En Wijahat Nadar*, 39, 8-13.
- Hoover. S. M. (2006). *Religion in the media age*. Routledge.
- Ibahrine, M. (2005). *The internet and Politics in Morocco: The Political Use of the internet by Islam-Oriented political Movement* [Doctoral thesis]. Universitat Hamburg

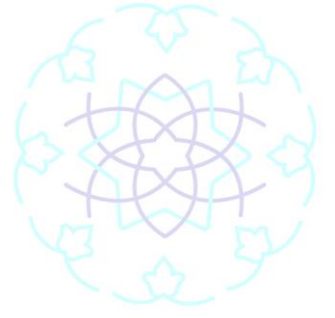
The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Inger L., Jeanne S. & Torben V. (2006). *Mediating ideology in text and image: ten critical studies*. John Benjamins B.v.

Informe (2009). *The report on the religious situation in Morocco 2007/2008*. Rabat Ed. The Moroccan Centre for Modern Studies and Research.

Las Radios Privadas En La Experiencia Marroquí (2010). Conference organized by the Moroccan Centre for Modern Studies and Research. 18 de diciembre de 2010. Rabat.

Majdoubi, H. B. (2010). The independent press in Morocco. *Wijahat Nadar*, 44-45(12).

Majdoubi, H. B. (2011). The decisive role of the media in the Arab democratic revolutions. *Revista: Wijdjhat Nadar*, 49(14).

McCombs M. E. (2004). *Setting the agenda: the mass media and public opinion*. Polity Press

Monzón, C. (1987). *La opinión pública: Teorías, conceptos y métodos*. Tecno.

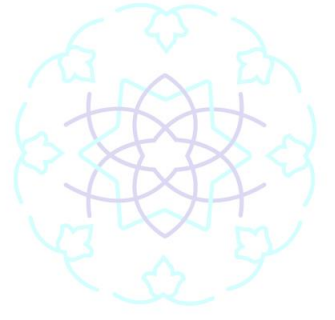
The Media and The Mediation of Religious Discourse in The Moroccan Public Space

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023

Ss. / Pp. 68-105

Yayına Geliş Tarihi / Article Arrival Date
20.01.2023

Yayımlanma Tarihi / The Publication Date
31.01.2023

GRAFİK TASARIM ÖN LİSANS EĞİTİM SÜRECİNDEKİ UYGULAMA ARAÇLARI İŞLEVSELLİĞİNİN ÖĞRENCİ YÖNÜNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ: BAYBURT ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ¹

Ömer Murat KADEŞ²

Özet

Bu araştırmada Bayburt Üniversitesi Grafik Tasarım ön lisans programındaki eğitim süreçlerinde kullanılan bilgisayar tabanlı uygulama araçları (Photoshop, Indesign, Illustrator, Corel) ve geleneksel uygulama araçlarının (elle çizim ve maket oluşturma) işlevselliğinin; öğrencilerin tutum değerlendirme yaklaşımları bağlamında saptanması amaçlanmaktadır. Bu araştırma, nicel araştırma çerçevesinde tarama modeline göre modellenmiştir. Bu model, bir durum, vaka ya da olgunun hali hazırdaki özelliklerini araştırırken, sürecin içindeki aktörlerin tutumlarını anlamayı amaçlayan bir ölçüm sistemi içerir. Araştırmada, Grafik Tasarım Uygulama Araçları işlevselliğinin öğrenci yönünden değerlendirilmesinde; öğrencilerin yaş ve cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık göstermediği, sınıf değişkenine göre 2. sınıf öğrencilerin CGI Teknolojilere İlişkin Tutum alt boyut puanlarının 1. sınıflara nazaran daha yüksek olduğu, Grafik Tasarım Bölümünü isteyerek ve bilinçli tercih edenlerin uygulama araçlarına yaklaşımlarının istemeden ve bilinçsiz tercih edenlere göre anlamlı düzeyde yüksek olduğu, mesleki kariyer planlarına göre GCI Teknolojilerine İlişkin Tutum ve Kullanım Sıklığı alt boyut puan ortalamalarının, mezun olduktan sonra başka bir sektörde çalışmayı düşünen öğrencilere göre anlamlı düzeyde yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırmada grafik tasarım uygulama araçları

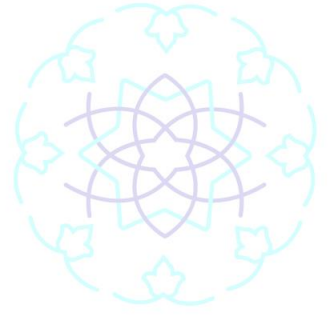
¹ Bu çalışma, Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Resim-İş Eğitimi Bilim Dalında sunulan yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Öğr. Gör., Bayburt Üniversitesi, muratgadis@bayburt.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7417-3500.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



işlevselliğinin öğrenciler yönünden değerlendirilmesi sonucunda tüm alt boyutlarda öğrencilerin olumlu tutum gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, Grafik Tasarım Bölümü Öğrencileri, Ön Lisans Eğitimi, Öğrenci Tutumları.

THE ASSESSMENT OF FUNCTIONALITY OF APPLICATION TOOLS IN GRAPHIC DESIGN ASSOCIATE DEGREE EDUCATION PROCESS FROM THE VIEWPOINT OF THE STUDENTS: THE CASE OF BAYBURT UNIVERSITY

Abstract

In this study, it is aimed to explain the functionality of computer-based application tools (Photoshop, Indesign, Illustrator, Corel) and traditional application tools (hand drawing and model creation) used in the educational processes of Bayburt University Graphic Design associate degree program in the context of the students' attitude evaluation approaches. The research was modeled according to the search model within the framework of quantitative research. This model both investigates the current characteristics of a situation, case or phenomenon and includes a measurement system that aims to understand the attitudes of the actors in the process. In the study, in evaluating the functionality of Graphic Design Application Tools in terms of student, showed that; there was no significant difference according to age and gender variables of students and according to the class variable, the CGI Technology subscale scores of 2nd class students were higher than 1st class students. The approach of students who willingly and consciously preferred Graphic Design Department, to application tools was significantly higher than others who preferred unconsciously and unconsciously. Additionally, according to the professional career plans, the GCI Technologies Attitude and Usage subscale scores were found to be significantly higher than the students who thought to work in another sector after graduation. As a result of evaluating the functionality of graphic design application tools in terms of students, it was concluded that students showed a positive attitude in all sub-dimensions.

Key Words: Graphic Design, Graphic Design Students, Associate Degree Education, Student Attitudes.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Giriş

Üniversite öğrencilerinin akademik ve mesleki anlamda en yüksek düzeyde verim elde etmesine yönelik olarak düzenlenen formel eğitim süreci, dersin gerçekleştiği uzam ve zaman ilişkisi ya da öğretici ve öğrenciler arasındaki etkileşimin işlevselliği çerçevesinde geçerlik kazanmaktadır. Süreçteki beşeri ve doğal faktörleri mesleki ve akademik sermayeye dönüştürmeye yarayan uygulama araçları, eğitim pratiğinin önemli bir bölümüne yayılmaktadır. Burada uygulama araçlarından kasıt, iletişimsel ve araçsal eylemin bir türevi olan eğitim yönlü etkileşimde kullanılan bilgisayar tabanlı grafik tasarım programları ve geleneksel elle çizim ve maket anlaşılmalıdır. Çalışma içerisinde bu uygulama araçları, öğrencilerin konumunu ve onların spesifik yorumlarını merkeze alarak açıklanmaya çalışılmaktadır.

Formel Eğitim, “amaçlı, sürekli, önceden planlanan ve belirli bir biçimi tesis etmek üzere oluşturulmuş resmi kurumlarca sürdürülen sistematik eğitim sürecidir” (Fidan, 1993). Bu süreç ülke çapında örgütlenmiş yasal eğitim kuruluşları aracılığıyla sağlanmaktadır. Türkiye’de Milli Eğitim Bakanlığı İlköğretim ve Orta Öğretim kurumlarındaki Formel Eğitim Müfredatını belirlerken, Yüksek Öğrenim Kurumu (YÖK) ise Yüksek Öğretim kurumları olan Üniversitelerdeki eğitim faaliyet müfredatını belirlemektedir. Profesyonel ve sistematik eğitim olan Formel eğitimdeki temel amaç, öğrencilerin akademik ve mesleki verimliliklerini azami seviyede tutacak eğitsel içeriklerin en doğru şekilde ve tekniklerle aktarımını sağlamaktır. Bu nedenle birçok akademik çalışma formel eğitim süreçlerindeki verimi arttırmaya yönelik olarak yapılmaktadır. Süreç getirilen öneri ve tedbirlerle sürekli gelişmekte ve formel eğitim anlayışı yeniden şekillenmektedir. Günümüzde henüz tam anlamıyla rayına oturmadığı görülen ve farklı politikalarla sürekli güncellenen formel eğitim sürecini tıkayan ve işlerliğini yitirmesine neden olan birtakım problemlerle karşılaşmaktadır. Eğitsel yöntemlerin yetersiz kaldığı ve düzenleyici uygulamalarının etkin bir çözüm üretmediği tikanıkların orijinindeki nedenlerin anlaşılması, çözüm üretme noktasında etkili olacaktır. Kimi zaman eğitimin gerçekleştiği ortam ve zamana bağlı olarak ortaya çıkan problemler, kimi zaman ise öğrenciden, öğreticiden ya da öğrenci-

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

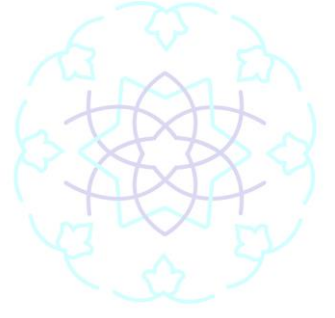
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



öğretici etkileşiminden kaynaklanmaktadır. İletişim sürecinde yaşanan gürültünün sebep olduğu tıkanıkların büyük bir çoğunluğunun öğrenci perspektifinden açıklanması gereken kaynak problemler olduğu gözlenmektedir. Ancak modern çağın gerekleri çerçevesinde tasarlanan eğitim araç ve tekniklerinin işlevselliği, sözü edilen problemlerden daha geniş çaplı sosyal ilgi gerektirmektedir. Çünkü günümüz grafik tasarım mantığı, bilgisayar programlarını geleneksel yaratıcılık uygulamaları ile bütünleştirmeyi zorunlu kılan eklettik bir süreç modellemesine bağlı olarak gelişmekte ya da gerilemektedir. Süreçte uygulanan araçların öğrencilerin tasarım bilincine, mesleki yeterliğine ve tasarımcı kişilik kazanmalarına olan katkıları ile birlikte, öğrenim pratiklerinin hangi ölçüde karşılık bulduğu ve öğrencilerin uygulama araçları ile kurdukları ilişkinin boyutları önemlidir. Bu uygulama araçlarının kullanım performansları ve motivasyonları arasındaki ilişkiyi saptamak, süreci verimli hale getirmek için gerekli çözüm önerilerine ulaşmaya da yardımcı olacaktır. Bu nedenle, çalışmada Bayburt Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Grafik Tasarım Bölümü'ndeki formel eğitim süreçlerinde uygulama araçları olarak kullanılan bilgisayar programları, geleneksel el çizimleri ve maket çalışmaları; öğrencilerin bakış açıları ve tutumları özelinde tartışılacak ve bu problemlere yönelik çözüm önerileri getirilecektir.

Bireyler arasındaki anlamsal aktarım süreci olarak tanımlanan eğitim, toplumsallığın sürdürülebilmesi açısından büyük bir önem taşır. Toplumsallaşmanın en önemli halkalarından biri olan eğitim etkili öğrenme ve öğrendiklerinden maddi üretimler yaratma sürecini de beraberinde getirir. Mevcut grafik tasarım anlayışı hem bilgisayar tabanlı programların hâkim olduğu sektörel yapıya hem de grafik tasarımcının geleneksel araçları etkin bir biçimde kullanmasına ihtiyaç duyar. Bu ihtiyaç müfredatta belirlenen derslerdeki uygulama araçlarının ideal kullanımıyla giderilir.

Eğitim en temel bağlamda “ailede ve okulda gerçekleşmektedir” (Fidan, 1993,). Ailede gerçekleşen enformel eğitim, okuldaki formel eğitimle bütünleştiğinde eğitsel süreçte verimlilik sağlanmaktadır. Sürecin verimini azaltan unsurlar (Bkz. Güngör, 2011, Shannon ve Weaver

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

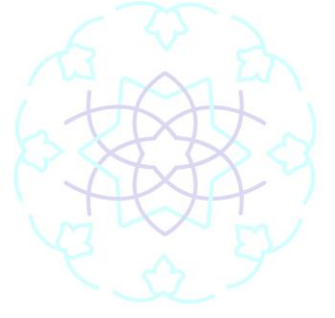
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



‘Matematiksel İletişim Modeli’) kimi zaman öğreticide, kimi zaman öğrenciden kimi zaman ise mevcut uzam ve zamandaki koşullar ve araçlardan kaynaklanmaktadır. Araştırma kapsamında eğitimin ideal biçimini kazanması için gerekli olan uygulama araçları etkinliği ve öğrencilerin araçları kullanım performansları ele alınacaktır. Nitekim eğitsel iletişim planları, öğrenci odaklı oluşturulmaktadır. Mevcut koşullar, yöntem ve teknikler öğrencilere göre ayarlanmaktadır. Öğrenci bazlı kullanım performansları ve görüşler, eğitsel süreci anlamaya katkı sunan bir çerçeve çizmektedir. Alanyazın üzerinde bir inceleme yapıldığında öğrencilerin mevcut psikolojik, duygusal ve fiziksel sorunlarının eğitim sürecini etkileyen temel problemlerden olduğu görülmektedir. Öğrencinin bulunduğu üniversiteyle ya da sosyal doku ile yaşadığı uyum sorunu ve sorumluluklarını yerine getirememe fikriyle yüzleşmek zorunda kalması sorunları tetiklemektedir (Özden, 2002). Ancak sıkça akademik araştırmalara konu edilen bu tarz sorunların yanında, eğitim sürecinin organik parçası olan öğrenmenin gerçekleştiği araçsal arka planın önemi büyüktür. Nitekim öğrencinin sınıf arkadaşları ve öğreticisiyle arasındaki ilişki yapısı da sorunlara neden olabildiği gibi uygulama araçlarının kullanımında ideal seviyeye ulaşmamış olmanın yaratacağı handikap da dikkate değer bir ayrıntıdır.

Eğitim, örgütlü yaşam disiplini içinde yaşayan bireylerin, içinde buldukları toplumun üretken öznelere birisi olmalarını sağlayan temel itkilere biridir. Toplumsal yapı ve mevcut üretim ilişkilerinin devamlılığını sağlayarak sistemin kendi iç dinamikleri çerçevesinde kendisinin sürekli yeniden üretimini kolaylaştıran eğitim süreci, toplumsal üretime katılım sağlayan bireylerin sosyal yükümlülüklerini en verimli şekilde yerine getirebilmelerine imkân tanıyan, gerekli donanımı edinebilmeleri için sürekli olarak güncellenmekte ve yeni tekniklerle geliştirilmektedir. Son dönemlerde eğitimin profesyonelleşmesi, sistematik ve rasyonel bir tabana oturtulması, müfredat adı verilen içerik planıyla amaç ve yol haritalarının çıkarılması, eğitimi toplumsal birimlerden biri olan aile ve benzeri sosyal grupların denetiminden, profesyonel eğitim kurumlarının denetimine sunmuştur. Formel Eğitim olarak adlandırılan bu süreçte, bireylerin akademik ve mesleki sermayelerinin üst düzeyde olması amaçlanmaktadır.

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



Ancak formel eğitim sürecinde yaşanan bir takım problemler, eğitimden beklenen verimin düşmesine ve öğrencilerin geleceklerini tayin eden birikime ulaşamamalarına neden olmaktadır. Nitekim süreci kesintiye uğratan sebepler değişkenlik gösterse de öğrenci faktörünün ders içindeki aktif konumunu silikleştiren etkenlerin ortaya konulması, diğer türevsel problemlerin açığa çıkarılması ve engellenmesini kolaylaştıracaktır.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada Bayburt Üniversitesi Grafik Tasarım Önlisans Programı'ndaki öğretim süreçlerinde kullanılan uygulama araçlarının işlevselliğinin öğrenciler yönünden tarama (anket) modeli aracılığıyla algı ve tutumlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

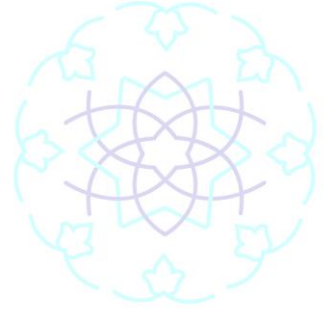
Araştırmanın alt amaçları;

- Öğrencilerin grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puanların ne düzeyde olduğunu ölçmek.
- Öğrencilerin Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puanların cinsiyete değişkenine göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini saptamak.
- Öğrencilerin grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puanların yaş değişkenine göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini saptamak.
- Öğrencilerin grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puanların sınıf değişkenine göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini saptamak.
- Öğrencilerin grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puanların bölümü/programı isteyerek tercih etme değişkenine göre anlamlı fark gösterip göstermediğini saptamak.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



- Öğrencilerin grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puan bölümü/programı bilinçli/ önceden bilgi sahibi olarak tercih etme değişkenine göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini saptamak.
- Öğrencilerin grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puanların mesleki kariyer planlaması değişkenine göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini saptamak.

Araştırmanın Önemi ve Gereğesi

Bu araştırma modern toplumların en büyük gereklilik ve dinamolarından biri olan formel eğitim sürecindeki uygulama araçları etkinliğini, Bayburt Üniversitesi Grafik Tasarım Ön Lisans Programı özelinde ortaya koyması ve bu özel perspektiften yola çıkarak kapsayıcı çözüm önerileri üretmesi bakımından oldukça önemlidir. Grafik Tasarım Bölümü burada özel bir çalışma alanını ifade etmektedir. Çünkü tasarım düşüncesi ve özel yetenek gerektiren bölümdeki öğrencilerin tasarım araçlarını nasıl ve hangi ölçüde kullanabildikleri, doğrudan üretkenlik becerilerini ve potansiyeli olumsuz etkileme ihtimalinin olup olmadığının ortaya çıkarılması, yetenek ve düşünme arasındaki ilişki, eğitim sürecindeki araçsal becerilerin gelişimi ile ortak düzlemde kurulmaktadır. Bu nedenle makro problemlerden arındırılmış bir süreç tasarımı ile birlikte, öğrencilerin araçsal yeteneklerini saf ve arı bir şekilde ifade edebilmesinin ve süreç veriminin önü açılacaktır.

Araştırmayı önemli kılan bir diğer husus ise, Bayburt ili özelinde sorun tespiti yapması ve çözüm önerileri geliştirmesidir. Çünkü henüz yeni kurulan bir bölüm üzerinden ortaya konulan harita ile birlikte, süreçteki aksaklıkların onarılması sağlanacak ve kurulum aşamaları doğru bir şekilde tamamlanmasına katkı sunulacaktır. Bunun yanı sıra, Bayburt Üniversitesi'nin görece yeni kurulmakta olan yapısı ve öğrenci görüşlerini merkez alan bir analitik çerçevenin sunulması da araştırmanın ayırıcı özellikleri arasındadır. Nitekim geleneksel uygulama araçları ile bilgisayar tabanlı uygulama araçları arasındaki yakınlık ve uzaklık değerliklerini Grafik

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Tasarım eğitimi bağlamında düşünülen bu tez çalışması, birbirlerini besleyen ancak giderek ayrılan iki öğrenim formatını karşılaştırmaktadır. Grafik tasarımda sürekli artan CGI teknoloji kullanımı, geleneksel uygulama araçlarının simülasyonlarının yaratıldığı arayüzler sayesinde eğitim süreçlerine daha fazla yayılmaktadır. Bu yayılmanın Bayburt Üniversitesi Grafik Tasarım Bölümü özelindeki somut yansımaları ise literatürde yeni bir tartışmaya katkı sunacaktır.

Kavramsal Art Alan

Görsel Tasarımda Dijitalleşme ve Yeni Trendler

Yeni çağda ortaya çıkan dijital medyanın katılımcı kültürü, üretici kartellerinin üretim süreçlerindeki monopol yetkesini ve baskın olduğu enformasyon akışını kırmıştır. İno-kapitalistlerin tekelinde bulunan içerik imalatı, yeni medyada katılımcıların da davet edildiği sinerjik bir kolektife dönüşmüştür. Manovich (2012), medyada giderek artan görselleştirmenin ve yeni medyayı kuran temel yeniliğin kaynağını yazılımların yükselişine ve herkes tarafından kullanılabilen kişisel versiyonlarının kullanımına bağlar. Yeni medya kültüründe içeriğin temelinde yatan esas gerçeklik yazılım teknolojileridir ve bu teknolojiler kullanıcının içerik üzerindeki belirleyiciliği ile denetimini mümkün kılar. Yazılım teknolojilerinin kodlu yapısı, içeriği modellemesi beklenen enstrümanların dijital temsile tabi tutulmasını, esnetilmesini ve üzerinde gerçekleşecek oynamalara izin veren ‘değişkenlik’ özellikleri kazanmasını gerektirir (Manovich, 2001). Görsel içerikler sayısal temsille sisteme aktarıldıklarında, aynı tabanda sonsuz kez yeniden işlenebilir nitelikler kazanmaktadır. Bu durum, görselin aslına sadık kalmasının olanaklarını imha ederek, efektif müdahalelerin egemen olduğu bir görselleştirme pratiği oluşturmaktadır.

Yeni medyanın altyapısını kuran internet sistemi ve bu sistem içindeki kültürel kod üretimi için ihtiyaç duyulan arayüz tasarımları, sosyal medya platformları, web siteleri, mobil uygulamalar, oyunlar ve etkileşimli alışveriş ortamları birer yazılımdır (Manovich, 2008). Organik gerçeğin sistemde tanımlanmasının bir ön koşulu ve anahtarı olan yazılımlar, paylaşım

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

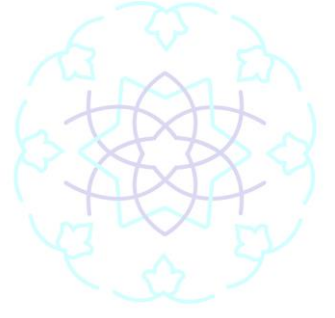
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



ilişkilerini simüle eden yapısal tasarımlarıyla gündelik yaşamın uyarlandığı sanal toplumsallık merkezlerini meydana getirir ve çoklu ilişki temsillerine uzam oluşturur. Çünkü yeni medya, manipülatif enformasyona ulaşmanın yeni yollarına, tekniklerine, arama motorlarına, hiper medyaya, veri tabanlarına, görselleştirme ve simülasyona öncülük eder (Manovich, 1999).

Görüntü teknolojisi, 1990'lı yılların sonlarına doğru kökten bir değişim gösterir. Sinematografi, grafik, 3D animasyon, tipografi gibi kopuk durumdaki medya biçimleri, birbirleri içinde temsil edilerek sonsuz kez birleştirilmiştir. Milenyumun başında, çizgisel medya eskitilmiş, hibrid medya ise normatif kültür halini almıştır (Manovich, 2007). İçeriğin taşıdığı kod çeşitliliği medyanın bölümlendirilmesi ile yakından ilişkili olmakla birlikte, kod çevrimi ve modülerlik özelliklerinin de görsel çeşitlenmede etkisi vardır. Çünkü bir görselin taşıdığı değişken kod yapısı, farklı yazılımlarda modellenen tasarımların eklememesine katkı yapar. Yeni medyanın trans anlatılara uygun tabanı ve multi-medya elementlerini taşıyan altyapısı nedeniyle sistemde tanımlanan görselin, sanattaki karşılığı 'pop-art' olan bir teknikle bile çok kez yenilenmesi, renk, ışık ve parça değişimlerine açık olması bir tesadüf değildir. Bir görsel, taşıdığı doğrusal anlamın dışında, tasarımcısının somut eklemeleri sonucunda bambaşka bir temsil niteliğine geçiş yapabilir. Nitekim yeni görsel kültürde, karikatürlerin ve fotoromanların taşıdıkları işlevlerin bir benzeri inşa edilir. Gündelik yaşamın herhangi bir yerinden kaydedilen ve ortak paylaşım kültüründe viral olan fotoğraf, yazılı bir tarifin eklenmesiyle birlikte özel efekt yapısı kazanır. Haberde, sinemada, dizilerde, televizyon programlarında ve yazılımın kullanıldığı tüm yayıncılık tiplerinde uygulamaları ve örnekleri görülen özel efektler, yeni medyada bir eğlence kültürünün kurulmasına aracılık eder. Bu bakımdan tasarım uygulamalarını amatör bir grafik ürünü olarak değerlendirmenin yanı sıra, teknik boyutta ve özel efektlerin bir türevi olarak da değerlendirmek gerekir. Çünkü günümüz tasarım kültürünün temel dayanağı yazılımlardır. Bu yazılımların başında ise Photoshop adı verilen paket program gelir. Manovich (2011)'in Photoshop üzerine yazdığı makalede, efekt kültürünün en önemli üretim merkezinin bu yazılım olduğuna dikkat çekilir. Çünkü doğrudan görsel manipülasyon için kurgulanan Photoshop,

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

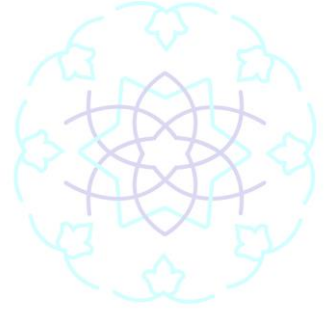
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



görüntünün aslında yapılan oynamaların yanında içeriğe eklemeler yapılmasına da bağlam hazırlar. Tasarım uygulamaları çoğunlukla mevcuttaki görsellerin doğrudan değiştirilmesi yoluyla değil, içeriği tanımlayan bir yazı şeridinin görsel eklenmesiyle ortaya çıkar. Photoshop teknikleri açısından oldukça basit görülen bu işlem, hızlılığın öncelikli olduğu ve tasarımda estetik kaygısının taşınmadığı paylaşım sistemine kısa sürede girdi yapmayı kolaylaştırır. Photoshop'un dışında, anlatıyı çeşitlendiren yeni ifade tarzları, tasarım, tipografi, hücre animasyonu, 3D bilgisayar teknolojileri, animasyonlar, resim çizme ve sinematografi gibi çok sayıda üretim tekniğini içerir (Manovich, 2006b).

Yazılım Programlarının Yükselişi ve Efektif Müdahale

Kitle iletişim altyapısının devrimsel nitelikleri hakkında konuşurken, yeni medyanın birçok noktada gerilimi düşük bir başkalaşımı kontrol ettiği ifade edilebilir. Yeni medyayla birlikte en fazla değişim gösteren kültürel form ise görsel estetik anlayışı içerisinde bulunur. Tarih boyunca toplumların arzularını ve güzellik algılarını yönlendiren estetik kültürü, görsel temsilin konu edindiği hakikatin sunum biçimlerini de belirlemiştir. Fotoğrafın bir sanat ve belgeleme formatı olarak toplumsal hayatta kazandığı hacim, resmin manipülatif ve müdahaleci dünyasını sorgulatmıştır. Ancak yeni medyayla birlikte yaşanan devrim, fotoğrafın 'canlı görüntüye' sadık kalmasının toplumsal gerekçelerinde bir yitimle sonuçlanmıştır. Manovich (2006c)'e göre ilginç olan durum, dijital kültürün birçok tarafının aksine görsel estetiğin ekseninde yaşanan kaymanın ve görsel kültürün dönüşümünün çok fazla eleştiri almamasıdır. Toplulukları tedirgin etmeyen ve endişe içermeyen bu kaymadan sonra, özel efektli görüntülerin yazılım programları tarafından üretilip servis edildiği bir kültürel düzenek hasıl olmuştur. Instagram ve benzeri fotoğraf odaklı sosyal medyalarda, efekt kültürünün belirgin izlerine rastlanabilir. George Meliés'in görsel kültüre kazandırdığı özel efektler (Manovich, 2001), artık fotoğraf pratiğinin de rutinleri arasındadır. Fotoğraf sanatının salt görüntü ihtiyacına bakılmadan görsel efektlere yönlendirilen ilgiler, gerçekliği daha sorgulanabilir hale getirirken, sorgulanmamasının sebebi "Kadife Devrim" ile açıklanabilir. Milenyum çağını saran bu dijital

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



devrimin sonrasında salt görüntü bir tercih ve istisna meselesiyken, efekt ve melez görüntüler ise normlaşmıştır (Manovich, 2007). Üstelik profesyonel medya içerik üreticileri ve masaüstü yayıncılardan amatör sosyal medya pratisyenlerine kadar herkesin görüntüyle kurduğu ilişkilerde bir özel efekt yönelimi vardır. Hatta gündelik sosyal medya paylaşımlarında efekt uygulanmayan görüntüye rastlamak pek zordur. Grafik tasarım odaklı üretimler ise, fotoğrafın mutlaka bir yazılım aracılığıyla dönüştürülmesini ve manipülatif müdahalelerle yeniden işlenmesini gerektirir. Fotoğraf tabanlı bir sosyal ağ olan Instagram'ın sürekli artan kullanıcı profiline ardındaki neden, görselleştirme kültüründeki yaygınlık, kitle iletişim altyapısının gelişmesi ve kullanıcıların görsel içerikleri manipüle edecek araçları ve görsel inşa olanaklarını ellerinde bulundurmasıdır (Manovich, 2016a). Katılım kültürü ve prosumer tipi kullanıcılar tarafından önemsenen yaratıcılık özellikleri, salt görüntünün insan müdahaleleri ile görsel bir şölene evrilerek, gerçekliğin monoton dizgesinden kurtarılmasını da görece sağlar. Çünkü fotoğrafik görme, gözün nesne ile ilişkisini denetleyen teknik ve mekanik bir yaratıcılıktır. İçeriğin, makineyle görülenden farklı bir görsel şölen sunması, kullanıcılardan beklenen temel meziyetler arasında sayılmaktadır (Sontag, 1993). Kullanıcıların yeni medya ile birlikte birer multi-medya içerik üreticisi olması, görsel şölenlerin sağlayacağı etkileşim olasılıklarını da hesaplara dâhil etmiştir. Daha fazla görsel estetik ve şölen için, daha farklı kompozisyon üretmek için yarışan kullanıcılar, görüntüye müdahalenin sınırlarını sürekli genişletmiştir.

Manovich (2016a)'e göre tarihsel akışın kesitlendiği evreler içerisinde yeni medyanın tarihine ayrı bir yer açmak gerekir. Çünkü yeni medya kültürü başlı başına görselin egemen olduğu bir ara form, yani geçiş kültürüdür. Çünkü okuma pratiklerinde yazılı sembollerin dağılımı küçülmüş, anlatıların görsel unsurların ilişkisinde kurulması geleneği yerleşmeye başlamıştır. Instagramizm adını verdiği yeni bir tür kültürel analitik üzerinde çalışan Manovich (2016a), bu kültürü oluşturan görsel paylaşım sisteminin, yazılım odaklı bir manipülasyon olduğu fikrini savunur. Normal fotoğraflardan, özel üretimli içeriklere (grafik v.s.) kadar geniş

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



bir spektrumda değerlendirilen görsel içerik bloğu, görüntü üzerinde oynamanın bir ayıp olmaktan çıkıp, doğal ve olağan bir üretim tekniği gibi algılanması ile sonuçlanmaktadır.

Görselleştirmenin dijital ağ sisteminde ne anlama geldiğini tartışan Manovich (2010), fotoğraf makineleriyle kaydedilen görüntü devrinin bittiğini ve bilgisayarlarda üretilen görsellerde ‘objektif görüntünün’ zaruri bir ihtiyaç olmadığını söyler. Dijital sistemdeki görselleştirme, fotoğrafı uyarlama işi değildir, aksine görselin yaratılması işidir. Bir görsel, dijital fotoğraf makineleriyle çekildiği andan itibaren bilgisayar işlemlerinden geçerek bambaşka bir form kazanır. Bu nedenle geleneksel fotoğraf kültürü, dijital fotoğraf kültüründen ayrı değerlendirilmelidir (Manovich, 2016b). Fotoğrafın önceki dönemlerde ‘gerçekliğe delil sunmak’ gibi oldukça enformatik ve belgesel işlevleri varken, günümüz dijital kültüründe bir fotoğrafın gerçeklikle kurulan bağının pek fazla önemi olduğu söylenemez. Fotoğraf gerçek obje ve kişileri içermek dışında, içeriğin yansıtılmasındaki birçok estetik ve tasarımsal unsur bakımından geleneksel özelliklerini kaybetmiştir.

Günümüzde görsel üretim süreçlerinin merkezinde yer alan bilgisayarlaşma, CGI (Computer Generated Imagery) teknolojilerinin kullanımını giderek arttırmaktadır. Birçok sosyal medya kullanıcısı, tıpkı sektör profesyonelleri ya da amatör fotoğrafçılar gibi vektör tabanlı görüntüler için Illustrator, piksel tabanlılar için Photoshop, 3D modelleme ve animasyon için Wavefront, görsel efekt ve 2D modelleme içinse After Effect programlarını (Manovich, 1998) kullanmaktadır. Grafik tasarım, salt anlamda bir info-grafik özelliği taşıdığı için, tasarım sürecine ihtiyaç duymaktadır. Mobil telefonların artan özel efekt kültürüne uyum sağlaması ile birlikte fotoğrafı otomatik efekt seçenekleri sunması olağan hale gelmiştir. Fotoğrafın çekildiği an itibarıyla otomatik olarak uygulanan görsel efektler, paylaşımda kolaylığı da beraberinde getirmiştir. Manovich’in yeni medyanın prensipleri arasında gösterdiği ‘otomasyon’ özelliği, bilgisayarlar tarafından hesaplanan ve insan müdahalesine gerek kalmadan işlem yapan bir sistemi anlatır. İmaj kültürü olarak tarif edilen görsel paylaşım kümelerinin ‘otomasyon estetik’ (Manovich, 2017) adı altında klişeleşen bir özel efekt ağı vardır ve bu kültürdeki tüm

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

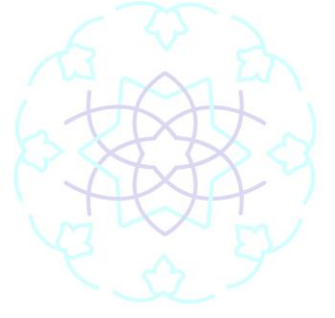
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



içeriklerin bilgisayarlar tarafından düzenlendiği bir ilişki pratiği görülür. Manovich (1997), yeni medyanın ilk tartışılmaya başladığı zamanlarda, bilgisayarlar tarafından bir otomasyon sistemi kapsamında işlenen fotoğrafları tartışır. Yazılımlar bireye teknik müdahale imkânı sağlar, ancak her işlemin bilgisayarlar tarafından tamamlanan ve hesaplanan bir yönü vardır. Grafik tasarımı yapılırken, bireyin tasarım hamleleri program yazılımı tarafından hesaplanır ve kodların sistemde tanımlı komutları otomatik olarak devreye girer. Fotoğrafa eklenecek olan dijital içerikler, yazılım tabanında kod olarak yazılmıştır. Komutla birlikte uygulanan şerit, .jpeg, .png ya da diğer formatlara çevrilirken render hesaplaması yazılım tarafından otomatik olarak yapılır. Mobil telefonlarda fotoğraf öncesi ve sonrasındaki efekt uygulamalarında da benzer bir mantık çalışmaktadır. Anlık komutlara göre fotoğrafa uygulanan efekt, kod tanımlı önceden yapılan bir algoritmayı ve görsel matrisi tamamlamak için hızlıca ekrana yansır.

Grafik Tasarım Eğitiminde Bilgisayarlaşma ve Teknoloji Entegrasyonu

İletişim çağının en önemli ekipmanlarından olan bilgisayar, günümüz grafik tasarım dünyasının vazgeçilmez araçlarından biridir. Formel eğitim sürecinde birçok branşta kullanılan bilgisayar, grafik tasarım eğitiminde de etkili bir şekilde kullanılmaktadır. Bu durumun geleneksel uygulama metotlarının (el çizimi, maket oluşturma vb.) kullanımını olumsuz yönde etkilemesi günümüz dünyasında kaçınılmazdır. Bilgisayar teknolojisinin getirdiği olumlu ve olumsuz kazanımlar arasındaki fark, teknoloji deterministler tarafından optimist ya da pesimist uçlar arasındaki kademelerdeki eşitli fazlarda tartışılrsa da bilgisayarlaşmanın tüm toplumla birlikte grafik tasarım eğitimindeki süreçleri de nüfuzunda tuttuğu gerçeği göz ardı edilmemelidir. Nitekim Grafik Tasarım adı verilen modern yöntem ya da meslek, bilgisayar tabanlı yazılımların yükselişiyle birlikte trend haline gelmiştir.

Eğitim, bireylerin yaşamları boyunca sürekli içinde buldukları ve onların toplumsal yaşam içindeki varlık durumlarını biçimlendiren sosyal ve akademik bir süreçtir. Bu bağlamda eğitim, örgütlü yaşam disiplini içinde bireylerin mevcut toplumsal yapıya uygun tutum ve

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



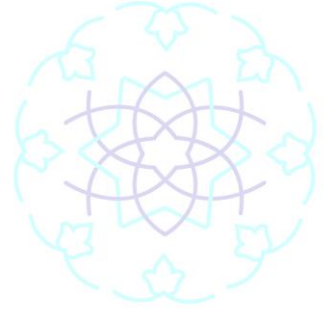
davranışlara sahip olması amacıyla kurumsallaşmıştır. Nitekim Tyler (2013) eğitimi; “Bireylerin davranış biçimlerini değiştirme süreci” olarak tanımlamıştır. Oliver (1977) de eğitim sürecindeki davranış odaklı planlamaların pratiğe dönüştürülmesi gerektiğini vurgular. Genellikle yüz yüze iletişimin hakim olduğu eğitsel iletişim süreçleri, formel eğitimin önem kazanmasıyla birlikte araçsal bir pratiğe ve bilgisayarlaşmaya da ortam hazırlar. Özellikle Türkiye’de Örgün Eğitim (bkz. [http://: meb.gov.tr](http://meb.gov.tr)) olarak adlandırılan mevcut eğitim sistemi, formel eğitimin en güncel örneğini teşkil etmektedir. “*Örgün eğitim, belli bir yaş grubundaki bireylere, Millî Eğitimin amaçlarına göre hazırlanmış eğitim programlarıyla okul çatısı altında düzenli olarak yapılan eğitimidir*” Taymaz, (1978). Bu eğitim sistemi, profesyonel anlamda örgütlenmiş kamusal ya da özel eğitim kurumları aracılığıyla sürdürülmektedir. Öğrencilerin fiziksel katılım sağladığı dersliklerde, öğrenci ve öğretici arasında eğitsel iletişim süreci uygulama araçlarının etkinliğinde gerçekleşmektedir. Modern çağ disiplinde ‘eğitişim’ olarak adlandırılan süreç, özellikle grafik tasarım eğitiminde öğrencinin uygulama araçlarını ve bilgisayar yazılımlarını kullanmasını zorunlu kılmaktadır. Genellikle kaynak konumundaki öğretici ve destekleyici eğitsel materyaller olarak bilgisayar yazılımları, hedef konumundaki öğrenci, iletişimin gerçekleştiği uzam olan derslik, kullanılan eğitim yöntemleri vs. etkili bir iletişim süreci gerektirmektedir. Bu süreçte gerek öğreticinin psikolojik ve fiziksel yapısı gerek iletişim ortamının yeterliği gerek kullanılan destekleyici görsel ve işitsel materyallerdeki donanımlar gerek zamanlama planı gerek dersliklerin fiziksel yapısı gerekse öğrencilerin mevcut sosyo ekonomik ve sosyo-kültürel durumları, eğitsel eğitimin kolektif niteliğini tayin etmektedir. Öğrenci ile öğretici arasındaki ilişkiye de aracılık eden bilgisayar sistemleri, kolektif bağlamdaki ileti aktarımını kontrol etmekte hatta kimi zaman öğrenim becerilerini yönlendirmektedir.

Eğitimin dijitalleşmesi, eğitsel süreçlerde teknoloji entegrasyonu gerektirir. Çünkü eğitimin geleneksel yöntem ve tekniklerinin anakronikleştiği teknoloji çağında, teknolojik enstrümanlar ve araçların süreç içi etkinliğinde bir uyum ve uyarlama oluşması beklenmektedir. Tüm süreçler teknoloji ile iç içe geçerken, eğitimin bu dönüşümden yalıtılması düşünülemez.

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



Nitekim NCES (National Center for Education Statistics) tarafından yaygın tanımı yapılan teknoloji entegrasyonu (2002), teknolojik kaynakların ve teknoloji tabanlı uygulamaların günlük yaşama, profesyonel meslek aksiyonlarına ve okul süreçlerine kaynaştırılması olarak tanımlanır ve böylece teknolojik yeniden yapılanmanın merkezde olduğu bir biçimlenme süreci işler.

Grafik Tasarımda Kullanılan Programlar

Bilgisayar, modern grafik tasarım anlayışında yer edindiği 21. yüzyılda içinde barındırdığı programlar ile eski yöntemlerin neredeyse tamamının yerini almıştır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte günümüz insanının teknolojinin getirdiği imkânlardan faydalanma isteği her gün artmakta ve bununla beraber zaman kısıtlılığı uygulama konusunda oldukça yüksek düzeyde faydalanmasını sağlamıştır. Bilgisayar ve yazılım teknolojileri, grafik tasarım alanında birçok farklı programlarla yer edinmiştir. Bunlardan çalışmamızın da konusu olan programlar Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Indesign, CorelDRAW vb. programlardır.

Adobe Photoshop

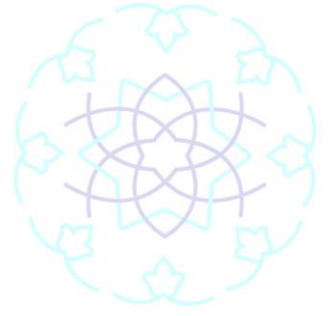
Grafik tasarımcı, web tasarımcı ve illüstrasyon sanatçıları gibi tasarım alanında çalışanlar tarafından etkin olarak kullanılan piksel tabanlı bir programdır. Piksel, dijital ortamda gösterilecek görüntünün en ufak birimine verilen isimdir. Adobe Photoshop 1990 yılında programın ilk sürümü olan 1.0 sürümü ile Mac bilgisayarlarında kullanılmıştır. Adı kısa bir süre ImagePro olan Photoshop daha sonra halen kullanılan ismini aldı. Photoshop 1992 yılına kadar Mac sürümü ile kendine yer buldu. Bu yıldan itibaren ise hem Mac hem de PC sürümü satışa sunuldu. Türkiye’de Windows tabanlı cihazların yaygınlaşmasıyla beraber PC sürümü de yaygın olarak kullanılmaya başlandı. (<https://mediatrend.mediamarkt.com.tr/photoshop-tarihi/>)

Grafik tasarımcılar tarafından yaygın olarak kullanılan Photoshop, var olan resimler üzerinde düzenlemeler yapılmasından, içeriğinde bulundurduğu kalem, fırça gibi araçlardan



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



faaydalanılarak günümüzde dijital sanat ismi ile trend olan illüstrasyonlara kadar bir çok alanda kullanılan Adobe Photoshop grafik tasarım eğitiminin de vazgeçilmez programıdır.

Adobe Illustrator

Grafik tasarım eğitimi sırasında kullanılan bir başka tasarım programı olan Adobe Illustrator, Photoshop'un programının aksine vektör tabanlıdır. Vektör doğrultusu, yönü, uzunluğu belirli olan ve bir ok işaretiyle gösterilen doğru çizgidir. Illustrator programı masaüstü yayıncılığında (dergi, kitap, gazete, reklam, afiş, poster vs.), kurumsal kimlik çalışmalarında (logo, kartvizit, zarf, antetli kağıt, firmaların kullandığı faturalar vs.), kullanılabilir.

Adobe Indesign

Grafik tasarımcılar tarafından çok sayfalı çalışmalar (kitap, dergi, katalog, vb.) tasarımlarında kullanılan indesign programı diğer Adobe programlarıyla uyum içinde çalışması ve kullanım kolaylığıyla tasarımcıların vazgeçilmez programlarındanır.

Coreldraw

Tasarım programları arasında yer edinen bir başka program ise Corel Corporation tarafından üretilen CorelDRAW'dır. 1989 yılında ilk sürümüyle kullanıcılarla tanışan vektörel tabanlı bir grafik tasarım programıdır. Adobe Illustrator ile benzerliği dikkat çekmektedir.

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, nicel araştırma paradigması çerçevesinde tarama (anket) modeline göre modellenmiştir. Bu model, bir durum, vaka ya da olgunun hlihazırdaki özelliklerini araştırırken, sürecin içindeki aktörlerin tutum, görüş ve kanaatlerini anlamayı amaçlayan bir ölüm sistematığı içermektedir (şimşek, 2012, s. 92). Araştırmada, uygulama araçlarının eğitsel süreçlerdeki etkinliğinin mevcut durumunu ölçmek için, Grafik Tasarım n lisans ğrencilerinin

Grafik Tasarım n Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin ğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt niversitesi rneği

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



uygulama araçlarına bakış açıları, yaklaşımları ve tutumları ölçüleceği için, tarama modeli benimsenmiştir.

Çalışma Grubu

Araştırma çalışma grubunu Bayburt Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Grafik Tasarım Ön Lisans Programı öğrencileri oluşturmaktadır. Programda okuyan toplam kayıtlı öğrenci sayısı 112'dir. Ancak çalışma grubu içinde yer alan 112 öğrencinin 16'sı devamsız öğrenci durumundadır. Devamsızlık kaydı bulunan 16 öğrenci katılımcılar arasından çıkarıldığında toplamda 96 öğrenci araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırma için gerekli katılımcı sayısını hesaplamak için istatistiki hesaplama yapan web yazılımından (www.surveysystem.com) faydalanılmıştır. Bu araştırmanın evreninden %95'lik güven sınırları çerçevesinde, %5'lik bir hata payı öngörülerek yeterli örneklem sayısı 87 olarak hesaplanmıştır.

Aşağıda bulunan Tablo 1'de araştırmanın yapıldığı Bayburt Üniversitesi Grafik Tasarım Bölümü öğrencilerinin demografik özelliklerine ilişkin bilgiler gösterilmiştir.

Tablo 1. Demografik Özellikler

Kategori	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	37	38.5
Erkek	59	61.5
Yaşınız		
18-20	53	55.2
21-23	38	39.6
24-26	3	3.1
27 Üzeri	2	2.1
Sınıfınız		



1.Sınıf	61	63.5
2.Sınıf	35	36.5
Toplam	96	100.0

Tablo 1 incelendiğinde, araştırmaya katılan öğrencilerin 59'u erkek 37'si kadındır, erkek öğrenciler %61.5'ini, kadın öğrenciler %38.5'ni teşkil etmektedir. Katılımcıların yaşları incelendiğinde, 53 öğrencinin 18-20 yaş aralığında, 38 öğrencinin 21-23 yaş aralığında, 3 öğrencinin 24-26 ve 2 öğrencinin 27 yaş üzeri olduğu görülmüştür. Yaş değişkenlerine göre, öğrencilerin %94.8'inin 18-23 yaş aralığında oldukları görülmektedir. Öğrencilerin %63.5'i oluşturan 61 katılımcının 1.sınıf, %36.5'i oluşturan 35 katılımcı ise 2.sınıf olduğu gözlemlenmiştir.

Çalışma grubunun grafik tasarım bölümüne yönelik genel tutumları ve kariyer planları aşağıdaki Tablo 2'da gösterilmiştir

Tablo 2. Örneklemeye Ait Bölüm Tercih ve Kariyer Planlarına İlişkin Genel Tutumlar

Kategori	Frekans	Yüzde (%)
Grafik tasarım bölümünü isteyerek mi tercih ettiniz		
Evet	79	82.3
Hayır	17	17.7
Grafik tasarım bölümünü bilinçli olarak mı tercih ettiniz		
Evet	69	71.9
Hayır	27	28.1
Ön lisans eğitimi tamamladıktan sonra hangi sahada ilerlemek istiyorsunuz		
Özel sektörde kariyer	37	38.5



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Kamu sektörü kariyer	8	8.3
Özel girişimcilik / Kendi işyerini açma	12	12.5
DGS lisans tamamlama	28	29.2
Başka bir meslek	11	11.5
Toplam	96	100.0

Çalışma grubuna dâhil olan öğrencilerin %82.3'ünün grafik tasarım bölümünü isteyerek tercih ettiği, %17.7'sinin ise farklı nedenlerden dolayı tercih ettiği gözlenmektedir. Grafik tasarım bölümünü bilinçli olarak mı tercih ettiniz sorusuna verilen cevapların %71.9'unun evet, %28.1'inin ise hayır olduğu gözlenmektedir. Öğrenciler, Ön lisans eğitimini tamamladıktan sonra hangi sahada ilerlemek istiyorsunuz sorusuna; özel sektörde kariyer seçeneğine %38.5 ile 37 öğrencinin, kamu sektöründe kariyer %8.3 ile 8 öğrencinin, özel girişimcilik/ kendi işyerini açma seçeneği için %12.5 ile 12'i öğrencinin, DGS lisans tamamlama seçeneği için %29.2 ile 28 öğrencinin ve başka bir meslek seçeneği için ise %11.5 ile 11 öğrencinin cevap verdiği görülmüştür.

Veri Toplama Teknikleri/Araçları

Araştırmada nicel araştırma yöntemi seçilip araştırma evreniyle ilgili veriler anket tekniğiyle toplanmıştır. Araştırmada yapılandırılmış verilerin toplanması için Çaydere (2015)'in "Tasarım Algısı" ve Kır (2018)'in "Teknolojik Kaygı, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Kullanıma Yönelik Tutum ve Kullanım Sonrası Değerlendirme" adlı ölçeklerinden seçilen sorular ile "Grafik Tasarım Uygulama Araçları İşlevselliği Tutum Ölçeği" uyarlanmıştır. Ölçeğe ait sorular Ek. 1'de verilmiştir. Ölçekte yapılandırılmış sorulara verilen cevapların ölçümlerinin sayısal olarak yapılabilmesi için Likert Ölçeği uygulanmıştır. Bu araştırmada nicel verilerde yaygın olarak kullanılan 5'li Likert Ölçeğinin (1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum) kullanılması tercih edilmiştir.

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



Araştırmada kullanılan Grafik Tasarım Uygulama Araçları Tutum Ölçeği geçerliliğinin değerlendirmek amacı ile yapılan faktör analizi sonucunda KMO değeri 0.753 olarak belirlenmiştir. Buna göre 0.05 önem düzeyinde, ölçekteki veriler dikkate alındığında ölçeğin geçerlilik düzeyinin yüksek olduğu ve elde edilen veri setinin faktör analizine uygun olduğu anlaşılmaktadır. Ölçekte 23, 24, 25, 26 ve 50. Sorular 0,5 faktör yükü altında bir dağılım göstermekte ve anti imaj korelasyon katsayısı 0,5' in altında bir değer olduğundan dolayı değerlendirme dışı bırakılarak keşfedici faktör analizi yapılmıştır. Geriye kalan 46 soru ise dört faktörde dağılım göstermiştir. Sonuç olarak ölçeğin araştırma kapsamında kullanılan geçerli bir ölçüm aracı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeğin faktörlerine ilişkin bilgiler aşağıdaki tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Faktör İsimleri

İsimler	Madde No.
Tasarım Düşüncesi Alt Boyutu (TD)	6,27,42,43,44,45,47,48,49
Geleneksel Uygulama Alt Boyutu (GU)	8,9,10,11,12,17,18,31,32,33,34,35,36,37,38,39,40,41,46
CGI Teknolojilere İlişkin Tutum Alt Boyutu (CGI)	1,2,3,4,5,13,14,15,16,30
Kullanım Sıklığı Alt Boyutu (KP)	7,19,21,22,28,29

Güvenirlilik Analizi

Yapılan her ölçüm içim güvenirlik olması gereklidir. Güvenirlik bir test ya da ankette bulunan maddelerin birbirleri ile olan tutarlılığını göstermektedir. Kullanılan ölçeğin sorunu ne derece yansıttığını göstermektedir. Güvenirlik, elde edilen ölçümler üzerindeki yorumlar ve daha sonra ortaya çıkabilecek analizler için bir temel teşkil etmektedir (Kalaycı, 2010).



Araştırmada yer alan ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliğini test etmek için, Cronbach's Alfa Katsayısına bakılmıştır. Bu katsayının 0,40'tan küçük olması ($0.00 \leq \alpha \leq 0.40$) ölçeğin güvenilir olmadığını, 0.40-0.60 ($0.40 \leq \alpha \leq 0.60$) arası düşük güvenilirlikte olduğunu, 0.60-0.80 ($0.60 \leq \alpha \leq 0.80$) arasında olması oldukça güvenilir olduğunu ve 0.80-1.00 ($0.80 \leq \alpha \leq 1.00$) arasında olması ise ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir (Göktaş, 2017).

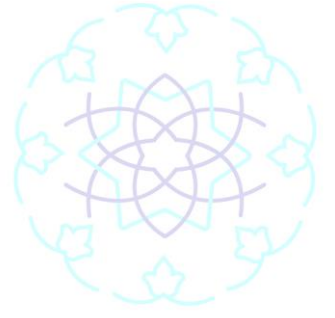
Tablo 4. *Güvenirlik Analizi Sonuçları*

Faktör/Ölçek	Cronbach's Alpha	Önerme sayısı
Genel Ölçek	.816	46
Tasarım Düşüncesi Alt Boyutu	.822	9
Geleneksel Uygulama Alt Boyutu	.790	19
CGI teknolojilere ilişkin tutum Alt Boyutu	.851	10
Kullanım Sıklığı Alt Boyutu	.832	6

Tablo 4'te gösterildiği gibi kullandığımız ölçek ve elde edilen alt boyutların güvenilirlik düzeyi incelendiğinde Cronbach's Alfa Katsayılarının 0.790-0,851 aralığında değişmekte olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, kullanılan ölçek ve elde edilen alt boyutların yüksek güvenilirlik düzeyine sahip olduklarını göstermektedir.

Normallik Testi

Hipotezlerin test edilmesine başlamadan önce verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesi gerekmektedir. Çünkü normal dağılan verilere uygulanan analizlerle, normal dağılmayan verilere uygulanacak analizler farklıdır. Elde edilen verilerin normal dağılım gösterme durumları skewness (Çarpıklık) ve kurtosis (Basıklık) değerlerine bakılarak test edilmiştir. Normallik testi analiz sonuçlarına göre verilerin normal dağılım özelliği gösterdiği gözlemlenmiştir. Literatürde bu değerlerin -1.96 ile +1.96 arasında olması durumundan verilerin normal dağıldığını gösterdiği belirtilmektedir. (Demir vd. 2016). Tablo



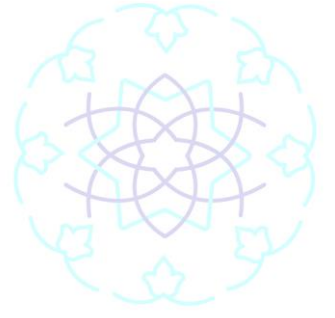
5'te gösterildiği üzere alt boyutların skewness ve kurtosis değerlerine bakıldığında, verilerin normal dağıldığı tespit edilmiştir.

Tablo 5. *Normallik Analizi Sonuçları*

Alt Boyutlar	Skewness	Kurtosis
Tasarım Düşüncesi Alt Boyutu	-1.008	1.513
Geleneksel Uygulama Alt Boyutu	-0.836	1.372
CGI Teknolojilere İlişkin Tutum Alt Boyutu	-0.942	0.673
Kullanım Sıklığı Alt Boyutu	-0.406	0.143

Verilerin Analizi

Araştırmada sonucunda elde edilen verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiklerden frekans, yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma kullanılmıştır. Ölçekte elde edilen veriler normal dağılım gösterdiği için, bağımlı değişkene ilişkin puanların bağımsız değişkenlere göre farklarının incelenmesinde parametrik testler kullanılmıştır. İkili kategorik bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerinde farklılığının incelenmesinde Independent Simple t Test (bağımsız örneklem t testi) kullanılmıştır. İki'den fazla kategorisi olan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken ile puan farklılıklarının incelenmesinde One Way Anova (tek yönlü varyans analizi) yapılmıştır. Tek yönlü varyans analizi sonucunda elde edilen istatistiksel anlamlılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını test etmek amacı ile post hoc test olarak Tukey testi kullanılmıştır. Gruplar arası homojenliğin test edilmesinde Levene testi kullanılmıştır. Yapılan analizlerde elde edilen test istatistiklerinin p değerinin 0,05' in altında olması anlamlı kabul edilmiştir.



Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler ve bu bulgulara dayandırılarak alt amaçların değerlendirilmesi yapılmıştır.

Birinci Alt Amaca İlişkin Bulgular

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puanlar ne düzeydedir? Alt amacına ait ortalama puanları Tablo 6’da gösterilmiştir.

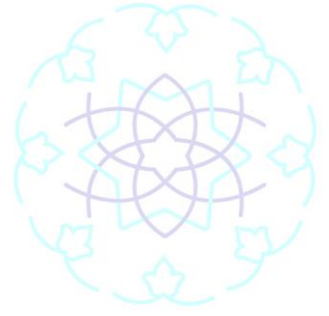
Tablo 6. *Grafik Tasarım Uygulama Araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeği*

	n	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std. Dağılım
Tasarım Düşüncesi	96	1.56	4.44	3.48	.52
Geleneksel Uygulama	96	1.68	5.00	3.99	.60
CGI teknolojilere ilişkin tutum	96	1.70	4.40	3.37	.40
Kullanım Sıklığı	96	1.57	4.43	3.09	.56
Geçerli Gözlem Sayısı	96				

Tablo 6 incelendiğinde öğrencilerin “Grafik Tasarım Uygulama Araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeği” puanlarının incelenmesi sonucu en yüksek ortalamanın “Geleneksel Uygulama” alt boyutunda ($\bar{x} = 3.99$) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların tüm alt boyut ortalamasının 3 değerinden büyük olması katılımcıların tutumlarının olumlu yönde olduğuna işaret eden bir göstergedir.

İkinci Alt Amaca İlişkin Bulgular

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puan cinsiyet değişkenine göre değerlendirilmesinde bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Tablo 7’de gösterilmiştir



Tablo 7. *Grafik Tasarım Uygulama Araçları ilişkin tutum ölçeğinin, cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterme durumu*

Boyut	Cinsiyet	n	\bar{x}	SS	Levene		t	p*
					F	p		
TD	Erkek	59	3.47	.50	.345	.558	-.302	.763
	Kız	37	3.50	.57				
GU	Erkek	59	3.93	.67	7.494	.007	-1.321	.190
	Kız	37	4.09	.46				
GCI	Erkek	59	3.38	.42	.623	.432	.259	.796
	Kız	37	3.35	.36				
KS	Erkek	59	3.08	.55	.453	.503	-.328	.744
	Kız	37	3.12	.58				

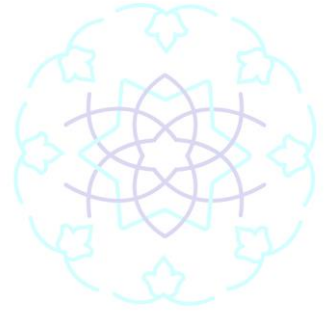
Her bir alt boyutta grupların homojenliğinin test edilmesi amacı ile yapılan Levene testine göre Tasarım Düşüncesi, CGI Teknolojilere İlişkin Tutum ve Kullanım Sıklığı alt boyutların varyanslar homojen dağılıyorken ($p>0,05$), Geleneksel uygulama alt boyutunda gruplar arasında varyansların homojen olmadığı test edilmiştir ($p<0,05$). Grafik tasarım öğrencilerinin cinsiyetleri ile grafik tasarım uygulama araçları tutum ölçeği alt boyutları puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p>0,05$).

Üçüncü Alt Amaca İlişkin Bulgular

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puan yaş değişkenine göre anlamlı bir fark göstermekte midir? Belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi uygulanmıştır. Test sonuçları aşağıdaki tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8. *Grafik Tasarım Uygulama Araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterme durumu*

Boyut	Yaş	n	\bar{x}	SS	Levene	F	p
-------	-----	---	-----------	----	--------	---	---



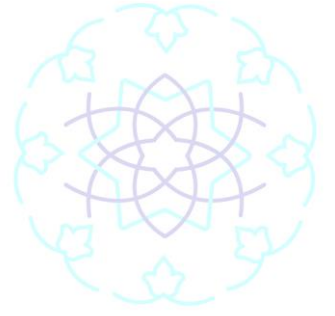
					p		
TD	18-20	53	3.48	.53	.034	2.369	.099
	21-23	38	3.41	.52			
	24 ve Üzeri	5	3.95	.23			
GU	18-20	53	4.03	.63	.751	.642	.528
	21-23	38	3.91	.57			
	24 ve Üzeri	5	4.15	.48			
GCI	18-20	53	3.35	.32	.245	1.358	.262
	21-23	38	3.35	.49			
	24 ve Üzeri	5	3.66	.28			
KP	18-20	53	3.14	.52	.250	2.640	.077
	21-23	38	2.98	.52			
	24 ve Üzeri	5	3.54	.56			

Gruplar arası varyansların homojenliğine bakıldığında; Tasarım Düşüncesi alt boyutun gruplar arası varyanslar homojen dağılmaz iken ($p < 0,05$), Geleneksel Uygulama, CGI teknolojilere ilişkin tutum, Kullanım Sıklığı alt boyutlarında ise gruplar arası varyansın homojen olduğu tespit edilmiştir.

Çalışma kapsamına alınan öğrencilerin yaş grupları ile grafik tasarım uygulama araçları tutum ölçeği alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p > 0,05$).

Dördüncü Alt Amaca İlişkin Bulgular

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puan, sınıf değişkenine göre anlamlı farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Test sonuçları aşağıdaki tablo 9'da gösterilmiştir.



Tablo 9. *Grafik Tasarım Uygulama Araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinin sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterme durumu*

Boyut	Sınıf	n	\bar{x}	SS	Levene		t	p
					F	p		
TD	1. sınıf	61	3.44	.56	4.652	.034	-.960	.339
	2. sınıf	35	3.55	.46				
GU	1. sınıf	61	4.00	.62	.102	.751	.196	.845
	2. sınıf	35	3.97	.58				
GCI	1. sınıf	61	3.24	.38	1.370	.245	-4.553	.000
	2. sınıf	35	3.59	.32				
KP	1. sınıf	61	3.06	.59	1.338	.250	-.892	.375
	2. sınıf	35	3.16	.50				

Yapılan Levene testi sonuçları incelendiğinde; sınıf değişkenine göre Tasarım Düşüncesi alt boyutun varyansların homojen olmadığı tespit edilmiştir ($p < 0.05$). Diğer üç alt boyut olan Geleneksel Uygulama, CGI teknolojilere ilişkin tutum ve Kullanım Sıklığı alt boyutlarında varyansların homojen olduğu görülmektedir ($p > 0.05$).

Öğrencilerin sınıfları ile Tasarım Düşüncesi, Geleneksel Uygulama ve Kullanım Sıklığı alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p > 0.05$). Ancak CGI teknolojilere ilişkin tutum alt boyut puan ortalamaları sınıf değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p < 0.05$). Bu anlamlılık incelendiğinde ikinci sınıfların birinci sınıflara göre CGI teknolojilere alt boyut puan ortalamalarının daha fazla olduğu ve dolayısı ile ikinci sınıfların grafik tasarımında CGI teknolojilere ilişkin yöntemleri kullanmada birinci sınıflara göre daha olumlu tutuma sahip oldukları tespit edilmiştir.



Beşinci Alt Amaca İlişkin Bulgular

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puan bölümü/programı isteyerek tercih etme değişkenine göre anlamlı farklılaşım farklılaşmadığını belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Test sonuçları aşağıdaki tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10. *Grafik Tasarım Uygulama Araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinin bölümü/programı isteyerek tercih etme değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterme durumu*

Boyut	Bölümü İsteyerek Seçme	n	\bar{x}	SS	Levene		t	p
					F	p		
TD	Evet	79	3.57	.48	.465	.497	3.841	.000
	Hayır	17	3.06	.52				
GU	Evet	79	4.07	.57	.110	.741	2.738	.007
	Hayır	17	3.64	.64				
GCI	Evet	79	3.41	.40	.104	.748	2.126	.043
	Hayır	17	3.20	.36				
KP	Evet	79	3.15	.55	.007	.932	1.991	.049
	Hayır	17	2.85	.56				

Gruplar arası varyansların homojenliğine bakıldığında; Kullanım Sıklığı alt boyutun gruplar arası varyanslar homojen dağılmaz iken ($p < 0,05$), Tasarım Düşüncesi, Geleneksel Uygulama ve CGI teknolojilere ilişkin tutum alt boyutlarında ise gruplar arası varyansın homojen olduğu tespit edilmiştir.

Mesleği isteyerek tercih eden öğrencilerin grafik tasarımı uygulama araçları puan ortalamalarının her dört alt boyutunda da, mesleği istemeden seçen öğrencilere göre anlamlı düzeyde yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$)



Altıncı Alt Amaca İlişkin Bulgular

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puan, bölümü bilinçli/önceden bilgi sahibi olarak tercih etme tercih etme değişkenine göre anlamlı farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Test sonuçları aşağıdaki tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Grafik Tasarım Uygulama Araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinin bölümü/programı bilinçli/ önceden bilgi sahibi olarak tercih etme değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterme durumu

Boyut	Bölümü Bilinçli Tercih Etme	n	\bar{x}	SS	Levene		t	p
					F	p		
TD	Evet	69	3.53	.487	1.948	.166	2.835	.006
	Hayır	21	3.17	.574				
GU	Evet	69	4.08	.581	.355	.553	2.515	.014
	Hayır	21	3.71	.652				
GCI	Evet	69	3.43	.394	.375	.542	2.348	.021
	Hayır	21	3.20	.412				
KP	Evet	69	3.16	.538	.562	.456	2.691	.009
	Hayır	21	2.79	.591				

Bölümü bilinçli tercih etmede gruplar arası varyans homojen dağıldığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Grafik tasarım bölümünü bilinçli tercih eden öğrencilerin Tasarım Düşüncesi, Geleneksel Uygulama, CGI Teknolojilere İlişkin Tutum ve Kullanım Sıklığı alt boyut puan ortalamaları, bilinçli tercih etmeyen öğrencilere göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$).



Yedinci Alt Amaca İlişkin Bulgular

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puan, mesleki kariyer planlaması değişkenine göre anlamlı farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Anova testi uygulanmıştır. Test sonuçları aşağıdaki tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12. *Grafik Tasarım Uygulama Araçları İşlevselliğine İlişkin Tutum Ölçeğinin Mesleki Kariyer Planlaması Değişkenine Göre Anlamlı Bir Farklılık Gösterme Durumu*

Boyut	Yaş	n	\bar{x}	SS	F	p	Tukey Test
TD	a) Özel Sektörde Kariyer	37	3.48	.43	3.025	.022	c>e (p<0.05)
	b) Kamu Sektörü Kariyer	8	3.38	.60			
	c) Kendi İşyerini Açma	12	3.73	.50			
	d) DGS Lisans	28	3.57	.54			
	e) Başka Bir Meslek	11	3.05	.57			
GU	a) Özel Sektörde Kariyer	37	3.92	.47	2.127	.084	
	b) Kamu Sektörü Kariyer	8	3.76	.76			
	c) Kendi İşyerini Açma	12	4.18	.67			
	d) DGS Lisans	28	4.18	.62			
	e) Başka Bir Meslek	11	3.69	.65			
GCI	a) Özel Sektörde Kariyer	37	3.43	.28	3.575	.009	c>e (p<0.05)
	b) Kamu Sektörü Kariyer	8	3.53	.39			
	c) Kendi İşyerini Açma	12	3.62	.48			
	d) DGS Lisans	28	3.45	.42			
	e) Başka Bir Meslek	11	3.05	.42			
KP	a) Özel Sektörde Kariyer	37	3.32	.40	3.702	.008	a>e (p<0.05)
	b) Kamu Sektörü Kariyer	8	2.80	.75			c>e (p<0.05)
	c) Kendi İşyerini Açma	12	3.48	.64			



d) DGS Lisans	28	3.13	.56
e) Başka Bir Meslek	11	2.71	.53

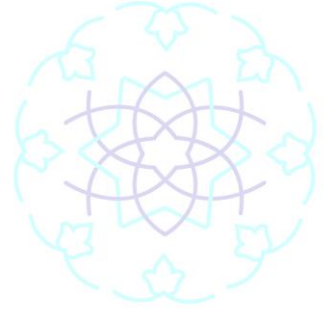
Öğrencilerin kariyer planları ile Tasarım Düşüncesi alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$). Meydana gelen farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacı ile yapılan post hoc (Tukey) teste anlamlılığın, mezun olduktan sonra kendi iş yerini açmayı düşünen öğrencilerin başka bir iş yapmayı düşünen öğrencilere göre puan Tasarım Düşüncesi alt boyut puan ortalamalarının anlamlı düzeyde yüksek olmasından kaynaklandığı tespit edilmiştir ($p<0,05$).

Diğer gruplar arasındaki Tasarım Düşüncesi puan ortalama farklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Öğrencilerin kariyer planları ile Geleneksel Uygulama alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Öğrencilerin kariyer planları ile CGI Teknolojilere ilişkin tutum alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Meydana gelen farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacı ile yapılan post hoc (Tukey) teste anlamlılığın, mezun olduktan sonra kendi iş yerini açmayı düşünen öğrencilerin başka bir iş yapmayı düşünen öğrencilere göre Tasarım Düşüncesi alt boyut puan ortalamalarının anlamlı düzeyde yüksek olmasından kaynaklandığı tespit edilmiştir ($p<0,05$). Diğer gruplar arasındaki CGI teknolojilere ilişkin tutum alt boyut puan ortalama farklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Öğrencilerin kariyer planları ile Kullanım Sıklığı alt Boyutu puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Meydana gelen farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacı ile yapılan post hoc (Tukey) teste anlamlılığın, mezun olduktan sonra kendi iş yerini açmayı düşünen öğrencilerin başka bir iş yapmayı düşünen öğrencilere göre Kullanım Sıklığı alt boyut puan ortalamalarının anlamlı düzeyde yüksek olmasından kaynaklandığı tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bununla birlikte, özel sektörde kariyer planı



yapan öğrencilerin başka bir iş yapmayı düşünen öğrencilere göre Kullanım Sıklığı alt boyut puan ortalamasının anlamlı düzeyde yüksek olduğu görülmektedir ($P < 0,05$). Diğer gruplar arasındaki Kullanım Sıklığı puan ortalaması farklarının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir ($p > 0,05$).

Sonuç

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliği tutum ölçeğinde öncelikle demografik veriler incelenmiştir. Buna göre katılımcıların %38.5 kadın; %61.5 ise erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Yaş durumuna baktığımızda katılımcıların %94.8 oranıyla 18-23 yaş aralığında olduğu, %5.2'nin ise 24 yaş üzeri olduğu tespit edilmiştir. Grafik tasarım bölümüne yönelik genel tutumları ve kariyer planlarına baktığımızda. Grafik tasarım bölümünü isteyerek mi tercih ettiniz önermesinde katılımcıların %82.3 oranla isteyerek tercih ettiği. Grafik tasarım bölümünü bilinçli mi tercih ettiniz sorusunda ise %71.9 oranıyla bilinçli tespit ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ön lisans eğitimini tamamladıktan sonra hangi sahada ilerlemek istiyorsunuz sorusuna %88.5 oranıyla grafik tasarım alanında ilerlemek istedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinde yer alan alt boyutların puan ortalamalarının düzeyi;

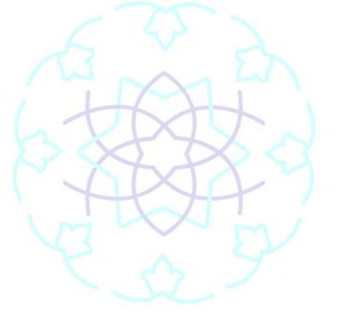
Grafik Tasarım Uygulama Araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinin incelenmesi sonucu; Tasarım Düşüncesi, 3.48; Geleneksel Uygulama, 3.99; CGI Teknolojilere İlişkin Tutum, 3.37; Kullanım/Performans, 3.09 olup ortalamalarının 3 değerinin üzerinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç öğrencilerin uygulama araçlarının işlevselliğine yaklaşımlarının tüm alt boyutlarda olumlu yönde olduğu söylenebilir. Coşkun ve Yavuz (2008), Altıok ve Yükseltürk (2015) yaptığı araştırmalar her ne kadar konumuzla birebir örtüşmese dahi benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puanın, cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterme durumu;



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Grafik tasarım öğrencilerinin cinsiyetleri ile grafik tasarım uygulama araçları tutum ölçeği alt boyutları puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak kız öğrenciler üç alt boyut puan ortalamaları erkeklere oranla yüksek olmasına rağmen istatistiksel olarak anlamlı değildir. Konuk (2018)'in yaptığı çalışmada ise cinsiyet açısından Grafik tasarım dersi alan erkek öğrencilerin teknolojiye yönelik tutum düzeyleri daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puanın, yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterme durumu;

Grafik tasarım öğrencilerinin yaş değişkenine “grafik tasarım uygulama araçları tutum ölçeği” alt boyutları puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puanın sınıf değişkenine göre anlamlı bir fark gösterme durumu;

Öğrencilerin sınıfları ile Tasarım Düşüncesi, Geleneksel Uygulama ve Kullanım Sıklığı alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0.05$). Ancak CGI teknolojilere ilişkin tutum alt boyut puan ortalamaları sınıf değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0.05$). Bu anlamlılık incelendiğinde ikinci sınıfların birinci sınıflara göre CGI Teknolojilere İlişkin tutum alt boyut puan ortalamalarının daha fazla olduğu ve dolayısı ile ikinci sınıfların grafik tasarımında CGI teknolojilere ilişkin yöntemleri kullanmada birinci sınıflara göre daha olumlu tutuma sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu durum ikinci sınıf öğrencilerin ders müfredatlarında bilgisayar tabanlı uygulama derslerinin birinci sınıflara oranla daha fazla olmasının etkili olduğu söylenebilir. Elban ve Özdemir (2017)'in çalışmasında da öğrencilerin üst sınıflarda programlara dair bilgileri arttıkça dersin içeriği ile ilgili olumlu görüş edindiği görülmüştür. Böylece Ön lisans programında okuyan öğrencilerin

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

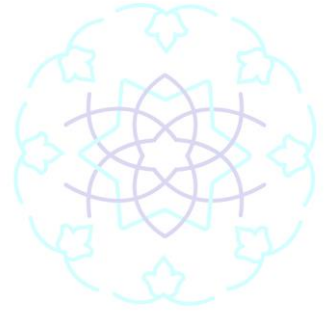
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



sınıf düzeylerinin uygulama araçları ve yöntemleri ile ilgili olumlu gelişmeler olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinin, bölümü/programı isteyerek tercih etme değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterme durumu?

Mesleği isteyerek tercih eden öğrencilerin grafik tasarımı uygulama araçları puan ortalamalarının her dört alt boyutunda da, mesleği istemeden seçen öğrencilere göre anlamlı düzeyde yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bu durum öğrencilerin bölümü isteyerek tercih edenlerin uygulama araçlarına yaklaşımlarının, beklentilerinin ve ilgi düzeylerinin yüksek olduğunu sonucuna ulaşılmıştır.

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinin bölümü/programı bilinçli/önceden bilgi sahibi olarak tercih etme değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterme durumu;

Grafik tasarım bölümünü bilinçli tercih eden öğrencilerin Tasarım Düşüncesi, Geleneksel Uygulama, CGI teknolojilere ilişkin tutum ve Kullanım Sıklığı alt boyut puan ortalamaları, bilinçli tercih etmeyen öğrencilere göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bu sonuç bölümü isteyerek tercih eden öğrencilerde olduğu gibi, bilinçli tercih eden öğrencilerin de uygulama araçlarına yaklaşımlarının ve performanslarının olumlu olduğu sonucuyla örtüşmektedir. Kocaarslan (2018)'in çalışmasında bilinçli farkındalık düzeyi yüksek olan öğrenciler daha çok çalışma eğiliminde olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Grafik tasarım uygulama araçları işlevselliğine ilişkin tutum ölçeğinden aldıkları puanın mesleki kariyer planlaması değişkenine göre anlamlı bir fark gösterme durumu;

Öğrencilerin kariyer planları ile Geleneksel Uygulama alt boyutunda puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmez iken ($p>0,05$), diğer alt boyutlar olan Tasarım düşüncesi, GCI Teknolojilerine İlişkin Tutum ve Kullanım Sıklığı alt boyut puan

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



ortalamaları ile anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$). Meydana gelen farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacı ile yapılan post hoc (Tukey) testte anlamlılığın, mezun olduktan sonra kendi iş yerini açmayı düşünen öğrencilerin Tasarım düşüncesi, GCI Teknolojilerine İlişkin Tutum ve Kullanım Sıklığı alt boyut puan ortalamalarının, mezun olduktan sonra başka bir sektörde çalışmayı düşünen öğrencilere göre daha yüksek olmasından kaynaklandığı ortaya çıkmıştır ($p<0,05$). Bununla birlikte Kullanım Sıklığı alt boyut puan ortalamasında farklı olarak hem kendi işyerlerini açmayı düşünen öğrencilerin hem de özel sektörde kariyer planı tasarlayan öğrencilerin puan ortalamaları grafik tasarım alanında çalışmayı düşünmeyen öğrencilere göre anlamlı düzeyde yüksek çıkmıştır ($p<0,05$). Bu durum, daha önceden mesleği isteyerek seçen öğrencilerin grafik tasarım alt boyut puan ortalamalarının daha yüksek çıktığı sonuç ile örtüşmekte ve birbirini desteklemektedir. Bu sonuca bakarak grafik tasarım öğrencilerinden bu işi yapmak isteyen ve ileride grafik tasarımı dışında bir kariyer planı yapmayan öğrencilerin grafik tasarım araçlarını kullanma eğilimleri ve tutumlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılabilir. Bu tutum ve eğilimlerin geleneksel yöntemlerden ziyade, modern ve bilgisayar tabanlı yöntemler üzerinde oluştuğu açıktır.

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

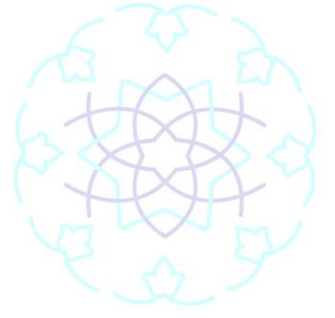
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Kaynakça

- Altıok, S. & Yükseltürk, E. (2015) Bilişim teknolojileri öğretmen adaylarının bilgisayar programlama öğretimine yönelik görüşleri. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4 (1), 50-65.
- Çaydere, O. (2015). *Grafik tasarım programlarına ilişkin öğretim elemanı ve öğrenci görüşleri* (Doktora Tezi) Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No: 388215)
- Demir, E., Saatçioğlu, Ö. & İmrol, F. (2016). Uluslararası dergilerde yayınlanan eğitim araştırmalarının normallik varsayımları açısından incelenmesi. *Curter Research in Education*, 2 (3), 130-148.
- Elban, M. & Özdemir, G. (2017) Bayburt üniversitesi öğrencilerinin osmanlı türkçesi algıları. *Journal of Turkish Studies*, 12 (25), 289-304
- Fidan, N. (1993). *Okulda öğrenme ve öğretme*. İstanbul: Pegem.Net Yayınları.
- Göktaş, B. (2017). *Bütünleşik pazarlama iletişiminin marka imajına etkisi ve bir uygulama* (Doktora Tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No: 462211)
- Güngör, N. (2011). *İletişim kuramlar ve yaklaşımlar*. İstanbul: Siyasal Kitabevi.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik uygulamaları*. Ankara: Asil Yayınevi.
- Kır, S. (2018). *Duyusal etkinleştirme teknoloji kabul modeli bağlamında online alışveriş yapma eğilimini etkileyen faktörlerin incelenmesi* (Doktora Tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No: 518336)

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Kocaarslan, B. (2016). *Profesyonel müzik eğitiminde bilinçli farkındalık, öğrenme stratejileri ve öğrenme stilleri* (Doktora Tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No: 435384)

Konuk, Y.K. (2018). *Grafik tasarım dersi alan öğrencilerin bilişim teknolojileri öz-yeterlik alguları ile teknolojiye yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No: 533200)

Manovich, L. (1997). *Automation of sight from photography to computer*. <http://manovich.net/index.php/projects/automation-of-sight-from-photography-to-computer-vision> , Erişim Tarihi: 14.04.2019.

Manovich, L. (1999). "Avant-Garde as software". (In) *Media Revolutions*. (Ed) S. Kovats. Frankfurt: Campus Verlag.

Manovich, L. (2001). *The Language of new media*. Massachusetts: MIT Press.

Manovich, L. (2006a). *After effect or velvet revolution* (Part-1). <http://manovich.net/index.php/projects/after-effects-part-1>, adresinden edinilmiştir. 10.04.2019.

Manovich, L. (2006b). *After effect or velvet revolution* (Part-2). Retrieved from <http://manovich.net/index.php/projects/after-effects-part-2>, adresinden edinilmiştir. 11.04.2019.

Manovich, L. (2006c). "İmport/export: design workflow and contemporary aesthetics" retrieved from http://manovich.net/content/04-projects/051-import-export/48_article_2006.pdf, adresinden edinilmiştir. 14.04.2019.

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



- Manovich, Lev.(2007). “Understanding hybrid media”. Retrieved from <http://manovich.net/index.php/projects/understanding-hybrid-media>, Erişim Tarihi: 14.04.2019.
- Manovich, L. (2010). *What is visualization*. Retrieved from <http://manovich.net/index.php/projects/what-is-visualization>, adresinden edinilmiştir. 15.04.2019.
- Manovich, L. (2011). *Inside photoshop*. Retrieved from <http://manovich.net/index.php/projects/inside-photoshop> , adresinden edinilmiştir. 14.04.2019.
- Manovich, L. (2012). *Media after software*. Retrieved from <http://manovich.net/index.php/projects/article-2012>, adresinden edinilmiştir. 15.04.2019.
- Manovich, L. (2016a). *Instagrammism and contemporary cultural identity*. retrieved from <http://manovich.net/index.php/projects/notes-on-instagrammism-and-mechanisms-of-contemporary-cultural-identity> adresinden edinilmiştir. 13.04.2019.
- Manovich, L. (2016b). *What makes photo cultures different?*. Retrieved from <http://manovich.net/index.php/projects/what-makes-photo-cultures-different>, adresinden edinilmiştir 12.04.2019.
- Manovich, L. (2017). *Automating aesthetics: artificial intelligence and image culture*. retrieved from <http://manovich.net/index.php/projects/automating-aesthetics-artificial-intelligence-and-image-culture>, adresinden edinilmiştir. 11.04.2019.
- NCES (2002). *Technology in schools: suggestions, tools and guidelines for assesing technology in elemetary and secondary education*. Washington D.C: U.S Department of Education.
- Oliver, A. L. (1977). *Curriculum improvement*. USA: Joanna Cotler Books.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Özden, Y. (2002). *Sınıf içinde öğrenme öğretme ortamının düzenlenmesi*. Ankara: Pegem Yayıncılık.

Sontag, S. (1993). *Fotoğraf üzerine*. (Trans.) Reha Akçakaya. İstanbul: Altıkkırkbeş Publications.

Şimşek, A. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. (1. Baskı) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Taymaz, H. (1978). *Yapı bilgisi*. İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

Tyler, R. W. (2013). *Basic principle of curriculum and instruction*. USA/Chicago: The University of Chicago Press.

Grafik Tasarım Ön Lisans Eğitim Sürecindeki Uygulama Araçları İşlevselliğinin Öğrenci Yönünden Değerlendirilmesi: Bayburt Üniversitesi Örneği

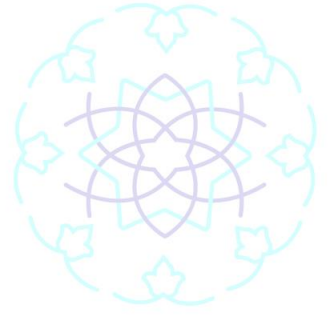
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023

Ss. / Pp. 106-126

Yayına Geliş Tarihi / Article Arrival Date
23.10.2022

Yayımlanma Tarihi / The Publication Date
31.01.2023

DİJİTAL ÇAĞDA SİNEMAGRAF

Tarık YAZAR¹

Elif UZUNTAŞ²

Özet

Geleneksel medya anlayışı teknolojinin her geçen gün gelişmesi ile güncellenmektedir. 1800'li yıllarda fotoğrafın icat edilmesi ve 1960'lı yıllarda video sanatının ortaya çıkışıyla farklı bir döneme giren tasarım süreci, hareketli görüntü tasarımının gelişimine katkı sağlamıştır. 1987'de basit hareketli görüntülerin elde edilmesi, sinemagrafların geleceğine ışık tutmuş ve 2011'de tasarıma dijital çağın gereksinimlerine uygun yeni bir anlatım dili kazandıran sinemagraf (cinemagraph) kavramı ortaya çıkmıştır. Sinemagraf, sinema-video ve fotoğraf tekniğinin arasında kalan popüler ve heyecan verici yeni bir görsel medya türüdür. Aynı zaman diliminde hem fotoğraf karesi hem de hareketli görüntü sunulmaktadır. Sinemagraf tekniği, hipergerçek görüntünün yeni bir biçimi olarak da görülebilir. İnsan gözü harekete duyarlıdır; sinemagraflar da döngüsel bir yaklaşımla sonsuz bir hareket halindedir ve hareketli bölgenin ritim duygusu, renk-leke etkileri, hareketsiz bölgenin önüne geçerek hareketi izleyenin zihninde oluşturacaktır. İzleyiciyi doğal olarak sürekli kendine çekerek daha fazla iletişim kurulabilecektir.

Küresel markalar, sinemagrafların marka hikâye anlatımı konusunda ideal bir araç olduğuna inanarak, bu tasarım dilini dijital kampanyalarında tercih etmektedir. Sinemagrafta yalnız odaklanılan kısım ön plana çıkarıldığı için reklamı yapılan bir ürünün tasarımında yaygın olarak kullanılabilir. Ayrıca, sinemagraf dosyaları video dosyalarından daha küçük boyutta olduğundan tercih edilmektedirler. Bu durum iletişim konusunda videolara kıyasla daha iyi bir ortam haline gelmesini ve avantajlı olmasını

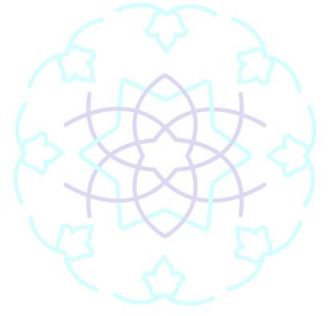
¹ Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, tarikyazar08@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5208-825X

² Ondokuz Mayıs Üniversitesi, uzuntaselif@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8956-0220



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



sağlamaktadır. Yapılan çalışmada yeni bir görsel medya türü olarak değerlendirilen sinemagraf tekniği irdelenmiştir. Araştırmanın amacı; yeni görme biçimi arayışları kapsamında dijitalleşen çağ ile birlikte sosyal medyada yaygınlaşan sinemagraf tekniğini video ve fotoğraf ilişkisi bağlamında değerlendirmektir.

Anahtar Kelimeler: Dijital çağ, Sinemagraf, GIF, Görme biçimi.

CINEMAGRAPH IN THE DIGITAL AGE

Abstract

The traditional media understanding is updated with the development of technology day by day. The design process, which entered a different period with the invention of photography in the 1800s and the emergence of video art in the 1960s, contributed to the development of motion picture design. The acquisition of simple motion pictures in 1987 shed light on the future of cinemagraphs, and in 2011 the concept of cinemagraph emerged, which introduced a new language of expression to design in line with the requirements of the digital age. Cinemagraph is a popular and exciting new type of visual media that falls between the cinema-video and photography technique. Both the photo frame and the moving image are presented in the same time period. Cinemagraph technique can also be seen as a new form of hyperreal image. The human eye is motion sensitive; cinemagraphs are also in an endless motion with a cyclical approach, and the sense of rhythm, color-stain effects of the moving region will form the movement in the mind of the viewer by getting ahead of the stationary region. By naturally attracting the viewer to himself, more communication will be possible.

Global brands, believing that cinemagraphs are an ideal tool for brand storytelling, prefer this design language in their digital campaigns. Since only the focused part is highlighted in Cinemagraph, it can be widely used in the design of an advertised product. In addition, cinemagraph files are preferred because they are smaller in size than video files. This situation makes it a better medium for communication and advantageous compared to videos. In the study, the cinemagraph technique, which is considered as a new type of visual media, has been examined. Purpose of the research; It is to evaluate the cinemagraph technique, which has become widespread in social media with the digitalized age within the scope of the search for a new way of seeing, in the context of the relationship between video and photography.

Key Words: Digital age, Cinemagraph, GIF, Way of seeing.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Giriş

İnsanlık tarihinde toplumsal, ekonomik ve bilimsel değişimin yönünü yeniden belirleyen teknolojik gelişmeler, içinde yaşadığımız dönemin dijital çağ olarak adlandırılmasına neden olmuştur. Özellikle internet teknolojisi ile insanların alışkanlıkları, yaşam tarzı, çalışma biçimi, bireysel/kurumsal iletişimi bir ekran üzerinden ilerleme göstererek yeniden şekillenmiştir. Teknolojiyle gün içerisinde sürekli iç içe olan insanların görme ve düşünme biçimleri de önemli oranda değişmiştir.

Sinema, televizyon ve video gibi görsel-işitsel ortama sahip araçlar yeni görme biçimi arayışlarını ortaya çıkarmıştır. Sinemagraf tekniği de bu arayışların bir sonucudur. Fotoğrafçılığın, izleyiciyle daha fazla iletişim kurma arzusu ile birleşmesi, sinemagraf sürecini doğurmuştur. Sinemagraf, sinema-video ve fotoğraf tekniğinin sentezi olarak ortaya çıkmış, dijital medyanın sunduğu yeniden birleştirme olanakları ile fotoğrafın durağanlığı ve filmin hareketi arasındaki sınırlar kalkmıştır. Aynı anda hem fotoğraf karesini hem de hareketli görüntüyü sunmakta ve sonsuz bir döngü şeklinde hareket etmektedir.

Bu araştırmada, yeni görme biçimi arayışları devam ederken dijitalleşen çağ ile birlikte daha çok sosyal medya üzerinde yaygınlaşan sinemagraf tekniği ele alınmıştır.

Dijital Çağ

1990'lardan bugüne kadar olan süreç 'dijital çağ', 'bilgi çağı' ya da 'bilişim çağı' gibi çeşitli isimlerle bilinmektedir. Dijital çağ, bilişim ve iletişim teknolojilerindeki gelişimin insanlık tarihinde toplumsal, ekonomik ve bilimsel değişimin yönünü yeniden belirlediği ve giderek ağ toplumunun ortaya çıktığı döneme denilmektedir. Geçmişte insanın kendine özgü bakışını ve görüşlerini başkalarına aktarabilmek için yazıdan başka seçeneği yokken günümüzde, teknolojinin giderek gelişmesi ve internetin insan yaşamı içinde yaygınlaşmaya devam etmesi ile bireyler her konuda fikirlerini tüm dünyaya aktarabilmekte, diğer bireyler/toplumlar ile iletişim kurabilmektedir.

Dijital Çağda Sinemagraf

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



İletişim teknolojileri; bireylerin, kurumların ve toplumların birbirleri ile iletişimlerinin bir bölümünü bilgisayar ağları üzerinden yürütebilmelerine, zaman-mekândan bağımsız bir şekilde yaşam sürmelerine olanak sağlamıştır. Ayrıca dijital çağın ürünleri (bilgisayar, akıllı telefon, internet ortamı vb.) insanın yaşam biçimini değiştirerek nesnel iletişimi, sayısal iletişim teknolojileri üzerinden ilerleyen bir iletişime dönüştürmüştür. İçinde bulunduğumuz elektronik çağ; sağlık, eğlence, eğitim gibi pek çok alanda yaşamlarımız için farklı bir deneyim oluşturmakta, tüm görsel-işitsel aktiviteleri yeniden şekillendirmektedir. Oyunlar, kitaplar, müziksel yapıtlar, görseller ve videolar dijitalleşerek elektronik ürünlere dönüşmeye devam etmektedir. Artık günlük yaşamlarını sürdürmek için teknolojiye büyük oranda ihtiyaç duyan insan, bir ekran aracılığıyla sanal ortamlarda işlerini halledebilir, sosyalleşebilir hale gelmiştir (Şahin, 2015:38).

Soyseçkin'e (2007) göre, "Bilgisayar teknolojisiyle, iletişim teknolojisi büyük bir ivme kazanmıştır. Bu teknolojinin en önemli armağanlarından olan internet ve onun bir getirisi bilgisayar dolayımı iletişim hayatımızın doğal ve neredeyse ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir." Aynı zamanda internetin dünya çapında yaygınlaşması, iletişim teknolojilerinde meydana gelen değişimler, ağ toplumunda üretilen ve erişilen enformasyon miktarını çoğaltmış ve herkes için ulaşılabilir kılmıştır (Erdem, 2010:48).

Tüm dünyada veri ve enformasyon erişimini kolaylaştıran teknoloji, bilişim ve iletişim ağının geniş coğrafi alanlara yayılmasını sağlamıştır. Özellikle internet teknolojisi ile bilginin yönetimi ele geçirilmiştir. Elde edilen bilgi, aynı anda tüm dünyaya ulaşabilmekte, dünyanın her yerine bilgi aktarımı yapılabilmektedir. Günümüz iletişim teknolojileri geçmiş teknolojilerden farklı olarak bilgiyi, elektronik ortamda çok daha hızlı işlenebilir, iletilebilir ve kontrol edilebilir hale getirmiştir. Zaman ve hız bakımından değişimlere sebep olan teknoloji, gün geçtikçe daha fazla alana yayılarak hayatımızı şekillendirmeye devam edecektir. Diğer yandan internet kullanımının ekonomikliği de bu teknolojiyi cezbedici kılmaktadır. Birçok insanın yaşamı 7/24 internet teknolojisi ile iç içedir. Bu sebeple internet bir bilgi toplama aracı olmasına rağmen aynı

Dijital Çağda Sinemagraf

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



zamanda bir eğlence aracı olarak da görülebilmektedir. Ancak, yeni medya kullanıcıları tarafından daha çok rasyonel ve bilişsel kullanımlar için tercih edilmektedir (Yılmaz, 2008 ve Sağlamtimur, 2010:389).

Günlük yaşantının ayrılmaz bir parçası haline gelen teknoloji, büyük bir hızla gelişmeye devam etmektedir. Teknolojiyle gelen değişim bilgi ile insan belleği arasındaki ilişkiyi de değişime uğratmış, toplumsal yaşamı etkilemiştir. Sürekli değişim içinde olan bilgi kavramı; biyolojik bellekten, yapay belleğe ve sonrasında elektronik belleğe taşınarak şekil değiştirmiştir (Sakınç, 2016).

Dijital çağa adapte olan kullanıcılar, değişime ve yeniliğe daha kolay ulaşabilmekte, bireyselleşme/ toplumsallaşma/ küreselleşme üzerine daha fazla düşünebilmekte ve kendi fikirlerini dünya ile paylaşma olanağını bulabilmektedir (Topçu ve Türk, 2016). Problem karşısında bilginin yayılma hızı ve bilgiye ulaşım kolaylığı ile sorunlara karşı daha duyarlı ve farkındalık sahibi bireyler oluşabilmektedir.

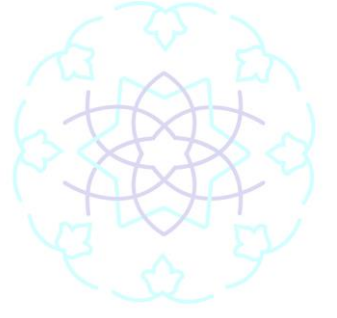
Hayatı yoğun bir şekilde etkileyen dijital dönem, yeni algılama biçimleri üretirken; var olan ya da türemekte ve evrilmekte olan algılama biçimlerinin ifadesinde yeni olanaklar getirmiştir. Köklü değişiklikler yaratan teknoloji her alanda hayatımızı şekillendirmeye devam etmektedir (Polat, 2018:346). Kızılkaya'ya (2018) göre, 19.yy'da demiryolunun, 20.yy'da bilgisayarın oynadığı belirleyici rolü, bugün internet üstlenmiştir. Dijital çağın kitle iletişim teknolojisi olan ağ teknolojisi, toplumun iletişim kurma, sosyalleşme ve kimliksel varoluş biçimlerini de etkilemiştir (Erdem, 2010:50). Ayrıca ciddi rakamların söz konusu olduğu reklam sektörü ile internet, şirketlerin ürünlerini pazarladığı bir ortam haline gelmeye başlamıştır. Elektronik ortamda kolaylıkla alışverişler yapılabilmekte, bankacılık işlemleri yerine getirilebilmektedir. Bu haliyle internetin 'ağ teknolojisi' kimliği yanında bir de 'medya' özelliğinden söz edilebilir.

20.yy'da ortaya çıkan sinema, televizyon ve video gibi görsel-ışitsel ortama sahip araçlar insanın görme-düşünme biçimlerini büyük oranda değiştirmiştir. İnsanlar bu aygıtlar aracılığıyla

Dijital Çağda Sinemagraf

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



kendi gördüğünden farklı olarak başkalarının görmüş olduğu imajları görmenin ötesinde ‘okumaya’ başlamıştır. Artık okumak için insanın elinde yalnızca yazı olmadığını dile getiren Aylan (2020), bu aygıtlar sayesinde görme-düşünme biçimlerinin değiştiğini ifade etmiştir. Dijital teknolojilerin gelişmesine bağlı olarak dijital manipülasyon teknikleri ile yeni görme biçimleri denenmektedir: Örneğin, son dönemlerde sosyal medyada yaygınlaşan “sinemagraf” imgeler de bu bağlamda ele alınmaktadır.

Sinemagraf

İnsanoğlu görme yetisi ile çevredeki nesnelere, olayları, durumları algılamaya ve anlamlandırmaya çalışmaktadır. Görme yetisi konuşmadan önce gelmiştir, insanlar çok eski zamanlarda özellikle yazının icadından önce konuşmayı tam olarak bilemedikleri dönemde görsel iletişim kurarak yaşamlarını sürdürmüşlerdir. Yeni doğan bir çocuk ilk önce çevresine bakıp anlamlandırmaya çalışmakta daha sonra sözcükleri öğrenmeye başlamaktadır. John Berger, bizi çevreleyen dünyada kendi yerimizi görerek bulacağımızı ifade etmiştir (Berger, 1986: 7).

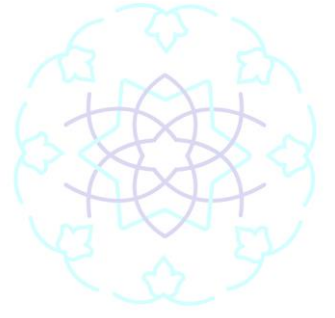
İnsanoğlunun mağara duvarlarından başlayan gördüğünü resmetme arzusu, yüzyıllar sonra fotoğrafın keşfini sağlamıştır. Ressamlar camera obscura (karanlık kutu) ile görüntü elde etmeye çalışmıştır. Camera obscura, dışardan gelen ışığın, küçük bir delikten karanlık bir odaya girmesiyle deliğe paralel bir duvarda ters bir görüntü oluşturmayı sağlamıştır. Fotoğrafın ortaya çıkışıyla birlikte görüntüyü kaydetme çabaları devam etmiştir. Eadweard Muybridge, hayvan ve insan hareketlerini incelemiş, fotoğraf tekniğinden yararlanarak hareketli görüntüler elde etmeye çalışmıştır. Poz sürelerinin kısılması ile birlikte durağan görüntüde hareket tespit edilmiş; durağan görüntülerin hareket ettirilmesi ile sinema tekniği bulunmuştur (Erol, 2016 ve Ekinci, 2017:834).

Berger’e (1998) göre, “Fotoğraflar kendi başına bir öykü anlatmamaktadır, sadece anlık görüntüyü saklamaktadır. Fotoğraflar, fotoğrafı çekilen olayın içinde var olduğu zaman akışını yakalamaktadır. Ancak geçmişe ait olsalar da bugüne ulaşamamaktadır.” İlk görüşte sinemagraflar da bir ana ait fotoğraf karesine benzetilebilir; ancak hemen sonrasında göz,



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



hareketi algılamaktadır. Hareketin izleyende bıraktığı şaşırtıcı etki geçtikten sonra gözle hareket arayışı başlamaktadır. Hareket bir döngü halindedir ve sürekli tekrar eder. Bu sayede hareketli bölge, sinematografik anlamı izleyenin zihninde oluşturur.

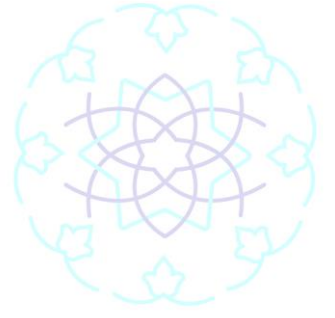
“Sinema” ve “grafik” sözcüklerinden oluşan sinemagraf, elde edilen tek fotoğraf karesinde seçilen bölgenin maskelenmesine dayalı bir görüntüleme yöntemidir. Sinema-video ve fotoğraf tekniğinin kaynaşmasıyla ortaya koyulan bu yöntemde, aynı zaman diliminde hem fotoğraf karesi hem de hareketli görüntü sunulur. Hareketsiz öğeler itibari ile fotoğraf ve hareketli bölgeler ile sinema-video alanındadır. Çerçevadaki belli bir kısmın hareketi ile fotoğrafın durağanlığından ayrılan sinemagraflar; aynı zamanda kısa zaman diliminde gerçekleşmesi ve mesajı hızlıca iletebilmesi açısından sinema-videolardan daha etkili görülebilmektedir. Sinemagraf, fotoğraf ve video arasındaki teknik dönüşümü dijital teknoloji ile bir tasarım unsuruna dönüştürmektedir (Ekinci, 2017:835). Sinemagraf'ta yeni görme biçimi arayışları kapsamında dikkat çekerek, ilgi uyandırarak mesajı anlık olarak iletebilme çabası yatmaktadır. Anlama ve anlamlandırma boyutunda değerlendirildiğinde dikkatin toplandığı hareketli alan tıpkı sembolik bir anlatıma benzetilebilir. Yalınlaştırılmış görsellerin algılanma düzeyi yüksek olduğundan mesaj iletiminde yaygın olarak kullanılabilir. Yazar ve Geçen'in de belirttiği gibi; “Gereksiz ayrıntılar ortadan kaldırılarak ana fikir ortaya konulur” (2018:563). Sinemagraf'ta gereksiz ayrıntılar atılmadan durağan halde tutulurken gerekli olduğu düşünülen alanlar video ve fotoğraf tekniğinin kaynaşmasıyla hareketli hale getirilerek ilgi uyandırır ve daha fazla iletişim kurulmasını sağlar.

Fotoğraflardan basit animasyonlu görüntüler elde edilerek oluşturulan GIF (Grafik Değişim Biçimi) 1987'de piyasaya sürülmüştür. İnternetin yeni kullanılmaya başlandığı bu zamanlarda, GIF görüntüler çok fazla bant genişliğine gerek duymadığı için tercih edilmiştir. Tanıtımından bu yana, animasyonlu GIF birçok farklı şekilde kullanılmıştır. Olia Lialina, web'deki animasyonlu görüntüyü deneyen ve aynı zamanda bunları analiz eden ilk GIF sanatçılarından birisidir. 1990'ların başından beri çalışma yapan öncülerden biridir. GIF genellikle çevrimiçi olarak düşünceleri, duyguları ve şakaları ifade etmek için kullanılmaktadır.

Dijital Çağda Sinemagraf

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



İnsanların paylaşmak istediği şeyler; dijital ortamda GIF olarak küçük boyutta hazırlanır ve her türlü cihazda görüntülenebilen, paylaşılması kolay bir dosya haline getirilir. Görsel grafik sanatçısı Kevin Burg, 2009’da GIF formatını denemeye başlamıştır. Kevin ve Jamie (Şekil: 1) 2011 Şubat ayında New York Moda Haftası’nda çekilen görüntülerden ürettikleri ‘Les Tendrils ’ isimli GIF’i tarihteki ilk sinemagraf örneği olarak, Kevin Burg’un ‘frommetoyou ’adlı kişisel blog sitesi ‘tumblr ’hesabına yüklemiştir. Moda haftası için yaptıkları çalışmalarda durağan ve hareketli görüntüleri benzersiz biçimde birleştiren Kevin ve Jamie internette viral olup birçok sanatçıya ilham kaynağı olmuş ve bu sanatçılar aynı teknik ve stratejiyi kendi çalışmalarında uygulamaya başlamışlardır. Bu sayede Şubat 2011’de New York Moda Haftası sinemagrafın doğum günü olarak düşünülmektedir.



Şekil 1: Kevin Burg ve Jamie Beck.

(<https://filmindustry.network/nyc-photographer-jamie-beck-cinemagraph/12173>) (Erişim: 22.10.2022)

2011 Nisan ayının başlarında internet ortamındaki aramalar artmaya başlamış ve daha sonra zirveye ulaşmıştır (Niewland, 2012). Sinemagraf tekniği, özellikle IOS platformunun “Cinemagram” uygulamasını piyasaya sürmesi ile Mart 2012’den itibaren daha da popüler olmuştur. Bu uygulama ile sinemagraflar kolayca oluşturabilir, düzenlenebilir ve paylaşılabilir hale gelmiştir (Schiet, 2012).



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Jamie ve Kevin'in New York Moda Haftası'nda üretmiş olduğu sinemagraf örnekleri incelendiğinde; modellerin üzerlerindeki aksesuar ve takı bulunan bölgelerin, elbise, saç ve gözün hareketlendirildiği gözlenmektedir. İlk sinemagraf örneği olarak kabul edilen Les Tendrils (Şekil: 2) örneğinde de sadece el ve ona bağlı olarak eldeki püsküllerin hareketinin maskelenmediği görülmektedir. Hareketli olacağı düşünülen bölgeleri hareketsiz bırakmak fotoğrafik kompozisyonu, hareketli kalan bölgeler ise sinematografik etkiyi artırmaktadır. Hangi hareketlerin gösterileceği ve maskeleneceği çekim aşamasında belirlenmeli ve çerçevede belirgin olan hareket üzerine yoğunlaşılmalıdır (Erol, 2016:2).



Şekil 2: Les Tendrils, 2011.

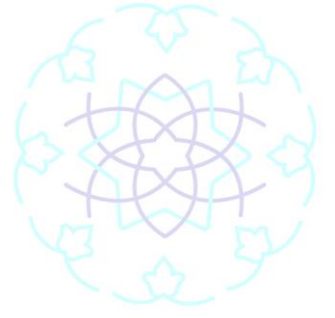
(<https://filmindustry.network/nyc-photographer-jamie-beck-cinemagraph/12173>) (Erişim: 22.10.2022)

Orijinal içerik fotoğrafçılığının, izleyiciyle daha fazla iletişim kurma arzusu ile birleşmesi, sinemagraf sürecini doğurmuştur. Jamie Beck sinemagrafın “hala yaşayan bir fotoğraf” olduğunu belirtir. Jamie'ye göre sinemagraf, hayatın hassas bir bölümünü yakalar ve zamanın kaçak anlarını, bir şehrin ritmini veya bir insanın nefesini yakalamaktadır. “Bir hayat düşünün, donmuş, ama bir tarafı sonsuza kadar yaşamaktadır. Bir resim size bin kelime söyleyebilir, ama bir sinemagraf sizi oraya götürebilmektedir” (Alexander, 2011). Şekil 3'te görüldüğü gibi, otel penceresinden Chelsea şehrinin ritmi yansıtılmaktadır ve anlık şehir görüntüsünün içerisinde sadece ön yüzeydeki soldan sağa giden araçların hareketi yansıtılmıştır.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Şekil 3: Chelsea otel penceresinden dışarı, Jamie Beck & Kevin Burg, 2011.

(<https://filminindustry.network/nyc-photographer-jamie-beck-cinmagraph/12173>) (Erişim: 22.10.2022)

Fotoğraftan farklı olarak bir ekran ihtiyacı bulunan sinemagrafin mecrası, sayısal iletişim teknolojileridir. Sanal mecrada “GIF (Grafik Değişirme Biçimi)” formatı olarak karşımıza çıkar. Çekimlerin ya da fotoğrafların bilgisayarda düzenlenmesi ile elde edilir, ancak bu düzenlemeden önce, çekim aşamasında bir planlama yapılmalıdır. Ona göre çerçeve içindeki hareketin durağan kaldığı ve devam ettiği bölümler maskelenebilir (Ekinci, 2017:839). Sayısal görüntü işleme programları (Adobe After Effects, Adobe Premiere, Adobe Photoshop vb.) ile elde edilen video veya fotoğraflar düzenlenerek gif dosya biçimi olarak hazırlanabilmektedir. Fotoğraflarla video arasında kalan popüler ve yeni bir görsel medya türüdür. Kısmen hareketli bu fotoğraflarda, görüntünün bir bölümü sürekli hareket ederken geri kalan bölüm sabit kalmaktadır (Kocamış, 2020).

Sinemagraf aynı zamanda, postmodern çağın yeni bir görme biçimi olarak, bireyin zaman ve mekân algısında da bir değişim yaratmakta, belirli bir “birim zaman”da (çoğunlukla birkaç saniyelik zaman diliminde), belirli bir “birim hareket”in (gözyaşının belirli bir akış anı, bir nesnenin rüzgârda anlık dalgalanışı vb.) döngüsel tekrarı ile zaman-mekân bütünlüğünde yepyeni bir algısal illüzyon olarak ortaya çıkmaktadır. Hareketli bölgenin süresi, gerçek hareket süresi ile farklı olabilir, değiştirilebilir. Zamanın izleyici üzerindeki etkisi kontrol edilebilir (Erol, 2016:7).

İnsanlar genellikle sinemagrafları tarif ederken Harry Potter filmleri (2001-2011) zihinlerde canlanır; sinemagraflar da tıpkı Harry Potter duvarlarında asılı gördüğümüz hareketli gazete görüntüleri gibidir. İzleyici durağan bir fotoğrafa baktığı hissine kapılmışken beklenmedik



bir hareketle izleyiciyi şaşırtır ve dikkatini çeker Şekil 4'te görüldüğü gibi sol kısımdaki posterde figür hareket etmektedir, (Kocamış, 2020).

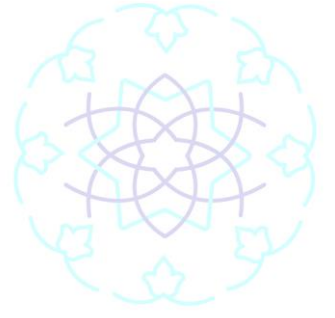


Şekil 4: Harry Potter 3 Azkaban Tutsağı Filmi- Hareketli Gazete Sahnesi.

(<https://www.worldofreel.com/blog/guillermo-del-toro-convicted-alfonso-cuaron-to-direct-harry-potter-and-the-prisoner-of-azkaban>) (Erişim: 21.10.2022)

Sinemagraflarda hareket kavramı, izleyicisini sürekli kendine çeker ve bize sonsuz bir şekilde deneyimleyebileceğimiz kısa bir ana tamamen dalmış olduğumuz yanılsamasını verebilir. Rex Sorgatz'ın ifade ettiği gibi çoğu anlatımda bir başlangıç, orta ve bitiş vardır, ancak sinemagraf tekniği döngüsel bir yaklaşımla farklılığını ortaya koyar ve izleyende yeni bir görme deneyimi oluşturur. Bu deneyim, aynı zamanda “estetik” bir görme biçimi olarak da görülebilir. “Ürettiği izleme biçimi, ritmi, zamanın bozulması ve değiştirilmesi, hareket ve durağanlık ile üçüncü boyutun temsili gibi etkenlerden dolayı sinemagraf kendi estetik dilini teknik dâhilinde oluşturur” (Erol, 2016:6).

Yeni bir izleme biçimi sunan sinemagraf, bu izleme biçimi ile fotoğrafik ve sinematografik anlam düzeyleri oluşturur. Hareketsiz bölgelerin kompozisyon unsurları, hareketli bölgenin ritim duygusu, renk-leke etkileri, ürettiği izleme biçimi ve sinematografik etkisi fiziki gerçekliğe gönderme yapar (Şekil:5-6). Yemek sinemagrafında yükselen dumanlar açlık hissi uyandırmakta, ağaç sinemagrafında kımıldayan yapraklar doğanın dinginliğine gönderme yapabilmektedir. Şekil 5'teki sinemagrafta ise sadece bardağa dökülen kolanın hareketli bırakılması, içeceğin serinletici etkisini zihinlerde canlandırmaktadır. Mimari çekimlerde; insan, ışık, perde gibi hareketler mekanın canlılığını gösterirken futbol, voleybol gibi



spor sinemagraflarında hız ve harekete dayalı yapı temsil edilmektedir. Sinemagraf, fotoğrafik kompozisyon içerisinde hareketin gösterimi yoluyla gerçekçiliği yoğunlaştırmaktadır (Erol, 2016:6).



Şekil 5: Jamie Beck & Kevin Burg, 2013.

(<https://www.grafikerler.org/portal/sinemagraf-teknigi-ile-canli-fotograflar.html>) (Erişim:7.10.2022)

Sinemadan televizyona, bilgisayar oyunlarından cep telefonları uygulamalarına kadar birçok yerde kullanılan sinemagraflar, daha çok sosyal medyada yaygınlaşmıştır. İnternet, sosyal ağ ve fotoğraf paylaşım yazılımları ile sosyal medyada paylaşım kolaylığının artması sinemagrafi günlük görsel alanımızın sürekli bir parçası haline getirmiştir. İçerik ve teknik açıdan değişime uğrayan sinemagraf, sayısal ekranlarda iletişim, eğlence vb. farklı amaçlarda kullanılmaktadır. Günümüzde videodaki hareketi otomatik maskeleyen sinemagraf yazılımları (Cinemagraph ve Lumyer gibi) mevcuttur. Kullanıcılar kendi sinemagraflarını üretip paylaşarak sanal mecrada trend oluşturabilmektedir. Bu açıdan kitlenin talep ettiği bir anlatım dilidir (Erol, 2016:7).

Bir sinemagrafta tüketicinin dikkati hareket tarafından dağıtılmaz; yerine hareket, ilgi ve tutma düzeylerini oluşturur. Böylece reklam ve sosyal medya pazarlamasında uzun süre tüketilme potansiyeline sahip olur. Web’te ne kadar uzun süre kaldığı göz önüne alınacak olursa sinemagrafin zamansız bir çekiciliği olduğu görülmektedir. Sinemagraf videodaki uyarılmayı ve hareketsiz bir fotoğrafın hatırasını aynı anda sunabilir. Yalnızca tasarımcıların odaklanmayı amaçladığı kısım ön plana çıkarılır (örneğin, reklamı yapılan bir ürünün özelliği) ve tüketiciler tarafından hatırlanması sağlanır. Ayrıca bir sinemagraf dosyası bir video dosyasından daha küçük



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



boyuttur; bu durum iletişim konusunda videolara kıyasla daha iyi bir ortam haline gelmesini, daha avantajlı olmasını sağlıyor. Sinemagrafta hareketsizlik ve hareket akıllıca uygulanmazsa çekiciliği bozabilir; sonuç olarak tüketicinin zihninde uzun süreli bir izlenim bırakmayabilir. Ayrıca sinemagraf içindeki hareket hızı da çeşitli şekillerde tüketiciyi etkilemektedir. Göz hemen harekete odaklanırken hareket eden kısım, inandırıcı görünmeli ve ikna etmeye yardımcı olmalıdır.

Sinemagrafın sinema-video ve fotoğrafın gücünü birleştiren heyecan verici yeni bir ortam olduğu düşünülebilir. En iyi küresel markalar, sinemagrafların marka hikâye anlatımı konusunda ideal bir araç olduğuna inanarak bu tasarım dilini, dijital kampanyalarında daha fazla kullanmaktadırlar. Sinemagrafın anlatım dili A&E, IKEA, Disney, Prada, Coca Cola ve Chanel gibi önemli şirketler tarafından reklam ve tanıtım amaçlı sosyal medya mecralarında kullanılmıştır (Kocamış, 2020).



Şekil 6: Coca Cola sinemagraf çalışması, 2012.

(<https://techcrunch.com/2012/08/31/animated-gifs-as-ads-tumblr-experiments-with-advertising-format/>)

(Erişim:24.10.2022)

İzleyenin veya tüketicinin amaçlananı anlaması çok önemlidir. Örneğin, Coca Cola'nın sinemagraf uygulamasında (Şekil: 6), çerçevenin ortasına kutu Coca Cola yerleştirilir ve arka planda zıt renk olan mavi havuz suyu hareket eder; renklerin ve uygun alanın doğru seçilmesi kavurucu yazlarda tüketiciyi harekete geçirebilmektedir (Khan, 2016:27).

Dijital Çağda Sinemagraf

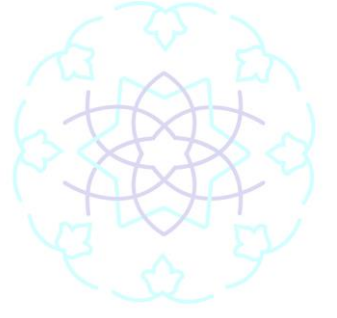
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Şekil 7: Nike tanıtım sinemagrafi.

(<https://www.max-media-group.com/max-media-group-branded-cinemagraph-display-advertising.html>)

(Erişim:23.10.2022)

İnternetin yaygınlaşması, iletişim teknolojilerinin çeşitliliği ile farklı görsel tasarımlara ihtiyaç duyan hedef kitle açısından sinemagraflar etkin bir rol oynamaktadır. Hedef kitlenin ihtiyacına yönelik yapılan tanıtım çalışmalarından bir diğeri de küresel markalardan olan Nike firmasıdır (Şekil: 7). Sinemagrafta hareketli bölgenin ritim duygusu ile hız-harekete dayalı yapıya gönderme yapılmaktadır. Hareketsiz bölgedeki pembe ayakkabının duruşu ile ayakkabının esnekliğine ve rahatlığına dikkat çekilirken; gri ayakkabıdaki hareket ile bu desteklenmektedir.

Dijital Çağda Sinemagraf'ın Geleceği

Günümüzde bilginin sunumunda bazı değişimler yaşanmaktadır. Örneğin, dijital iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla kültürel alışkanlıkların yeniden biçimlendiği “dijital kültür” kavramı ortaya çıkmıştır. “Geleneksel yöntemlerle üretilen eserlerin biricik ve özgünlükleri mekanik yeniden üretim yöntemleriyle son bulmuştur. Dijital teknolojilerin gelişmesiyle, çağdaş sanat tarihinin geleneksel anlamda, dijital sanat bağlamında uyarlanması zorunlu hale gelmiş, mühendisler, programcılar ve sanatçılar ortak çalışarak sanat ürünlerini yaratmaya başlamışlardır” (Sağlamtimur, 2010: 216:214). Dijital teknolojinin hayatımıza yayılması daha geniş bir fenomenin parçası olmuştur. Son 30 yılda küreselleşme, serbest marketin piyasada üstünlük kurması iletişim ve bilgi teknolojilerinin aynı anda her yerde bulunabilmeyi sağlaması ve tekno-bilimin gelişmesi açıkça görülmüştür. Dijital teknoloji bu gelişmelerin oluşumunda önemli bir role sahiptir ve bunları şekillendirmiştir.

Dijital Çağda Sinemagraf

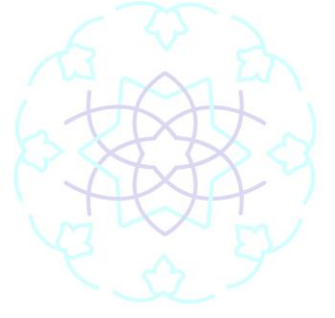
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Dijital teknolojinin sunduğu yakınsama ve birleşme olasılığı medya ve iletişimdeki tüm teknik gelişmelere hükmetmesine neden olmuştur. Ayrıca bilgisayarlar tekno-bilimsel projelerin gereksinimi olan veriyi saklama, düzenleme ve kontrol etmeleri konusunda gereklidir. Bilim medya ve kapitalin eş zamanlı olarak dijital teknolojinin himayesinde birleşmeleri bu anlamda bir ileri sarılma illüzyonu oluşturur ve her konuda kısa bir süre içinde dramatik değişiklikler olduğunu görmemize neden olmaktadır (Gere, 2018:16). Bilgisayar, akıllı telefon ve internet ortamı gibi dijital çağın ürünleri, insanların yaşam biçimlerini değiştirerek nesnel iletişimi, sayısal iletişim teknolojileri üzerinden ilerleyen bir iletişime dönüştürerek farklı türlerde etki alanı yüksek düzeyde sunmaktadır. Dijital çağda, medya ve iletişimdeki teknik gelişmelere bağlı olarak görseller üzerinde durağanlığın yanına hareket olgusunu ekleyerek algı düzeyini arttıran çalışma yöntemlerinden biri olarak değerlendirilebilecek sinemagraf bir dijital kültür ürünü olarak izleyiciye sunulmuştur. Özellikle 2011'de sanatçılar arasında sinemagrafiyi çevreleyen popülerlik artmış ve 2012 yılında akıllı telefon teknolojisi kullanılarak sinemagraflar oluşturmak için yeni yöntemler geliştirilmiştir. Montreal merkezli Factlye adlı yeni bir şirket, iPhone için “Cinemagram” adlı basit bir uygulama geliştirmiştir. Bu uygulama kullanıcıların sinemagrafları kolayca üretmesine ve paylaşmasına olanak tanımaktadır.

Cinemagram, 2012 yılının Şubat ayında ücretli bir uygulama olarak piyasaya sürülmüş ve 2012 yılının Mart ayında ücretsiz olarak kullanım izni verilmiştir (Popper, 2012). Ücretsiz bir uygulama olarak piyasaya sürüldükten sonra altı hafta içerisinde, Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve Brezilya'daki en büyük pazarlara bir milyondan fazla kullanıcı ve her gün oluşturulan on binlerce sinemagraf eklenmiştir. Bir android sürümü olarak geliştirme aşamasında olan uygulama ile sinemagraf yaygınlaşmıştır. Akıllı telefon teknolojisinin artan kullanımı ve Cinemagram gibi yeni geliştirilen araçlarla birlikte, sinemagraflar sosyal medya, özellikle de Tumblr ve Flickr gibi fotoğraf paylaşım toplulukları aracılığıyla daha yaygın bir şekilde paylaşılmaktadır. Cinemagram, yakın zamanda Facebook tarafından 1 milyar dolara satın alınan popüler fotoğraf paylaşım uygulaması Instagram ile aynı yolda ilerleyebilir çünkü, 50 milyondan fazla kullanıcısı bulunmaktadır ve haftada 5 milyon yeni kullanıcı eklenebilmektedir (Taylor, 2012). Geleneksel

Dijital Çağda Sinemagraf

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



fotoğraf ve animasyon tekniklerinin dijital birleştirme ve sergileme için ortaya çıkan tekniklerle birleşmesi, bu ortamın gelişmesine izin vermeye devam edecek gibi görünmektedir. Sinemagraf geliştikçe, bazı sanatçıların uygulamayı kullanmasını engelleyebilecek kısıtlamalar olabilir. Ancak, ücretsiz bir uygulama olduğu için, günlük hareketli fotoğrafları dünyayla paylaşmak isteyen akıllı telefon kullanıcılarında bir artış olması doğal bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Microsoft'un Laboratuvar araştırmacısı Neel Joshi, kullanıcıların Tumblr'da paylaşılmakta olan “hesaplamalı fotoğrafçılık” olarak adlandırdıkları bir süreçte sinemagraflar oluşturmasına olanak tanıyan Clipits adlı uygulama ücretsiz olarak indirilebilen bir Windows 7 uygulaması geliştirmiştir (Ulanoff, 2012). Bu uygulama “Cinemagram” kadar popüler olmasa da amatör sinemagraf tasarımcılarına katkı sağlayabilmektedir.

Kullanıcılar için 2012’de tek bir mobil uygulama mevcut iken çevrimiçi kullanıcıların da artması ile günümüzde birçok uygulama piyasaya sürülmüştür. Geçmişte izlediğimiz Rezervuar Köpekleri, Fight Club, Oldboy, The Shining gibi film sahnelerinden sinemagraflar oluşturulmuş, o ana ait duyguların izleyicilere kısa ve yaratıcı bir şekilde hissettirilmesine imkan bulunmuştur.

Günümüzde çevrimiçi izleyicilerin sınırlı dikkat alanlarını yakalamak ve aynı zamanda durağan görüntülerin ve dijital reklamların aşırı doygunluğunu kırmak için sinemagraflara daha fazla yönelim olmuştur. Videonun etkisi konusunda öne çıkan bir farkındalık olmasına rağmen yüksek maliyet ve zaman bakımından dezavantaj sağladığı görülmektedir. Bu açıdan otomatik olarak oynatılan-döngülenen, ses gerektirmeyen, daha hızlı dikkat çeken ve etkili reklamlar oluşturulabilen sinemagraflar, her büyüklükteki işletmeler için değerlendirilebilir bir yöntemdir (www.lbbonline.com).

Dijital Çağda Sinemagraf

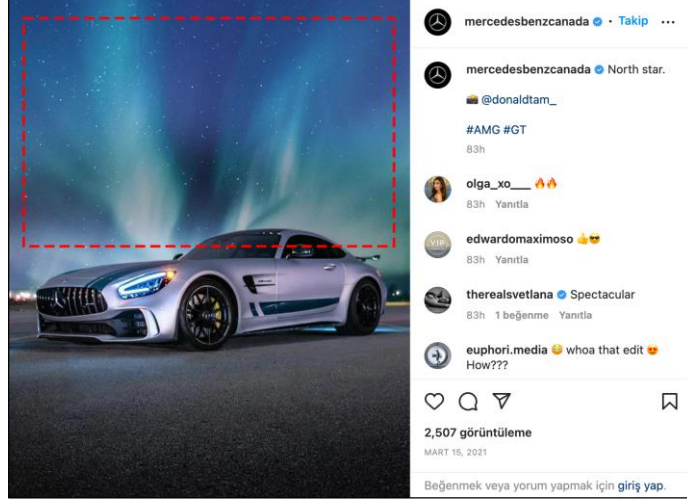
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Şekil 8: Mercedes Benz, 2021.

(<https://www.instagram.com/p/CMcZtQlhWE0/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>) (Erişim:8.10.2022)

Şekil 8’de Mercedes Benz’in sosyal medyasında kullandığı güncel sinemagraf örneği yer almaktadır. Burada araç durağan kalırken arkadaki zeminde ışıklar hareket etmektedir. Mercedes Benz, Puma ve Starbucks gibi birçok küresel veya küçük işletmelerin tanıtım amaçlı çalışmalarında bu şekilde sinemagrafları yaygın olarak kullandığı görülmektedir. Görsel hikaye anlatımını yükselten, izleyicilerin dikkatini çeken ve bir mikro video formatı olmanın faydaları ile sinemagraf iyi bir ortam haline gelmiştir. Sosyal medya, reklam panoları, web siteleri, bloglar, haber bültenleri ve dijital reklamlar gibi birçok alanda sıklıkla kullanılan sinemagraflar, internetin imkanları ve iletişim teknolojilerinin çeşitliliği sayesinde farklı dijital görsel tasarımlara ihtiyaç duyan hedef kitle için etkin bir rol oynamaya devam etmektedir.

Sonuç

Yaşadığımız çağın insanı, sabah evden çıktığı andan itibaren gün içerisinde çok fazla mesaj trafiğine maruz kalmaktadır. Bu yoğun mesaj trafiği içerisinde dikkat çekmek ve farklılaşmak önem kazanırken yeni medya anlayışı sayesinde, hareketli görseller kendine yer edinmeye başlamıştır. Teknolojinin insan yaşamı ile iç içe geçtiği günümüzde hızlı iletişim

Dijital Çağda Sinemagraf

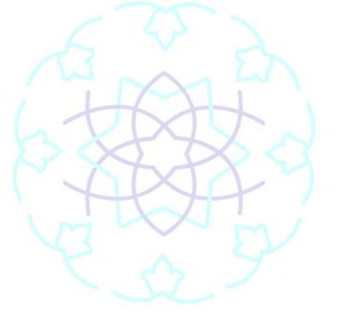
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



kurmak adına tercih edilen sinemagraflar, izleyicilerin dikkatini çekmenin yeni kapılarını aralamaktadır. İzleyiciler, belirli bir hareketin sabit bir görüntüyle yan yana getirilmesini, bir fotoğrafın durağanlığından veya bir videonun hareketinden daha etkileyici bulmaktadır. Görsel hikaye anlatımı konusunda videoya kıyasla kısa, yenilikçi ve oldukça yaratıcı bir teknik olarak görülmektedir. Statik görüntüye hareket katarak; bakıp hemen gözünüzü kaçıramayacağınız, birkaç kez baktıracak bir görüntü yaratmaktadır.

Özellikle sosyal medyada yaygınlaşan sinemagraf imgeler, aynı zaman diliminde hem durağan hem de hareketli görüntüleri aynı çerçevede göstermektedir. Dijital platformlarda yayınlanmak üzere, her türlü tanıtım, reklam faaliyeti ve sanatsal üretim için oluşturulan sinemagraf tekniği, fotoğrafik kompozisyonu ve sinematografik etkiye sahip görüntüyü estetik bir dil ile dönüşüme uğratmaktadır. Sinemagraf, modern sonrası süreçte dijitalleşmenin ve görsel kültürün egemenliğinde yaşayan bireye bir yandan yeni bir görme biçimi sunarken, diğer yandan da tasarım sürecinde yeniden kurguladığı zaman-mekân ilişkisi üzerinden yeni bir deneyim yaşatmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının artışı ile sinemagraf, görsel iletişimde etkin ve yeni bir anlatım dili olarak gelişim gösterebilecek özelliktedir. Bu yeni melez deneyim kitlelere ulaşmada önem kazanabilir, görsel imgelemede farklı alanlarda kendini gösterebilir. Sinemagraf ile sayısal ortama başarılı bir şekilde taşınan dergi, kitap gibi geleneksel mecraların gelişimine daha fazla katkı sağlanabilir. E-dergi uygulamalarında kullanılan sabit görseller yerine aynı çerçevede durağanlığı ve hareketi birlikte sunan sinemagraf tekniği tercih edilip kullanıcıya yeni bir görme deneyimi yaşatılabilir. Ayrıca bu teknik çocuklara yönelik e-kitaplarda kullanılabilir ve çocukların görsel algı gelişimi, öğrenme süreci sinemagraf imgelerle desteklenebilir. Hareketin dikkat çekme işlevi ile çocuklarda algının açık kalması ve bilgilerin çocukların zihninde daha kalıcı olması sağlanabilir. Fotoğrafçılık ile videografinin gücünü birleştiren ve temelinde hareket olan sinemagrafın sahip olduğu görsel illüzyon, görsel tasarımı daha fazla destekleyebilir. Aynı zamanda bu tasarım dili farklı tasarım mecralarına da uyarlanarak yeni görme biçimi arayışları kapsamında özgün katkılarda bulunabilir.

Dijital Çağda Sinemagraf

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



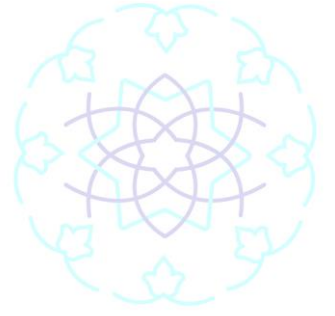
Kaynakça

- Alexander, I. (2011). *NYC Photographer Jamie Beck Discusses the Cinemagraph, Film Industry Network*, <http://www.filmindustrynetwork.biz/nyc-photographerjamie-beckcinemagraph/12173> (Erişim:07.10.2022).
- Aylan, T. (2020). Görme biçimleri ve video anlatı, *Sinefilozofi Dergisi, Özel Sayı(2020)*, 345-369.
- Berger, J. (1998). *O ana adanmış*. Metis Yayınları.
- Ekinci, B. T. (2017). Video Kliplerde zamanın ve mekanın sunumu: Sinemagraf. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 4(12)*, 834-839.
- Erdem, B. K. (2010). Sibersığınak “ağ toplumunun yalnızlaşan bireyinin kendini ifade etme mecraları ve biçimleri: Farmville örneği”. *Akdeniz İletişim Dergisi, 14(2010)*, 48-71.
- Erol, E. (2016). Sinemagraf tekniğinin fotoğrafta hareket arayışına etkileri bağlamında değerlendirilmesi. *Yedi Sanat Tasarım ve Bilim Dergisi, 16(2016)*, 1-7.
- Gere, C. (2018). *Dijital Kültür*. Aydoğdu Akın (Çev.). Salon Yayınları.
- <https://www.worldofreel.com/blog/guillermo-del-toro-convinced-alfonso-cuaron-to-direct-harry-potter-and-the-prisoner-of-azkaban> (Erişim:21.10.2022).
- <https://filmindustry.network/nyc-photographer-jamie-beck-cinemagraph/12173> (Erişim:22.10.2022).
- <https://listelist.com/filmlerden-sinemagraf-orneklere/> (Erişim:15.10.2022).
- <https://www.grafikerler.org/portal/sinemagraf-tekniği-ile-canli-fotoğraflar.html> (Erişim:7.10.2022)
- <https://techcrunch.com/2012/08/31/animated-gifs-as-ads-tumblr-experiments-with-advertising-format/>(Erişim: 24.10.2022).



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



<https://www.max-media-group.com/max-media-group-branded-cinemagraph-display-advertising.html>(Erişim:23.10.2022).

<https://www.creativebloq.com/graphic-design/how-cinemagraph-changing-modern-design-11135154>(Erişim:7.10.2022).

https://tr.wikipedia.org/wiki/Bili%C5%9Fim_%C3%87a%C4%9F%C4%B1(Erişim:7.10.2022)

<https://www.instagram.com/p/CMcZtQlhWE0/?igshid=MDJmNzVkMjY%3D>(Erişim:8.10.2022)

Khan, F. B. (2016). Cinemagraph: A fusion of still images and motion video for science communication in a new media convergent ecosystem. *Journal of Scientific Temper*, 4(1-2), 21-27.

Kocamış, M. (2020). *Görsel İletişimde Alternatif Bir Pazarlama Yöntemi: Sinemagraf*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi.

Little Black Book, (2016). *How cinemagraphs are changing the face of advertising*, <https://www.lbbonline.com/news/how-cinemagraphs-are-changing-the-face-of-advertising> (Erişim: 23.10.2022).

Niewland, M. (2012). *Framed In Time: A Cinemagraph Series Of The Everyday & Grounded Theory Of Cinemagraphy*, Communication And New Media McMaster University, Canada.

Polat, E. S. (2018). Dijital çağda dijital tasarım, *Kesit Akademi Dergisi*, 17(2018), 346-353.

Popper, B. (2012). Cinemagram, an app for creating and sharing animated GIFs, adds 1 million users in six weeks. Venture Beat. Retrieved from <http://venturebeat.com/2012/04/27/cinemagram-animated-gif-1-million-users-funding/>. (Erişim: 20.10.2022).

Dijital Çağda Sinemagraf

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1
Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL

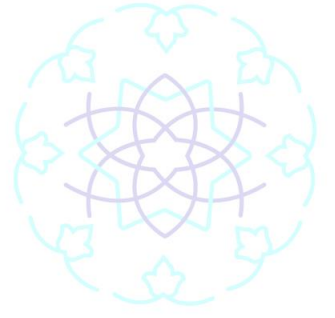


- Sağlamtimur, Ö. Z. (2010). Dijital sanat. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), 213-237.
- Sakınç, Z. (2016). *Dijital çağda bir bellek aracı olarak veri görselleştirme*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Beykent Üniversitesi.
- Schiet, N. (2012). From Muybridge To Cinemagraph: Renewed Interest & Nostalgia in The Animated Image, Software Studies Master New Media & Digital Culture, University Of Utrecht.
- Şahin, S. (2015). Dijital çağ ve sanatta yarattığı dönüşümler. *Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 1(1), 38-49.
- Topçu, Z. & Türk, S. T. (2016). Dijital çağ okuryazarlığı bağlamında yeni medya becerileri, *Yeni Türkiye Dergisi*, 89(2016), 459-466.
- Taylor, C. (2012). *Instagram Passes 50 Million Users, Adds 5 Million a Week*. ABC News: Technology. Retrieved from <http://abcnews.go.com/Technology/instagram-passes-50-million-users-adds-million-week/story?id=16247981#.T6P4OI5h6XU> (Erişim: 22.10.2022).
- Ulanoff, L. (2012). *Cliplets Lets You Make Your Own Moving 'Harry Potter' Photos*, Mashable. Retrieved from <http://mashable.com/2012/04/18/microsoft-cliptlets/>. (Erişim: 22.10.2022).
- Yazar, T. & Geçen, F. (2018). Görsel sanatlarda evrensel dil ve sanatsal sembolizm, *The Journal of International Social Research*, 11(61). 556-567.
- Yılmaz, A. (2008). Sayısal teknolojilerin televizyon yayıncılığına sağladığı yeni açılımları değerlendirmek. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 389-400.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023

Ss. / Pp. 127-160

Yayına Geliş Tarihi / Article Arrival Date
27.01.2023

Yayımlanma Tarihi / The Publication Date
31.01.2023

KASTAMONU ÇEŞMELERİNİN TİPOLOJİK AÇIDAN İNCELENMESİ¹

Fatma GÜR²

Mehmet MUTLU³

Özet

Su, yaşamın ayrılmaz bir parçasıdır. Tarihi çağlardan itibaren yerleşim alanları su kaynaklarının, nehir ve göllerin çevresinde kurulmuştur. Su yapıları tarihsel süreçte imar faaliyetlerinin en yoğun olduğu alanlardan biridir. Türkler, Anadolu'ya ayak bastıktan sonra hem bu toprakları yurt edinme çabalarını sürdürmüş hem de yoğun bir imar faaliyetine başlamışlardır. Türkler yerleştikleri bölgelere temizlik ve su ihtiyacının karşılanması için her dönemde su yapıları inşa etmiştir. Su yapılarından olan çeşme inşası her dönem rağbet görmüştür. Temizlik ve su ihtiyacının giderilmesinin yanında İslamiyet'te bir bölgeye su getirmenin sevap olmasının da etkileriyle çeşmeler kent dokusu içinde yerini almıştır.

H. 1299 tarihli Salname kayıtlarında Kastamonu'da 124, Taşköprü'de 221, Tosya'da ise 26 çeşmenin bulunduğu yazılıdır (Karcı, 2016). Tarihi kaynaklarda geçen yüzlerce çeşmeden günümüze çok az bir bölümü ulaşmıştır. Kastamonu'nun tüm ilçe ve köyleri taranarak; yıkılan, özgülüğünü mimari anlamda tamamen kaybeden ya da sadece kitabeleri kalan çeşmeler çalışma kapsamına alınmamıştır. Çalışmada Kastamonu merkez başta olmak üzere Abana, Araç, Cide, Daday, İhsangazi, İnebolu, Küre ve Taşköprü'deki 73 çeşme tipolojik olarak incelenmiştir. Bu çalışmada il genelindeki çeşmelerin tipolojisi

¹ Bu makale, Dr. Öğr. Üyesi Mehmet MUTLU danışmanlığında tarafımdan hazırlanan "Kastamonu Çeşmeleri" adlı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

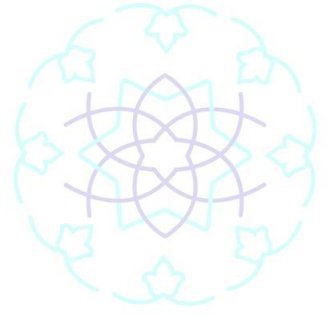
² Dr. Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, fatmainciigr@gmail.com. ORCID: 0000-0002-2283-8715

³ Dr. Öğr. Üyesi Mehmet MUTLU, Karabük Üniversitesi, mehmetmutlu@karabuk.edu.tr ORCID: 0000-0002-7351-0138



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



araştırılarak, Kastamonu'daki 16. yüzyıldan başlayarak 20. yüzyılın ilk yarısına kadar inşa edilmiş olan çeşmeler incelenmiş ve kapsamlı bir tipolojik değerlendirme yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kastamonu, Çeşme Tipolojisi, Su Mimarisi, Çeşmeler

TYOLOGICAL EXAMINATION OF KASTAMONU FOUNTAINS

Abstract

Water is an integral part of life. Since historical times, settlements have been established around water sources, rivers and lakes. Water structures are one of the areas where construction activities are most intense in the historical process. After the Turks set foot in Anatolia, they both continued their efforts to make these lands their home and started an intense development activity. Turks have built water structures in every period in order to meet the needs of cleaning and water in the regions where they settled. The construction of fountains, which is one of the water structures, has always been popular. In addition to meeting the need for cleanliness and water, fountains have taken their place in the urban fabric with the effects of bringing water to a region in Islam.

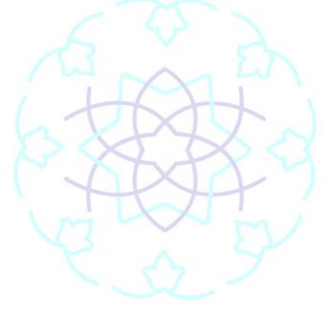
In the yearbook records dated 1299, it is written that there are 124 fountains in Kastamonu, 221 fountains in Taşköprü and 26 fountains in Tosya (Karcı, 2016). Only a few of the hundreds of fountains mentioned in historical sources have survived to the present day. The destroyed districts and villages of Kastamonu, the fountains that lost their originality in terms of architecture or that only had inscriptions were not included in the scope of the study. In the study, 73 fountains in Abana, Araç, Cide, Daday, İhsangazi, İnebolu, Küre and Taşköprü, especially in the center of Kastamonu, were examined typologically. In this study, the typology of the fountains throughout the province was investigated, and the fountains in Kastamonu, which were built from the 16th century to the first half of the 20th century, were examined and a comprehensive typological evaluation has been made.

Key Words: Kastamonu, Fountain Typology, Water Architecture, Fountains.



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Giriş

Canlıların yaşamlarını sürdürebilmelerini sağlayan temel unsurlardan biri olan su, tüm dinlerde kutsal sayılmıştır (Karpuz ve Dülgerler, 2006). Kur'an-ı Kerim'de geçen "...ve cealnâ minel mâi kulle şey'in hayy..." (Enbiyâ Suresi 30. Ayet) "...her canlı şeyi sudan yarattık..." ifadesiyle de suyun önemi vurgulanmaktadır. Çeşme inşasına yönelten etkenlerden biri de Hz. Muhammed'in sadakaların en faziletlisinin "su temini" olduğunu beyan etmesidir (Denktaş, 2002). Tevrat'ta geçen "Tanrı, Suların ortasında bir kubbe olsun, suları birbirinden ayırsın, diye buyurdu" (Tevrat, Yaratılış: Bab 1). İfadeleri ile de suyun tüm dinlerde önemli olduğu anlaşılır. Ünlü şair Fuzûlî, Hz. Muhammed'e olan sevgisini su kasidesi ile anlatmıştır (Tok, 2006). Dinlerdeki öneminin yanında "su gibi aziz ol" ifadesi, Türkler'de suya ilahi vasfın yüklendiğini göstermektedir (Ertuğ, 2006).

Su medeniyetlerin kuruluşu ve tüm canlıların hayatlarının sürdürülebilir olmasının başlıca koşuludur (İbrahimgil ve Ustabulut, 2020). Suyun bu denli önemli olması su yapılarına verilen değeri arttırmıştır. İlkçağlardan itibaren, su yapılarından biri olan çeşmeler inşa edilmiştir. Türklerin de imar faaliyetleri arasında çeşme inşası yadsınamayacak kadar önemli bir durumdadır.

Bir bölgeye su getirmek, çeşme inşa ederek insanların kullanımına sunmak Türk kültüründe büyük sevap olarak görülmüştür (Gültekin, 2013). Anadolu Türk mimarisinde su yapıları arasında içme ve temizlik amacıyla yapılan çeşmeler önemli bir grubu meydana getirmekte olup Osmanlı devleti özellikle kent içi su şebekesi yapımını üstlenerek 16. yüzyıldan sonra birçok çeşme inşa ettirmiştir. Bulunduğu konuma göre farklı şekillerde tasarlanan çeşmelerin temel mantığında ilkel bir strüktür olup mimarlık tarihindeki ilk önemli nokta cephe tasarımıdaki zenginliğidir. Oluşturulduğu dönemin üslubuna bağlı olarak çeşmelerin cephesindeki öğeler, konumu ve fiziksel durumu şekillenmiştir. Osmanlı mimarisinin klasik döneminde sivri kemerler, Lale devrinde yassı ve yuvarlak kemerleri Barok dönemde ise S ve C kıvrımlı kemerlerin kullanımı buna örnektir (Ödekan, 1992).

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açıdan İncelenmesi

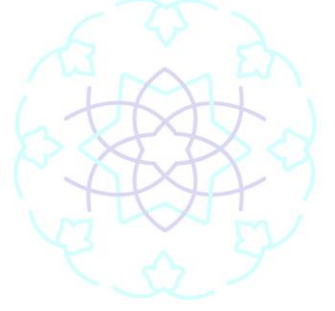
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Türk sanatındaki en eski çeşmelerden biri, Artuklular'dan Necmeddin İlgazi'nin Mardin'de (1109-1122) yıllarında inşa ettirdiği külliye'nin içindedir (Eyice, 1993). Anadolu'nun her bölgesinde sokak, cadde ve meydanlarda inşa edilen değişik form ve özellikteki çeşmeler kent silüetine büyük katkı sağlamıştır.

Batı Karadeniz Bölgesi'nde yer alan, yaklaşık olarak 790 m. yüksekliğe sahip Kastamonu'nun güney ve güneybatısında Çankırı'nın Ilgaz, Yapraklı ve Kurşunlu ilçeleri, kuzeyinde Karadeniz, batısında Bartın'ın Kurucaşile ilçesi ve aynı hatta Karabük'ün Ulus, Eflani ve Safranbolu ilçeleri, doğusunda Sinop'un Boyabat ve Türkeli ilçeleri, güneydoğusunda ise Çorum'un İskilip, Kargı ve Bayat ilçeleri bulunur (Bilici, 1991; İ. Şahin, 2001).

Tarihi süreç içerisinde Kastamonu; Roma, Bizans, Çobanoğulları, Candaroğulları ve Osmanlı İmparatorluğu egemenliğinde kalmıştır. Kastamonu'da dini, askeri, sivil ve su yapıları inşa edilmiştir. Su yapıları içerisinde önemli bir yere sahip olan çeşmeler, bölge halkının yerleşim yerlerinin şekillenmesinde önemli rol üstlenmiştir. Kastamonu'da özellikle Osmanlı döneminde sosyal devlet anlayışı çerçevesinde şekillenmiş olup bir kısmı günümüze ulaşarak kent dokusu içerisinde yerini korumuş, büyük bir kısmı da tahrip edilerek yok olmuş çeşmelerin ise sadece isimleri bilinmektedir.

Kastamonu'daki Türk Dönemi çeşmeleriyle ilgili yapılan daha önceki çalışmalar, bazı ilçelerdeki sınırlı sayıda örnekleri kapsamaktadır. İncelemelerde bulunan araştırmacıların yayımlarında tüm çeşmelerin çizimlerinin yapılmadığı, mevcut durumlarıyla ilgili sadece bilgilerin sunulduğu ve il bazında bir çeşme tipolojisi yapılmadığı tespit edilmiştir.

Kastamonu çeşmelerini konu alan en erken tarihli çalışma 1952 yılında Gökoğlu'na ait "Paflagonya" isimli kitabın içerisindeki bir bölümdür. Kastamonu'nun ilçelerindeki Osmanlı dönemine ait çeşmelerin genel özellikleri çalışma kapsamında açıklanmıştır. Kitabesi mevcut yapıları inceleyerek kitabesi olmayan ya da kitabesi günümüze ulaşmayan çeşmelerin bazılarının

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açıdan İncelenmesi

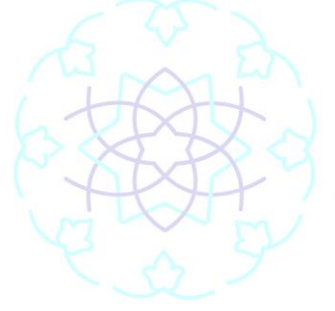
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



sadece isimlerinden bahseden araştırmacı, araştırmasını il genelindeki bazı yapılarla sınırlı tutmuştur. Bu alışma araştırmacılar için temel kaynak niteliği taşımaktadır. Çiftci,'nin 2008 yılında hazırladığı “Kastamonu şadırvanları ve eşmeleri” adlı makalede, Kastamonu merkezdeki eşmeleri irdelemiştir. Murat Çerkez 2005 yılında “İnebolu eşmeleri” adlı makalesinde ilçedeki 24 çeşmeyi inceleyerek çeşmelerin değerlendirmesini yapmıştır. Zeynep Aytekin'in 2016 yılında hazırladığı “Kastamonu İli Taşköprü İlçesi'ndeki Türk Devri Yapıları” adlı yüksek lisans tezinde sadece Taşköprü eşmeleri incelenmiş herhangi bir tipoloji yoluna gidilmemiştir.

Türk sanatı açısından günümüze kadar yapılan çalışmalar içinde Kastamonu eşmelerine az yer verilmesi ve bütüncül bir yaklaşımla Kastamonu eşmelerinin mimari özellikleri ve eşme tipleri ele alınmamış olduğundan toplu ve de kapsamlı bir çalışmayı gün yüzüne çıkartmak bu doğrultuda da çeşmelerin tipolojileri hakkında veri elde etmek amaçlanmıştır.

Materyal ve Metod

Çalışma 2016-2019 yılları arasında literatür çalışmasıyla başlamış olup Kastamonu'nun ilçe ve köylerinde, alan çalışması yapılarak yapıların fotoğraf çekimi, ölçü alımı gerçekleştirilip çizimleri yapılmış, mevcut durumları belgelenmiştir. Çalışmada kullanılan fotoğraflar tarafımıza ait olup çizimler mimar Kumru N ve mimar Bilge SEVİNÇ tarafından yapılmıştır.

Araştırmanın coğrafi sınırları ilin tüm ilçe ve köyleri, zaman sınırlaması ise Kastamonu'daki Osmanlı Dönemine ait günümüze gelen H. 916 / M. 1510-11 tarihli ilk eşme başlangıç kabul edilerek 16. yüzyıldan başlatılmış 20. yüzyılın ilk yarısına kadar inşa edilen 73 eşme incelenmiş ve tipolojik değerlendirmeleri yapılmıştır.

Çalışma kapsamında Kastamonu eşmeleri, kaynaktan beslenme durumları, buldukları yere göre, cephe sayılarına ve cephe düzenlemelerine göre incelenmiştir. Alt başlıklar halinde tipolojik açıdan incelenen çeşmeler, kronolojik olarak sunulmuş, başlık kapsamında en karakteristik özelliklere sahip örnekler açıklanmıştır. Buldukları yere göre çeşmeler başlığı

Kastamonu eşmelerinin Tipolojik Açıdan İncelenmesi

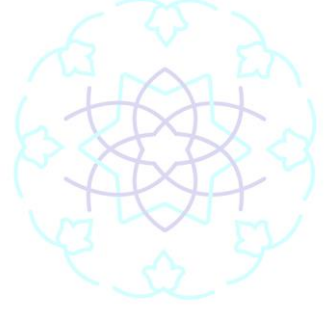
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



altında bir örnek dışındaki diğer çeşmeler bağımsız çeşme gruplandırmasında yer aldığı için tüm çeşmelerin isimleri yeniden yazılmamıştır. Bahsi geçen çeşmelerin adının ilk geçtiği yerde inşa tarihi eklenerek daha sonraki örneklerde tekrara düşmemek adına tarihleri yazılmamıştır. Malzeme-teknik ve süsleme özellikleri tipoloji kapsamına dahil edilmemiş genel hatlarıyla sunulmuştur. Elde edilen verilen sonuç kısmında değerlendirilmiştir.

Bulgular

Kaynaktan Beslenme Durumuna Göre Çeşmeler

Doğrudan Kaynaktan ya da Şebekeden Beslenen Haznesiz Çeşmeler

Doğal bir kaynaktan ya da şehir şebekesinden künkler veya borular aracılığıyla çeşmeye ulaşan su, depo bölümü olmadan doğrudan lüle ya da musluklara ulaşmaktadır (Mutlu, 2014). Bu gruptaki çeşmelerin birçoğunun suyolu tahrip olmuş, bazıları onarılmış bazılarıysa kaderlerine terk edilmiştir.

Şehir merkezinin çevresindeki kaynak sularından ahşap poyralar ya da künklerle getirilerek maslaklardan¹ ayrılarak burada toplanan sular, su yapılarına ve çeşmelere aktarılmıştır (Çiftci, 2008). Çeşmeler günümüzde ise Kastamonu Belediyesi'nin denetiminde şebeke suyu ile aktif hale getirilmiştir.

Kastamonu'da doğrudan kaynaktan ya da şebekeden beslenen 20 çeşme bulunmaktadır (Tablo 1). Merkez'de sekiz, Araç'ta dört, Taşköprü ve İnebolu'da üçer, Daday ve Küre'de birer çeşme bu grubun örneklerini oluştururlar. 1510-11 yıllarında kesme taş malzemedен inşa edilen merkezdeki Kanlı Çeşme doğu ve batı cepheleri, 2.30 m., güney cephe ise 2.70 m. yüksekliğindedir. 3.64 x 1.00 m. ölçülerinde dikdörtgen planlı çeşme üçgen tepelikle sonlanmaktadır (Şekil 1-2). Namazgâh Çeşmesi (16. yüzyıl), Safalan Çeşmesi (tamiri 1786), Gümüşlüce Yolu Vakıf Çeşmesi (18.-19. yüzyıl), Yıldırım Sokak Çeşmesi (1815-16?),

¹ Eski Türk su mimarisinde bentlerden kente gelen suyollarının kollara ayrıldığı yerlerdeki baca, depo ve savaklara "Maslak" adı verilmektedir (Sözen ve Tanyeli, 2017).

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

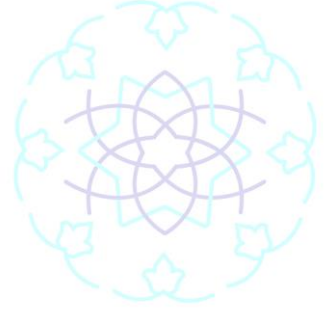
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Atabeygazi Camii Çeşmesi II (19. yüzyıl), Nuri Fırtına Çeşmesi (1946), Pehlül Çeşmesi (19.-20. Yüzyıl), Araç'ta Akıncılar Köyü Çeşmesi (1730-31), Gemi Köyü Camii Çeşmesi (1879-80), Gökçeçat Köyü Çeşmesi (1913-14), Eflanilioğlu Çeşmesi (1914-15), Daday'da Karacaören Köyü Camii Çeşmesi (1894-1895), İnebolu'da Tevfikiye Camii Kuzeydoğu Köşesindeki Çeşme (1914-15), Dr. Atilla Gürsoy Caddesi Sokak Çeşmesi I (1904-05), Tevfikiye Camii Kuzeybatı Köşesindeki Çeşme (1927), Küre'de Aşağı Mescid Camii Çeşmesi (16.-17. Yüzyıl), Taşköprü'de; Yukarı Emerce Köyü Çeşmesi (1737-38), Bekdemirekşi Köyü Çeşmesi (1839-40) ve Askerlik Şubesi Karşısındaki Çeşme (19. yüzyıl) bu grupta yer almaktadır.

Hazneli Çeşmeler

Zayıf bir kaynaktan akan su, çeşmenin haznesini doldurarak buradan suların kesintisiz biçimde kullanıma sunulması anlayışına uygun olarak inşa edilmişlerdir (Mutlu, 2014).

15. yüzyıldan itibaren giderek nüfusu artan şehirlerin su gereksinimlerini karşılamak için çeşitli çeşmeler yapılmaya başlamış olup bunlardan biri de hazneli çeşmelerdir. Hazneli çeşmelerin inşasına göre cephe sayıları farklılık gösteren çok cepheli çeşmeler türetilmiştir (Önge, 1997). Hazne bölümleri çeşitli boyut ve ölçülerde olup, genellikle duvarları içten sıvalı yüzeylerden oluşur. Hazneli çeşmelerde hazneye ulaşan su, hiçbir zaman lüleden akan sudan fazla değildir (Denktaş, 2002).

Çalışma kapsamında incelediğimiz örneklerden 53 çeşme haznelidir (Tablo 1). Merkezde 28, Abana'da bir, Araç'ta bir, Cide'de bir, İhsangazi'de bir, İnebolu'da 19, Küre'de bir ve Taşköprü'de bir hazneli çeşme, bu grubun örneklerini oluşturmaktadır.

Kesme taş malzemeden inşa edilen İnebolu Eyüpzâde Mehmet Efendi Çeşmesi (1865-66), (Şekil 3-4) 1.58 x 2.90 m. ölçülerinde kuzeybatı-güneydoğu doğrultusunda dikdörtgen planlı, 1.40 m. yüksekliktedir. Hazne temizlik penceresi örtü sisteminin güneydoğusunda yer alıp, bu bölüm beton kapakla örtülüdür. Cephede iki yanda, köşeleri dışbükey çeyrek daire olarak yumuşatılmış, orta kısım ise içe bakan çeyrek daire ile tamamlanmış panolar ve eksende üç atnalı

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

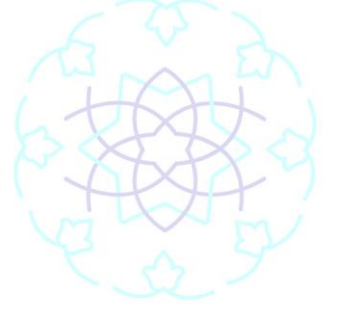
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



kemer formu ile beş bölümlü yapılan çeşmenin ayna taşları servi ağacı şeklindedir. Servilerin başladığı noktalara birer lüle yerleştirilmiş, günümüzde şebeke suyu ile aktif olarak kullanılan çeşmenin yanlardaki lüleleri süreç içinde kullanım dışı bırakılmıştır. Tahliye borusu saçak altında, kuzeybatıdadır.

Merkezdeki Server Çeşme (16.-17. yüzyıl), Atlanbaç Çeşmesi (1744-45), Tarakçılar Çeşmesi (tamiri 1766-67), Taş Çeşme (1761-62), Harmankaşı Sokak Çeşmesi (1798-99), Kancı Çeşme (18. yüzyıl), Kuru Çeşme (1800-01), Çukur Çeşme (1811-12), Hepkebirler Çeşmesi (1829-30), Arslanlı Çeşme (1891-92), Abdülcebbar Çeşmesi (1891-92), Eligüzel Çeşmesi (19. yüzyıl), Atabeygazi Camii Çeşmesi I (19. yüzyıl) Hacı Hamza Efendi Çeşmesi (19. yüzyıl), Hacı Abdullah Çeşmesi (1904-1905), Çevkani Çeşmesi (1905-06), Yadigâr Çeşmesi (1908-09), Honsalar Çeşmesi II (1930), Miralay M. Nedim Çeşmesi (1931), Honsalar Çeşmesi I (1935), İsmail Bey Çeşmesi (1936), Hacı Kadın Çeşmesi (1938), İbrikli Sokak Çeşmesi (1939), Atabeygazi Cami Çeşmesi III (1941), Mahir Özçelik Çeşmesi (1948), Yukarıpazar Sokak Çeşmesi (19.-20. yüzyıl), Aşağı İmaret Sokak Meydan Çeşmesi (1940) ve Dutdibi Sokak Çeşmesi (20. yüzyıl) merkez ilçedeki hazneli çeşmelerdir.

Abana ilçesindeki Hacı Veli Camii Çeşmesi (19. yüzyıl), Araç'daki Acaroğlu Çeşmesi (tamiri 1876-77), Cide ilçesindeki Gideros Camii Çeşmesi (19. yüzyıl), İhsangazi'deki Haraçoğlu Camii Çeşmesi (1873-74), Küre'de Bedesten Sokak Çeşmesi (19.-20. yüzyıl) ve Taşköprü ilçesindeki Afşar Köyü Aşağı Pınar Çeşmesi (1839-40) hazneli çeşmelerdir.

İnebolu ilçesindeki Dervişzade Hacı Mustafa Çeşmesi (1803-04), Kazım Karabekir Caddesi Sokak Çeşmesi (1871), Hamdi Reis Sokak Çeşmesi (1875-76), Boyran Mahallesi Sokak Çeşmesi I (1876-77), Hamidiye Camii Çeşmesi (1884-85), Yukarı Karaca Camii Çeşmesi (1892-93), Nuh Bey Çeşmesi (1897-98), Mehmet Şevki Caddesi Sokak Çeşmesi (1900-01), Yalı Sokak Çeşmesi (1905), Su Yolu Sokak Çeşmesi (1910-11), Cami Arkası Sokak Çeşmesi (1911), Boyran Mahallesi Sokak Çeşmesi III (1912-13), Boyran Mahallesi Sokak Çeşmesi II (1914-15), Çinili

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

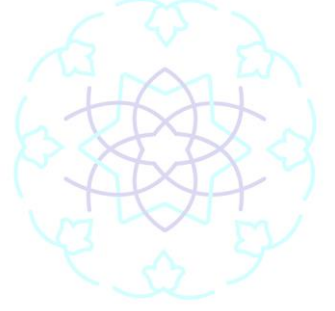
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Camii Çeşmesi (19.yüzyıl), Karadeniz Mahallesi Sokak Çeşmesi (19. yüzyıl), Dr. Atilla Gürsoy Caddesi Sokak Çeşmesi II (1912-13), Mehmet Sabri Caddesi Sokak Çeşmesi (19.-20. yüzyıl) ve Mustafa Kemal Paşa Caddesi Sokak Çeşmesi (19.-20. yüzyıl) bu gruba ait çeşmelerden günümüze ulaşan örneklerdir.

Buldukları Yere Göre Çeşmeler

Bu başlıkta çeşmeler, buldukları yere göre bağımlı ve bağımsız çeşmeler olarak sınıflandırılmıştır.

Bağımsız Çeşmeler

Gerçekleştirilen incelemelerde tespit edilen örneklerden bir çeşme dışında tamamı bağımsız çeşme olarak inşa edilmiştir. İncelenilen 73 çeşmeden 72'si bağımsız olarak inşa edilmiştir (Tablo 1). Gümüşlüce Yolu Vakıf Çeşmesi (Şekil 5-6), Pehlül Çeşmesi, Yıldırım Sokak Çeşmesi, Küre Bedesten Sokak Çeşmesi ve Safalan Çeşmesi gibi bazı çeşmeler, görsel olarak bakıldığında bir yapıya bitişik olarak inşa edilmiş bağımlı çeşme gibi görünmekle birlikte, söz konusu yapılarla organik ilişkileri söz konusu olmadığı için bağımsız çeşme grubundadır. Çeşmelerden merkezde 36, İnebolu'da 22, Araç'ta beş, Taşköprü'de dört, Abana, Cide, Daday, İhsangazi ve Küre'de birer çeşme olmak üzere 72 örnek izlenmektedir. Örneklerden Taşköprü Yukarı Emerce Köyü Çeşmesi 2.30 x 1.40 m. ölçülerde dikdörtgen planlı olup yüksekliği 2.70 m.'dir. Haznesiz, bağımsız, tek cepheli ve teğet kemerli çeşmenin yapım malzemesi mermer, kesme taş, kaba yonu ve moloz taş olmakla birlikte, devşirme malzeme kullanımı da izlenmektedir (Şekil 7-8).

Bağımlı Çeşmeler

Bağımlı çeşmeler, bağlı bulunduğu duvar ile eş zamanlı inşa edilmiş yapılardır. Diğer bir deyişle, çeşme ile bağlı bulunduğu duvarın statik yapısı aynı olup her ikisinin de aynı anda inşa edilmiş olması gerekmektedir (Mutlu, 2014). Dolayısıyla çeşmenin bağımlı olup olmadığının belirlenebilmesi için bağlı bulunduğu yapıyla arasındaki statik bağlantısını incelemek

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



gerekmektedir. Böyle bir değerlendirilmenin sonucunda incelediğimiz 73 çeşmeden sadece bir çeşme bağımlı olarak inşa edilmiştir (Tablo 1).

Haznesiz, tek cepheli ve yuvarlak kemerli Küre Aşağı Mescid Camii Çeşmesi (Şekil 9-10) ismini aldığı caminin doğu cephesine, cami ile aynı malzemeyle (tuğla ve kaba yonu) 2.46 m. yükseklikte 3.40 m. genişlikte inşa edilmiştir. Yüzeyden içeride tasarlanmış ayna taşı, dışta tuğla malzemeyle örülmüş sivri kemerli içte ise devşirme mermer malzemedan yapılmış yüzeysel dilimli sivri kemerli olarak düzenlenmiştir. Çeşmenin açıldığı doğu cephenin yol kotu zamanla bir buçuk metre aşağıya alındığı için çeşme yol kotunun çok üstünde kalmış olup, günümüzde kullanılmamaktadır.

Cephe Sayılarına Göre Çeşmeler

Çoğunlukla tek cepheye sahip çeşmelerin bulunduğu Kastamonu'da, birden çok cepheye sahip çeşme örnekleri de mevcuttur. Çok cepheli çeşmeler birden fazla cepheye sahip, sokak ve bahçe yönü ya da özel mülklere cephesi bulunan çeşmelerdir. Bu tür çeşmelerde sokaktan geçenler ya da ev halkı, ortak deposu olan söz konusu çok cepheli çeşmelerden aynı anda birbirinden bağımsız şekilde faydalanabilmektedir. Kastamonu'daki çeşmelerden 65 tanesi tek cepheli olup, sekiz çeşme ise birden fazla cephe düzenine sahiptir. Bu çeşmelerden üçü iki cepheli, üçü üç cepheli, biri dört ve biri beş cepheli çeşmelerdir (Tablo 2). İki ya da daha fazla cepheli Kastamonu çeşmelerinin bir kısmında, cephe düzenlemelerinde mimari ve süsleme özellikleri açısından ayrılıklar görülür.

Tek Cepheli Çeşmeler

Çeşmelerin genellikle sokak ya da meydanlara bakan yönlerinde tek bir cephesi bulunan ve bu cephesinde bir veya birden fazla musluğu barındıran çeşmelerdir. Çalışmamızdaki çeşmeler çoğunlukla bu gruba dahildir. Araştırmamız dahilindeki çeşmelerden 65'i tek cephelidir. Merkezde 31, İnebolu'da 21, Araç'ta beş, Taşköprü'de dört, Küre'de iki, Cide ve Daday'da birer çeşme tek cepheli olarak inşa edilmiş örneklerdir.

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açidan İncelenmesi

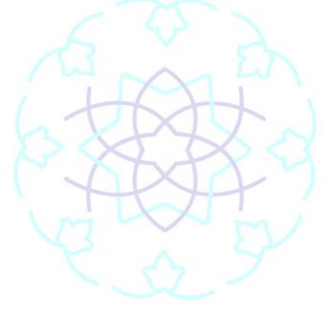
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Düzgün kesme taş malzemeden inşa edilen hazneli, bağımsız, teğet kemerli Harmankaşı Sokak Çeşmesi (Şekil 11-12) tek cepheli çeşmelerin en anıtsal örneklerinden olup, üst kısmı saçak ile sonlanır. Asimetrik planlı çeşme 4.50 x 4.80 m. ölçülerinde olup, doğu ve güney cepheler 3.15 m., batı ve kuzey cepheler 3.30 m. yükseklikindedir. Arazi eğimi sebebiyle çeşmenin güney ve batı cephesi istinat duvarına bitişik durumdadır. Teğet kemerli çeşme nişi diğer örneklerle göre daha derin tutulmuştur. Kemerin altında iki kitabe izlenmektedir. Kitabelerin hemen altında tarih veren bir bilgi yer alır. Ayaklara oturan kemerin iç yüzeyine, taşıyıcı sisteme geçerken “S” ve “C” kıvrımları verilmiştir. Nişin çevresi üç yönden kuşak ile vurgulanmış, kuşak içten dışa, sol tarafı üçgen biçimde sağ tarafı da dikey iki hat biçiminde oyulmuş ve üç dışbükey silmeden oluşur. Kuşak taşların yer yer kırık olması sebebiyle tam olarak izlenememektedir. Kuşağın iki yanında, kemer hizasında oyma teknikli birer rozet mevcuttur. Merkezde; Kanlı Çeşme, Namazgâh Çeşmesi, Server Çeşmesi, Atlanbaç Çeşmesi, Tarakçılar Çeşmesi, Safalan Çeşmesi, Taş Çeşme, Gümüşlüce Yolu Vakıf Çeşmesi, Kancı Çeşme, , Kuru Çeşme, Yıldırım Sokak Çeşmesi, Çukur Çeşme, Atabeygazi Camii Çeşmesi I, Abdülcebbar Çeşmesi, Atabeygazi Camii Çeşmesi II, Yukarıpazar Sokak Çeşmesi, Hacı Hamza Efendi Çeşmesi, Pehlül Çeşmesi, Hacı Abdullah Çeşmesi, Çevkani Çeşmesi, Honsalar Çeşmesi II, Miralay M. Nedim Çeşmesi, Honsalar Çeşmesi I, İsmail Bey Çeşmesi, Hacı Kadın Çeşmesi, İbrikli Sokak Çeşmesi, Atabeygazi Camii Çeşmesi III, Nuri Fırtına Çeşmesi, Mahir Özçelik Çeşmesi ve Dutedibi Sokak Çeşmesi tek cephelidir. Cide’de Gideros Camii Çeşmesi, Araç’ta; Akıncılar Köyü Çeşmesi, Gemi Köyü Camii Çeşmesi, Acaroğlu Çeşmesi, Gökçeçat Köyü Çeşmesi ve Eflanilioğlu Çeşmesi, İnebolu’da; Boyran Mahallesi Sokak Çeşmesi II, Dervişzade Hacı Mustafa Çeşmesi, Boyran Mahallesi Sokak Çeşmesi I, Eyüpzade Mehmet Efendi Çeşmesi, Kazım Karabekir Caddesi Sokak Çeşmesi, Hamdi Reis Sokak Çeşmesi, Hamidiye Camii Çeşmesi, Yukarı Karaca Camii Çeşmesi, Mehmet Sabri Caddesi Sokak Çeşmesi, Nuh Bey Çeşmesi, Karadeniz Mahallesi Sokak Çeşmesi, Dr. Atilla Gürsoy Caddesi Sokak Çeşmesi I, Mehmet Şevki Caddesi Sokak Çeşmesi, Yalı Sokak Çeşmesi, Dr. Atilla Gürsoy Caddesi Sokak Çeşmesi, Su Yolu Sokak

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

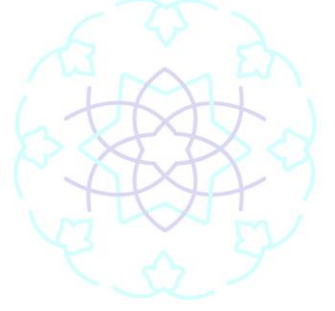
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Çeşmesi, Cami Arkası Sokak Çeşmesi, II, Boyran Mahallesi Sokak Çeşmesi III, Tefikiye Camii Kuzeydoğu Köşesindeki Çeşme, Tefikiye Camii Kuzeybatı Köşesindeki Çeşme, Mustafa Kemal Paşa Caddesi Sokak Çeşmesi, Daday'da; Karacaören Köyü Camii Çeşmesi, Taşköprü'de Bekdemirekşi Köyü Çeşmesi, Yukarı Emerce Köyü Çeşmesi, Afşar Köyü Aşağı Pınar Çeşmesi ve Askerlik Şubesi Karşısındaki Çeşme bu grubun temsilcileridir. İnebolu Karadeniz Mahallesi Sokak Çeşmesi tek cepheli çeşmelerden, ikiz kemerli olmasıyla ayrılmaktadır.

İki Cepheli Çeşmeler

Yapının iki yüzünün çeşme olarak değerlendirildiği eserlerdir. Kastamonu merkezde iki, İnebolu'da bir çeşme olmak üzere üç çeşme bu grupta olup, hazneli ve bağımsız inşa edilmişlerdir. Merkez Hepkebirler Çeşmesi, Eligüzel Çeşmesi (Şekil 13-15) ve İnebolu Çinili Camii Çeşmesi iki cephelidir.

Beşgen, asimetrik plana sahip Hepkebirler Çeşmesi'nin kuzey cephesi teğet kemerli, doğu cephesi düz cephelidir. Kuzey cephe 2.50 m. yükseklikte 1.50 m. genişlikte, diğer cepheler 2.00 m. genişlik, 2.50 m. yükseklikte. Günümüzde kemer başlangıç hizasında saçak ile yatay hatta ikiye bölünen çeşmenin Çiftci tarafından yayınlanan fotoğraflarda doğu cephe bölüntüsüdür (1995, s. 310). 1997 yılında, çeşmenin banisinin torunu tarafından yaptırılan restorasyon sırasında böyle bir ekleme yapılmış olması muhtemeldir. Kuzey cephede saçak ile kemer arasında yatay dikdörtgen kitabe yer alır. İç yüzeyleri pahlanmış, konsollu ayaklar üzerindeki kemer üç yönden içbükey silme ile sınırlandırılmıştır (Çizim 34). Çeşmenin aynalığında dikdörtgen çerçeve içinde bitkisel ve nesneli süslemeler bulunmaktadır. Çeşmenin yenilenmiş musluğu, tahliye borusunun olduğu yere yerleştirilmiştir. Çeşmenin yalağı yol seviyesinin yükseltilmesiyle zemin kotu altında kalmıştır. Doğu cephede üç dikdörtgen pano izlenmekte olup, merkezdeki panoda lüle mevcuttur.

Kesme taş malzemeyle inşa edilen, hazneli, bağımsız, teğet kemerli Eligüzel Çeşmesi'nin her iki cephesi de (kuzey ve batı) sokak yönüne bakacak şekilde tasarlanmıştır. Güney cephe

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

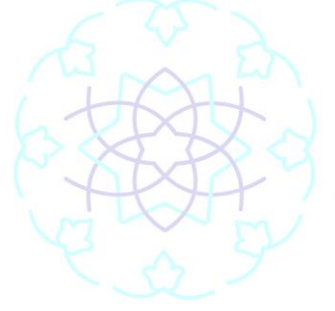
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



dışında saçakla sonlanan çeşmede düz örtü sisteminin merkezine piramidal külah yerleştirilmiştir. Cepheleri aynı düzene sahip çeşmenin kuzey cephesindeki teğet kemerli niş yüzeyine dikdörtgen inşa kitabesi konumlandırılmıştır. Yalakları ve muslukları yenilenen çeşme, günümüzde halen kullanılmaktadır.

Düzen kesme taş malzemeyle inşa edilen hazneli, bağımsız Çinili Camii Çeşmesi'nin (Şekil 16-19) kuzeydoğu cephesi sokak yönüne, güneybatı cephesi ise sivil yapının avlusuna açılır. Güneybatı-kuzeydoğu doğrultusunda dikdörtgen planlı çeşme 3.15 x 3.95 m. ölçülerindedir. Düz cepheli çeşmenin iki cephesine de kaş kemer formu verilmiş olup kuzeydoğu cephede sütunceler yer alırken diğer cephede mevcut değildir. Çerkez güneybatı cephede ayna taşının alt seviyesinde, biri orijinal olan iki lülenin aktif olduğunu ifade etmektedir (2005, s. 152). Bu lüleler günümüze ulaşamamış ve lüle delikleri kapatılmıştır. Kuzeydoğu cepheye yenilenmiş burma musluk yerleştirilmiş olup su temini bu cepheden sağlanmaktadır. Karamanlıca yazılmış sadece birkaç harfi tespit edilebilen kitabe güneybatı cephededir. Çeşmenin hazne temizlik penceresi güneydoğu cephede örtünün hemen altındadır. Düz örtü sistemine sahip çeşme, basit silmeli saçak ile sonlanır. Yalaklardan güneybatı cephedeki günümüze orijinal haliyle gelmişken, diğeri yenilenmiştir.

Üç Cepheli Çeşmeler

Üç cephesi de değerlendirilen örneklerden merkezde iki, İhsangazi'de bir çeşme bu grupta yer alır. Merkezdeki Arslanlı Çeşme, Aşağı İmaret Sokak Meydan Çeşmesi ve İhsangazi ilçesindeki Haraçoğlu Camii Çeşmesi bu grubun örnekleridir. Kesme taş malzemeyle inşa edilen anıtsal özellikteki Arslanlı Çeşme (Şekil 20-23) 4.40 x 4.64 m. ölçülerinde olup yüksekliği 2.90 m.'dir. Hazneli, bağımsız ve teğet kemerli çeşmenin üç cephesi de aynı özellikler göstermekle birlikte, yol kotunun süreç içinde yükselmesiyle kuzeydoğu cephe belli bir yüksekliğe kadar yol kotunun altında kalmıştır. Cephelere hâkim durumdaki teğet kemerlerden güneydoğu cephedekinin içine kitabe yerleştirilmiştir. Altıgen planlı Aşağı İmaret Sokak Meydan Çeşmesi'nin doğu cephesi yuvarlak kemerli, kuzeydoğu ve güneydoğu cepheleriye kaş kemer

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

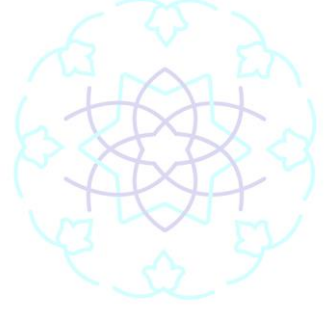
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



formludur. Düzgün kesme taş malzemeden inşa edilen çeşmenin tüm cephelerinde dikdörtgen yalak bulunur. Haraçoğlu Camii Çeşmesi'nin üç cephesinde de birbirinden farklı düzenleme izlenir. 1.30 x 0.60 m. ölçülerindeki küçük boyutlu çeşmenin alt kısmı yatay dikdörtgen, üst bölümü ise üçgen alınlık biçimindedir. Çeşmenin tepe noktasına Osmanlı dönemine ait bir mezar taşı başlığı yerleştirilmiştir. Güney cephedeki yekpare ve süslemeli taş, muhtemelen devşirmedir. Çeşmenin doğu cephesinde sonradan değiştirilen salma musluk mevcuttur. Kuzey cephedeki büyük boyutlu yalak, çeşmenin oranlarıyla uyumsuz olup muhtemelen yapının kırsal kesimde olmasıyla hayvanların da faydalanması için tasarlanmıştır.

Dört Cepheli Çeşmeler

Dört yüzeyi de çeşme olarak düzenlenen tek örnek, düzgün kesme taş malzemeyle inşa edilmiş merkezdeki Yedigâr Çeşmesi'dir (Şekil 24-27). Araştırmacılar tarafından çeşmenin güney cephesindeki, daha önce fark edilmeyen inşa kitabesi tarafımızdan incelenerek çeşmenin yapım tarihinin 1908-09 olduğu tespit edilmiştir. İncelediğimiz çeşmelerden tümüyle farklı cephe tasarımı ve plana sahip çeşme, kütesine oranla oldukça yüksek inşa edilmiştir. Hazneli, bağımsız, düz cepheli meydan çeşmesi olarak tasarlanan çeşmenin birinci katının tüm köşelerinde İon düzeninde, ikinci katın köşelerinde ise Korint düzene sahip sütunlar izlenir. Kare planlı çeşme, bitkisel süslemeli bordürlerle birbirinden ayrılan ve kademeli şekilde aşağıdan yukarıya doğru daralan bir düzenlemeye sahip olup, prizmatik şekilli, sivri tepelikli kuş evi ile sonlanır. Birinci kademelin dört cephesinde de üsluplaştırılmış yaprak süslemelerinin ortalarına sonradan değiştirilen birer musluk yerleştirilmiştir. Yalakları da yenilenen çeşme, günümüzde halen kullanılmaktadır.

Beş Cepheli Çeşmeler

Kastamonu'da beş yüzeyi de çeşme olarak planlanmış sadece bir çeşme tespit edilmiştir. Beton malzemeli saçak dışında, düzgün kesme taş malzemeden inşa edilen Abana Hacı Veli Camii Çeşmesi (Şekil 28-31) düz cepheli, bağımsız meydan çeşmesi olmakla birlikte günümüzde güney cephesi, Hacı Veli Camii'nin bahçe duvarına bitişiktir. Çeşmenin güneybatı, güneydoğu

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

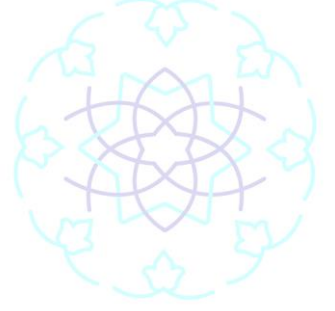
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



ve kuzey cepheleri aynı ölçülerde, 0.86 m. genişliğinde olup, kuzeydoğu ve kuzeybatı cepheleri 0.79 m. genişliğindedir. Tüm cephelerde ikişer lüle deliği bulunan çeşmenin kuzey cephesinde tahliye deliği mevcuttur. Düz cepheli çeşmenin kuzeydoğu cephesine oldukça yüzeysel kaş kemer formu, kuzey cephesine ise yüzeysel dilimli kemer formu verilerek cephedeki sadelik giderilmeye çalışılmıştır. Çeşmenin güneybatı cephesi sarmaşık dalları ile kaplı olduğundan cephenin net şekilde incelenmesine engel olmuştur. Cephelerde farklı türde süslemeler izlenmektedir.

Cephe Düzenlemesine Göre Çeşmeler

Çeşmelerin cephe düzenlemelerinde bir kısmında kemer kullanılmışken bir kısmı ise kemer kullanılmadan düz cepheli olarak inşa edilmiştir (Tablo 3). Cephe düzenlemesine göre çeşmeler kemerli ve düz cepheli çeşmeler olarak iki alt başlıkta incelenmiştir.

Kemerli Çeşmeler

Kemerli çeşmelerde kullanım oranına göre sırasıyla teğet, sivri, kaş, dilimli ve yuvarlak (tam) olmak üzere birçok kemer formu karşımıza çıkar.

Teğet Kemerli Çeşmeler

Teğet kemer, üzengi hizasından tam daire biçiminde başlayarak yükselen, orta aksta kırılarak üçgen forma dönüşen kemer düzenlemesidir (Mutlu, 2014). Bu kemer çeşidinin üç farklı profili vardır. Tek merkezli, iki merkezli ve iki ayrı merkezlidir. Tek merkezli teğet kemer profili en yaygın olanıdır. Profil türlerinin kullanım yerleri arasında bir farklılık olmayıp her türlü yapının cephe elemanlarında yaygın olarak kullanılmaktadır (Tükel Yavuz, 1983). Kastamonu çeşmelerinde, kemer biçimlerinden en çok tercih edilen teğet kemerdir. Kataloğa dahil edilen örneklerden 17'si teğet kemerli olup, bunların dağılımı merkezde 10, Araç, İnebolu ve Taşköprü'de ikişer, Cide'de bir çeşme şeklindedir.

Hazneli ve bağımsız olan İnebolu Dervişzâde Hacı Mustafa Çeşmesi'nin teğet kemerli cephesi kesme taş malzemeyle, haznenin bulunduğu diğer cepheler kaba yonu ve moloz taş ile örülmüştür (Şekil 32-33). Orman sınırında, eğimli araziye inşa edilen çeşmenin güney ve batı

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

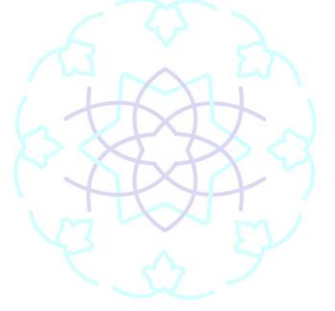
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



cephesi zemine yaslanmış durumdadır. Dikdörtgen planlı çeşmenin, ayaklar üzerine oturan teğet kemerli cephesi daha dar ve dışa taşkın yapılmıştır. Saçakla sınırlandırılan çeşme, düz örtü sistemine sahiptir. Çeşme günümüzde kullanılmaktadır. Merkez’de Atlanbaç Çeşmesi, Tarakçılar Çeşmesi, Harmankaşı Sokak Çeşmesi, Hepkebirler Çeşmesi, Arslanlı Çeşme, Safalan Çeşmesi, Gümüşlüce Yolu Vakıf Çeşmesi, Kancı Çeşme, Eligüzel Çeşmesi, Atabeygazi Camii Çeşmesi II, Araç’ta Acaroğlu Çeşmesi, Akıncılar Köyü Çeşmesi, Cide Gideros Camii Çeşmesi, İnebolu’da Yalı Sokak Çeşmesi ve Taşköprü Afşar Köyü Aşağı Pınar Çeşmesi ile Yukarı Emerce Köyü Çeşmesi teğet kemerli cephe düzenlemesine sahiptir.

Sivri Kemerli Çeşmeler

Sivri kemer, yarıçapı ayak açıklığının yarısından fazla olan simetrik iki dairenin kesişmesiyle oluşturulmuş kemer türüdür. Genellikle araştırmalarda teğet kemerli örnekler sivri kemerlerle karıştırılmakta, aynı gruba dahil edilmektedir (Mutlu, 2014).

Sivri kemerli sekiz çeşmenin tamamı merkezde bulunmakta olup, bağımsız çeşmelerdir. Yüksekliği 2.40 m. olan Çukur Çeşme, 2.30 x 3.35 m. ölçülerinde dikdörtgen planlıdır. Yüzeyden dışa taşkın sivri kemerli bölüm üç yönden silmelerle çevrilmiştir. Kemer, silmeler ile hareketlendirilen iç yüzleri pahlı içbükey görünümlü ayaklara oturur (Şekil 34-35). Düzgün kesme ve moloz taş malzemeyle inşa edilen çeşmenin onarımlarla birlikte cephelerine çimento harcı eklenmiş, örtü de beton malzeme ile yenilenmiştir. Kanlı Çeşme, Namazgâh Çeşmesi, Server Çeşmesi, Taş Çeşme, Çevkani Çeşmesi, Atabeygazi Camii Çeşmesi I ve Hacı Hamza Efendi Çeşmesi sivri kemerlidir.

Kaş Kemerli Çeşmeler

Kastamonu çeşmelerinin dördünde kaş kemer tespit edilmiştir. Merkez ve İnebolu ilçelerinde ikişer çeşmede kaş kemer tercih edilmiştir. Merkezde Hacı Abdullah Çeşmesi, Pehlül Çeşmesi, İnebolu’da Karadeniz Mahallesi Sokak Çeşmesi ile Hamidiye Camii Çeşmesi kaş kemerli çeşmelerin Kastamonu’daki örnekleridir. Karadeniz Mahallesi Sokak Çeşmesi (Şekil 36-37) batı cephesinde bulunan ikiz kaş kemer uygulamasıyla diğer örneklerden ayrılmaktadır. 2.65

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

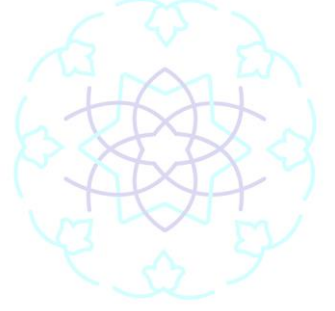
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



x 1.65 m. ölçülerinde dikdörtgen planlı çeşme, 2.73 m. yüksekliktedir. Batı cephesi kesme taş malzemeyle diğer cepheler kaba yonu taş ve moloz taş malzemeyle inşa edilen çeşme saçakla sonlanarak kırma çatıyla örtülmüştür. İkiz kaş kemerli nişler yüzeysel olup, kemerler ise dikdörtgen kesitli sütüncelere oturur. Kuzey kemerin hemen altında boş bırakılmış kitabe izlenmektedir. Günümüzde kullanılmayan çeşmede tahrip olmuş birer musluk mevcuttur.

Dilimli Kemerli Çeşmeler

Dilimli kemerlerin sayıları her zaman tek olup genellikle üç ile beş dilim arasında değişir. Dilimli kemer ismi, çoğunlukla iki farklı kemer türünde herhangi bir ayırım yapılmadan kullanılmaktadır. Birincisi dilimlerin profili tanımlayan kemer çeşidi olup, dilimler sayıca az ve büyüktür. Diğeri ise kemer karnının dilimlerle işlendiği, sayıca fazla ve küçük dilimli örneklerdir. Bu noktada şöyle bir ayırımı ifade etmek gerekir. Söz konusu ikinci çeşidin dilimleri profilden bağımsız olduğu için dilimli kemer tanımının dışında kalmaktadır. İki tipinde Anadolu Selçuklu mimarisinde uygulamaları görülmektedir (Tükel Yavuz, 1983). 1740'lardan itibaren Türk sanatında çeşitli kemer formları görülmeye başlanır. Türk sanatında yaygın olarak tercih edilen sivri kemerlerin yerine "S-C" kıvrımlı dilimli kemerler kullanılmıştır (Acar, 2013). Dilimli kemer formu genellikle İstanbul ve Üsküdar çeşmelerinde uygulanmıştır (Haskan, 2001). Dilimli kemer düzenlemesinin İstanbul'da 1728-1730 yılları arasına tarihlenen Genç Mehmet Paşa Çeşmesi, Baş Kadı Çeşmesi ve Damat İbrahim Paşa tarafından inşa ettirilen iki çeşmede kullanıldığı, sonrasında ise pek fazla tercih edilmediği görülmüştür² (S. Şahin, 2012). Kastamonu'daki çeşmelerden yalnızca üçünde dilimli kemer kullanılmış olup, örnekler 19.-20. yüzyıl arasına tarihlendirilmektedir. Söz konusu üç çeşme de Kastamonu merkezdedir. Kuru Çeşme, Yukarıpazar Sokak Çeşmesi ve Honsalar Çeşmesi II, tek cepheli, dilimli kemerlidir. Hazneli, bağımsız, tek cepheli, dilimli sivri kemerli Yukarıpazar Sokak Çeşmesi (Şekil 38-39)

² İstanbul'daki dilimli kemer uygulamaları için bakınız; S. Şahin, 2012. İstanbul Üsküdar çeşmelerindeki dilimli kemer uygulamaları için bakınız; Haskan, 2001.

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

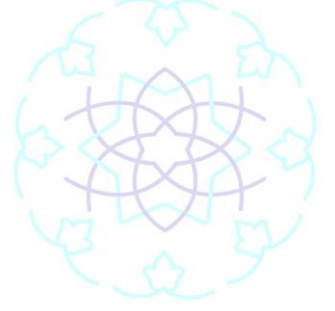
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



2.40 x 3.43 m. ölçülerinde dikdörtgen planlı olup yüksekliği 2.80 m.'dir. Başlıklı ayaklar üzerinde yükselen kemerli bölüm dışa taşkın yapılarak ön cephe vurgulanmıştır. Düzgün kesme ve moloz taş malzemeli çeşme, yer yer sıvalıdır. Günümüzde kullanılmayan çeşmenin özgün yalağının dışına beton yalak yapılmıştır. Onarımlar sırasında örtü sistemi beton malzemeyle yenilenmiş, dolayısıyla çeşmenin doğal görünümünü bozulmuştur. Çeşmede kemer köşelikleri ile alınlıkta bitkisel süslemeler izlenir.

Yuvarlak Kemerli Çeşmeler

Kemer açıklığı yarım daire formlu kemer türüdür. Kastamonu'da merkez ve Küre ilçesinde birer örnek yuvarlak kemerlidir. Merkez Aşağı İmaret Sokak Meydan Çeşmesi kesme taş malzemeli ve üç cepheli, Küre Aşağı Mescid Camii Çeşmesi tuğla ve yer yer kaba yonu taş malzemeli tek cephelidir. Altıgen planlı Aşağı İmaret Sokak Meydan Çeşmesi'nin her cephesi bir metre genişliğinde olup, yüksekliği ise 2.90 m.dir. Hazneli, bağımsız, üç cepheli çeşmenin doğu cephesi yuvarlak kemerli, güneydoğu ve kuzeydoğu cepheler ise kaş kemer formludur. Yuvarlak kemer, duvara yerleştirilmiş, zeminden 0.65 m. yükseklikten başlayan sütunceler üzerine oturmaktadır (Şekil 40-41). Birbirinden farklı ölçülerdeki yalaklar yenilenmiş olup, döneminde hazneli olarak düzenlenen çeşmenin diğer iki cephesindeki musluklar kapatılıp doğu cepheye şebeke suyu bağlanarak kullanıma devam edilmiştir.

Kırık Kemerli Çeşmeler

Kastamonu çeşmelerinde, yukarıda sayılan kemer türleri dışında, çok yaygın olarak kullanılmayan münferit bir kemer türü olan kırık kemer de karşımıza çıkmaktadır. Çeşmelerden sadece bir tanesinde kırık kemer kullanıldığı gözlemlenmiştir. Taşköprü'de, Askerlik Şubesi Karşısındaki Çeşme (Şekil 42-43) bu gruptaki ünik örnektir. Dikdörtgen planlı, haznesiz, bağımsız ve tek cepheli çeşmenin ön cephesi olan güney cephe blok kesme taş malzemeyle, arka cephesi ise kaba yonu taş ve moloz taş malzemeyle inşa edilmiştir. Kemerini yekpare ayaklar üzerindedir. Düz örtü sistemi 0.70 x 1.20 m. ölçülerinde, 0.50 m. yüksekliğinde tepelik ile sonlanmaktadır. Çeşme günümüzde kullanılmamaktadır.

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

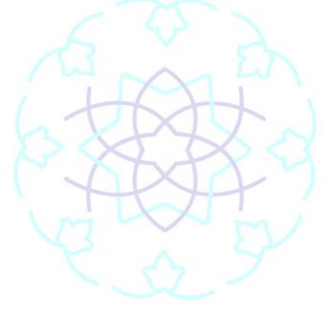
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Düz Cepheli Çeşmeler

Çeşmelerden 38'i düz cephelidir. Merkezde 12, İnebolu'da 18, Araç'ta üç, Abana, Daday, İhsangazi, Küre ve Taşköprü'de düz cepheli birer çeşme bulunmakta, bunlar ise 19.-20. yüzyıla tarihlendirilmektedir. Hepsinin diğer bir ortak özelliği bağımsız oluşlarıdır.

Merkezde Miralay M. Nedim Çeşmesi, Yıldırım Sokak Çeşmesi, Abdülcebbar Çeşmesi, Yadiğâr Çeşmesi, İsmail Bey Çeşmesi, Honsalar Çeşmesi I, İbrikli Sokak Çeşmesi, Hacı Kadın Çeşmesi, Atabeygazi Camii Çeşmesi III, Nuri Fırtına Çeşmesi, Duttubi Sokak Çeşmesi, Mahir Özçelik Çeşmesi, Abana'da Hacı Veli Camii Çeşmesi, Araç'ta Gemi Köyü Camii Çeşmesi, Gökçeçat Köyü Çeşmesi, Eflanilioğlu Çeşmesi, Daday Karacaören Köyü Camii Çeşmesi, İhsangazi Haraçoğlu Camii Çeşmesi, İnebolu'da Eyüpzade Mehmet Efendi Çeşmesi, Hamdi Reis Sokak Çeşmesi, Kazım Karabekir Caddesi Sokak Çeşmesi, Boyran Mahallesi Sokak Çeşmesi I, Yukarı Karaca Camii Çeşmesi, Nuh Bey Çeşmesi, Çinili Camii Çeşmesi, Mehmet Şevki Caddesi Sokak Çeşmesi, M. Sabri Caddesi Sokak Çeşmesi III, Dr. Atilla Gürsoy Caddesi Sokak Çeşmesi I, Su Yolu Sokak Çeşmesi, Boyran Mahallesi Sokak Çeşmesi II, Boyran Mahallesi Sokak Çeşmesi III, Dr. Atilla Gürsoy Caddesi Sokak Çeşmesi II, Tefikiye Camii Kuzeydoğu Köşesindeki Çeşme, Tefikiye Camii Kuzeybatı Köşesindeki Çeşme, Mustafa Kemal Paşa Caddesi Sokak Çeşmesi, Küre Bedesten Sokak Çeşmesi ve Taşköprü Bekdemirekşi Köyü Çeşmesi, düz cepheli çeşmelerdir. Düzgün kesme taş malzemeyle inşa edilen Cami Arkası Sokak Çeşmesi (Şekil 44-45) basit silmeli saçakla sonlanmaktadır. Testilik sekisi ve taşlık nişi olmayan çeşmenin cephesi ay-yıldız ve bitkisel süslemeler yardımıyla sadeliğin önüne geçilmiştir. Ay-yıldızların altında cephenin merkezindeki yuvarlak kemer formu verilmiş kitabelik, kompozisyonun önemli bir parçasıdır. Çeşme günümüzde kullanılmaktadır.

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

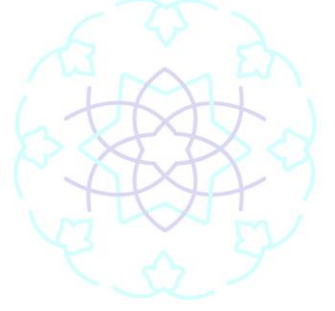
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Sonuç

Çeşmeler dini, sosyal ve askeri yapılara oranla daha dayanıksız ve korumasız olmaları sebebiyle doğal ve beşerî tahribatlar ile birlikte, suyun malzemeyi bozucu etkisiyle de birleşerek süreç içinde bakımlarının aksatılması sebebiyle tahribata uğrayabilmekte ve hatta yıkılarak yok olabilmektedir. Çoğu Osmanlı yerleşiminde olduğu gibi, Kastamonu'da da çok sayıda çeşmenin tespit edilmiş olması, yerleşimin fiziksel şekillenmesi ve hareketliliğiyle doğrudan ilişkilidir.

Çalışmada Kastamonu merkezde 36, İnebolu'da 22, Araç'ta beş, Taşköprü'de dört, Küre'de iki, Abana, Cide, Daday ve İhsangazi'de birer olmak üzere 73 çeşme tipolojik olarak incelenmiştir. Tipolojik açıdan incelenen çeşmelerden biri bağımlı, 72'si ise bağımsızdır. İncelenen çeşmeler 1510 ile 1948 yılları arasına tarihlendirilmiştir. Kastamonu'da 16. ve 17. yüzyıllar arasında yapılmış sadece dört çeşme günümüze ulaşmışken 18.-20. yüzyıl arasında ise yoğun bir çeşme imar faaliyeti görülmektedir. Kastamonu çeşmelerinden merkezdekilerin birçoğu restorasyon çalışmalarıyla yenilenmiştir. Daha az müdahale edilen, merkezden uzak ilçe ve köylerdeki çeşmeler ise günümüze kadar büyük ölçüde özgünlüğünü korumuştur.

Tipolojik açıdan çeşitlilik sunan Kastamonu çeşmelerinin büyük bir bölümü tek cepheli, hazneli ve teğet kemerli çeşmeler olarak inşa edilmiştir. Bununla beraber cephe düzeni açısından ise azımsanmayacak sayıda düz cepheli örnekler mevcuttur.

İncelenen çeşmelerden 52'si hazneli, 21'i ise haznesiz; 72 çeşme bağımsız, bir çeşme bağımlı; 65 tanesi tek cepheli, üçü iki cepheli, üçü üç cepheli, biri dört cepheli ve biri ise beş cephelidir. Çeşmelerin haznelerinin (su depolarının) büyüklüğü, genel kütle ile doğru orantılıdır. Hazneli çeşmeler, süreç içinde hazneyi besleyen kaynağın kuruması sonucu kullanım dışı kalma riskini barındıran yapılar olduğundan, zamanla başta çeşmeyi besleyen kaynağın kuruması olmak üzere imar faaliyetleri vb. sebeplerle çeşmelerin şebekeye bağlanmak suretiyle aktif şekilde kullanıma devam edilmeleri söz konusu olabilmektedir. Hazneli çeşmelerde, çeşmeye bitişik şekilde inşa edilmiş olan hazne, işlev dışı kaldığı için yıkılarak ortadan kaldırılmakta ve çeşme,

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açıdan İncelenmesi

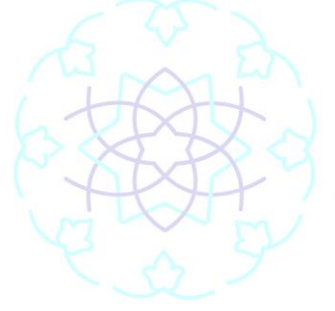
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



aslında hazneli çeşme olarak inşa edilmişken bahsi geçen müdahalelerle şebeke suyundan beslenen bir niteliğe dönüşebilmektedir. Bu durumda da çeşmede tipolojik değişim söz konusu olmaktadır. Bununla beraber, bu yapıların sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi açısından, bu yönde yapılan müdahaleler olumlu görülebilmektedir.

İncelenen örnekler arasında bulunan bağımlı tek çeşme ise haznesiz, tek cepheli ve yuvarlak kemerlidir. Bağımsız ve haznesiz çeşmelerin hepsi tek cepheli; teğet, kaş, sivri ya da kırık kemerli ve düz cepheli örneklerdir. Cephe sayıları bir ile beş arasında değişen hazneli çeşmelerin tamamı bağımsızdır. Birden çok cepheye sahip çeşmelerden iki cepheli Hepkebirler Çeşmesi (kuzey teğet kemerli, doğu düz cepheli) ve üç cepheli Aşağı İmaret Sokak Meydan Çeşmesi'nde (doğu cephe yuvarlak kemerli, kuzeydoğu ve güneydoğu cepheleri kaş kemer formu) olduğu gibi, farklı cephe düzenlemeleri izlenir.

İnebolu'daki düz cepheli çeşmelerden beş çeşmeye kaş kemer formu, bir çeşmeye atnalı kemer formu, bir çeşmeye ise teğet kemer formu verilerek cephelerine hareketlilik kazandırılmıştır.

Kastamonu çeşmeleri kesme taş, mermer, kaba yonu taş, moloz taş, tuğla ve beton malzemeden inşa edilmiştir. İki çeşme tuğla (Küre Aşağı Mescid Camii Çeşmesi ve Taşköprü Afşar Köyü Aşağı Pınar Çeşmesi), bir çeşme mermer (Araç Eflanilioğlu Çeşmesi) ve 1938-1948 yıllarına ait üç çeşme ise (Hacı Kadın Çeşmesi, Nuri Fırtına Çeşmesi ve Mahir Özçelik Çeşmesi) beton malzemeden inşa edilmiştir.

Kastamonu Çeşmeleri genellikle düz örtü sistemine sahip olmakla birlikte bazı örneklerde çeşitli örtü biçimleri de izlenmektedir. Kanlı Çeşme'de beşik örtü, Honsalar Çeşmesi I'de kırma çatı, Tarakçılar Çeşmesi'nde beşik çatı, Abdülcebbar Çeşmesi'nde piramidal külah, Acaroğlu Çeşmesi'nde beşik tonoz, Mahir Özçelik Çeşmesi'nde kubbe ve Akıncılar Köyü Çeşmesi'nde ise sundurma, örtü olarak tercih edilmiştir.

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Tek cepheli çeşmelerde genellikle tek musluk kullanılmışken tek cepheli örneklerden Hacı Kadın Çeşmesi, yan yana iki kemerli Karadeniz Mahallesi Sokak Çeşmesi'nde iki, Eyüpzade Mehmet Efendi Çeşmesi'nde ise üç musluk bulunmaktadır. İki cepheli Eligüzel Çeşmesi, üç cepheli Arslanlı Çeşmesi³, dört cepheli Yedigâr Çeşmesi'nde birer, beş cepheli Hacı Veli Camii Çeşmesi'nde ise ikişer musluk yer alır. Hazneli çeşmelerde su taşımını engelleyerek su seviyesini dengede tutmak için tahliye borusuna yer verilmiştir. Hazneli çeşmelerin bazılarında Honsalar Çeşmesi I'de olduğu gibi lüle ya da musluğun alt seviyesine yerleştirilmiş haznenin temizliği sırasında kullanılan tahliye borusu mevcuttur.

Kastamonu çeşmeleri genellikle tek yalaklı olmakla birlikte, merkezden uzak kırsal kesimlerde inşa edilen bazı örneklere (Akıncılar Köyü Çeşmesi'ndeki gibi) cephedeki yalağa eklenmiş, hayvanların su içmesi için düşünülmüş uzun yalaklar da yapılabilmektedir. Su doldurmak ya da su içmek için çeşmelere uğrayan kişilerin testi koymak ya da dinlenmek için oturacakları fonksiyonel testilik sekileri Kastamonu çeşmelerinde cepheye dahil edilmiş olup, Server Çeşme, Hepkebirler Çeşmesi, Arslanlı Çeşme ve Hamdi Reis Sokak Çeşmesi'nde bulunan testilik sekileri özgün haliyle günümüze ulaşabilmiştir.

Kastamonu çeşmelerinin niş derinlikleri çok fazla değildir. Düz cepheli çeşmelerin bazılarında (Gökçeçat Köyü Çeşmesi'nde olduğu gibi) üçgen tepeliğe yer verilmiştir. Bazı çeşmelerin aynalıklarında (Hacı Abdullah Çeşmesi'nde olduğu gibi) kaş kemerli, Eflanilioğlu Çeşmesi'ndeki gibi bitkisel rozet, Karacaören Köyü Camii Çeşmesinde olduğu gibi hayat ağacı, Su Yolu Sokak Çeşmesi'ndeki gibi servi ağacı, Nuri Fırtına Çeşmesi'nde olduğu gibi altı kollu yıldız şeklinde ayna taşlarına yer verilmiştir. Bu örneklerin dışındaki ayna taşları çeşmenin

³ Çeşmenin kuzeydoğu cephesi belli bir seviyeye kadar zemin seviyesinin altında kalmıştır. Cephe düzenine bakıldığında bu cephede de musluk olabileceği kanısına varılmıştır.

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

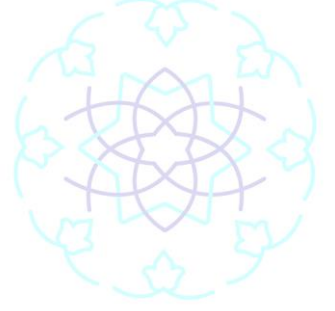
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



aynalığıyla aynı malzemedен yapılarak kabartma tekniği uygulanarak zeminden taşkın yapılmıştır.

Kastamonu çeşmelerinden sadece Hamdi Reis Sokak Çeşmesi ve Yukarı Emerce Köyü Çeşmesi'nde taslık nişine rastlanılmıştır. Suluk ise, sadece Yukarı Emerce Köyü Çeşmesi'nde izlenebilmektedir.

Kastamonu çeşmelerinin süsleme programını oluşturan bitkisel, geometrik ve nesneli süslemeler, çeşmelerin cephelerinde daha çok kemer alınlıkları ve köşeliklerinde ve kitabelerin çevresinde görülmektedir.

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açıdan İncelenmesi

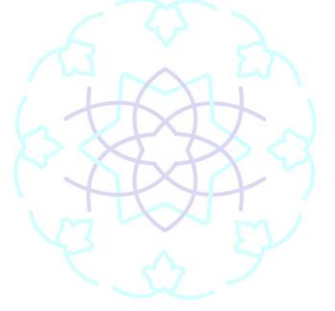
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Kaynakça

- Acar, T. (2013). Kemeraltı çarşısındaki duvar çeşmelerinin bezeme öğeleri açısından irdelenmesi, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* 30(1), 1-18.
- Bilici, Z. K. (1991). *Kastamonu'da Türk devri mimarisi ve şehir dokusunun gelişimi (18. yüzyıl sonuna kadar)* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Arkeoloji ve Sanat Tarihi Anabilim Dalı.
- Çerkez, M. (2005) İnebolu çeşmeleri, *Erdem Atatürk Kültür Merkezi Dergisi*, (15) 43, 145-184.
- Çiftci, F. (1995). *Kastamonu camileri-türebeleri ve diğer tarihi eserler*. Diyanet Vakfı Yayınları.
- Çiftci, F. (2008). Kastamonu çeşmeleri ve şadırvanları, *Üsküdar'a Kadar Kastamonu*, (Hazırlayan: Lütfü Seymen), (ss. 217-236). Yapı Kredi Yayınları
- Denktaş, M. (2002). Anadolu Türk mimarisinde çeşmeler. *Türkler*, 7(1), (ss. 872-877). Yeni Türkiye Yayınları.
- Ertuğ, N. (Ed). (2006). *İstanbul tarihi çeşmeler külliyesi*, C.1. Forart Basımevi.
- Eyice, S. (1993) Çeşme, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, C.8. (ss. 277-287). İslam Araştırma Merkezi Yayınları.
- Gültekin, R. E. (2013). Türklerde su kültürü ve İzmir'in simgesi saat kulesinin çeşmeleri, *Uluslararası Türkbilim Dergisi*, 2(13), 121-135.
- Haskan, M. N. (2001). *Yüzyıllar boyunca Üsküdar*, C.3, Üsküdar Araştırma Merkezi Yayınları.
- İbrahimgil, M.Z. & Ustabulut, U.B. (2020). Bayburt çeşmeleri, *Uluslararası Türkoloji Araştırmaları ve İncelemeleri Dergisi*, 5 (2), 32-59.
- Karcı, E. (2016). Hicri 1299 (1882) Kastamonu vilayet salnamesine göre Kastamonu sancağı ile bağlı kazaların idari, sosyal ve ekonomik yapılarına dair tespitler, *Yerel Politikalar Dergisi*, 0 (2), 116-147.
- Karpuz, H. & Dülgerler, N. (2006). Konya çeşmeleri üzerine bir tipoloji denemesi, *Sanatta Anadolu Asya İlişkileri*, (Prof. Dr. Beyhan Karamağaralı'ya Armağan), (ss.317-331). Hacettepe Üniversitesi Yayınları.

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açıdan İncelenmesi

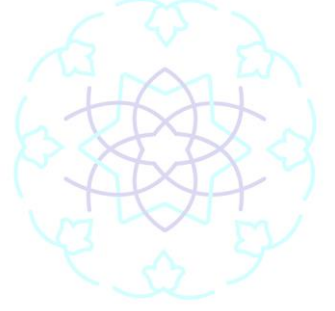
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL

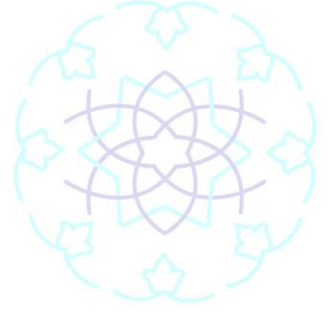


- Mutlu, M. (2014). *Konya'da su mimarisi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi). T.C. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı.
- Ödekan, A. (1992). Çeşme, *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi*, C. 1, (ss. 396-397). Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.
- Önge, Y. (1997). *Türk mimarisinde Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde su yapıları*. Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Şahin, İ. (2001). Kastamonu, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, C. 24, (ss. 585-588.) İslam Araştırma Merkezi Yayınları.
- Şahin, S. (2012). Üsküdar'da III Ahmet dönemine ait dört çeşme ve Osmanlı mimarisinde nadir görülen bir kemer tipi üzerine, Editör: Süleyman Faruk Göncüoğlu, *Uluslararası Üsküdar Sempozyumu VII 1352'den Bugüne Şehir (2-4 Kasım 2012)*, C. 1, (ss. 676-692).
- Sözen, M. & Tanyeli, U. (2011). *Sanat kavram ve terimleri sözlüğü*. (1. Baskı). Remzi Kitabevi.
- Tok, V. A. (2006). Su kasidesinden beş beyit üzerine bir şerh denemesi, *Yedi İklim*, 19(194), 145-147.
- Tükel Yavuz, A. (1983). *Anadolu Selçuklu mimarisinde tonoz ve kemer*. Kelaynak Yayınevi.

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

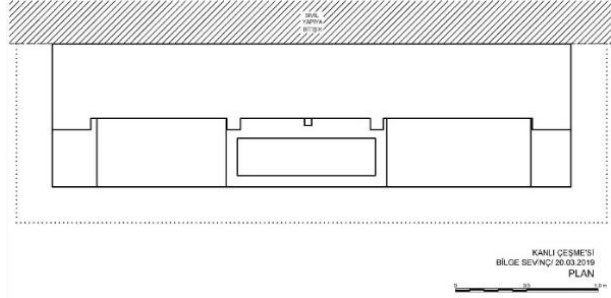
Ocak / January 2023



Şekiller ve Tablolar



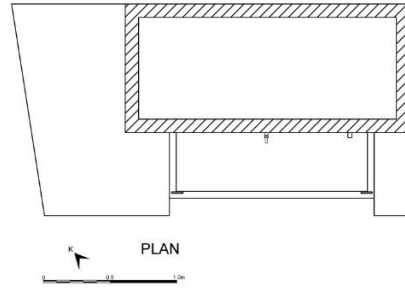
Şekil 1. Kanlı Çeşme



Şekil 2. Kanlı Çeşme Planı



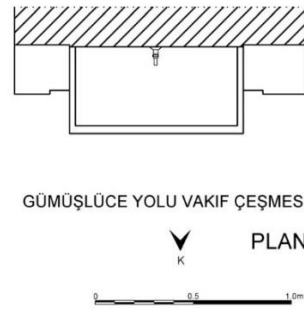
Şekil 3. Eyüpzade Mehmet Efendi Çeşmesi



Şekil 4. Eyüpzade Mehmet Efendi Çeşmesi Planı



Şekil 5. Gümüşlüce Yolu Vakıf Çeşmesi



Şekil 6. Gümüşlüce Yolu Vakıf Çeşmesi Planı

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



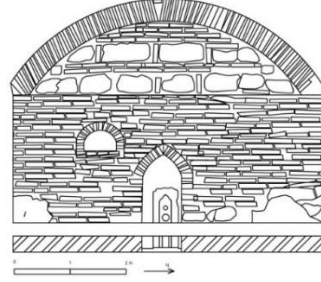
Şekil 7. Yukarı Emerce Köyü Çeşmesi



Şekil 8. Yukarı Emerce Köyü Çeşmesi
Cephesi



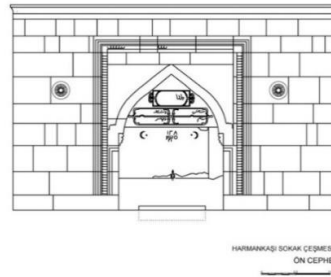
Şekil 9. Küre Aşağı Mescid Camii Çeşmesi



Şekil 10. Küre Aşağı Mescid Camii Çeşmesi



Şekil 11. Harmankaşı Sokak Çeşmesi

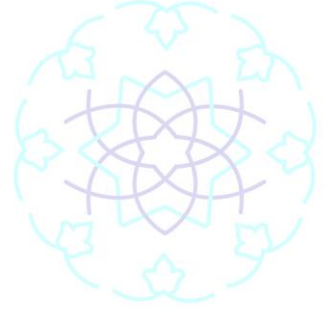


Şekil 12. Harmankaşı Sokak Çeşmesi

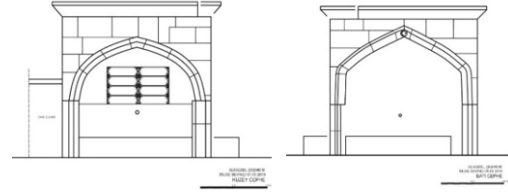
Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



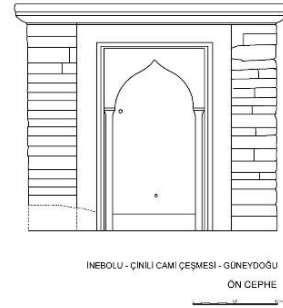
Şekil 13. Eligüzel Çeşmesi



Şekil 14-15. Eligüzel Çeşmesi Cepheleri



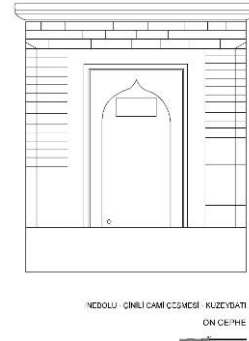
Şekil 16. Çinili Camii Çeşmesi



Şekil 17. Çinili Camii Çeşmesi 1. Cephesi



Şekil 18. Çinili Camii Çeşmesi



Şekil 19. Çinili Camii Çeşmesi 2. Cephesi

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

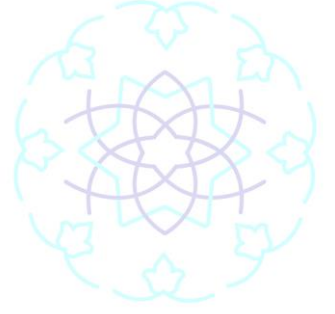
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023

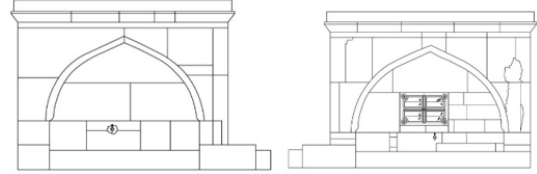


BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



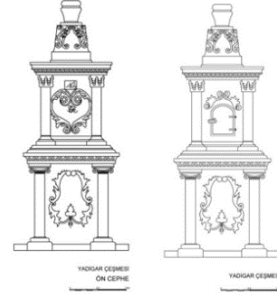
Şekil 20-21 Arslanlı Çeşme



Şekil 22-23. Arslanlı Çeşme Cepheleri



Şekil 24-25. Yedigâr Çeşmesi



Şekil 26-27. Yedigâr Çeşmesi Cepheleri



Şekil 28-29. Hacı Veli Camii Çeşmesi

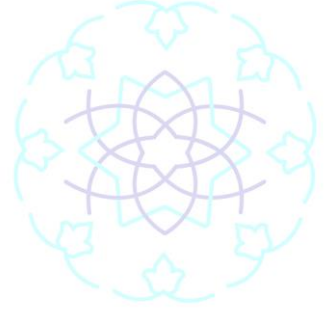


Şekil 30-31. Hacı Veli Camii Çeşmesi Planı

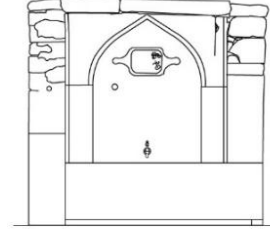
Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açıdan İncelenmesi

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



Şekil 32. Dervişzade Hacı Mustafa Çeşmesi

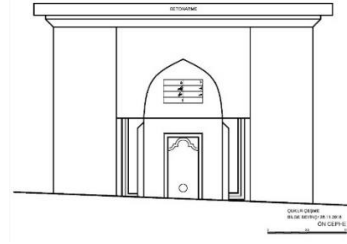


İNEBOLU - DERViŞZADE HACI MUSTAFA ÇEŞMESİ
ÖN CEPHE

Şekil 33. Dervişzâde Hacı Mustafa Çeşmesi
Cephesi



Şekil 34. Çukur Çeşme



Şekil 35. Çukur Çeşme Cephesi



Şekil 36. Karadeniz Mahallesi Sokak
Çeşmesi

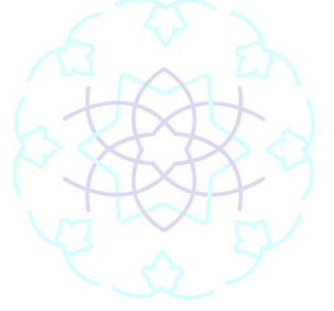


Şekil 37. Karadeniz Mahallesi Sokak
Çeşmesi Cephesi

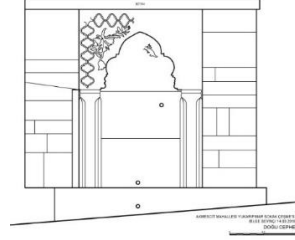
Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



Şekil 38. Yukarıpazar Sokak Çeşmesi



Şekil 39. Yukarıpazar Sokak Çeşmesi
Cephesi



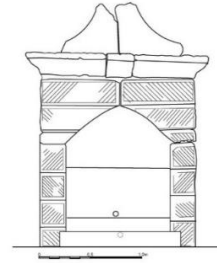
Şekil 40. Merkez Aşağı İmaret Sokak
Çeşmesi



Şekil 41. Merkez Aşağı İmaret Sokak
Çeşmesi Cephesi



Şekil 42. Askerlik Şubesi Karşısındaki
Çeşme



Şekil 43. Askerlik Şubesi Karşısındaki
Çeşme Cephesi

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

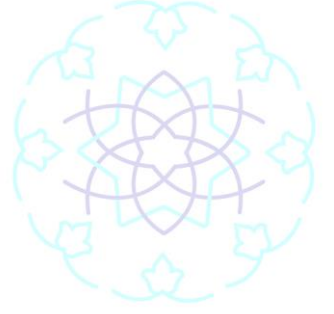
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023

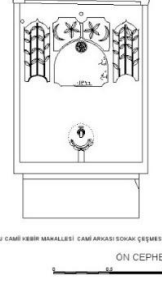


BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



Şekil 44. Cami Arkası Sokak Çeşmesi

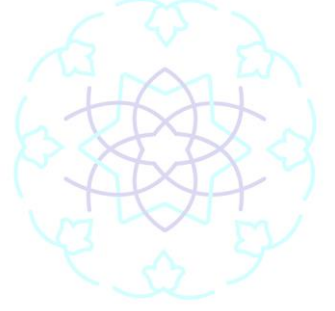


Şekil 45. Cami Arkası Sokak Çeşmesi
Cephesi

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açıdan İncelenmesi

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



Tablo 1. Kaynaktan Beslenme Durumuna ve Buldukları Yere Göre Çeşmelerin Dağılımı

İlçeler	Kaynaktan Beslenme Durumuna Göre		Buldukları Yere Göre	
	Haznesiz	Hazneli	Bağımlı	Bağımsız
Merkez	8	28	-	36
Abana	-	1	-	1
Araç	4	1	-	5
Cide	-	1	-	1
Daday	1	-	-	1
İhsangazi	-	1	-	1
İnebolu	3	19	-	22
Küre	1	1	1	1
Taşköprü	3	1	-	4
TOPLAM	20	53	1	72

Tablo 2. Cephe Sayısına Göre Çeşmelerin Dağılımı

İlçeler	Tek Cepheli	İki Cepheli	Üç Cepheli	Dört Cepheli	Beş Cepheli
Merkez	31	2	2	1	-
Abana	-	-	-	-	1
Araç	5	-	-	-	-
Cide	1	-	-	-	-
Daday	1	-	-	-	-
İhsangazi	-	-	1	-	-
İnebolu	21	1	-	-	-
Küre	2	-	-	-	-
Taşköprü	4	-	-	-	-
TOPLAM	65	3	3	1	1

Tablo 3. Cephe Düzenlemesine Göre Çeşmelerin Dağılımı

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

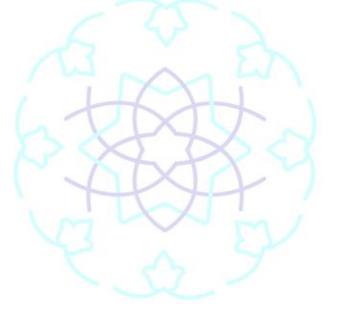
Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023



BAÇINI

SANAT DERGİSİ / ART JOURNAL



İlçeler	Teğet Kemer	Sivri Kemer	Kaş Kemer	Dilimli Kemer	Yuvarlak Kemer	Kırık Kemer	Düz Cepheli
Merkez	10	8	2	3	1	-	12
Abana	-	-	-	-	-	-	1
Araç	2	-	-	-	-	-	3
Cide	1	-	-	-	-	-	-
Daday	-	-	-	-	-	-	1
İhsangazi	-	-	-	-	-	-	1
İnebolu	2	-	2	-	-	-	18
Küre	-	-	-	-	1	-	1
Taşköprü	2	-	-	-	-	1	1
TOPLAM	17	8	4	3	2	1	38

Kastamonu Çeşmelerinin Tipolojik Açından İncelenmesi

Yıl / Year: 1, Cilt / Volume: 1, Sayı / Issue: 1

Ocak / January 2023