



# D S A N A T

ISSN: 2757-8011



---

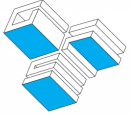
ALTI AYDA BİR YAYIMLANAN ULUSAL HAKEMLİ DERGİ

---

SAYI:4 - EYLÜL 2022

## **İÇİNDEKİLER**

1- Kozmetik Ürünleri ile İlgili Basılı Reklamların Göstergibilimsel Çözümlemesi .....	1
2- Türk Minyatür Sanatının Tasarım Bağlamında İncelenmesi ve Sofra Seramiği Yüzeyine Yansımaları.....	24
3- Endüstriyel Seramik Malzemelerin Biyomimikri Anlayışı ile Aydınlatma Aksesuarlarına Uygulanmasının İncelenmesi .....	49



## KOZMETİK ÜRÜNLERİ İLE İLGİLİ BASILI REKLAMLARIN GÖSTERGEBİLİMSEL ÇÖZÜMLEMESİ

### SEMIOTIC ANALYSIS OF PRINTED ADVERTISEMENTS RELATED TO COSMETIC PRODUCTS

Canan Müstecepoğlu\*

#### Öz

Göstergebilim, en küçük birimi gösterge olan ve iletişim için kullanılan her şeyin incelenmesini kapsayan bir bilimdir (Yılmaz, 2020:6). Saussure'e göre, Yunanca "semion" ile "logie" kelimelerinden oluşturulan göstergebilim, ilk olarak stoacılar tarafından tartışma konusu yapılmıştır (Rifat, 2009:27). Çağdaş göstergebilim denilince, Saussure ve Pierce önde gelen isimlerdir. Birbirinden habersiz göstergebilim üzerinde çalışmalar yapmışlardır. Reklam sektörü de göstergebilimden yararlanmaktadır. Reklam, belli bir ücret karşılığında, kaynağı bilinen ve toplumsal olan bir iletişim biçimi olup alıcıları harekete geçirmek üzere ikna etmek için hazırlanmaktadır (Yılmaz, Ergüven, Sandıkçioğlu, Onay & Nurtanış Velioğlu, 2012:4). Reklam sektörü de alıcılara ulaşmak için çeşitli iletişim araçları kullanmaktadır. Reklamcılıkta iletişim araçları, gazete, dergi, afiş, bilgisayar gibi her türlü görsel-işitsel araçlardır (Becer, 2019:221,223). Bu görsel-işitsel araçların basılı reklam mecraları arasında dergiler önemli bir yere sahiptir. Dergiler, içinde araştırma, makale gibi yazıların olduğu belli zaman aralıklarıyla çıkan içeriği belli konularla sınırlı basılı yayınlardır. Dergiler belli ilgi alanları ile sınırlı olduğu için, reklam verenler hedef kitle araştırması yapmadan ürünü ile ilgili dergiye reklam vererek tasarruf yapmıştır (Dağtaş, Yıldırım Becerikli, Birsen, Dağtaş, & Çelik, 2013:51). Psikolojik açıdan reklamlar bilinç düzeyine ve bilinçaltına yönelik iletiler aktarmışlardır. Dilsel olanlar, bilinç düzeyinde olurken, görsel öğeler ile yapılanlar bilinçaltına yönelik olmuştur (Reklamcılıkta Temel Kavramlar, 2012:45). Bu makalede göstergebilim ve reklamcılık hakkında bilgi verilecek ve kadın kozmetik ürünlerine yönelik rastgele seçilen beş reklam göstergebilimle birlikte analiz edilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Göstergebilim, Göstergebilimsel Çözümleme, Reklamcılık, C. H. Peirce, F. De Saussure



Geliş Tarihi / Received  
16.06.2022

Kabul Tarihi / Accepted  
25.07.2022

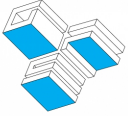
Yayın Tarihi / Publication Date  
01.09.2022

Sorumlu Yazar/Corresponding author  
E-mail: canan.m.o@gmail.com

Cite this article: Müstecepoğlu, C., (2022). Kozmetik Ürünleri ile İlgili Basılı Reklamların Göstergebilimsel Çözümlemesi, D-Sanat, Cilt:1, Sayı:4.



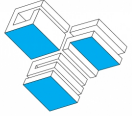
Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License.



### **Abstract**

Semiotics is a science that covers the examination of everything whose smallest unit is the indicator and used for communication (Yılmaz, 2020:6). According to Saussure, semiotics, formed from the Greek words "semion" and "logie", was first discussed by the stoics (Rifat, 2009:27). When it comes to contemporary semiotics, Saussure and Peirce are the leading names. They worked on semiotics, unaware of each other. The advertising industry also benefits from semiotics. Advertising is a form of communication whose source is known and related to the society for a certain fee and is prepared to persuade buyers to take action (Yılmaz, Ergüven, Sandıkçioğlu, Onay & Nurtanış Velioğlu, 2012:4). The advertising industry also uses various communication tools to reach buyers. Communication tools in advertising are all kinds of audio-visual tools such as newspapers, magazines, posters and computers (Becer, 2019:221,223). Among the print advertising channels of these audio-visual tools, magazines have an important place. Journals are printed publications that contain articles such as research and articles, published at certain intervals, and the content is limited to certain topics. Since the magazines are limited to certain areas of interest, advertisers made savings by advertising their product in the magazine without conducting a target audience research (Dağtaş, Yıldırım Söylekli, Birsen, Dağtaş, & Çelik, 2013:51). From a psychological point of view, advertisements conveyed messages to the conscious and subconscious. While the linguistic ones were at the conscious level, the ones made with the visual elements were aimed at the subconscious (Reklamcılıkta Temel Kavramlar, 2012:45) In this article, information about semiotics and advertising will be given and five randomly selected advertisements for women's cosmetics will be analyzed together with semiotics.

**Keywords:** Semiotic, Semiotic Analysis, Advertising, C. H. Peirce, F. De Saussure



## Giriş

Göstergebilim, ses, müzik, resim, fotoğraf, işaret gibi iletişim için kullanılan her şeyin incelenmesini kapsayan bir bilimdir (Parsa & Parsa, 2004:1). Saussure'e göre, göstergebilim Yunanca "semion" ve "logie" kelimelerinin birleşimi ile oluşmuştur (Aktaran: Parsa & Parsa, 2004:3). Yunanlı Hekim Galenos, "semeiotike" kelimesini semptom ile eşanlamlı olarak kullanmıştır. Saussure ve Pierce göstergebilim denilince ilk akla gelen isimlerdendir. İkisi de aynı zamanlarda göstergebilim ile ilgilenmiş, biri göstergebilimi ruhsal ve toplumsal olanı ele alacak bilim olarak düşünürken, diğeri mantık kökenli bir göstergebilimden bahsetmiştir (Rifat, 2009:27, 33). Göstergebilim kavramları, metin, dizi – dizim, artzamanlılık – eşzamanlılık ve kodlardan oluşmaktadır. Göstergebilim kavramlarından reklam sektörü de yararlanmaktadır. Reklam, ürün veya hizmeti iletişim araçlarını kullanarak tanıtmak amacıyla yapılan çalışmalardır (Becer, 2019:221).

Televizyon, sinema, gazete, dergi, internet reklamcılığı reklam araçlarından bazılarıdır. Basılı reklam mecraları arasında dergilerde önemli bir yere sahiptir. Dergiler, makale, araştırma gibi yazıların olduğu fotoğraf - resim bulunan belli aralıklarla çıkan basılı yayınlardır. Sağlık, spor, doğa, gezi gibi çok çeşitli ilgi alanlarına göre dergiler çıkmaktadır. Reklam verenler hedef kitle araştırması yapmadan ilgili dergiye reklam vererek doğrudan alıcıya ulaşabilmektedir (Dağtaş, Yıldırım Becerikli, Birsen, Dağtaş, & Çelik, 2013:51-52). Bu makalede dergilerdeki kadınların kullandığı rastgele seçilen kozmetik ürünler ile ilgili reklamlar göstergebilim ile çözümlenecektir.

## Çalışmanın Amacı

Günümüzde dergilerde görmeye alıştığımız kozmetik ürün reklamlarının bilinçaltımıza verdiği mesajları göstergebilimsel analiz ile ortaya çıkarmaktır.

## Çalışmanın Metodu

Literatür taraması yapılmıştır, göstergebilimsel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Seçilen reklamların göstergebilimsel çözümlemesinde anlama ulaşmak için, Gösterge: Gösteren – Gösterilen kullanılmış ve metin betimlenmiştir. Çözümlemede, anlamlandırmak için Düz Anlamlar ve Yananlamlar açıklanmıştır. Dizisel çözümlemede, dizisel karşıtlıklar oluşturulmuştur. En son anlamlandırma açıklanmıştır.

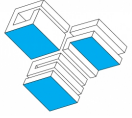
## Çalışmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Göstergebilimin tanımı yapılacak ardından göstergebilimin tarihi ve kavramları incelenecektir. Basılı reklam yayıncılığı olarak dergilerin, güçlü ve zayıf yönleri ele alınacaktır. Ardından kadınların kullandığı rastgele seçilen beş tane kozmetik ürün reklamı göstergebilimsel olarak incelenecektir.

### 1.Göstergebilim

Göstergebilim Saussure'e göre, Yunan dilindeki gösterge anlamına gelen "semion" kelimesi ile bilim anlamına gelen "logie" kelimesinden oluşmuştur (Aktaran: Parsa & Parsa, 2004:3). Göstergebilim, ses, müzik, görüntü ve işaret gibi iletişim için kullanılan her şeyin incelenmesini kapsamaktadır (Parsa & Parsa, 2004:1).

Sembol, logo ve işaret gibi günümüzde neredeyse her yerde kullanılan bu kavramların insanlar tarafından yaratılmasını ve yorumlanmasını anlamaya yönelik bir bilim dalıdır. İnsanlar, işaret ve sembol gibi kavramları yaratma ve yorumlamada "metafor, benzetme, alegori, metonim ve



sembolizmden” yararlanmıştır. Bu yaratma ve yorumlamanın nasıl olduğunu kavramak için göstergebilim kullanmıştır (Yılmaz, 2020:6). Metafor, diğer deyişle mecaz, sözcüğü gerçek anlamı dışında başka anlamlara gelecek şekilde kullanmaktadır (“Türk Dil Kurumu | Sözlük”, 2022). Metonim, diğer adı düz değiştirme olup küçük bir kesitin bütünü temsil etmesine denmiştir. Kral ve kraliçe demek yerine taç denilmesi metonim kavramına örnek olmuştur (Varlı Güler, 2017b:6).

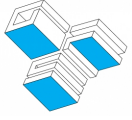
Benzetme, TDK’ya göre, “Bir şeyin niteliğini anlatmak için o niteliği eksiksiz taşıyan bir şeyi örnek olarak gösterme işi, benzeti, teşbih (“Türk Dil Kurumu | Sözlük”, 2022)” tir. Alegori, TDK’ya göre, “Bir görüntü, bir yaşantı veya bir davranışın daha iyi kavranmasını sağlamak için göz önünde canlandırıp dile getirme, yerine koyma (“Türk Dil Kurumu | Sözlük”, 2022)” dir. “Sembolizm ya da simgecilik, en genel anlamıyla farklı anlamlara gelen ya da farklı öğeleri simgeleyen çeşitli sembollerin kullanımudur (“Sembolizm - Vikipedi”, 2022)”. Göstergebilim, anlamın nasıl oluşturulduğu ile ilgilenmiştir (Parsa & Parsa, 2004:2). John Fiske’ye (2003) göre, “Göstergebilim, diller, düzgüler, belirtgeler, vb. gibi gösterge dizelerini inceleyen bilimdir (Aktaran: Özgür, 2006:5)” Saussure’e göre, “...gösterge kavramı ilke olarak bu bilimin temelidir... (Parsa & Parsa, 2004:1)”

### 1.1.Tarihsel Gelişimi

Yunanca kanıt, semptom anlamlarına gelen “tekmerion” kelimesi ile eşanlamlı olarak kullanılan Semeion (Gösterge), Yunanlı Hekim Hippokrates ile Yunanlı felsefeci Parmenides tarafından terim olarak kullanılmıştır. Stoacılar tarafından tartışma konusu olan gösterge öğretisi, mantık ile dil konuşmalarında ortaya çıkmıştır. Yunanlı Hekim Galenos, “semeiotike” kelimesini semptom anlamında kullanmıştır. Bunların ardından, Batı kültüründe gösterge öğretisi görülmeye başlanmıştır. Orta çağ skolastik felsefeciler döneminde dilbilim ile ilgilenenlere “modus” adı verilmiştir. Modusçular içerik ve biçim arasındaki ilişki hakkında araştırma yapmaktaydılar (Rifat, 2009:27-28). “17. ve 18. yüzyıllarda da, genel bir dil ve anlam kuramı tasarlayan Locke, Leibniz, Diderot, Condillac, Lambert gibi felsefeciler göstergelerle ve anlam taşıyan biçimlerle ilgilendiler (Rifat, 2009:28).”

İnsan Anlığı Üstüne Bir Deneme adlı kitabında yazar İngiliz felsefeci John Locke, gösterge öğretisi yerine Semeiotike sözcüğüne yer vermiştir. Ayrıca “Bilimlerin Bölünmesi Üstüne” bölümünde bilimi üçe ayırmıştır: ilki Physike, ikincisi Praktike ve üçüncüsü Semeiotike. Yani Locke, Semeiotike ya da Mantığı (Logike) ayrı bir bilim dalı olarak ele almıştır. Locke’a göre Gösterge Öğretisinin amacı, zihnin bilgilerini başka insanlara aktarmada kullanılan göstergeleri incelemektir. Locke’tan sonra J. H. Lambert’in de gösterge öğretilerine ciddi katkıları olmuştur. 1764’te yazdığı Yeni Organon adlı iki ciltlik kitabında dört bilimi ele almıştır: Dianoioloji, aletoloji, semiyotik ve fenomenoloji. Yazar, Semiyotik kısmında düşüncelerin ve nesnelere isimlendirilmesi, belirtilmesi hakkında bir öğreti geliştirmiştir. Semiyotik terimi, Locke ve Lambert sayesinde 19. yüzyılda tekrar kullanılmaya başlanmıştır (Rifat, 2009:28-29).

Çağdaş göstergebilime gelirse, Charles Sanders Peirce, Amerikalı bir felsefeci, mantıkçı ve matematikçiydi. Yaptığı çalışmalar ile semiyotiğin (göstergebilim) bağımsız bir bilim dalı olmasını sağlamıştır. Peirce’e göre Göstergebilim, mantığın diğer bir ismidir. Göstergebilimi üçe ayırmıştır: Salt dilbilgisi, gerçek anlamıyla mantık, salt sözbilim. Ölümünden sonra yazıları Toplu Yazılar’da (1931-58) toplanan Peirce’in, her alanda göstergelerin sınıflandırmasını yapmıştır (Rifat,

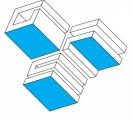


2009:30). Pierce'in üçlü ayrımlarından biri de "gösterge, yorumlayan, nesne" dir. Diğer üçlü ayrımı ise, "ikon, belirti ve simge" dir (Rifat, 2009:31). İkon diğer ismiyle görüntüsel gösterge, belirttiğini doğrudan temsil etmiştir. Fotoğraf ya da resim örnektir. Belirti, nesne yok olduğunda, kendisini gösterge yapan özelliği kaybedecek olan; fakat yorumlayan olmasa da bu özelliğini kaybetmeyecek olan göstergedir. Dumanın ateşin belirtisi olması örnek olmuştur (Rifat, 2009:31). Simge, kendisini gösterge yapacak özelliği, yorumlayan olmadığında kaybeden göstergedir. Adaletin simgesi olan terazi figürü örnek olmuştur. Pierce'in başka bir üçlemesi de "nitel gösterge, yalın gösterge ve kural gösterge" dir (Rifat, 2009:32). İsviçreli F de. Saussure Avrupa'nın önde gelen göstergebilim temsilcilerindedir. Öğrencileri ölümünden sonra Genel Dilbilim Dersleri adıyla ders notlarını yayımlamıştır. Dil dışındaki göstergelerin araştırılması için başka bir bilim dalı kurulmasını ve isminin Semiotique verilmesini gerekli görmüştür (Özgür, 2006:15). Saussure, "...göstergelerin toplum içindeki yaşamını inceleyecek bir bilim tasarlanabilir... Göstergebilim bize göstergelerin ne gibi özellikler içerdiğini hangi yasalara bağlı olduğunu öğretecektir (Rifat, 2009:33)." demiştir.

Pierce göstergebilimin mantıksal işlevine dikkat çekmekte iken Saussure toplumsal işlevine dikkat çekmektedir (Özgür, 2006:7). Pierce ve Saussure'un ardından yapılan çalışmalara bakarsak Charles Morris, Pierce ve Rudolf Carnap'ın etkisinde kalmıştır. Charles Morris, "Göstergeler Kuramının Temelleri" ve "Göstergeler, Dil ve Davranış" adlı iki kitabında göstergelerin kuramını oluşturmaya çalışmıştır. Bu kuramı da mantıktan yararlanarak üçe ayırır: Sözdizim (sentaks), anlambilim (semantik), edimbilim (pragmatik). Göstergebilimi de üçe ayırmıştır: salt göstergebilim (üst dil hazırlar), betimleyici göstergebilim (belirli göstergeleri inceler), uygulamalı göstergebilim ["göstergeler bilgisini değişik amaçlarda kullanır (Rifat, 2009:34)"] (Rifat, 2009:34). Saussure'un göstergebiliminin üstüne kuramsal özellikler katarak gelişmesini sağlayan Danimarkalı L. Hjelmslev, anlam yaratma süreci ile ilgili bir dil kuramı geliştirdi. Hjelmslev, temel ilke olarak dil, bir süreçtir, bir oluştur ve göstergebilimin amacı onu çözümlenip betimleyecek bir dizge yaratmaktır dedi (Rifat, 2009:36-37). "...dildışı gösterge dizgelerini de ele alarak, mantıksal biçimselleştirmeye dayalı, bir göstergebilim kuramının temellerini attı (Rifat, 2009:37)." Hjelmslev, Saussure'un gösteren ve gösterilen ikilisi ile biçim ve töz karşıtlığını tekrar ele aldı ve ses düzlemine anlatım, anlam düzlemine de içerik isimlerini verdi.

Her iki düzlemde de biçim ile tözü birbirinden ayırdı. Yani, anlatımın tözü ile anlatımın biçimi ve içeriğin tözü ile içeriğin biçimi (Rifat, 2009:37-38). Hjelmslev göstergenin iki değişik değeri olarak düzanlam ile yananlam kavramlarını ortaya koymuştur. Hjelmslev'e göre düzanlam ilk anlamı ifade ederken onun dışında kalanlar ise yananlamlara sahip olmuştur. Örnek olarak bir konuşmacının sözleri düzanlam iken konuşma biçimi yaşadığı yöreyi yani yananlamı göstermiştir (Özgür, 2006:24-25). Greimas daha sonra Hjelmslev'in kuramını geliştirecektir (Rifat, 2009:56).

Bazı göstergebilimciler, sadece insan ve insan kültürü için göstergebilimden yararlanmışlardır. T. A. Seobok ise, göstergebilimi sadece insanlar için değil bütün canlılar için kullanmıştır. Onun göstergebilimi, bütün canlıları kapsayan bir göstergebilimdir (Rifat, 2009:42). T. A. Seobok, göstergebilimi alanlarına göre üçe ayırmıştır: İnsana ait göstergelerin incelenmesine antroposemiotik (insan göstergebilimi); vücudun semiyotik dizgelerinin araştırılmasına endosemiotik (bedeniçi göstergebilimi); hayvan – insan ve hayvanlararası iletişimin araştırılmasına zoosemiotik (hayvan göstergebilimi) demiştir (Rifat, 2013:101). A. J. Greimas, göstergebilim çalışmalarında, insan ile insan, insan ile dünya arasındaki ilişkileri incelemeye ve



onları anlamlandırmaya çalıştı, göstergebilimi katı kurallı bir bilim dalı olarak değil, tasarı şeklinde bir bilimsel yaklaşımla geliştirdi (Rifat, 2009:56). “...Greimas’ın göstergebiliminin en belirgin özelliği, kavramsal ve biçimsel açıdan bir üstdil oluşturmasıdır. ...bu üst dil, varsayımsal - tümdengelimli (hipotetiko - dedüktif) bir yaklaşımla kurulmuştur (Rifat, 2009:56).”

Onun göstergebilim kuramı yani üstdili üç ayrı düzeyi içerir: Betimsel düzey, yöntembilimsel düzey, bilimkuramsal düzey.

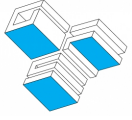
“Betimsel düzey, çeşitli kavram ve işlemlerin kullanıldığı ve incelenecek gösterge dizgesinin betimlendiği düzeydir. Yöntembilimsel düzey, betimsel düzeyde kullanılan kavram ve işlemlerin hem gözden geçirildiği hem de aralarında bir tutarlılığın sağlanmasına çalışıldığı aşamadır (Rifat, 2009:56). Bilimkuramsal düzey, göstergebilim kuramı bazı kanıtlanmamış kavramları ortaya atmakla işe başlar ve bu kavramları, oluşturulacak kuramın temel ilkesi, ön dayanağı olarak görür (Rifat, 2009:57).”

Roland Barthes Fransız eleştirmen ve göstergebilimcisi verdiği dersler, seminerlerle ve kitapları ile göstergebilimin Avrupa’da gelişmesine katkıda bulunmuştur. 1950 ile 1970’lerin sonuna kadar olan zamanda göstergebilimi bir serüven olarak yaşayıp adlandıran Barthes, bu serüveni dörde ayırmıştır. Hayranlık (ve umut) dönemi, bu dönemde Barthes, K. Marx, J. P. Sartre’den ve Saussure’den etkilenmiştir. Bu dönem toplumsal mitoloji olarak isimlendirdiği ilk denemelerini yapmıştır: Yazının Sıfır Derecesi (1953); Çağdaş Söylenceler (1957) (Rifat, 2013:40). Bilimsellik dönemi, adından da anlaşılacağı gibi çalışmalarını bilimsel olarak ele almaya başlamıştır. Bir sistematik uygulama yöntemi tercih etmiştir. Bu dönemki çalışmalarını Göstergebilim ilkeleri adlı kitapta toplamıştır. Barthes, göstergebilimi dilbilimin bir parçası olarak ele almıştır çünkü göstergebilimin dil desteği ile var olabileceğini düşünmüştür. Dört başlık ve ikili karşıtlıklar ile ele alınan kavramlar şunlardır: 1. Dil ve Söz, 2. Gösterilen ve Gösteren, 3. Dizim ve Dizge, 4. Düzanlam ve Yananlam. (Rifat, 2009:61).

Metin Dönemi, bu dönemde, “Anlatıların Yapısal Çözümlemesine Giriş” adlı çalışmasını yayımlayan Barthes, “anlatı kavramından” bahsetmiştir. Bu kavram ile yapısal çözümlemenin sınırlarını yeniden gözden geçirmiştir. 1968-1969 senelerindeki seminer çalışmasından sonra yayımladığı S/Z adlı çalışmasında ise çoğul okumaya dayanan yeni bir metin kuramı geliştirmeye başlamıştır (Rifat, 2013:40-41). Umut, bilimsellik ve metin dönemlerindeki yönlendirici etkilerin süzülüp kaynaştığı yıllar, 1970 - 1980 yıllarını kapsayan bu dönemde Barthes, yarı-özyaşamöyküsel, yarı-eleştirel yapıtlar üretmiştir. Bu dönemde artık göstergebilimcileri bir yazar olarak görmüştür Barthes. Kişi, metin üzerine konuşma yapacaksa, yeni bir metin yaratması gerektiğini söylemiştir Barthes. Bunu söylemesindeki amaç, sadece bu yaklaşım ile metin üstüne konuşma yapan kişi “var olur” düşüncesidir. Barthes’in metin kuramında, yapılan yorumun da bir metin olması arzusu vardır. Tam da bu nedenle artık profesörlere değil yazarlara seslenmiştir Barthes. Yazı okuma, yazıdan yeni bir yazı üretmede haz alma tat alma olmalıdır. Metin kuramında, tat alma haz alma bilimi vardır artık diye düşünmüştür (Rifat, 2009:62-63).

*Saussure*: “Her gösterge görüntü, nesne ve ses “gösteren” (gösterenin fiziksel boyutu) ile temsil ettiği kavram yani “gösterilen”den (gösterenin kavramsal boyutu) oluşmaktadır. ...Her gösterge “gösteren” yani gösterenin maddesel, fiziksel varlığı ve “gösterilen” denilen kavramdan meydana gelmektedir (Parsa & Parsa, 2004:8).”  
“Saussure’un önerisine göre, dilde gösterenle gösterilen arasında nedensiz bir ilişki





kurulmakta, dolayısıyla mantıklı bir bağlantı bulunmamaktadır. ...Saussure'ün de belirttiği gibi dilbilimsel anlamda gösterge bir KAVRAM ile bir SES İMGESİ'nin birleşimidir. (Parsa & Parsa, 2004:9). Yapısalcı dilbilimde Saussure, *gösterge: gösteren/gösterilen* karşıtlığından başka *dil/söz, biçim/töz, eşsüremlilik/artsüremlilik* vb. gibi kavramlara da yer vermekte, dili bir yapı gibi el almakta ve bu yapı içindeki olguları tek tek incelemektedir (Parsa & Parsa, 2004:10)."

*Dil - Söz:* Saussure, dil ve sözü birbirinden ayırsa da onların birbirine bağlı olduğunu da belirtir. Dil, aynı toplumda yaşayanların beyinlerinde izler bütünü olarak var iken sözse onun "hayata geçirilmiş halidir (Yetkiner, 2020:88)". Saussure'e göre, dil iki boyutludur. Biri, toplum ve bireyden bağımsız olan dildir. Bu anlıksaldır. Diğeri ise, seslenmeyi de içeren sözdür. Bu anlıksal ve fizikseldir. Dil, soyut toplumsal ve zihinsel; söz somut ve bireyseldir. Bu ayırım Saussure'u modern dilbilimin kurucusu yaptı (Yetkiner, 2020:88-89).

*Dizge:* Saussure, ses dizgesi üstünde durmuştur. Sesbirim gösterileni olmayan sadece gösterenden oluşan göstergelerdir. Kavrama gönderme yapan birim sözcük olur. Sözcük sesbirimlerden meydana gelir. Ses birimin değer taşıması için dizge içinde olmalıdır. Diğerleri ile bir arada ve eşzamanlı olarak incelenmelidir. Saussure, bu ilişkileri satranca benzetir (Yetkiner, 2020:96-97).

*Pierce:* Bu disiplin için semiyotics (semiyotik) ismini kullandı. Pierce'a göre gösterge kavramı:

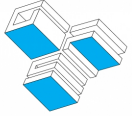
"Bir gösterge, bir kişi için herhangi bir bakımdan ya da herhangi bir sıfatla tutan şeydir. Bir kişinin zihninde eşdeğerli bir gösterge ya da belki daha gelişmiş bir gösterge yaratır. Yarattığı göstergeyi ben birinci göstergenin yorumlayıcı olarak adlandırıyorum. Bu gösterge bir şeyin yerini tutar; yani nesnesinin. Bu süreci Semiosis süreci diye adlandırılır (Varlı Gürer, 2017a:6)."

Saussure, bu disipline Semiyoloji (Semiology) adını verirken, Pierce Semiotikler (Semiotics) adını vermiştir. Saussure'un ve Pierce'in çalışmalarındaki en büyük fark, semiyotik göstereni inceler, semiyoloji gösterileni inceler (Varlı Gürer, 2017a:5).

Roland Barthes: "En basit tanımı ile gösterge, kendisi o şey olmadığı halde, o şeyi çağrıştırarak iletişimde bulunan araçtır. Göstergenin biçim ve içerikten oluşan ikili bir yapısı vardır. Gösteren 'biçim', gösterilen ise 'içerik'tir. ...Barthes göstergebilime yananlam kavramını getirerek gösterilen boyutunda daha derinlemesine okumalara gereksinim olduğunu öne sürmektedir. Gösterge kavramında en çok üstünde durulan 'gösterilen'dir. Yani kavramın içeriğin gerçek dünya ve kültürle olan ilişkisidir (Varlı Gürer, 2017a:7)."

*Metin:* Çözümleme yapılan materyale denir. Yazılı metinler dışında resim, fotoğraf, afiş de çözümlenebilir. (Varlı Gürer, 2017a:12)

*Dizi-Dizim:* Dizi ilişkisi, biri diğerinin yerine geçebilecek göstergeler arasındaki ilişkidir (Varlı Gürer, 2017a:9). Çeşitli dizilerden seçilen birimler toplanıp anlamlı yapısal bir bütün meydana getirmek için birleştirilmesine dizim denilmiştir (Varlı Gürer, 2017a:11). "Cümlelerin kurulmasına iki temel ilke geçerlidir. Kullanılacak göstergelerin seçilmesi ve bunların dizilmesi (Yetkiner, 2020:97). "Seçilmiş terim ya da sözcüklere dizi, bu terim ve sözcüklerin birleştirilmesine dizim denmektedir (Yetkiner, 2020:98)."



*Artzamanlılık:* Yıllar içinde dil, değişir ve evrimleşir. Bu bazen kısa bir zaman diliminde olur, bazen kuşaklar boyu sürer. Günümüzde kullanılan kelimelerin geçmişi araştırıldığında bu kelimelerin çoğunun zamanla farklılaştığı gözlemlenebilir (Yetkiner, 2020:97). Artsürem ya da diğer ismiyle artzamanlılık, Saussure tarafından kavramsallaştırılmıştır. Tarihsel bir araştırma söz konusudur (Yılmaz, 2020:7). “Bir sözcüğün geçmişte ne şekilde ortaya çıktığını yarın nasıl olacağını incelemek artsürem incelemenin alanına girer (Yılmaz, 2020:7).”

*Eşzamanlılık:* “Eşzamanlılık dilin tarihsel değişim içerisinde belli bir anında belli bir dili kullanan toplulukta yazılan, konuşulan dile dayanır (Aktaran: Yılmaz, 2020:7).” Bugün göstergebilimde eşzamanlılık ya da diğer ismiyle eşsüremlilik tercih edilir (Yılmaz, 2020:7).

*Kodlar:* “Belli bir toplum içinde belli bir kültürel uzlaşmaya dayanan anlam sistemidir (Varlı Gürer, 2017a:12).”

## **2.Reklam**

Reklam, çağırma anlamına gelen “clamare” kelimesinden türetilmiş olup latince kökenlidir. Talep yaratma sanatı olarak ifade edilebilen reklam, mal ve hizmetin hoş taraflarının tanıtılarak yeni ihtiyaçların oluşmasına yardım etmek olarak da tanımlanabilmektedir (Yılmaz, Ergüven, Sandıkçioğlu, Onay & Nurtanış Velioğlu, 2012:3).

“İngiliz Reklam Uygulayıcıları (İPA)’nın tanımına göre, reklamcılık olabilecek en düşük ücretle, mal ya da hizmetin doğru tanıtımında en inandırıcı mesajın verilmesini ifade eder (Yılmaz, Ergüven, Sandıkçioğlu, Onay & Nurtanış Velioğlu, 2012:4).”

Reklamlar belli amaçlara hizmet ederler. Bunlar; dikkat çekme, ilgi ve istek uyandırma, güdüleme ve ikna etme, reklamı yapılan ürünün nereden nasıl alınacağı hakkında bilgi vermedir (Becer, 2019:221).

Reklam tek bir kavram gibi gözükse de kendi içinde farklı türlere bölünmüştür. Yeshin’e (2006) göre reklamlar altı sınıfa ayrılmıştır. Hedef kitlesine göre reklamlar: tüketicileri hedef alan reklam ve diğer alıcıları hedef alan reklamlar diye ayrılabilir. Tüketicileri hedef alan reklam, ürün veya markanın nihai tüketicisi denilebilecek marka/hizmeti tüketecek kişilerin hedef alındığı reklamlardır. Diğer alıcıları hedef alan reklamlar ise perakendeciler veya dağıtım kanalı gibi ticari alıcıları hedef alan reklamlardır. Amacına göre reklamlar: birçok reklam, ürün veya hizmet tanıtmak için yapılmaktadır. Kurumsal reklam, ürün-hizmet satın aldığımız firmaların değerini gösteren reklamlardır. Jenerik reklam, belli bir markaya değil ürün kategorisine yönlendiren reklamlardır.

Bunun dışında bir ürün ya da hizmeti tanıtmayan bir yardım kuruluşuna ya da bir sağlık sorununa dikkat çekmek için yapılan reklamlar vardır. Coğrafi alana göre reklamlar, yerel medya olarak ifade edilen sadece belli şehir, ilçe ve bölgeyi içeren reklamlardır. Açıkça yapıp yapılmamasına göre reklamlar, ürünle bir ilgisi olmayan bir programda bir ürüne ait markanın gösterilmesi yolu tercih edilmesidir. Gizli reklama örnek olarak bir dizide vizyondaki bir filmin duvarda asılı afişinin olması verilebilir. Bir de ürün yerleştirme vardır. Belli bir ücret karşılığında markalı ürünlerin görsel ve\veya işitsel olarak iletişim ortamlarına dahil edilmesidir. Aracına göre reklamlar, kullanılan medyaya göre sınıflama yapmaktır. Televizyon, gazete, internet, sinema, ambient vb. birer reklam aracıdır (Yılmaz, Ergüven, Sandıkçioğlu, Onay & Nurtanış Velioğlu, 2012:4-7).

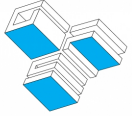


Reklamcılıkta iletişim araçları, müşteriye ulaşarak ürün ve hizmet satışı için kullanılan her türlü görsel işitsel araçlardır. İletişim aracı olarak gazete, dergi, afiş, billboard, postalama ve bilgisayar kullanılabileceği gibi ambalaj ve tişörtlerde reklamverenler tarafından kullanılabilir. Reklamın pek çok unsuru vardır. Bunlar, başlık yazısı, alt başlık, metin, slogan, amblem ve logo, görsel unsurlar olarak sıralanabilir. Başlık yazısı dikkat çekici olup tanıtılan ürün ya da hizmetin mesaj özetini içermelidir. Yazı reklamın temasına sahip olmalıdır. Alt başlık, genelde köprü görevi görür, başlık ile metin arasında olup bazen kullanılmaya ihtiyaç da yoktur. Metin, reklamın metni yalın bir biçimde yazılıp bilgi verici ikna edici olmalıdır.

Reklama ait mesaj ve konu bulunmalıdır (Becer, 2019:223). Slogan, kısa etkileyici söz motto olup bir düşünceyi hatırlatır (Turgut, 2013:214). Slogan, amblem ve logonun yanında kullanılan kısa, ürün ya da hizmetin özelliklerine dikkat çeken mesajlardan oluşmalıdır (Becer, 2019:223-224). L’Oreal markası reklamlarındaki “Siz buna değersiniz!” ya da “Ben buna değerim!” sloganı iyi bir örnektir. Bir başka örneğe, Nike markasının logosunun altında yazan Just Do it! yazısı kısa ve akılda kalan bir slogandır. Amblem, bir ürün, hizmet, kurum ya da kişiyi tanımlamaya yarayan özel resimsel işaretlerdir (Turgut, 2013:204). Logo ise, bir hizmet, ürün, kurum, grup veya kişinin isminin harf yazı ve resim gibi unsurlarla yansıtan özgünyazıdır (Turgut, 2013:211). Amblem ve Logo, reklamların hepsinde kullanılıp, adeta bir imza gibi değerlidir. Görsel unsurlar, mesajı destekleyen fotoğraf veya illüstrasyonlar olup, reklamlarda birincil mesaj ögesi bile olabilirler (Becer, 2019:224).

Reklamın çeşitli iletişim işlevleri vardır: Bilgilendirme işlevi, markanın duyurumunu yapmak önemlidir. Marka duyurumu, yeni ortaya çıkan bir markanın değişik özellikleri hakkında müşterilerini eğitmesi ve marka imajının olumlu yönde oluşturulmasını kolaylaştırır. Etkileme işlevi, reklamı yapılan ürünü satın almaya teşvik etmektir. Birincil talep, tüm ürün kategorisi için talep oluşturmaktır. Genelde reklamlar bir marka için talep oluşturmak olan ikincil talep yaratmaya çalışırlar. Hatırlatma ve belirginliği artırma işlevi, tüketicinin zihninde bir firmanın markasının canlı tutulmasına yardım eden reklamlar, tüketici o ürüne ihtiyaç duyduğunda duyulan/görülen reklamın etkisiyle o ürünün markası satın alınacak marka olarak akla gelmektedir. Buna markanın belirginliğini arttırma işlevi denilmektedir. Değer katma işlevi, firmalar ürün ve hizmetlerine değer katmak için yenilik yapma, kalite geliştirme, tüketici algılarını değiştirme gibi üç temel yola sahiptir. Diğer pazarlama iletişimi çabalarını destekleme işlevleri, pazarlama iletişim çabalarını kolaylaştırmak ve satış temsilcilerini desteklemektir (Yılmaz, Ergüven, Sandıkçioğlu, Onay & Nurtanış Velioğlu, 2012:7-8).

Bir reklam belirlediği hedef kitlesini etkilemek ve ürün ya da hizmetini satın aldirmek istiyorsa bazı insani ihtiyaçlara da dikkat etmesi gerekir (Becer, 2019:224). Bunlar; “fizyolojik ihtiyaçlar, güven duyma ihtiyacı, sosyal ihtiyaçlar, sevgi ihtiyacı, takdir olunma ihtiyacı, kendini gerçekleştirme ihtiyacı (Becer, 2019:224)” olarak sayılabilir. Mesaj içeriği, toplumun her kesimine hitap edecekse ve sağlık, temizlik, sigorta gibi konuları kapsayacaksa, mutlaka akıcı ve sade bir dil kullanılmalıdır (Becer, 2019:225). Reklam Metinleri, metin yazarı tarafından yazılır. Zor bir meslek olan metin yazarlığı işinde usta olan azdır. Yazılan reklam metni, mesajı yalın bir biçimde aktarmalıdır. Bu sebeple yazılan metin olabildiğince sadeleştirilmelidir. Gerekirse, yazdıklarına bir iki gün sonra tekrar bakmalıdır. Böylece hatalarını daha kolay fark edecek ve düzeltecektir (Becer, 2019:228). Yale Üniversitesi’nin yaptığı bir araştırmada reklamlarda en çok “siz, yeni, sağlık, sevgi, koruma, sonuç, para, kanıtlanmış, güvenlik, buluş, garanti (Becer, 2019:228)” kelimelerinin



kullanıldığını söylemiştir. Metin yazarı, hedef kitlenin cinsiyet, yaş aralığı, coğrafi bölge gibi ilgili konular hakkında bilgi sahibi olmalı gerekirse, kendini müşteri yerine koymalıdır. Ürünün gerçek değeri geri plandadır. Tüketici, konfor, uygunluk, sağlık, garanti konularına daha çok ilgi gösterir (Becer, 2019:229-230).

### 2.1.Basılı Reklam Mecraları

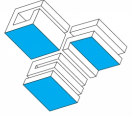
Reklam şirketleri için reklam ortamı seçimi önemlidir. Hedef kitle ile mesajın bulunduğu yer reklam ortamıdır. Yapılan hatalı bir seçim, mesajın doğru hedef kitleye ulaşmasını engeller (Dağtaş, Yıldırım Becerikli, Birsen, Dağtaş, & Çelik, 2013:48). Böyle bir durumda harcanan emek ve zaman boşa gider ("Basılı Reklam | Medya Reklam Ajansı", 2022). Basılı reklam ortamları fotoğraf, illüstrasyon gibi görsel öğeleri kullanarak hedef kitleye ulaşır (Dağtaş, Yıldırım Becerikli, Birsen, Dağtaş, & Çelik, 2013:48). Yayın yapan reklam araçlarına kıyasla basılı reklam araçları daha kalıcı olur. Bunun yanı sıra hedef kitleye kolay bir şekilde ulaşırlar ve daha az bütçe gerektirirler ("Basılı Reklam | Medya Reklam Ajansı", 2022). Gazete ve dergi gibi basılı reklam mecraları onu satın alanın iradesi ve satın alma girişimi ile gerçekleştiği için "yüksek katılımlı medya" olarak isimlendirilirler. Basılı reklam mecraları gazeteler, dergiler, el ilanları kataloglar ve broşürler olarak ayrılabilir (Dağtaş, Yıldırım Becerikli, Birsen, Dağtaş, & Çelik, 2013:48). Gelişen teknoloji ile yeni cihazlar her ne kadar gazetelerin dergilerin trendini düşürse de ciddi bir kitlenin hala tercihi olmasından kaynaklı reklamverenlerin tercihi olmaktadır ("Basılı Reklam | Medya Reklam Ajansı", 2022).

### 3.Dergiler

Dergiler, içinde makale, araştırma, eleştiri gibi yazılar olan, belli aralıklarla çıkan, içeriğini belli konular ile sınırlayan fotoğraf ve resim içeren basılı yayınlardır (Dağtaş, Yıldırım Becerikli, Birsen, Dağtaş, & Çelik, 2013:51). Diğer bir anlatımla bir yayın fikri olup belli zaman aralıkları ile çıkan bir fikir yayınıdır. Dergi, ciltli olması ile gazeteden ayrılır. Dergi kapağı ilgi çekici olup özenli seçilmiş bir kapağı olmalıdır ("Dergi Nedir? | Matbaa Nedir?", 2022).

Özelliklerine bakacak olursak, düzenli yayın aralığı olur, metin ve görsellere sahiptir, okur tarafından talep edilir satın alınır, ciltli olur ve bağımsız dağıtılır. Dergiler sayıca az belli bir kitleye hitap eden homojen bir kitleye sahiptir. Reklamverenlerin işini kolaylaştıran bu özellik maliyeti de düşürür. Dergiler sayesinde hedef kitleye yönelik bir araştırma yapmaya gerek duymayan reklamveren ciddi bir tasarruf yapmış olur. İlgi alanları sağlık, spor, yemek, gençlik, doğa olan dergiler ülkemizde de haftalık 15 günlük aylık ya da üç aylık olarak çıkmaya devam etmektedir. İlgi alanları oldukça geniş olan dergiler, gazeteler ile kıyaslandığında ömrü daha uzundur. Daha çok okunabilir. Daha kalite bir şekilde basıldığı için saklaması daha kolaydır. Ayrıca kaliteli baskısı sayesinde reklamverenler tarafından daha çok tercih edilebilmektedir. Dergi ve gazetelere reklam vermek daha az maliyetlidir ve "doğru" hedef kitleye ulaşma olasılığı daha yüksektir. İki mecrada da arşivlenme ve tekrar gözden geçirilme özelliği vardır (Dağtaş, Yıldırım Becerikli, Birsen, Dağtaş, & Çelik, 2013:51-52).

Dergi birçok türlere sahiptir. Genel dergi, okuyucunun ilgilendiği bir konuya ağırlık verir. Moda, sağlık, spor vb gibi... Çocuk dergisi, çocukların ilgisini çeken hikâye bulmaca fotoğraflardan oluşmaktadır. Bilimsel dergi, bilimin gelişmesi adına yeni araştırmalar hakkında makalelerin bulunduğu dergidir ("Dergi Nedir? | Matbaa Nedir?", 2022).



Dergilerin güçlü ve zayıf yönleri bulunmaktadır. Güçlü yönlerine bakarsak, hedef kitle ilgi duyduğu dergiyi satın aldığı anda o konular ile ilgili reklamları da görür. Böylece reklam doğrudan hedef kitlesine ulaşmış olur. Belli periyodlar halinde basılan dergilerdeki reklamlar, yüksek baskı kalitesiyle hedef kitleye ulaşır. Maliyetler artsa da bu kaliteli baskılar hedef kitlenin dikkatini çeker. Tüketiciyi hızlı bir şekilde harekete geçiren telefon ve internet adreslerine sahiptir. Merak edilen konularda ya da açıklanması gereken konularda hızlı çözüm üretilir. Doğrudan tepki teknikleri kullanıldığı için geri bildirim de hızlı olur. Dergiler, ikincil okuma sayısı fazla olan mecralardır. Doktorların bekleme salonu, lokanta, kafe gibi yerlerde defalarca okunabilirler. Özel reklam içerikleri konulabilir. Mesela, dergilerde İngilizce olarak "scratch and sniff" denilen Türkçede "kazı ve kokla" olarak çevrilebilen bir uygulama ile, yeni çıkan parfüm krem gibi ürünlerin denemelerini sunulur. Son derece yaratıcı olan bu uygulama dergileri etkili kullanıma iyi bir örnektir. Zayıf yönlerine bakarsak, reklamların rezervasyon olduğu için çok önceden hazırlanmış olmalı, dergilerin dağıtımı zordur, internetten kaynaklı satışlar azalmaktadır, çok reklam olduğunda reklam kirliliği oluşur, reklamların basım ve yayım sürecinin uzun olması, üretim maliyeti ve baskı maliyeti çoktur, geniş kitlelere ulaşmada yetersizdir (Dağtaş, Yıldırım Becerikli, Birsen, Dağtaş, & Çelik, 2013:52-53).

*Reklamın Etkilerine Psikolojisi Açısından Bakma* Reklam piyasası tüketicilerin neyi, neden satın aldıklarını bilirler. Belli başlı yöntemlerle - inandırıcı ve güdüleyici bir reklam ile- tüketici ihtiyacı olmadığı halde bir ürün satın almaya yönlendirilebilir. Psikoloji ve sosyal psikoloji gibi insan davranışlarını araştıran bilimler ile reklamverenler yakından ilgilidirler. Bilinç düzeyinde ve bilinçaltı düzeyde reklamlar vardır. Bilinç düzeyi seviyesinde amaç sadece ürünü satın alma dürtüsü oluşturmaktır. Ama eğer görsel unsurlar ile reklam anlatılıyorsa, ileti bilinçaltına verilmektedir. Ürünü ya da hizmeti alırsan daha mutlu ve daha zengin olursun şeklinde ileti veriliyorsa, tüketici bilinçaltında mutlu ve zengin simgeleri ile tanıtılan ürünü bir arada düşünmeye başlar. Bunun tam tersi de bazen uygulanabilir. Bu reklamlardaki değer yargıları ister istemez bireyler tarafından kabul edilir. Bilinçli olarak red ya da kabul edemediğimiz bu değer yargılarını bizlere fark ettirilmeden sezdirilir. (Reklamcılıkta Temel Kavramlar, 2012:45)

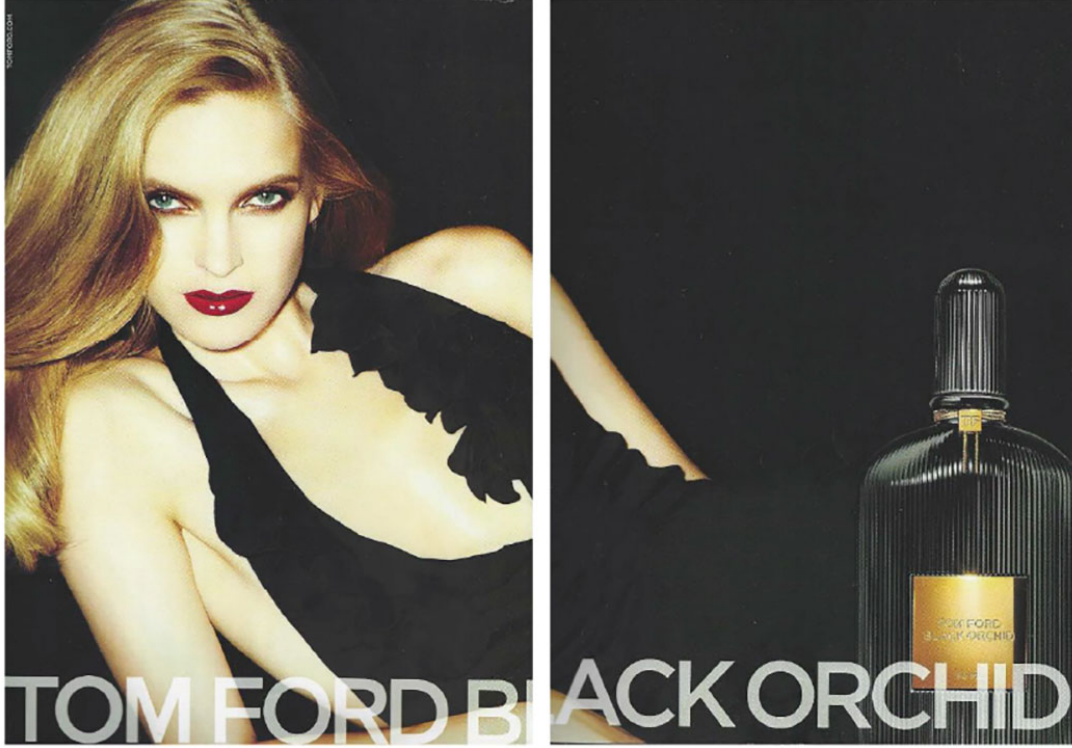
#### **4.Göstergebilim Yöntemi**

Seçilen reklamların göstergebilimsel çözümlemesinde anlama ulaşmak için, Gösterge: Gösteren – Gösterilen kullanılmıştır. Metin betimlenmiştir. Çözümlemede, anlamlandırmak için Düz Anlamlar – Yananlamlar açıklanmıştır. Dizisel çözümlemede, dizisel karşıtlıklar oluşturulmuştur. En son anlamlandırma açıklanmıştır.

*Dizisel Karşıtlıklar* Metnin dizisel yapısı, göstergebilimsel yöntemle ikili karşıtlıklar olarak reklamlarda yer almaktadır. Metinde kastedilen anlam, içinde kastedilmeyen anlamı da çağrışımsal olarak kapsar. Metnin dizimselliği, seçilen birimlerin yan yana dizilerek anlam yaratmasıdır (Varlı Gürer, 2017b:15).

#### 4.1.Basılı Reklamlarda Göstergebilim Çözümlemesi

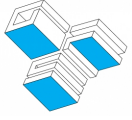
##### 4.1.1.Tom Ford Black Orchid Parfüm Reklamı (2012)



Görsel 1: Tom Ford Black Orchid Parfüm Reklamı, 2012

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan	Uzanmış, Kameraya bakan bir kadın model	Güzellik, Cazibe, Modern, Rahat, Çekici Bir Kadın
Arka Plan (Fon)	Siyah Renk	Gece, Tehlike, Boşluk, Bilinmezlik, Sonsuzluk, Saklı Duygular
Nesne	Parfüm Şişesi	Prestij, Cazibe, Çekicilik, Güzel ve Hoş Bir Koku, Asalet
Elbise	Siyah Elbise	Asalet, Güç, Hırs, Otorite Şık Olma Modern
Işık	Yapay Işık, Aydınlatma	Aydınlık, Öne çıkarma, Çekicilik, Parlama
Makyaj Malzemesi	Kırmızı Ruj, Kızıl-Sarı Göz Makyajı	Arzu, Cazibe, Canlılık, Vamp olma, Güzellik
Yazı Birimi	Beyaz Yazı ile Parfüm Şişesinin Markası ve Türü	Prestij, Çekicilik, Asalet, Güç, Güzellik

Tablo 1: Tom Ford Black Orchid Parfüm Reklamı (2013) Gösterge Tablosu



Kamera modeli karşıdan (90 derecelik açı ile) çekmiştir. Model yere uzanmıştır ve doğrudan (kameraya) izleyiciye bakmaktadır. Arka plan ve kadının kıyafeti siyah renklidir. Kadın sarışın ve beyaz tenlidir. Dudağında kırmızı ruj ve gözlerinde yoğun bir makyaj vardır. Önce ön plandaki parfüm şişesi ardından model dikkat çekmektedir.

“Tom Ford Black Orchid” yazısı büyük punto ve beyaz renk ile yazılmıştır.

### Çözümleme

**Düz anlam:** Tom Ford Black Orchid adlı parfümün tanıtımının yapılmasıdır.

**Yan Anlam:** Model kadınsı bir şekilde uzanmıştır. Bu pozda rahatlık ve kadınsı cazibe ön plandadır. Hem modelde hem de parfüm şişesinde aynı renkler vardır. Sarı saçları ve siyah elbisesi ile parfüm şişesinin siyah rengi ve altınimsı detayları aynı renk tonlarındadır. Kadın, adeta parfüm şişesinin “vücut bulmuş” halidir. Modelin yüzüne bakıldığı zaman kırmızı rujlu dudakları dikkat çekmektedir ve gözlerinde de sarımsı-kızılımsı bir makyaj vardır. Bu göz makyajı hem kırmızı ruj ile hem de sarı saçlar ile uyumludur ve bu makyaj modele “vamp” bir hava katmıştır. Bütün bunlara bakılarak burada canlılık, cazibe, çekicilik ve cezbetme hali olduğunu söyleyebiliriz. Modelin üstündeki siyah renk elbise, gücü, hırsı ve otoriteyi temsil ediyor. Ayrıca siyah renk bilinmeyen, gizli-saklı kalmış duyguların varlığını da temsil eder. Arka planda da siyah bir fon tercih edilmiştir. Burada siyah renk geceyi, sonsuzluğu temsil etmektedir. Aydınlatma yapay ışık ile yapılmış görünmektedir ve sadece modelin üstünde vardır. Bu da modelin yanında diğerlerinin sönük kalacağını ifade eder. Yazı ise siyaha kontrast olarak beyaz renkte yazılmıştır ve büyük sans-serif yazı ile parfüm şişesinin markası ve türü belirtilmiştir. Kontrastlık ile marka yazısına dikkat çekilmiştir.

### Dizisel Çözümleme

Dizisel olarak ikili karşıtlıkları:

Kadın	Erkek
Vamp	Masum
Güzellik	Çirkinlik
Değerli	Değersiz
Yapay Işık	Doğal Işık
Karanlık	Aydınlık

**Tablo 2:** Tom Ford Black Orchid Parfüm Reklamı dizisel olarak ikili karşıtlıkları

**Anlamlandırma,** “Tom Ford Black Orchid parfümünü kullanarak içinizde saklı kalmış dişiliğinizi ön plana çıkarın, cezbedici olun”dur.

#### 4.1.2.Lancome Dream Tone Reklamı (2013)

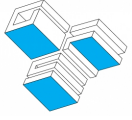


**Görsel 2:** Lancome Dream Tone Reklamı, 2013

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan	Kameraya Bakan Genç Kadın (Baş plan)	Güzellik, Masumiyet, Doğallık, Pürüzsüz bir cilt
Arka Plan (Fon)	Gri Renk	Bilim, Ciddiyet, Resmîyet, Güven
Nesne	Krem Şişesi	Pürüzsüz bir cilt, doğallık, güzellik, saflık
Nesne	Pembe gül	Gençlik Taze Saf Doğal
Işık	Doğal Işık, Aydınlatma	Aydınlık, Parlama, Çekicilik
Yazı Birimi	Beyaz Yazı ile Marka ve Tür Özellikler	Prestij, Asalet, Geleneksellik

**Tablo 3:** Lancome Dream Tone Reklamı (2013) Gösterge Tablosu





Lancome Paris markasının Dreamtone adındaki yeni ürününü tanıtmaya yönelik bir reklamdır. 20'li yaşlarındaki bir model fotoğrafın merkezindedir ve baş plan çekim ölçeğinde poz vermiştir. Modelin yüzüne yakın bir yerde tuttuğu gül pembe renktedir. Sol tarafta reklamı yapılan şişe vardır. Arka plan gri renktedir.

Beyaz renk ile marka ismi, ürün ismi ve ürünün özellikleri yazılıdır.

### Çözümleme

**Düz anlam:** Lancome Dreamtone ürünü model ile tanıtılmaktadır.

**Yan anlam:** Mankenin yüz hatları yuvarlaktır, kulakları küçük ve burnu hokkadır. Hafif aralanmış dudakları dolgunudur. Saçları ve gözleri kahve tonlarındadır. Manken, masum bir yüze sahiptir. Fotoğraftaki mankenin yüzüne ışık vurmaktadır. Bu ışık onun makyajsız cildini ön plana çıkarmaktadır. Az makyaj olan cildi, ipeksi lekesiz ve yumuşak görünmektedir. Bu da saf, doğal ve genç bir cildi temsil eder. Pembe gül, Lancome Dreamtone şişesi ile aynı renktedir. Pembe gül, henüz tam açılmamıştır ve tazelik, doğallık, gençlik anlamlarını taşımaktadır. Arka plandaki gri renk ve şişenin metal kısımları aynı renktedir ve bu bütünlük sağlamaktadır. Gri renk zarif, güvenilir, ciddi bir renktir ve tarafsız, nesnel olması nedeniyle bilimsel bir renktir. Gri renk, markanın güvenilir olduğu ve tarafsız bilimsel çalışmalarla ilgili olduğu anlamlarını taşır. Beyaz yazılar, modelin omuz kısmındaki hafif gölgeli yere konumlandırılmıştır. Böylece rahatlıkla okunabilir. Reklam için kullanılan yazılar, serifli yazılarken, bilimsel yazılar ve ürün özellikleri sans-serif yazılmıştır. Sans-serif modern bir yazı çeşidi olarak bilimsel açıklamalar için daha uygundur. Serif yazılar, Lancome yazısında da kullanılmıştır ve gelenekselliğe, Lancome'un köklü bir kuruluş oluşuna vurgu yapar.

### Dizisel Çözümleme

Dizisel olarak ikili karşıtlıkları:

Kadın	Erkek
Masum	Çekici
Güzellik	Çirkinlik
Değerli	Değersiz
Yapay Işık	Doğal Işık
Aydınlık	Karanlık

**Tablo 4:** Lancome Dream Tone Reklamı (2013) dizisel olarak ikili karşıtlıkları

**Anlamlandırma,** “Bu bebeksi temiz ve saf cilde, sonsuz gençliğe Lancome Dreamtone ürünü kullanarak ulaşabilirsiniz”dir.

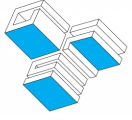
#### 4.1.3 Veet Reklamı (2013)



**Görsel 3: Veet Reklamı, 2013**

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan	Koltukta rahat bir şekilde oturmuş Bade İşçil Süalp	Güzellik, Cazibe, Rahat, Çekici Bir Kadın
Arka Plan (Fon)	Açık Pembe Renk	Romantik, Kadınsı, Mutlu
Nesne	Koyu Pembe Koltuk	Cazibe, Çekicilik, Güzellik
Elbise	Mor Elbise	Zenginlik, Şık Olma, Soyluluk, Gösterişli
Işık	Yapay Işık, Aydınlatma	Aydınlık, Öne çıkarma, Çekicilik, Parlama
Makyaj Malzemesi	Pembe Ruj	Mutluluk, Cazibe, Masumiyet, Güzellik, kadınsılık
Yazı Birimi	Mor Yazı	Çekicilik, Gösterişli
Şekil	Veet Logosu	Prestij, Kendine güven, özgürlük, çekicilik, güzellik, kadınsı

**Tablo 5: Veet Reklamı (2013) Gösterge Tablosu**



Fotoğrafın sol tarafında koyu pembe s harfini anımsatan bir koltuk vardır. Koltuğun alt kısmında Bade İşçil Süalp yazmaktadır. Bade İşçil koltukta rahat bir şekilde oturmaktadır. İzleyicilere bakarak gülümsemektedir. Üstünde mor renkli tek omuzlu bir kıyafet vardır. Ayaklarında dore renkli topuklu ayakkabılar vardır. Bacakları Veet logosundaki v harfi gibi durmuştur. Bu hareket veet logosunu desteklemektedir. Arkaplan Pembe renktedir.

Sağ üstte Veet logosu vardır. Altında mor renk ile “Hissettiğin gibi giyin” sloganı yazmaktadır. Onun altında da yine mor renkte büyük puntolar ile “9/10 10 Kadından 9’u öneriyor” yazmaktadır.

### Çözümleme

**Düzanlam:** Bade İşçil Süalp, Veet tüy dökücü kremin reklamını yapıyor.

**Yan anlam:** Bade İşçil koltukta rahat bir şekilde oturmakta ve izleyicilere bakarak gülümsemektedir. Bu poz, kendine güvenmeyi, mutluluğu ve kadınsılığı temsil eder. Üstünde mor renkli tek omuzlu bir kıyafet vardır. Mor renk, asaleti, görkemi, zenginliği temsil eder. Bacakları Veet logosundaki v harfi gibi durmuştur. Yani bu bacakların güzelliği veet sayesinde düşünceyi oluşturulur. Pembe fon, kadınsılığı, çekici, masum ve rahat olmayı ifade eder. “Hissettiğin gibi giyin” sloganı mor elbise ile aynı renkte olması “Asil ve şık Bade’nin tercihi Veet’tir” ifadesini oluşturur. Onun altında da yine mor elbise ile aynı renkte büyük puntolar ile “9/10 10 Kadından 9’u öneriyor” ifadesi ile de rahatına düşkün ve şık kadınların tercihi Veet’tir anlamı oluşmaktadır.

### Dizisel Çözümleme

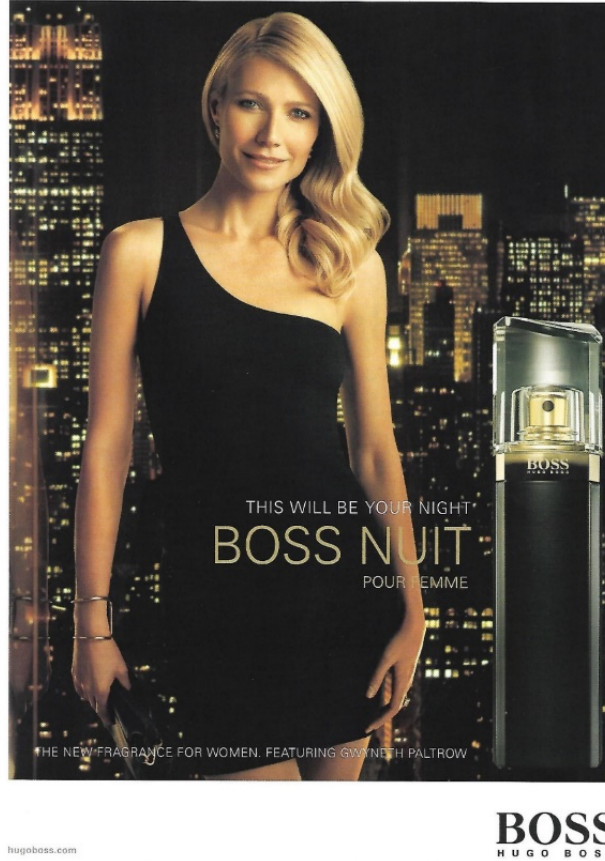
Dizisel olarak ikili karşıtlıkları:

Kadın	Erkek
Zengin	Fakir
Güzellik	Çirkinlik
Değerli	Değersiz
Aydınlık	Karanlık

**Tablo 6:** Veet Reklamı (2013) Dizisel Olarak İkili Karşıtlıkları

**Anlamlandırma,** “Bade İşçil Süalp gibi kendine güvenen, çekici olup etkileyici bacaklara sahip olmak istiyorsanız büyük çoğunluğun sesine kulak ver ve Veet kullan”dır.

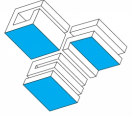
#### 4.1.4.Hugo Boss Parfüm Reklamı (2012)



**Görsel 4:** Hugo Boss Reklamı, 2012

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan	Ayakta rahat bir şekilde duran sarışın Gwyneth Paltrow	Cazibe, Güzellik, Rahat, Çekici Bir Kadın
Arka Plan (Fon)	Gece, Işıklı Binalar	Gizem, Bilinmezlik, Saklı Duygular
Nesne	Gümüş kapak, Altın Sarısı, Siyah Renkten oluşan Parfüm şişesi	Cazibe, Gizem, Güzellik
Elbise	Siyah Elbise	Zenginlik, Şık Olma, Sade, Soyluluk, Gizem
Işık	Yapay Işık, Aydınlatma	Aydınlık, Öne çıkarma, Çekicilik,
Yazı Birimi	Beyaz, Altın Sarısı	Dikkat çekme, Çekicilik, Gösterişli olma

**Tablo 7:** Hugo Boss Reklamı (2012) Gösterge Tablosu



Fotoğrafta, önplanda sağ tarafta gümüş, altın sarısı ve siyah renkte parfüm şişesi durmaktadır. Parfüm şişesinin üstünde büyük harfle Boss, altında daha küçük boyutta yine büyük harfli Hugo Boss yazısı bulunmaktadır. Hemen sol tarafında bitişik büyük harflerle beyaz renkte “This will be your night”, alt satırda daha büyük harflerle “Boss Nuit” altın sarısı renkler ile yazmaktadır. Onun altında ise yine daha küçük harflerle sarı renkte “Pour Femme” yazmaktadır. Fotoğrafın en altında ise büyük harflerle “The New Fragrance For Women. Featuring Gwyneth Paltrow” yazmaktadır. Orta planda Gwyneth Paltrow siyah tek omuzlu kıyafeti sol elindeki modern bileziği ve çantası ile ayakta rahat bir şekilde durmakta ve izleyicilere gülümsemektedir. Işık, sağ ön taraftan yumuşak bir şekilde gelip mankeni aydınlatmaktadır. Arka plandaysa, gece karanlığında ışıklı binalar görünmektedir.

### Çözümleme

**Düzanlam:** Gwyneth Paltrow, Hugo Boss marka parfümün reklamını yapıyor.

**Yan anlam:** G. Paltrow, ayakta rahat bir şekilde durmakta ve izleyicilere bakarak gülümsemektedir. Bu poz, kadınsılığı, rahatlığı ve mutluluğu temsil etmektedir. Üstünde siyah renkte tek omuzlu bir kıyafet vardır. Siyah renk, otorite, sofistike ve gizemi temsil etmektedir. Paltrow ve parfüm şişesi aynı renklere sahiptir. Sarı saçları, tek omuzlu siyah elbisesi ve parfüm şişesinin sarı metal kısmı ile siyah kısmı benzer renk tonlarında olup elbisenin tek omuzlu kıvrımı ile parfüm şişesinin kapak kıvrımı aynıdır. Oldukça sade bir makyaja sahip olan Paltrow parfüm şişesinin vücut bulmuş halidir. Bütün bunlara bakılarak burada cazibe, rahatlık ve kadınsılık olduğunu görülmektedir. Arka plandaki gece ve ışıklı binalar Paltrow’un sade kıyafeti ile tezatlık göstermektedir. Böylece manken ve parfüm şişesi ön plana çıkmaktadır. Modelin üstündeki yumuşak ışıkta rahatlık ve kadınsılık etkilerini desteklemektedir. Bir beyaz kadraj ile de fotoğrafın odak noktası artırılmıştır. Ön plandaki yazı parfüm şişesinin renklerine benzer olup parfüm şişesinin üstündeki yazıya dikkat çekmektedir. Serif-yazı, modern şehirli tasarımı desteklemiştir. Parfüm şişesindeki yazı sans-serif olup gelenekselliğe vurgu yaparak markanın köklü oluşuna vurgu yapmaktadır.

### Dizisel Çözümleme

Dizisel olarak ikili karşıtlıkları:

Kadın	Erkek
Zengin	Fakir
Güzellik	Çirkinlik
Rahatlık	Gerginlik
Aydınlık	Karanlık

**Tablo 8:** Hugo Boss Reklamı (2012) Dizisel Olarak İkili Karşıtlıkları

**Anlamlandırma,** “Gwyneth Paltrow gibi kadınsı, çekici ve rahat olup etkileyici olmak istiyorsanız Hugo Boss parfüm kullanın”dır.

#### 4.1.5.Yves Saint Laurent Fondöten Reklamı (2012)

Makrup Lu Touché Éclat ürünleri: 8327 / model: B866 / Touché Éclat / NY 5 / Dışın da / regard / Haut / Touche / Miroirs / Volume / Effet / Face / O3 / NY / Volume / Sheer / Candy / NY / NY

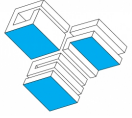
Site de l'upan tout le temps  
yslexperience.com

**YVES SAINT LAURENT**  
TOUCHE ÉCLAT'NİN MUCİZEVİ IŞIĞI FONDÖTENDE  
LE TEINT TOUCHE ÉCLAT  
AYDINLATICI FONDÖTEN ÇOK YÖNLÜ İŞİLTİ KUSURSUZLUĞUN HARİFLİĞİ  
Touché Éclat fondötenin ışığı hafif dokusuyla yüzün gölgelenmiş bölümlerini hedef alır ve yüz konturlarını aydınlatır. Opak pudralardan alınmış mükemmel dokusu cildin doğal güzelliğini artırırken cilt tonunu eşitlemeye ve kusurları örtmeye yardımcı olur. 16 farklı renk seçeneği ile.

Görsel 5: Yves Saint Laurent Reklamı, 2012

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan	Biri siyahi, biri sarışın iki insan	Cazibe, Güzellik, Çekici İki Kadın
Arka Plan (Fon)	Dore renkte kremi dokulu bir resim	Lüks, Prestij, Zenginlik
Nesne	Dore rengi kapaklı biri açık renk diğeri koyu renk iki Fondöten	Dore renk, incelik zarafet. Fondöten güzel olma isteği, Kusursuzluk
Elbise	Her İki Kadında Siyah Renk	Şık Olma, Sade
Işık	Aydınlatma, Yapay Işık	Aydınlık, Öne çıkarma, Çekicilik,
Yazı Birimi	Siyah renkte yazı karakteri	Dikkat çekicilik

Tablo 9: Yves Saint Laurent Reklamı (2012) Gösterge Tablosu



Ön planda, kadrajın önünde sağ tarafta altın sarısı kapaklı biri açık biri koyu renk iki fondöten bulunmaktadır. Siyah renkte yazı karakteri ile sol alt tarafında markanın ismi ve ürünün açıklaması bulunmaktadır. Orta planda fotoğrafta biri siyah biri sarışın beyaz tenli siyah elbiseli iki kadın bulunmaktadır. Yüzlerini fotoğrafa dönerek duran kadınların yüzlerinde hafif makyaj olup dudakları yarı açık durmakta ve suratlarına yoğun ışık vurmaktadır. Arka planda dore renginde kremi bir dokuya sahip fotoğraf vardır.

### Çözümleme

**Düz Anlam:** İki manken Yves Saint Laurent adlı markanın Touche Eclat fondöten reklamını yapmaktadır.

**Yan Anlam:** Mankenlerin biri siyah diğeri sarışın iki kadın olup fondötenlerin renkleri ile uyumlu seçilmişlerdir. Hem ürün çeşidi için hem de ürünün dış görünümü için mankenler ile vurgu yapılmaktadır. Önplandaki kadraj üstüne yazılmış siyah renk yazılar, renk kontrastlığı ile dikkat çekmekte ürünün özelliklerine ve marka ismine vurgu yapmaktadır. Arka plandaki kremi dore rengi doku da fondötenlere dikkat çekmektedir. Dore renk incelik, kalite, zarafet anlamları taşımaktadır. Kadınların yüzlerine bakıldığında dudakları yarı açık, parlak bir tene sade bir makyaja sahip oldukları ve yoğun ışık altında oldukları görülmektedir. Yüz ifadeleri hem masum hem cazibe sahibi olduklarını göstermektedir. Yani bu fondöten ten rengi fark etmeksizin yüzünüzü ışıltılı parlak göstermekte ve sizi diğerlerinden ayırıp ön plana çıkarmaktadır.

### Dizisel Çözümleme

Dizisel olarak ikili karşıtlıkları:

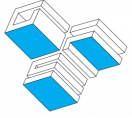
Kadın	Erkek
Zengin	Fakir
Güzellik	Çirkinlik
Değerli	Değersiz
Aydınlık	Karanlık
Parlak	Mat

**Tablo 10:** Yves Saint Laurent Reklamı (2012) Dizisel Olarak İkili Karşıtlıkları

**Anlamlandırma,** “Yves Saint Laurent Touche Eclat fondötenini kullanan mankenler gibi sizde masum, cazibeli ve parıltılı bir dikkat çekiciliğe sahip olup insanları etkilemek istiyorsanız Yves Saint Laurent fondötenini kullanın”dır.

### Sonuç

Göstergebilim, Saussure’e göre, Yunanca semion ve logie kelimelerinden oluşmuştur. Yunan Hekim Galenos, “semeiotike” kelimesini semptom ile eşanlamlı kullandı. Gösterge, Stoacılar tarafından dil ve mantık tartışmalarında ortaya çıkmıştır. İngiliz felsefecisi John Locke, gösterge

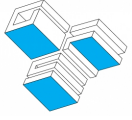


öğretisi yerine Semeiotike terimini kullandı. Çağdaş göstergebilim, Saussure'un ve Pierce'in çalışmaları ile gelişti. Göstergebilimde kavramlar; metin, dizi-dizim, artzamanlılık – eşzamanlılık, koddan oluşmaktadır. Reklam, ürün ve hizmeti tanıtmaya amacıyla iletişim araçları ile yapılan çalışmalardır. Yeshin'e (2006) göre reklam türleri hedef kitesine göre, amacına göre, aracına göre, coğrafik alana göre, açıkça yapıp yapılmamasına göre ve kaynak kullanımına göre reklamlar olarak çeşitli sınıflara ayrılmaktadır. Reklamcılıkta iletişim araçları, gazete, dergi, afiş, bilgisayar gibi her türlü görsel-işitsel araçlardır (Becer, 2019:221,223). Basılı yayıncılık çeşitlerinden biri de olan dergiler belli ilgi alanlarına göre çeşitlenir: Moda, sağlık, spor, güzellik bunlardan birkaçıdır. Bu makalede, kadınlara yönelik kozmetik ürün reklamları göstergebilim ile çözümlendi. Özellikle renk ile bütünlük ve uyum sağlanırken, renklerin verdiği mesajlarında güçlü bir biçimde kullanıldığı gözlemlendi. İki parfüm reklamı, iki fondöten kremi ve tüy dökücü krem reklamlarındaki ortak nokta: Kadınlara yapılan makyaj ve giydirilen kıyafetler ile verilmek istenen mesajlar desteklenmiştir. Ayrıca Veet reklamında ve Hugo Boss reklamlarında ünlü isimler ile ürünler desteklenmiştir. Yazılı olan yöntemler yanında, yazılı olmayan yöntemler ile bilinçaltına da etki eden reklamlar olduğu anlaşılmaktadır. Göstergebiliminde amacı bu mesajları belli kurallar ile sistematik bir biçimde ortaya çıkarmaktır. Fark olarak, Veet reklamında kullananların memnuniyetine yer vererek bilimsel bir veri paylaşılmıştır.

#### **Kaynakça**

- Becer, E. (2019). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitabevi.
- Dağtaş, B., Yıldırım Becerikli, S., Birsen, Ö., Dağtaş, E., & Çelik, Y. (2013). Medya ve Reklam. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- MEB. (2012). Reklamcılıkta Temel Kavramlar [Ekitap]. Ankara. Erişim [http://megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/Reklamc%C4%B1%C4%B1kta%20Temel%20Kavramlar.pdf](http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Reklamc%C4%B1%C4%B1kta%20Temel%20Kavramlar.pdf)
- Özgür, A. (2006). *Göstergebilim* [Ebook]. Erişim <https://docplayer.biz.tr/186930246-Gostergebilim-ahmet-ozgur.html>
- Parsa, S., & Parsa, A. F. (2004). Göstergebilim Çözömlmeleri. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Rifat, M. (2009). Göstergebilimin ABC'si. İstanbul: Say Yayınları.
- Rifat, M. (2013). Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Turgut, E. (2013) Grafik Dil ve Anlatım Biçimleri Ankara: Anı Yayıncılık
- Yetkiner, B. (2020). Göstergebilim Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Ünite 5. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.
- Yılmaz, A. (2020). Göstergebilim Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Ünite 1. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.
- Yılmaz, A., Ergüven, S., Sandıkçioğlu, B., Onay, A., & Nurtanış Velioğlu, M. (2012). *Reklamcılık*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Yılmaz, R., Ergüven, S., Sandıkçioğlu, B., Onay, A., & Nurtanış Velioğlu, M. (2012). Reklamcılık [Ekitap]. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi. Erişim <https://docplayer.biz.tr/63743318-T-c-anadolu-universitesi-yayini-no-2652-acikogretim-fakultesi-yayini-no-1618-reklamcilik.html>





Yrd. Doç. Dr. Varlı Gürer, Z. (2017a). Göstergebilim Ders Notu Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Sinema ve Televizyon Bölümü 3. Sınıf. İzmit. Erişim: 15 Haziran 2022 <https://zeynepvarligurer.files.wordpress.com/2018/03/gc3b6stergebilim-ders-notu.pdf>

Yrd. Doç. Dr. Varlı Gürer, Z. (2017b). Göstergebilim Ders Notu Anlamlandırma Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Sinema ve Televizyon Bölümü 3. Sınıf. İzmit, Türkiye. Erişim: 15 Haziran 2022 tarihinde <https://zeynepvarligurer.files.wordpress.com/2018/03/gc3b6stergebilimde-anlamlandırma-ders-notu.pdf>

### **İnternet Kaynakları**

Basılı Reklam | Medya Reklam Ajansı. (2022). Erişim: 23 Temmuz 2022 tarihinde <http://medyareklamajansi.com/basili-reklam/>

Dergi Nedir? | Matbaa Nedir?. (2022). Erişim: 23 Temmuz 2022 tarihinde <http://matbaanedir.com/?p=737>

Scott-Kemmis, J. (2009). The Color Gray. Erişim: 15 Haziran 2022 tarihinde <https://www.empower-yourself-with-color-psychology.com/color-gray.html>

Scott-Kemmis, J. (2009). The Color Pink. Erişim: 15 Haziran 2022 tarihinde <https://www.empower-yourself-with-color-psychology.com/color-pink.html>

Sembolizm - Vikipedi. (2022). Erişim: 24 Temmuz 2022 tarihinde <https://tr.wikipedia.org/wiki/Sembolizm>

Türk Dil Kurumu | Sözlük. (2022). Erişim: 15 Haziran 2022 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/>

### **Görsel Kaynakça**

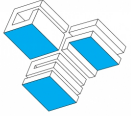
Görsel 1: <https://tr.pinterest.com/pin/29132728831209617/>

Görsel 2: <https://tr.pinterest.com/pin/535013630713471768/>

Görsel 3: <https://tr.pinterest.com/pin/29132728831209621/>

Görsel 4: <https://tr.pinterest.com/pin/29132728831322918/>

Görsel 5: <https://tr.pinterest.com/pin/29132728831322915/>



## TÜRK MİNYATÜR SANATININ TASARIM BAĞLAMINDA İNCELENMESİ VE SOFRA SERAMİĞİ YÜZEYİNE YANSIMALARI

### EXAMINATION OF TURKISH MINIATURE ART IN CONTEXT OF DESIGN AND ITS REFLECTIONS ON THE SURFACE OF TABLE CERAMIC

Aysun Erzincan<sup>\*</sup>, Nurcan Yıldız<sup>\*\*</sup>, Demet Parlak<sup>\*\*\*</sup>, Erol Türkmen<sup>\*\*\*\*</sup>, Burak Evren<sup>\*\*\*\*\*</sup>, Melek Arslan<sup>\*\*\*\*\*</sup>, Levent Mercin<sup>\*\*\*\*\*</sup>

#### Öz

Minyatür, el yazması eserlerdeki metinleri anlatan bir resim türüdür. Minyatür sanatının en önemli özelliği anlatılmak istenen konunun eksiksiz olarak yüzeye aktarılmasıdır. Zaman içerisinde gelişen minyatür sanatı Cumhuriyet sonrasında Batılı sanat anlayışının da etkisiyle üslup ve kullanıldığı alan bakımından zenginleşmiştir. Minyatür sanatının zenginleşen bu özelliğinin, endüstriyel anlamda değerlendirilip değerlendirilmediği bu araştırmanın gerekçesini oluşturmuştur. Özellikle çağımızın en önemli unsurlarından biri olan tasarım alanında irdelenmesi bir ihtiyaç olarak kabul edilmiştir. Bu kapsamda tasarım açısından seramik yüzeyler üzerine uygulanan minyatür çalışmaları incelenmiş, elde edilen veriler doğrultusunda sofraya seramiği yüzey tasarımı olarak 10 adet özgün dekor tasarımı hazırlanmıştır.

Araştırmada minyatür sanatının Selçuklular döneminde çini tabak formlarında figüratif dekor tasarımları olarak, günümüz sanat anlayışında ise fayans yüzeyleri üzerinde tarihi yapıların yansıması şeklinde kullanıldığı gözlemlenmiştir. Ayrıca, araştırma kapsamında yapılan özgün dekor tasarımlarında minyatürün kullanımının, endüstriyel ürün tasarımlarından biri olan sofraya seramiklerine farklı bir bakış açısı kazandırdığı söylenebilir. Bunun yanı sıra konu olarak seçilen şehirlerin minyatür tekniği ile yansıtılması kültür aktarımına katkısının olacağı da umulmaktadır. Türk kültürünün yaşatılması için, bu tarz uygulamaların diğer endüstriyel ürünlerde de kullanılması önerilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Minyatür, Seramik, Tasarım, İlke, Öge



Geliş Tarihi / Received  
01.07.2022

Kabul Tarihi / Accepted  
19.08.2022

Yayın Tarihi / Publication Date  
01.09.2022

Sorumlu Yazar/Corresponding author  
E-mail: aysunerzincan@gmail.com

Cite this article: *Erzincan, A., ve ark.(2022), Türk Minyatür Sanatının Tasarım Bağlamında İncelenmesi ve Sofra Seramiği Yüzeyine Yansımaları, D-Sanat, Cilt:1, Sayı:4.*



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License.

\* YL.Öğr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Ens., aysunerzincan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7406-4344

\*\* YL.Öğr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Ens., nurcanyildizyenidoğan@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3777-052X

\*\*\* YL.Öğr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Ens., demetparlak@keramika.com.tr, ORCID: 0000-0002-0572-4855

\*\*\*\* YL.Öğr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Ens., erol.turkmen0@ogr.dpu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4122-8330

\*\*\*\*\* YL.Öğr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Ens., burakevren20@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0768-106X

\*\*\*\*\* YL.Öğr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Ens., marslan@unsamadencilik.com.tr, ORCID: 0000-0002-6889-3031

\*\*\*\*\* Prof. Dr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi., levent.mercin@dpu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5721-6054



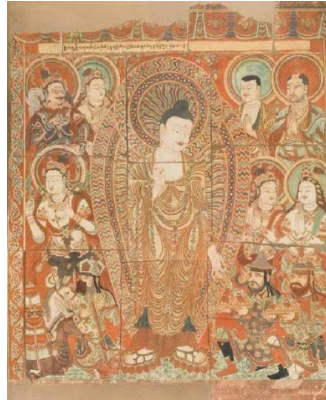
### **Abstract**

Miniature is a type of painting that describes texts in manuscripts. B.C. The miniature, which was made on papyrus and parchment in the 2nd century, has also been applied on different materials such as paper, fabric and ceramics in the process until today. The most important feature of the miniature art is the complete transfer of the subject to the surface. The miniature, which is prepared in accordance with the page with its unique size, is placed according to the importance of the person in the picture. The developing miniature art was influenced by the Western understanding of art after the Republic, combined with traditional features, and Turkish Painting Art began to develop. With the developing art of painting, design elements and principles were given more place, and rhythm, balance, emphasis, continuity, ratio-proportion, visual hierarchy, contrast and integrity were prioritized with elements such as line, point, color, direction and texture, and features that should be considered in miniature. was among. Within the scope of this research, handwritten books and miniature works applied on ceramic surfaces were examined, and 10 decor designs were prepared as table ceramic surface designs.

**Keywords:** Miniature, Ceramic, Design, Principle, Element

## Giriş

Minyatür, eski el yazma eserlerde bulunan metinleri açıklamak amacıyla yapılan resim türüdür. Kırmızı renk ile boyamak anlamında Latince’de kullanılan “mini-are” kelimesinden türeyerek dilimize yerleşen minyatür kelimesi bir kitabı ya da bölüm başlıklarını süryan ile boyamak anlamında kullanılmaktadır. Orta Çağ’da el yazması kitapların baş harflerinin kırmızı renk ile boyanması ve bu kırmızı rengin elde edildiği maddeye “minium” adı verilmekteydi. Günümüze kadar ulaşan minyatür sanatının, ilk örneklerinin Mısır’da görüldüğü söylenebilir. M.Ö. 2. yy’da papirüs ve parşömen üzerine yapıldığı tahmin edilmektedir. İlerleyen yıllarda Yunanlılar, Romalılar, Bizanslılar ve Süryaniler minyatür sanatını kullanarak el yazmalarını minyatür ile süslemişlerdir. Uygurların minyatür sanatını kullanmalarından sonra Selçuklular ve Osmanlılar yaşadıkları dönemin özelliklerine göre bu sanatı kullanmışlardır. Osmanlı döneminde minyatür sanatı özellikle bilimsel, tarihsel ve gerçek konuların resmedilmesi için kullanılmıştır (Akmehmet Tezcan, 2015: 727). Hristiyanlığın yayılması ile beraber minyatür, İncilleri de süslemiştir. VIII. yy. sonlarında Avrupa’da minyatür gelişmiş olup, XII. Yy. da sadece dinsel konularda değil din dışı konuların anlatımında da kullanılmaya başlanmıştır. XII. Yy. ortalarında Artuklular için hizmet veren Ebü’l-izz el-Cezeri’nin yazmış olduğu El-Hiyelü’l-Hendesiyye eserinde bulunan su ve dişlinin hareketiyle çalışan aletlerin betimlendiği ve renklendirildiği minyatür tasarımlarına rastlanmıştır. Artukluların saray kapılarının süslemelerinde bazı hayvan tasvirleri de minyatür sanatı kullanılarak yapılmıştır. Fildişinden oluşturulan plakalar üzerine uygulanan minyatür sanatı XVII. yy’ın sonlarına doğru yaygın hale gelmiştir. Daha sonra minyatür sanatına olan ilginin azalmasıyla geleneksel bir sanat olarak az sayıda sanatçı ile devam etmiştir. M.S. VIII. Yy. da yapılan Uygur Freskleri Türk minyatür sanatının ilk örnekleri olarak bilinmektedir (Sözer Saraç, 2011: 177-178) (Görsel 1).



**Görsel 1.** Uygur Freskleri İlk Minyatür Örnekleri, Pranidhi Sahnesi

Farklı dönem ve toplumlarda yer yer benzerlik yer yer özgün anlamlandırmaları içeren, kitapları süsleyen resimlere minyatür denmiştir. Minyatür sözcüğü Türkçede karşılığı bulunmamaktadır. Osmanlı’da minyatür yerine “Hürdenakş” sözcüğü kullanılmaktadır (Ün, 2012: 3). Minyatür, ince bir işçilikle hazırlanan küçük ebatlarda oluşturulmakta olan bir resim sanatıdır. Fransızca “miniature” kelimesinin kullanıldığı bu sanat dalı Osmanlı döneminde tasvir ya da nakış olarak da isimlendirilmiştir.

Minyatür sanatının en önemli özelliklerinden birisi eserlerin oluşturulma sürecinde anlatılmak istenen konunun eksiksiz olarak tamamlanmasıdır. Minyatürlerde uzaklık ve boy, renk veya gölgelerle betimlenmemiş; ışık, gölge ve duygu ilk örneklerinde perspektif olmadan resimlenmiştir. Diğer bir ifadeyle kitapta yer alacağı sayfaya uygun oranda altın dikdörtgen olarak bilinen kendine özgü dikine ya da yığma perspektif adı verilen teknikle hazırlanmıştır. Resimde yer alan kişinin önemine göre boylar uzamakta veya kısalmaktadır. Önemli kişilikler alt tarafa, geride kalanlar ise üst tarafa yerleştirilmektedir. Figürlerin birbirini tamamen kapatmayacak şekilde düzenlenmesi bir diğer önemli özelliklerden biridir (URL 1) (Görsel 2). “Özellikle dönemin sanatsal temsilcisi sayılan başlıca minyatürler yönetici, statü ve rol gibi kavramlar açısından sembolik detaylar içermiştir. Minyatür sanatında yer alan bu sembolik gösterim günümüz yönetim ilkeleri açısından da önem taşımaktadır” (Aytaç, Bayrak ve Bilgiç, 2017: 137).



**Görsel 2.** “Kanuni Sultan Süleyman'ın Cülus Töreni” (Matrakçı Nasuh), Süleymanname

Minyatür, estetik anlayışı ve anlatım gücü ile birlikte yüzyıllar boyu farklı dönemlerde kendine özgü süsleyici üslubu ile günümüze kadar ulaşan resim sanatının önemli bir dalıdır. Minyatür sanatı ayrıntılı bir biçimde incelendiği zaman genelinde ortak özelliklerle karşılaşmaktadır. Farklı üslup ve işçiliğe sahip olan minyatürlerde ortaya çıkan sonuçlar şu şekilde sıralanmaktadır;

- Resim yüzeyi geometrik veya eğri biçimlerle parçalanıp bu parçalanmaların sonucunda daha küçük yüzeylere bölünmektedir.
- Geometrik ve eğri biçimlerle bölünmüş olan yüzeyin yine geometrik şekilli nakışlar ve doğa tasvirleriyle doldurulmaktadır.
- Oluşturulan yüzeylerde özellikle binalar hem içten hem de dıştan gösterilmektedir.
- İnsan ve hayvan figürleri stilize edilerek kullanılmaktadır.
- Minyatür resimlerinin etrafında oluşturulan çerçevenin bir kısmı özellikle kırılmış hissi verilerek yarım bırakılmaktadır.
- Simetrik ve asimetric biçimlerden faydalanılmaktadır.
- Minyatürde anlatılan konu, dışarıdan bir kişi tarafından izleyen bir kişinin dilinden olmalıdır.



Yukarıda belirtilen maddeler bu sanatın oluşumu esnasında sanatçının sadelik, ilkelik ya da kolay teknik kullanmak istemesinden dolayı oluşmamıştır. Minyatürün kendine has tekniği, özelliği ve farklı yönlerini ortaya çıkartmak amacıyla yapılmaktadır (Şen, 2018: 778-779).

Minyatür sanatı kendine has oluşturulan mekân, nesne ve araçlarının yanı sıra farklı malzemeler üzerine de uygulanmış bir sanat dalıdır. Seramik bu araçlardan biridir. İlk kullanıldığı yıllarda belirli kurallara göre betimlenen minyatürler günümüzde endüstriyel ürünler üzerinde de uygulanabilen bir sanat dalına dönüşmüştür. Bu araştırmada özellikle minyatür sanatının eleman ve ilkeleri dikkate alınarak endüstriyel sofa seramikleri üzerine nasıl uygulanabileceği üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda uygulama örnekleri yapılmış ve analiz edilmiştir. Bunun yanı sıra Türk minyatür sanatının kısa tarihi ve bu sanat dalı uygulanırken hangi eleman ve ilkelerden yararlanılabileceği dikkate alınacağından kavramsal çerçevede bu eleman ve ilkelere değinilmiştir.

### **Araştırmanın Yöntemi**

Bu araştırma genel tarama modellerinden ilgili literatürün incelenmesi; sanat eseri analizi, elde edilen veriler doğrultusunda araştırmacıların özgün tasarım oluşturması ve bunların sofa seramiklerine uygulanması ile gerçekleştirilmiştir.

## **BULGULAR**

### **1. Türk Minyatür Sanatı ve Tarihi**

Sasaniler döneminde kullanılmaya başlanan minyatür sanatı, Mani'nin yazmış olduğu kitapta belirtilen şeylerin resmedilmesiyle Türklerin hayatına girmiştir. Bu dönemin sanatçıları tarafından hazırlanan minyatürler zamanla Orta Asya ve Ön Asya'ya yayılmıştır. XI. yy'ın sonlarına doğru ilk İslam Sanatı minyatürleri ortaya çıkmıştır. Türk minyatürlerine ait ilk eserler Orta Asya'da bulunan Uygurlar tarafından yapılmıştır. VIII. yy'da en iyi kitap ve minyatür eserlerin ortaya çıktığı görülmüştür.

Hoça merkezleri olmak üzere Turfan'da yapılan araştırmalar sonucunda ortaya çıkan IX. yy'da yapılan minyatürlerde Çin resimlerinden farklı karakteristik bir özelliğe sahip, Orta Asya Türk resim sanatının izleri görülmektedir (Şimşek, 2019: 5; Aslanapa, 1986: 851).

1908 yılında Raphael Pumpelly tarafından Orta Asya'da ve 1904 yılında Hubert Schmidt tarafından Ön Asya'da yer alan Aşkabad' daki Anav şehrinde yapılan arkeolojik kazılarda edinilen bilgiler doğrultusunda Orta Asya medeniyetine M.Ö. 9000 Ön Asya'da ise M.Ö. 4500'lü yıllara dayandığı ortaya çıkmıştır. Bu dönemlere ait bulunan çanak çömlek gibi eşyaların üzerinde yer alan şekil ve motifler, plastik sanatlara karşı olan ilginin bu dönemlerde ortaya çıktığını göstermektedir. Bu dönemden itibaren gelişen plastik sanatlar, Uygur Türkleri dönemine kadarki süreçte resim ve heykel olarak tapınaklarda kullanılmıştır. Orta Asya'da yapılan kazılar sonucunda Uygur Türk şehirlerinde bulunan freskler, kitaplarda yer alan resim ve minyatürler M.S. VII ve IX. yy arasında Uygurlarda ne kadar ileri düzeyde olduğunu ortaya çıkarmaktadır (Görsel 3). "Gazneliler'in Leşkeri Bazar Sarayı duvar resimlerinde ve Büyük Selçukluların merkezi Rey'de bulunan duvar resimlerinde, Rey ve Keşan'da minaî denilen yedi renkli keramiklerindeki figürlerde, Uygur resminde tanıdığımız Türk tiplerinin 10.-12. yüzyılda yaşadığı görülür. Büyük Selçuklu İmparatorluğunun Irak ve Suriye'de, Bağdat, Musul, Halep, Şam gibi merkezlerinde de

12. ve 13. yüzyıllarda aynı gelenek, maden, keramik ve minyatür sanatlarında devam etmiştir” (Aslanapa, 1986: 851).



**Görsel 3.** Koşan At Freski, Hoça Harabeleri

İran, Mezopotamya ve Anadolu XI. yy'ın yarısından sonra 1258 yılına kadar Selçuklu İmparatorluğu'nun idaresi altındaydı. Söz konusu olan tarihler arasında İslam dünyasının hâkimi Selçuklu Türkleri olmuştur. Bağdat'da Selçuklu Türkleri tarafından açılan ilk İslam minyatür mektebi bulunmaktaydı. Selçuklu döneminin önemli kurumlarından biri olan bu mektepte Selçuklu sultan ve emirlerinin kâtip ve nakkaşları Uygurlu Türkler tarafından yetiştirilmiştir. Büyük Selçuklu dönemine ait olan bu minyatür sanatı, Anadolu Selçukluları tarafından da kullanılmaya devam edilmiştir. Fakat bu mektepte bulunan minyatür eserler günümüze kadar ulaşmamıştır. Selçuklu mektebinde yapılan minyatürler, klasik Osmanlı minyatürlerinin özelliklerini yansıtmaktadır (Binark, 1978: 273-276).

Anadolu'nun Türkleşmesi ile birlikte Erzurum, Erzincan, Kayseri, Sivas, Mardin ve Diyarbakır gibi pek çok şehir o dönemin önemli kültür ve sanat merkezi olmuştur. Anadolu resim sanatı Büyük Selçuklular tarafından yapılan resimler, çini, seramik ve kitap yaprakları üzerine betimlenen resim geleneğinin devamı niteliğindedir. Anadolu minyatürleri üzerinde az da olsa Sasani figür ve motiflerinin özelliklerine rastlanılmaktadır. Selçuklu dönemine ait olan minyatürlerin büyük çoğunluğu Artuklu beyliğine ait olan Güneydoğu Anadolu merkezinde yapılmaktaydı. Bu dönemde Konya minyatür sanatı için önemli bir merkez haline gelmiştir. XII ve XIII. yy'dan kalma Anadolu Selçuklu dönemine ait el yazması minyatürlü örnekler bulunmaktadır. Hazırlanan örneklerin en önemlileri; Kitabül-Haşâyiş, Fî M'rifet El-hiyel el-hendesiyeh, Suvar el Kavâkıb es-Sabite, Varka ve Gülşah ile Tezkire'dir (Deveci, 2015: 101) (Görsel 4).



**Görsel 4.** Varka ve Gülşah, Abdülmü'min ibn Muhammed al-nakkaş el Hoyi

XIV. yy sonlarına doğru İslam dünyasının batısında varlığını hissettiren Osmanlı Devleti'ne ait resimli el yazması kitaplarının hazırlanmış olmasından dolayı padişahlar resim sanatını himayeleri altına almışlardır. Bu dönem İstanbul'un fethinin sonrasına rastlamaktadır. 1413-1461 yılları arasında Bursa'da yoğun olarak sürdürülen resim ve minyatür sanatının ilk örneklerinden biri şair Ahmedî'nin İskendernâme'sidir. İskendernâme'nin bir nüshası da Amasya'da hazırlanmıştır. Bu örnekte yer alan resimlerin bir kısmı Osmanlı tarihine ait olan ilk resimlerdir. Türk minyatür eserlerinin örnekleri yıllar içerisinde Bursa'dan Edirne'ye oradan da İstanbul'a yayılmış ve bununla beraber bu sanata olan ilgi artmıştır. 1455-1456 yılında Edirne'de hazırlanan küçük el yazması Dilsûznâme bu döneme ait kaydedilmiş en önemli örneklerden biridir. En önemli ikinci eser olarak bilinen Kâtibî'nin şiirlerini bir araya getiren Külliyyât da yine Edirne'de hazırlanmıştır. İskendernâme'nin Fatih Sultan Mehmet döneminde üç minyatürlü örneği yapılmıştır. Bu örneklerden biri üçten fazla sanatkarın bir araya gelerek 1460'lı yıllarda çift sayfa olarak tasarlanmış 66 resme sahip olan eserdir. En önemli özellikleri tarihin önemli yöneticilerinin portreleri ile tanımlanarak Osmanlı hanedanının ihtişamını göstermektir. İskendernâme'nin bu dönemde beğenilmesinin ve pek çok kopyasının yapılmasının nedeni olarak Fatih'in hükümdarlığında efsane bir dünya fatihi olması Makedonyalı İskender'i örnek alması olduğu düşünülmektedir (Tanındı, 2015: 384) (Görsel 5).



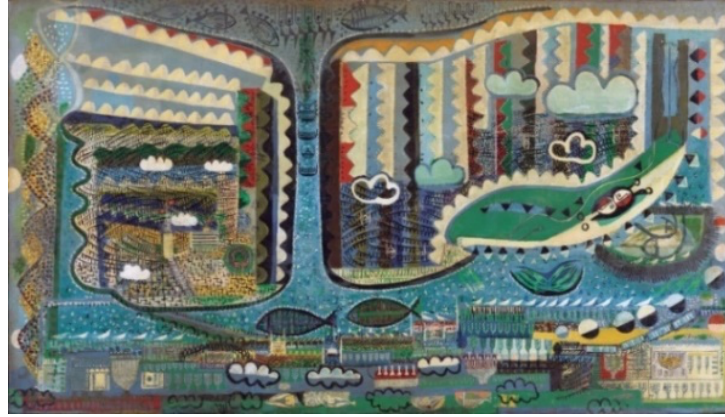
**Görsel 5.** İskender Targar'da Ahmedî, İskendernâme, Venedik

Minyatür, 18. Yy. kadar gelen süreçte Türk Resim Sanatının önemli bir türü olmuştur. El yazması eserlerle birlikte gelişimini sürdüren bu sanat İslam dünyasında da önemli bir rol oynamıştır. Hat sanatıyla bir arada kullanılan minyatür sanatı, İslam dünyasında özgün bir sanat dalı olma özelliğini de devam ettirmiştir. Osmanlı dönemine ait olan minyatürler oluşturdukları gerçekçiliği sayesinde tarih, kültür ve sanat tarihi gibi pek çok alanda belge niteliği taşımaktadır. Osmanlı dönemi sonrasında Batı ile oluşturulan ilişkiler sonucunda Türk Resim Sanatında minyatürün geleneksel yapısından uzaklaşmıştır. Bu dönemde Harbiye mektebinde verilmeye başlanan perspektif etkili resim dersleri ile birlikte minyatür sanatından uzaklaşmaya başlanmış ve farklı bir resimsel anlatım oluşturulmuştur.



1914 yılında Türk ressamlar, minyatür yapısından kendilerini tamamen kopartmış, Batı resim sanatına ait olan özellikleri eserlerine adapte etmeye çalışmışlardır. Fakat 1940'lı yıllara kadarki süreçte ortaya konulan bu farklı sanat anlayışı, herhangi bir geleneğe bağlı olmadığı için tedirginlikler yaratmış, bu yüzden sanat alanında farklı kimlik arayışları içerisine girilmesine yol açmıştır. Bu kimlik arayışı ile birlikte Cumhuriyet sonrası minyatürler hem Batılı sanat anlayışı hem de geleneksel özellikleri içeren bir yapıya bürünmüş, bu sayede Türk Resim Sanatı gelişmeye başlamıştır.

Güncel ve evrensel beğenilerin estetik yönleri kuvvetli olan pek çok eser ortaya çıkaran Turgut Zaim, Bedri Rahmi Eyüboğlu (Görsel 6), Devrim Erbil (Görsel 7), Yurdaer Altıntaş (Görsel 8), Fevzi Karakoç, Oya Katoğlu, Zeki Fındıkoğlu, Nusret Çolpan (Görsel 9), Taner Alakuş (Görsel 10) çağdaş Türk sanatçıları arasında kabul edilebilir (Demirel ve Yayan, 2020: 1769-1770).



**Görsel 6.** Minyatürün Çağdaş Türk Resmine Yansımaları, Bedri Rahmi Eyüboğlu



**Görsel 7.** Minyatürün Çağdaş Türk Resmine Yansımaları, Devrim Erbil



**Görsel 8.** Afiş Tasarımında Minyatür Etkileri, Yurdaer Altıntaş



**Görsel 9.** Minyatürün Çağdaş Türk Resmine Yansımaları, Nusret Çolpan



**Görsel 10.** Minyatürün Çağdaş Türk Resmine Yansımaları, Taner Alakuş

### 1.1. Minyatür Sanatında Tasarım Elemanı ve İlkeleri



Minyatür sanatı, ilk kullanıldığı dönemlerde ele aldığı konuları görsel olarak aktarabilmek için bir araç idi. Kullanıldığı her dönemde farklı teknik ve üsluplara sahip olan minyatürler, el yazması kitaplar ne kadar değişime uğrasa da üstlendiği misyonunda herhangi bir değişim yaşanmamıştır. Minyatürler kitapların konusu ve içeriğine göre şekillenmiştir.

Minyatürler oluşturulurken birçok farklı konu, amaç, hedef yanında oluşturulma sürecinde dikkat edilmesi gereken birtakım tasarım öge ve ilkelerine de uyulması gerekmektedir. Bu anlamda minyatürler oluşturulurken tasarımın çizgi, nokta, renk ve doku gibi elemanları ile ritim, denge, vurgu, süreklilik, oran-orantı, görsel hiyerarşi, zıtlık ve bütünlük gibi ilkelerinin de önemsenmesi gerekmektedir.

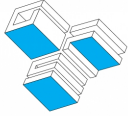
### ***Minyatür sanatı tasarım elemanları***

Çizgi, nokta, renk, yön ve doku, bir tasarımı ya da sanat eserini tanımlayabilecek ve onu izleyiciye yansıtabilecek bileşenlerin tümüdür. Bir eserin yapı taşlarını oluşturan bu öğeler eserin ifade gücünü arttırmak ve o eseri yaratabilmek için kullanılmaktadır. Bu öğeler olmadan yapılan tasarım ve sanat eserleri ortaya konulamaz. Alakuş ve Mercin'in de (2020: 121) ifade etmiş olduğu gibi, "Sanatın görsel alfabesini oluşturan simgeler, tasarım eleman ve ilkeleri olarak ifade edilmektedir. Bunlar kavrandıkça sanatın görsel dili daha iyi anlaşılabilir ve bakılan her şey sanatsal anlamda daha iyi görülebilir. Tasarım elemanları her türlü görsel tasarımda ilk başvuru yapı taşlarıdır. Bir sanat eserinin sanatsal değerini o eser oluşturulurken tasarım eleman ve ilkelerinin en ideal biçimde kullanılması belirler."

*Çizgi*, figürlerin dış şekillerini ortaya çıkarmakla kalmayıp kompozisyona bütünüyle hâkim olmasını ve ahengini yakalayabilmesini sağlamaktadır. Özellikle stilizasyona önem veren nakkaşlar ışık, gölge ve hacim duygusunu çeşitli çizgi kalınlıklarıyla anlatmıştır. Konturlu desen çizgilerinin yanı sıra tek çizgi olarak da hazırlanan bu minyatürler, ince ve zarif bir şekilde ahengi yakalamak amacıyla kullanılmaktadır. Yatay, dikey ve çapraz olarak kullanılan çizgiler geometrik örgüleri doku haline getirerek izleyiciye sunmaktadır. Renklerin ve paftaların birbirine karışmasını engellemek amacıyla da kullanılan çizgi, minyatürde tasarım öğelerinin en önemlileri arasına girmektedir (Kılıç, 2015: 57-58).

*Nokta*, minyatürde bir geometrik biçim oluşturmak için kullanılan temel öğelerden biridir. Plastik sanatların her alanında olduğu gibi minyatürde de çizgi, noktaların bir araya gelmesi sonucunda oluşmaktadır. Minyatürde kullanılmakta olan daireler de nokta olarak düşünülürse, nokta, bu sanat dalında yoğun olarak kullanılmaktadır. Nokta desenlere detay vermek ve estetik yönünü arttırmak amacıyla da kullanılmaktadır (Kılıç, 2015: 57-58).

*Renk*, sanatın en önemli öğelerinden birisi olma özelliği taşımaktadır: Geleneksel sanatlar, seramik sanatı ve plastik sanatların vazgeçilmez unsurudur. Minyatürde kullanılan renk, diğer sanatlara göre ayrı bir öneme sahiptir. Minyatürde çizgi desene, renk ise lekeye hayat vermektedir. Perspektif, ışık, gölge gibi kuralların kullanılmadığı minyatürde bu etkiler renk ile ortaya çıkartılmaktadır. Parlak ve mat renklerin kullanımıyla canlı ve yumuşak renklerin zıtlıklarından oluşan minyatürler, bu sanata ayrıcalık kazandırmaktadır. Minyatür sanatçıları, valör ve renk tonlamalarına çok fazla önem vermeseler bile hazırlamış oldukları doğa ve insan yüzlerinden oluşan eserlerde yapmış oldukları renk geçişleri ile izleyici üzerinde olumlu etki yaratmayı amaçlamışlardır (Cebraioğlu, 2005: 29).



*Doku*, farklı bir tasarımın ortaya çıkmasına ve yüzeyin dokusal bir değere sahip olmasına katkı sağlamaktadır. Başka bir deyişle, nesne varlık ilişkisinde oluşturulan dış yapı özelliği ve bunun yanı sıra oluşturulan doku, esere ayrı bir his vermeyi sağlamaktadır. Minyatürde ışık- gölge kullanılmamasından dolayı bu kısımlarda sıklıkla dokulara yer verilmektedir. Doku, yüzeyde çizgi, renk ve leke biçiminde görülürken mimari detayların üzerinde kullanılan geometrik süslemeleri de ortaya çıkartmaktadır. Tabiattan alınan görüntülerin yansıtıldığı yüzeylerde ise kullanılan bitkisel motiflerin diziliş biçimleri doku etkisiyle oluşturulmaktadır. Doku, minyatüre zenginlik kazandırmak için kullanıldığı gibi tek düzeldiği ortadan kaldıran bir öğedir aynı zamanda (Çınar, 2005: 36).

### ***Minyatür sanatı tasarım ilkeleri***

Tasarımda kullanılan ilkeler, bir eserin sanatsal değerini oluşturmaktadır. Tasarım elemanlarının bir araya gelmesiyle oluşan bu ilkeler, sanatsal anlatımda kullanılarak bir sanat eserini ortaya çıkartmaktadır. Tasarımda kullanılan bu ilkeler; ritim, denge, vurgu, süreklilik, oran-orantı, görsel hiyerarşi, zıtlık ve bütünlüktür. Minyatür sanatında da kullanılan bu ilkeler eserin izleyici üzerinde olumlu etki yaratmasını sağlamaktadır.

*Ritim*, minyatürde görsel bir bütünlük oluşturmak için öğelerin düzenli veya düzensiz biçimlerde birbirlerini tekrar etmesi ile oluşan bir ilkedir. Birbirini tekrar eden öğeler, kesin bir biçimde farklılık göstermemeleri durumunda bir bütünün parçası olarak ritmi oluşturabilmektedirler. Minyatürün ve arasında bulunan görsel sanat dallarının hepsinde ritim ilkesi kullanılmakta ve bu ilke ile birlikte eserler ortaya çıkartılmaktadır. Minyatürde ritim ilkesinin en sık kullanıldığı sahneler, savaş sahnelerinde yer alan atlar ve insan figürleridir. Ardı ardına dizilen atlarda aynı şablonun kullanılması ritim ilkesini ortaya çıkartmaktadır (Kılıç, 2015: 61) (Görsel 11).



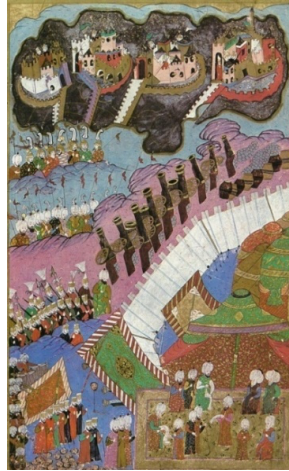
**Görsel 11.** Belgrad Kuşatması, Hünername, 1584

*Denge*, sanatçının istenen etkiyi izleyiciye verebilmesi için denge unsurunun kullanımı önem taşımaktadır. Biçimlerde, renklerde, hareket ve tonlamada denge kendini göstermektedir. Denge ilkesi, tasarım ve eserlerde nokta, çizgi, renk, biçim, aralık, doku, hareket gibi öğelerin birbirleriyle uyumunun tamamıdır. Denge ilkesi, minyatürde biçim ve renklerin oluşturmuş olduğu kompozisyonun tamamında yer alan simetrik ve asimetrik biçimlerin oluşturduğu kurallara bağlı

olarak ortaya çıkmaktadır. Minyatür, dengeli kompozisyonların kullanılmış olduğu bir sanat dalı olmasından dolayı denge ilkesi oldukça büyük önem taşımaktadır. Doğal renklerin oluşturduğu denge ile pastel tonların oluşturmuş olduğu denge, minyatür sanatının vazgeçilmez unsuru haline gelmiştir.

*Vurgu*, resim ve minyatürlerde kullanılan vurgu, eserde veya tasarımda anlatılmak istenen konuya yönelik duyguyu ön plana çıkartır. İzleyiciye bu sanat eserleri ile verilmek istenen duygu, hazırlanan tasarımlarda form ve boyut değiştirme, koyu ve açık tonlar ile canlı renklerin kullanımı ve zıtlık ilkesinin kullanılmasıyla vurgulanmak istenen alanın ön plana çıkartılması sağlanmaktadır. Minyatür sanatında kullanılmakta olan vurgu ilkesi, tasarımda yer alan nesnelere göre değişiklik gösterebilmektedir. Minyatürlerde yer alan kişi ya da nesnelere boyut olarak önemli olma durumlarına göre büyük ya da küçük olarak yapılmaktadır. Önemli kişilerin boyutları büyük yapılarak olaydaki kişinin önemi vurgulanmaktadır. Farklı renklerde kullanılması ise o kişi ya da nesneye vurgunun artırılmasına olanak sağlamaktadır (Cebraioğlu, 2005: 30).

*Sürekllilik*, tasarımların vazgeçilmez bir ilkesi olmaktadır. Doğru oluşturulan bir tasarımda süreklilik ilkesi kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Minyatür sanatında da süreklilik ilkesinin kullanılması denge ilkesinde olduğu gibi hikâyeyi anlatmakta ve onu izleyiciye iletmekte önemli bir rol oynamaktadır. Minyatürlerde de tam anlamıyla kullanılan ilkelere biri süreklilik ilkesidir. Paftalara ayrılarak hazırlanan minyatürlerde, hikayelerdeki olaylar süreklilik ilkesi dikkate alınarak betimlenir ve aktarılır. Minyatür soldan sağa, yukarıdan aşağıya doğru birbirini takip eden kesintisiz bir yapıya sahiptir. “Zivetgar Zaferi Sonrası Divan Toplantısı” adlı minyatür süreklilik ilkesine verilebilecek örnekler arasındadır (Görsel 12) (Ünver, 2006: 245).



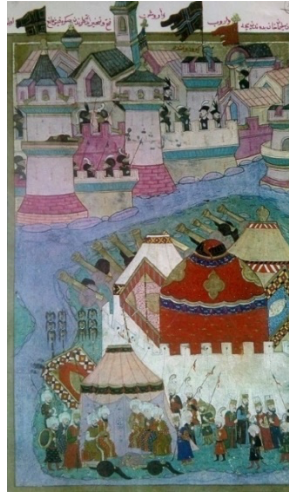
**Görsel 12.** Zivetgar Zaferi Sonrası Divan Toplantısı (TSMK, H, 1524, 279b) “Nakkaş Osman”

*Oran- orantı*, eserdeki görsel bütünlüğün oluşturduğu parçalarla ya da bu parçaları oluşturan daha küçük nesnelere olan boyutsal ve ölçüsel ilişkilerini ifade etmektedir. Bir tasarımda oran ve orantının eksik olması tasarımın hatalı olarak algılanmasına neden olabilmektedir. Bütün sanat alanlarında olduğu gibi minyatür sanatında da oran-orantı eserin bütünü oluşturmayı sağlayan bir ilkedir. Minyatür sanatında perspektif, vurgu, denge gibi birçok özellik büyük-küçük ilişkisiyle sağlanmaktadır. Büyük bir zemin üzerine yerleştirilen küçük nesnelere minyatürün genel kurgusu

incelendiğinde orantılı durmasını sağlamaktadır. Bu orantıyla birlikte göz istenilen nesneyi algılamakta ve tasarımda herhangi bir eksiklik hissedilememektedir.

*Görsel hiyerarşi*, bir eser veya tasarımda sanatçının anlatmak istediği hikâyeyi, öne çıkartmak istediği ister figür ya da nesneyi veya sözü öne çıkartmak için oluşturduğu basamaklamadır. Mercin' (2010), "grafik hiyerarşilerin izleyicilerin gördükleri tasarımdaki unsurların veya bölümlerin hangilerinin eşit öneme, daha az ya da alt öneme sahip olduklarını belirler" demektedir. Minyatürde özellikle Padişahların, ya da daha çok öne çıkartılmak istenen figürlerin bu ilke ile öne çıkartıldığı, yani daha önemli olduğu algısı uyandırılmak istenmektedir.

*Zıtlık*, birbirine tam tersi olan öğelerin bir araya gelmesiyle oluşan bir tasarım kavramıdır. Zıtlık, tasarımlara dikkat çekebilme ve ilgi çekici hale getirebilme için birbirinin tam tersi olan öğeleri bir araya getirerek oluşturulmaktadır. Minyatürde pastel tondaki renklerin kullanıldığı yerlerde canlı renkte bir nesnenin yerleştirilmesiyle zıtlık oluşturulmaktadır. Detaylı ve küçük bir nesnenin devamında daha büyük nesnelerin kullanılmasıyla da zıtlık oluşturulabilmektedir. Hünernâme'nin 2. Cildinde yer alan 1. Viyana Kuşatması tasviri zıtlık ilkesini barındıran eserlere örnek verilebilir (Görsel 13). Birbirine zıt çizgilerin aynı minyatür eserinde kullanılmasıyla tüm tasarım öğelerinin bu eserde bulunmasına olanak sağlamaktadır (Şen, 2018: 778).



**Görsel 13.** Viyana Kuşatması, (TSMK, H, 1524, 257b) "Nakkaş Osman"

*Bütünlük*, tasarımdaki görsel bütünlüğün düzenlenmesine anlam kazandırıp, kompozisyonda oluşabilecek dağınıklık ve parçalanmanın önüne geçmesine yardımcı olmaktadır. Bütünlük ilkesi ile birlikte minyatür eserlerinin içerisinde yer alan nesnelere ortak bir dile temel bir forma, doku, renk ve duyguya sahip olarak tasarımda bütünlük oluştururlar. Eserlerde kullanılmakta olan öğelerin tümü bütünlük içerisinde hazırlanmaktadır. Sağ-sol, alt-üst gibi alanlara yerleştirilen nesnelerin renkleriyle oluşturdukları bütünlükler büyük-küçük kavramlarının da bir araya gelmesiyle bir bütünlük ortaya çıkartmaktadırlar. Bütünlük ilkesi, eserin oluşturmuş olduğu konuya uygun olacak biçimde kompozisyonda yer alan parçaların bağımsız, ortak bir dile sahip ve bütünlük içerisinde hareket etmelerini sağlamaktadır. Bu şekilde oluşturulan her doğru kompozisyonda da bütünlük ilkesinin kullanımı önemlidir (Kılıç, 2015: 66).

## 1.2. Seramik Yüzeyler Üzerinde Minyatürün Kullanımı

Seramik, plastik sanatlar alanında yer alan en eski sanat dallarından birisidir. Çeşitli metal alaşımların ve inorganik maddelerin bir arada kullanılması sonucuyla farklı teknikler ile şekillendirilip sırlı ya da sırsız olacak biçimde kurutulması sonucunda mukavemet kazanana kadar pişirilen bir malzeme çeşididir (Mercin ve diğ., 2021: 104). Keramik üretiminde Anadolu dünyanın en eski yerleşim yerlerinden birisi olmuştur. M.Ö. 6000’li yıllarda çanak-çömlek üretimi yapılmaya başlanmış ve günümüze kadar gelişim göstererek teknoloji ile birlikte değişimlere uğramıştır (Erzincan ve diğ., 2021: 128).

Seramik yüzeyler üzerine uygulanan dekorlar, binlerce yıl öncesine kadar uzanan tekniklerle yapılmaktadır. Bu tekniklerin dışında teknolojinin de gelişmesi ile birlikte farklı teknik ve materyaller geliştirilmiştir. Yaş çamur üzeri, pişmiş bisküvi üzeri, pişmiş sırlı ya da sır pişirimi yapılmamış ürünlerin üzerine yapılan pek çok dekorlama tekniği mevcuttur. Uygulama esnasında kullanılan boyalar cinsine, derecesine veya ürünün bünyesine göre değişkenlik göstermektedir (Tekiye, 2015: 19).

Pek çok tekniğin kullanılmasıyla dekorlanan seramikler, 12. ve 13. yy.’larda İran’da minai tekniğinin kullanılmasıyla birlikte minyatürleri anımsatan seramikler üretilmiştir. Anadolu’da ise Konya’da Alaaddin Sarayında II. Kılıçarslan dönemine ait çinilerde minai tekniğine rastlanmıştır. Bu teknikle seramik yüzeyler üzerine minyatür resimler kullanılmıştır. Beyaz seramik yüzeyler üzerine mavi, yeşil, siyah, kahverengi, kırmızı, beyaz ve altın renkler kullanılarak Selçuklu dönemine ait figürler resmedilmiştir (Öney, 2016: 64) (Görsel 14).



**Görsel 14.** 12. ve 13. Yy Selçuklu Dönemi Çini Minyatür Örneği

Minyatür sanatı, uygulanmaya başladığı ilk dönemlerde kitaplara, papirüs, fildişi ve parşömenlere yapılırken ilerleyen dönemlerde plastik sanatların bir dalı olan ve insanlık tarihinin en eski sanatlarından biri olan seramik yüzeyler üzerine de uygulanmıştır. M.Ö. VII. yy’da yapılan vazolar üzerinde hayvan frizleri yaygın olarak görülürken, mitolojik sahnelerin yer aldığı minyatür üsluptaki desenlerde seramik yüzeyler üzerinde egemen olmuştur. M.Ö. 630 yıllarında vazolar üzerine uygulanan minyatür resimler, siyah figür tekniği ile hazırlanmış ve dolgu motiflerden oluşturulmuştur. 150 yıl boyunca siyah figürlü minyatür desenler yaygın olarak kullanılmıştır (URL 2).

Osmanlı döneminde minyatür sanatında verilen eserler ise Selçuklu döneminin izlerini taşımaktadır. Bu dönemde yapılan şeffaf, renksiz sır altı kobalt mavisiyle hazırlanan seramik yüzey üzerine uygulanan minyatür eserler Safeviler gibi Timurlu ve Türkmen üsluplarından da etkilenmiştir. Fatih Sultan Mehmet döneminde İstanbul’un fethinden sonra Osmanlı sanata daha çok önem vererek mavi beyaz seramiklerin üretimlerini arttırmıştır (Ölçer, 2018: 276-277). Mavi beyaz seramiklerin yaygınlaşmasının ardından renkli seramiklerinde üretilmeye başlamasıyla

seramik yüzeyler üzerine minyatür uygulamaları devam ettirilmiştir. XIII. yy Saraylarda yer alan çini ve seramikler üzerine sır altı tekniği ile minyatür resimlemeler yapılmıştır. Minyatür sanatına çağdaş bir yorum getiren Nusret Çolpan Matrakçı Nasuh'un öncülüğünde hazırlanan Osmanlı minyatür sanatının gelişen üslubuyla günümüzdeki temsilcisi olma özelliği taşımaktadır. Geleneksel bezeme tarzını çağdaş düzenlemelerle eserlerine yansıtan sanatçı, sır altı tekniği ile çalışmalarını sürdürmüştür (Görsel 15) (Demirel ve Yayan, 2020: 1778).



**Görsel 15.** Nusret Çolpan, “İslam Coğrafyası Camileri” Fayans Üzerine Seramik Boya

### Uygulama Örnekleri

Seramik insanlık tarihi boyunca pek çok alanda kullanılan malzeme çeşidi olmuştur. Geçmişten bu yana çanak çömlek yapımında kullanılan seramikler teknolojinin gelişip endüstriyel üretimin artması ile birlikte farklı form ve dekor tasarımlarıyla kullanılmaya devam etmektedir. Dekor tasarımlarının tüketici üzerindeki etkileri düşünüldüğünde geleneksel motiflerden modern çizgilere kadar pek çok dekor karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışma kapsamında tasarım eleman ve ilkeleri dikkate alınarak günümüz teknolojisinden de yararlanılarak endüstriyel sofraya seramiği yüzey tasarımları oluşturulmuştur. Ürünler oluşturulurken her ürün özgün bir tasarım konusu olarak düşünülmüştür. Hazırlanan bu tasarımlarda Kütahya, Kapadokya ve İstanbul'un tarihi mekanları ele alınmıştır. Bu tarihi mekanlar, dijital olarak tasarlanmış ve sofraya seramiği yüzeylerine minyatür tekniği ile yansıtılmıştır. Oluşturulurken geleneksel Türk Sanatlarından biri olan Çini motiflerinden de yararlanılan dekor tasarımları, tasarım eleman ve ilkelerine göre düzenlenmiş, bu kapsamda 10 farklı sofraya seramiği dekor tasarımı hazırlanmış ve analiz edilmiştir. Bu uygulama örnekleri aşağıda verilmiştir.

**Uygulama Örneği 1:** Pers dilinde “Güzel Atlar Ülkesi” anlamına gelen Kapadokya, 60 milyon yıl önce; Erciyes, Hasandağı ve Güllüdağ'ın püskürttüğü lav ve küllerin oluşturduğu yumuşak tabakaların milyonlarca yıl boyunca yağmur ve rüzgâr tarafından aşındırılmasıyla ortaya çıkmıştır (URL 3). Bölgedeki yeraltı şehirleri ise, Kapadokya'yı eşsiz güzelliği yanında gizemli hale getirmekte ve insanların nasıl yaşadıklarına ilişkin soruları akıllara getirmektedir. Birçok özelliğiyle insanların ilgisini çekmeyi başaran Kapadokya, Türkiye'nin turistik anlamda dışa yansıyan yüzlerinden biridir. Bu yüzden bu tasarımın konusu Kapadokya olarak belirlenmiştir.



Dekor tasarımı olarak hazırlanan Kapadokya temalı minyatür tasarım örneğinde, kahverengi ve turuncu renkler ağırlıklı olarak kullanılmıştır. Merkezde bulunan güneş figürü Kapadokya'nın eşsiz güzelliğe sahip olan gün doğumunu betimlemektedir. İrili ufaklı peri bacaları ve bunların arasından görünen balonlar Kapadokya'yı simgeleyen unsurları yansıtmaktadır. Tasarım öğelerinden doku, çizgi ve renk kavramlarının ağırlıklı olarak kullanıldığı bu tasarımda tasarım ilkelerinden hiyerarşi ve zıtlık ilkeleri de dikkate alınmıştır (Görsel16).



**Görsel 16.** Kapadokya Örneği (Keremika Tasarım Merkezi; 2022)

**Uygulama Örneği 2:** İstanbul, tarihi, konumu, ev sahipliği yaptığı medeniyetleri ve onların bıraktığı izleri, sosyal ve kültürel yapısı vb. özellikleriyle sadece Türkiye'nin değil Dünya'nın da sayılı şehirlerinden biridir. Şehrin birçok sembolü olmakla birlikte en dikkat çekici olanlar arasında ortasından geçen denizi ve efsanelere konu olan Kız Kulesi sayılabilir. MÖ. 410 yılında gümrük müdürlüğü olarak kullanılan bir adacık olan, 12 yy. da Doğu Roma İmparatorluğu tarafından kale inşa ettirilen, 1660'lı yıllarda gemilere yol göstermesi için fener yerleştirilen, 1830'lu yıllarda karantina hastanesine dönüştürülen, 1959 yıllarda radar istasyonu olarak kullanılan, 1992 yılında bir dönem şairler kullandığı için "Şiir Cumhuriyeti" olarak ilan edilen, 2000'li yıllarda ise turizm amaçlı kullanılan bir yapıya dönüşmüştür. Ayrıca kule kral ile kızı, Battal gazi, Leandros ve Galata Kulesi ile Kız Kulesinin aşkı efsanelerine de konu olmuştur. Bu özellikleriyle kule hem dikkat çekmekte hem de hafızalara kazınmış olmaktadır. Bu yüzden bu tasarımda Kız Kulesi ve Deniz, İstanbul'u sembolize etmesi için tercih edilmiştir.

İstanbul temalı minyatür örneği dekor tasarımında, tasarım ilkelerinden görsel hiyerarşi ve zıtlık ağırlıklı olarak kullanılmıştır. İstanbul'un simgelerinden olan Kız Kulesi ve deniz betimlemesi bu tasarımın dekor tasarımları olmuştur. Çizgi, renk ve doku, tasarımın izleyicide duygu algısını harekete geçirmek amacıyla kullanılmıştır. Çizgi ve dokuyla durgun bir deniz görüntüsü ile şehrin üzerindeki güneş filede kullanılan turuncu renk ile yansıtılmıştır (Görsel 17).



**Görsel 17.** Kız Kulesi Örneği 1 (Keramik Tasarım Merkezi; 2022)

**Uygulama Örneği 3:** İstanbul konulu bu sofraya seramiği minyatür dekor tasarımında, kahverengi toprağı, mavi ise denizi temsil etmektedir. Bu tasarımda İstanbul'un fethine gönderme yapılmıştır. Bu gönderme, karadan yürütülen gemilerle fethedilen İstanbul'un, bu tasarımdaki tabağın file kısmında gemi sembollerinin denizi ve Kız kulesini çevrelemesi, yani kuşatması ile yansıtılmaya çalışılmıştır. Mavi çizgilerle oluşturulan deniz, boğazın sularını yansıtırken, İstanbul'u sembolize ettiği için Kız Kulesi hiyerarşik olarak ön plana çıkartılmıştır ve bu kapsamda tabağın merkezine yerleştirilmiştir (Görsel 18).



**Görsel 18.** Kız Kulesi Örneği 2 (Keramik Tasarım Merkezi; 2022)

**Uygulama Örneği 4:** Uygulama örneği 3'te belirtilmiş olan tasarım ilke ve öğeleri uygulama örneği 4'te de benzer bir yaklaşımla kullanılmıştır. Gemilerin oluşturduğu ritim ve denge öğesi bu tasarımda deniz üzerinde bulunan martılarla da daha güçlü hale getirilmiştir. Turkuaz ve turuncunun oluşturmuş olduğu zıtlıkla ön plana çıkartılan Kız Kulesi, tabağın merkezindeki yerini korumuştur. Turuncu renk ile simgelenen güneş, toprak üzerinde bulunan gemilerde verilmek istenen mesaja katkıda bulunarak İstanbul'un üzerine doğan güneşi simgelemek amacıyla tek ve kalın bir çizgiyle betimlenmiştir (Görsel 19).



**Görsel 19.** Kız Kulesi Örneği 3 (Keremika Tasarım Merkezi; 2022)

**Uygulama Örneği 5:** Kütahya Türkiye'nin birçok açıdan farklı ve özgün değerleri olan illerinden birisidir. Coğrafi konumu ve tarihi geçmişi geçmişe uzanan, sanat üretimi ve sanatçıları ile UNESCO'nun yaratıcı şehirler ağında olan bir yapıdadır. Tarihi geçmişi incelendiğinde ise birçok İmparatorluğa ev sahipliği yaptığı bilinmektedir. Ayrıca Frig Vadileri gibi bir coğrafyayı sınırlarında bulundurması ve Aizanoi gibi antik bir kente sahip olmasıyla tarihsel anlamda öne çıkmaktadır. Aizanoi Antik Kenti, Zeus Tapınağı, Stadyum- Tiyatro Kompleksi ve Macellumu ile Roma Döneminin en önemli kentlerinden biridir. Alçak bir tepe üzerine kurulu olan ve şehrin önemli dinsel yapısı olarak kabul edilen Zeus Tapınağı, Dünya'nın en iyi korunmuş Zeus Tapınaklarından biridir. Etrafındaki sütunla çevrili mekânın üstünün mermer kirşilerle kaplı olması nedeniyle Zeus Tapınağı pseudodipteros plandaki tek örnektir. Kentin kuzeyinde 13.500 kişi kapasiteli Stadyum ve 20.000 kişi kapasiteli Tiyatronun bir kompleks şeklinde yapılması, antik dönemde Aizanoi'den başka hiçbir yerde rastlanmayan bir durumdur. Ayrıca M.S. 2. yüzyılın 2. yarısına tarihlenen Aizanoi Macellum'u, dünyanın ilk borsalarından biridir (URL 4).

Kütahya'nın simgelerinden birisi olan Aizanoi Antik Kenti'ndeki Zeus Tapınağı'nın yer almış olduğu minyatürde, Zeus Tapınağı'nın önemini vurgulamak amacıyla hiyerarşik bir ilkeden yararlanılmıştır. Gökyüzünde hem lekese hem de çizgisel olarak betimlenen bulutlar, minyatür tekniğinde kullanılan motiflerden biridir. Bu motiflerin zemininde beyaz renk kullanılarak denge sağlanmış olup, toprağın kahverengi görünümü ile zıtlık oluşturulmuş ve denge kurulmaya çalışılmıştır (Görsel 20).



**Görsel 20.** Aizanoi Zeus Tapınağı Örneği (Keremika Tasarım Merkezi; 2022)

**Uygulama Örneği 6:** Çini sanatı ve sanatçıları ünlü olan Kütahya şehri, 2017 yılında UNESCO tarafından Türkiye’de yaratıcı şehir olarak zanaat ve halk sanatları alanında seçilen ilk şehir olma unvanına sahiptir. Hazırlanmış olan bu uygulama örneğinde hem çinilerinde yer alan renkler hem de Hisar olarak bilinen tarihi kale görünümü betimlenmiştir. Çinilerde sıklıkla görülen bulut ve ağaç figürleri hem çizgisel hem de lekesel olarak bu tasarımda betimlenmiştir. Mavi ve turuncunun, mor ve yeşilin birlikte kullanılması, zıtlık ilkesinin ön planda tutulduğunu göstermektedir (Görsel 21).



**Görsel 21.** Kütahya Kalesi Örneği 1 (Keramika Tasarım Merkezi; 2022)

**Uygulama Örneği 7:** Kütahya Kalesi'nin betimlendiği bu uygulama örneğinde, doğanın mat yeşil tonu zeminde kullanılmış, kalede kullanılan turuncu ile de zıtlık ilkesi uygulanmıştır. Kütahya'nın geleneksel el sanatı olan çinilerinde kullanılan çiçek motiflerinden bir kısmı ile tabağın file kısmında bir şerit oluşturulmuştur. Buradaki renkler ile tabağın merkezinde yer alan renkler ile denge kurulmaya çalışılmıştır (Görsel 22).



**Görsel 22.** Kütahya Kalesi Örneği 2 (Keramika Tasarım Merkezi; 2022)

**Uygulama Örneği 8:** Doku ve renk öğelerinin baskın olarak kullanıldığı bu çalışmada, ayva ağaçları stilize edilerek, minyatür örneklerinde sık kullanılan bir motife yer verilmiştir. Kütahya'yı temsil etmesi amacıyla kullanılan çini motifleri ile minyatürün kendi özelliği bir araya getirilerek özgün bir tasarım oluşturulmaya çalışılmıştır. Kompozisyondaki hiyerarşik düzende ayva ağaçları ön plana çıkartılarak, zeminde kullanılan gökyüzü ve dağ silüetleri ile de denge sağlamak amaçlanmıştır (Görsel 23).



**Görsel 23.** Minyatür Dekor Tasarım Örneği 1 (Keramik Tasarım Merkezi; 2022)

**Uygulama Örneği 9:** Bu uygulamada bir sanat eserinden esinlenilerek elde edilen şekil, araştırmacıların minyatür tekniği özelliklerini bu şekil içerisine yansıtmasıyla özgün bir dekor tasarımına dönüştürmüştür. Bir kesit gibi görünen bu tasarımda çizgi ve renk elemanlarından yoğun olarak yararlanılmış, süreklilik, oran-orantı, zıtlık, denge ve ritim ilkelerine de yer verilmiştir (Görsel 24). Özellikle denge zıt renklerin kullanımı ile sağlanmaya çalışılmıştır.



**Görsel 24.** Minyatür Dekor Tasarım Örneği 2 (Keramik Tasarım Merkezi; 2022)

**Uygulama Örneği 10:** Doku ve nokta gibi elemanların kullanıldığı bu tasarımda, selvi ağaçlarının merkeze doğru oluşturduğu ritim ile tasarımın yukarısında bulunan minyatür sanatında sık kullanılan bulut motifine gönderme yapılmıştır. Aynı zamanda bu tasarımda minyatür sanatı örneklerinde pek kullanılmayan gece görüntülerinin yansıtılması ile ve gece ile gündüz görüntüsünü bir arada kullanarak minyatür sanatına bir yenilik ve farklı bir bakış açısı getirilmeye çalışılmıştır. Açık koyu dengesi ile oluşturulan zıtlık, bütün dikkati ağaçların konumuna çekmeyi başarmıştır (Görsel 25).



**Görsel 25.** Minyatür Dekor Tasarım Örneği 3 (Keramik Tasarım Merkezi; 2022)



## Sonuç ve Öneriler

Latince'den dilimize "mini-are" kelimesinden türeyerek yerleşmiş olan minyatür kelimesi, el yazması kitaplarda yer alan metinlerin resimlenmiş hali olarak karşımıza çıkmaktadır. Kendine has birçok farklılıklara sahip olan minyatür sanatı, içerisinde barındırmış olduğu özelliklerden dolayı ele aldığı konuları tam ve eksiksiz olarak izleyiciye yansıttığı bir sanat türüdür. İlk ortaya çıktığı dönemlerde perspektif kullanılmadan hazırlanan minyatür eserler, günümüze kadar ulaşmış, daha sonrasında yapılan eserler ise bulunduğu dönemin özelliklerini alarak farklı anlatım dillerine dönüşmüş, hatta derinlik kavramlarını da içinde barındırarak gelişim göstermiş olmasına rağmen yine de temel özelliklerini kaybetmemiştir.

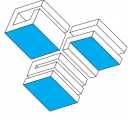
Uygur Türkleri ile başlayan, Büyük Selçuklular ve Osmanlı İmparatorluğu döneminde de yaygın olarak kullanılan minyatür sanatı, Anadolu'ya ulaştığı zaman Türk Resim Sanatı'nın ilk adımlarını oluşturmuştur. Osmanlı döneminde büyük ilgi toplayan minyatür sanatı ile birçok eser ortaya çıkartılmıştır. Minyatür sanatı, içerisinde barındırmış olduğu gerçeklik sayesinde tarih, kültür ve sanat tarihi gibi pek çok alanda belge niteliği taşıyan ürünlere dönüşmüştür. Minyatürler oluşturulurken konusu, amacı ve teknikleri önemli bir temel taşı olurken, bunların oluşturulma sürecinde dikkat edilmesi gereken ve izleyiciyi hem sanatsal hem de estetik açıdan etkilemesi için tasarım eleman ve ilkelerinden faydalanılmaktadır. Minyatür tasarımlarında kullanılan çizgi, nokta, renk ve doku gibi tasarım elemanları ile ritim, denge, vurgu, süreklilik, oran-orantı, görsel hiyerarşi, zıtlık ve bütünlük gibi ilkelere de yer verilmektedir. Minyatür sanatı birçok mekân ve malzemenin yüzeyinde kullanılmış bir sanat türüdür. Seramik yüzeyler de bunlardan biridir.

Bu araştırmada geçmişten günümüze kadar ulaşan bir diğer sanat dalı olan sofraya seramiği yüzeylerine uygulanan minyatür dekor tasarımları incelenmiştir. Bu kapsamda araştırmacılar tarafından 10 adet uygulama örneği hazırlanmıştır. Uygulama örnekleri dijital olarak tasarlanmış ve sofraya seramikleri üzerine yine dijital tekniklerden yararlanılarak aktarılması sağlanmıştır. Tasarımların konu seçiminde Türkiye'nin önemli şehirleri ile tarihi mekânlar ele alınmış; ürün oluşturma sürecinde minyatür tekniğinin kendine has özellikleri ile tasarım eleman ve ilkeleri dikkate alınmıştır. Günümüzde teknolojinin gelişmesi ve endüstriyel üretimin artmasıyla seri bir şekilde üretilebilen sofraya seramikleri üzerine uygulanan dekor tasarımları tüketicinin ilgisini çekmesi için tasarımların bazılarının konusunda hikâyelere yer verilmiştir: Kız Kulesi, Kapadokya ve Aizanoi Antik Kenti bunlar arasındadır. Ayrıca dekor tasarımlarında sanat ve estetik kaygıyı yerine getirebilmek için, kompozisyonlar oluşturulurken renk, çizgi, doku gibi tasarım elemanları ve oran-orantı, vurgu, ritim, hiyerarşi, süreklilik, bütünlük gibi tasarım ilkelerine yer verilmiştir.

Araştırma sonucunda tasarımlara konu olan şehirlerin ve tarihi yapıların bilinmeyen yönlerinin, hikâyelerinin aktarılması; kültürel mirasın geleceğe taşınması açısından önemli bir kazanım olarak kabul edilebilir. Dolayısıyla Türk kültürü ve mirasının geleceğe taşınmasında birçok unsur yanında endüstriyel ürünler ile de sağlanabilmesi için bu tarz tasarım uygulamalarının gerçekleştirilmesi önerilmiştir.

## Kaynakça

Akmehmet T., K., (2015) Minyatürlerin Sanat Tarihi Eğitiminde Kullanılması: Topkapı Sarayı Müzesi'ndeki Surnamei Hümayun Örneği, International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 10/14 Fall, s. 727.



Alakuş, A. O., Mercin, L., (2020) Sanat Eğitimi ve Görsel Sanatlar Öğretimi, Pegem Akademi Yayınları, s. 121.

Aslanapa, O., (1986) Türk Minyatür Sanatının Gelişmesi, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/693723>, s. 851-866.

Aytar, O., Bayrak, T. ve A. Bilgiç, (2017) Osmanlı Minyatür Sanatında Yönetim İlkeleri, Asos Journal, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 5, Sayı: 59, s. 136-146.

Bınark, İ., (1978) Türkler'de Resim ve Minyatür Sanatı, Vakıflar Dergisi, Sayı 12, s. 271-289.

Cebraioğlu, O., (2005) Çağdaş Azerbaycan Resim Sanatında Minyatür Etkileri, Selçuk Üniversitesi, (Yayınlanmamış) Doktora Tezi, Konya, s. 29-30.

Çınar, K., (2005) Temel Tasarım, Selçuk Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Ders Notu, Konya, s. 36.

Demirel, A., Yayan, G. H. (2020) Günümüz Türk Resminde Minyatür Sanatına Çağdaş Yaklaşımlar, Turkish Studies, 15(3), 1767-1782. <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.43620>, s. 1778.

Deveci, A., (2015) Selçuklu Dönemi Resim Çalışmaları, Trakya Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 9, s. 93-111.

Erzincan, A., Yıldız, N., Erken, E., Parlak, D., Akbak, S., Evren, B., Ebeoğlu, S., Arslan, M., Mercin, L., (2021) Anadolu Kilim Motiflerinin Sofra Seramiklerine Yansıması, Medeniyet Sanat Dergisi, 7 (1), s. 127-162.

Kılıç, H., (2015) 16-18. Yy Osmanlı Minyatürlerinin Tasarım İlkeleri Açısından Değerlendirilmesi ve Çağdaş Yorumları, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Geleneksel Türk Sanatları Bilim Dalı Geleneksel Türk Sanatları Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, s. 57-66.

Mercin, L. (2010) *1992'den Günümüze Yaz Olimpiyat Oyunları Afişlerinin İncelenmesi*. Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi (DÜSBED). Yıl: 2, Sayı: 4, ISSN: 1308-6219, s.1-15.

Mercin, L., Erzincan, A., Yıldız, N., Erken, E., Parlak, D., Akbak, S., Ebeoğlu, S. & Arslan, M., (2021) Sofra Seramiklerinde Dekorlama Teknikleri, Ink-Jet Dekorlama Tekniği ile Diğer Tekniklerin Birlikte Kullanımı, İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 11 (24), s. 103-129 .

Ölçer, S., (2018) 15 ve 16. Yüzyıl Mavi-Beyaz Seramikleri: Osmanlı, Safevi ve Çin Hanedanlığı Örneklerinin Üslup Bağlamında Karşılaştırılması, Sanat Tarihi Dergisi, DOI: 10.29135/std.391638, s. 265-301.

Sözer Saraç, Y., (2011) İslam Halklarının Sanatsal Anlatım Yöntemleri; "Minyatür", İslam Araştırmaları, Yıl 4 Sayı 1, s. 177-178.

Şen, E., (2018) Tasarım İlke ve Öğelerinin Minyatürde Kullanımı, İdil Dergisi, cilt / Volume 7, sayı / Issue 46, s. 778-779.

Şimşek, F., (2019) Minyatür, Academia. Edu, Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türk Sanatı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, s. 5.

Tanırdı, Z., (2015) İstanbul Sarayının Resim Hazinesinden: Osmanlı Sanatında Minyatür, Büyük İstanbul Tarihi Görsel Sanatlar, Cilt 7, s. 384.



Tekiye, M., M., (2015) Seramik Yüzeylerde Fırça ile Dekor, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Seramik Anasanat Dalı, Yüksek Lisans Sanat Çalışması Raporu, s. 19.

Ün, H., İ., (2012) Minyatür Sanatı 1, Erzurum Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi, s. 3.

Ünver, G., (2006) Bilişsel Yaklaşım Ünite 11. Gelişim ve Öğrenme, Ulusoy, A. (Ed.). Pegem A Yayıncılık, s. 245.

### **İnternet Kaynakları**

<https://www.kulturportali.gov.tr/portal/minyaturesanati> (Erişim Tarihi: 13.06.2022)

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Antik\\_Yunanistan%27da\\_%C3%A7%C3%B6mlek%C3%A7ilik](https://tr.wikipedia.org/wiki/Antik_Yunanistan%27da_%C3%A7%C3%B6mlek%C3%A7ilik)

(Erişim Tarihi: 20.06.2022)

<https://peri-bacasi.nedir.org/> (Erişim Tarihi: 24.06.2022)

<https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-45341/aizanoi-antik-kenti-kutahya.html>

(Erişim Tarihi: 24.06.2022)

### **Görsel Kaynaklar**

Görsel-1:

<https://www.akademiktarihtr.com/uygursesanati/> (Erişim Tarihi: 13.06.2022)

Görsel-2:

<https://i.pinimg.com/originals/37/11/76/3711767a597f26c2eaded936cef63997.png>

(Erişim Tarihi: 13.06.2022)

Görsel-3:

<https://okuryazarim.com/wp-content/uploads/2016/09/Ko%C5%9Fan-At-Freski.jpg>

(Erişim Tarihi: 14.06.2022)

Görsel-4:

<https://www.selcuklumirasi.com/historical-items-detail/varka-ve-gulsah>,

(Erişim Tarihi: 14.06.2022)

Görsel-5:

<https://i.pinimg.com/236x/31/05/61/3105615780606d686347ffd294f852bc.jpg>

(Erişim Tarihi: 14.06.2022)

Görsel-6:

<http://www.antikalar.com/bedri-rahmi-eyuboglu> (Erişim Tarihi: 14.06.2022)

Görsel-7:

<https://www.istanbulsanatevi.com/turk-ressamlar/devrim-erbil-hayati-ve-eserleri-1937/>





(Erişim Tarihi: 14.06.2022)

Görsel-8:

<https://www.tuvar.net/modern-sanatlar?lightbox=dataitem-j1hk11mo>

(Erişim Tarihi: 14.06.2022)

Görsel-9:

<http://nusretcolpan.com/nusret-colpan-turkiye-minyaturleri-tablolari-eserleri-suluboya-resimler-sanat-art/> (Erişim Tarihi: 14.06.2022)

Görsel-10:

<https://i.pinimg.com/originals/42/37/d9/4237d9cde357ca4b01086eedf99d76a6.jpg>

(Erişim Tarihi: 14.06.2022)

Görsel-11:

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Belgrad\\_Ku%C5%9Fatmas%C4%B1\\_%281456%29#/media/Dosya:Siege\\_of\\_N%C3%A1ndorfeh%C3%A9rv%C3%A1r.jpg](https://tr.wikipedia.org/wiki/Belgrad_Ku%C5%9Fatmas%C4%B1_%281456%29#/media/Dosya:Siege_of_N%C3%A1ndorfeh%C3%A9rv%C3%A1r.jpg) (Erişim Tarihi: 16.06.2022)

Görsel-12:

<https://docplayer.biz.tr/68193805-Yy-osmanli-minyaturlerinin-tasarim-ilkeleri-acisindan-degerlendirilmesi-ve-cagdas-yorumlari.html> (Erişim Tarihi: 16.06.2022)

Görsel-13:

<https://docplayer.biz.tr/68193805-Yy-osmanli-minyaturlerinin-tasarim-ilkeleri-acisindan-degerlendirilmesi-ve-cagdas-yorumlari.html> (Erişim Tarihi: 16.06.2022)

Görsel-14:

<https://ortadunya.com/forum/viewtopic.php?t=23027&i=1> (Erişim Tarihi: 18.06.2022)

Görsel-15:

<https://turkishstudies.net/turkishstudies?mod=tammetin&makaleadi=&makaleurl=374cc4a6-f8d9-4f7a-a058-9285f9defd31.pdf&key=43620> (Erişim Tarihi: 18.06.2022)

Görsel-16: Keramika Tasarım Merkezi, (Erişim Tarihi: 21.06.2022)

Görsel-17: Keramika Tasarım Merkezi, (Erişim Tarihi: 21.06.2022)

Görsel-18: Keramika Tasarım Merkezi, (Erişim Tarihi: 21.06.2022)

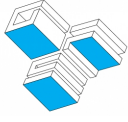
Görsel-19: Keramika Tasarım Merkezi, (Erişim Tarihi: 21.06.2022)

Görsel-20: Keramika Tasarım Merkezi, (Erişim Tarihi: 21.06.2022)

Görsel-21: Keramika Tasarım Merkezi, (Erişim Tarihi: 21.06.2022)

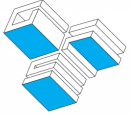
Görsel-22: Keramika Tasarım Merkezi, (Erişim Tarihi: 21.06.2022)

Görsel-23: Keramika Tasarım Merkezi, (Erişim Tarihi: 21.06.2022)



Görsel-24: Keramika Tasarım Merkezi, (Erişim Tarihi: 21.06.2022)

Görsel-25: Keramika Tasarım Merkezi, (Erişim Tarihi: 21.06.2022)



## ENDÜSTRİYEL SERAMİK MALZEMELERİN BİYOMİMİKRI ANLAYIŞI İLE AYDINLATMA AKSESUARLARINA UYGULANMASININ İNCELENMESİ

### INVESTIGATION OF APPLICATION OF INDUSTRIAL CERAMIC MATERIALS TO LIGHTING ACCESSORIES WITH THE UNDERSTANDING OF BIOMIMICRY

Demet Parlak\*, Aysun Erzincan\*\*, Nurcan Yıldız\*\*\*,

Melek Arslan\*\*\*\*, Levent Mercin\*\*\*\*\*

#### Öz

Endüstriyel ürünlerden biri olan aydınlatma aksesuarı, çok farklı malzeme ile üretilebilen bir üründür. Mekâna, zamana, hedef kitleye göre üretilen aydınlatma aksesuarları, bireylerin özel talepleri, farklı, özgün, sürdürülebilir ve estetik olma kaygılarına göre de üretilebilmektedir. Bu yüzden aydınlatma aksesuarları sektörü çok dinamik ve üzerinde durulan sektörlerden biridir.

Seramik, insanlık tarihinin yerleşik hayata geçişinden itibaren kap, kacak, pişirme kapları, servis ve saklama amaçlı günlük hayatta kullanılmaya başlanılmış bir malzeme çeşididir. Seramik, sağlıktan mimariye, mühendislikten savunma sanayiine, sanat alanından insanların kullandığı günlük süs eşyalarına kadar ilk günden bu yana her alanda kullanılmaya devam etmektedir. Aydınlatma aksesuarları sektörü de seramiğin kullanıldığı alanlardan biridir. Ancak bu sektörde tasarlanan ürünlerin temel özelliklerinin yanı sıra sürdürülebilir, çevre odaklı, farklı, estetik, özgün ve hikâyesi olması gibi özellikler içermesi gerektiği anlaşılmaktadır. Bu bakımdan bu özellikleri içeren tasarlanmış ürünlerin incelenmesi zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Elde edilen veriler ışığında birçok alanda kendisine yer bulan; yenilikçi, sürdürülebilir ve insan odaklı olması açısından son yıllarda adının sık duyulduğu biyomimikri anlayışı ile tasarlanmış aydınlatma aksesuarlarının incelenmesi, tasarlanması ve bunların analiz edilmesi, bu araştırmanın gerekçesini oluşturmuştur. Genel tarama modellerinden ilgili literatürün tarandığı, örnek aydınlatma tasarımlarının hem genel hem de biyomimikri anlayışından esinlenilerek üretilip üretilmediklerinin incelendiği ve sonucunda da özgün ürünlerin tasarlandığı bu çalışmada, sanat eseri analizinden de yöntem olarak yararlanılmıştır.

Makalede seramiğin sürdürülebilir bir malzeme olduğu, doğal veya yapay olarak tasarlanmış olsa da etkileyici görüldüğü hem genel tasarım özelliklerine hem de biyomimikri anlayışına göre aydınlatma aksesuarlarının tasarlanmış olduğu, ancak ürünlerin hikâyelerine pek rastlanmadığı görülmüştür. Bu bulgular ışığında, araştırmacılar biyomimikri anlayışından hareket ile mantar, ayçiçeği bitkisi ile denizanası canlısından esinlenilerek 3 adet örnek tasarım yapmıştır.

Farklı, özgün, sürdürülebilir, estetik ve hikâyesi olması bakımından hem aydınlatma aksesuarları hem de diğer endüstriyel ürünlerin tasarımında biyomimikri anlayışından yararlanılması önerilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Endüstriyel tasarım, Biyomimikri, Minimalizm, Tasarım, Seramik



Geliş Tarihi / Received  
01.07.2022

Kabul Tarihi / Accepted  
22.07.2022

Yayın Tarihi / Publication Date  
01.09.2022

Sorumlu Yazar/Corresponding author  
E-mail: demetparlak@keramika.com.tr

Cite this article: Parlak, D., ve ark.,  
(2022), Endüstriyel Seramik  
Malzemelerin Biyomimikri Anlayışı İle  
Aydınlatma Aksesuarlarında  
Uygulanmasının İncelenmesi, D-Sanat,  
Cilt:1, Sayı:4.



Content of this journal is licensed under a  
Creative Commons Attribution-  
Noncommercial 4.0 International License.

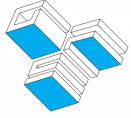
\* YL.Öğr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Ens., demetparlak@keramika.com.tr, ORCID: 0000-0002-0572-4855

\*\* YL.Öğr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Ens., aysunerzincan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7406-4344

\*\*\* YL.Öğr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Ens., nurcanyildizyenidoğan@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3777-052X

\*\*\*\* YL.Öğr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Ens., marslan@unsamadencilik.com.tr, ORCID: 0000-0002-6889-3031

\*\*\*\*\* Prof. Dr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi., levent.mercin@dpu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5721-6054



## Abstract

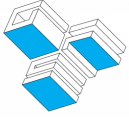
Lighting accessory, which is one of the industrial products, is a product that can be produced with many different materials. Lighting accessories produced according to the place, time and target audience can also be an industrial product according to the special demands of individuals and their concerns about being different, original, sustainable and aesthetic. Therefore, the lighting accessories sector is one of the most dynamic and emphasized sectors.

Ceramic is a type of material that has been used in daily life for pots, pans, cooking utensils, serving and storage purposes since the transition of human history to settled life. Ceramics has been used in every field since the first day, from health to architecture, from engineering to defence industry, from the field of art to daily ornaments used by people. The lighting accessories sector is one of the areas where ceramics is used. However, it is understood that in addition to the basic features of the products designed in this sector, they should include features such as being sustainable, environment-oriented, different, aesthetic, original and having a story. In this respect, the necessity of examining the designed products containing these features has emerged. In the light of the data obtained, it has a place in many fields; Examination, design and analysis of lighting accessories designed with the understanding of biomimicry, whose name has been heard frequently in recent years in terms of being innovative, sustainable and human-oriented, constituted the reason for this research. Artwork analysis was also used as a method in this research, in which the relevant literature was scanned from general scanning models, sample lighting designs were examined whether they were produced by being inspired by both general and biomimicry understanding, and as a result original products were designed.

In this article, it was seen that ceramic is a sustainable material, it looks impressive even if it is designed naturally or artificially, lighting accessories are designed according to both general design features and biomimicry understanding, but the stories of the products are not encountered. In the light of these findings, the researchers made 3 sample designs inspired by the mushroom, sunflower plant and jellyfish creature based on the understanding of biomimicry.

It is suggested to use the biomimicry approach in the design of lighting accessories and other industrial products in terms of being different, original, sustainable, aesthetic and story.

**Keywords:** Industrial Design, Biomimicry, Minimalism, Design, Ceramics



## Giriş

Seramik, organik veya organik olmayan malzemelerin değişik yöntemler ile bir araya gelmesiyle şekillendirilmesi sonucu oluşan, sırlı veya sırsız şekilde pişirilminden ortaya çıkan bir maddedir (Okumuş, 2013: 2). Keramik diğer bir ifade ile "pişmiş toprak" olarak tabir edilmektedir. İnsanlık tarihi boyunca keramik birçok alanda kullanılmıştır. Kap, kacak, kadeh ve saklama kapları gibi birçok ihtiyaç aracı olarak üretildiği bilinmektedir. M.Ö. 6000'lere uzanan kap-kacak kültürü, günümüze kadar gelişerek ve değişerek gelişim göstermiştir (Sevim, 2014: 63; Sevim ve Yeşilmen, 2019: 69). Elde ve çarkta seri olarak üretimi zor olan keramik malzemeler, gelişen teknoloji sayesinde artık otomasyon sistemine dönüşmüş ve seri bir şekilde üretilebilir hale gelmiştir. Bu keramik ürünlerin endüstriye dönük ve seri bir şekilde üretilmesi, endüstriyel tasarım alanı ile doğrudan ilişkilidir.

Endüstriyel tasarım hem müşterilerin beklentileri hem de rekabetçi ekonomilerde önemli bir konuma gelmiştir. Benzer ürünlerin diğerlerine göre farklı ve özgün olması, ergonomik veya ekonomik olması gibi etkenler, endüstriyel tasarıma olan gereksinimin göstergeleri olarak kabul edilebilir. Bu yüzden endüstriyel tasarım günümüzde oldukça popüler alanlardan birisi olmuştur. Endüstriyel tasarımcı ise ürünün işlevselliğine, tüketici ile olan uyumuna ve sağlığına güvendiği ürünlerin tasarlanıp üretilme sürecinde görev almaktadır (Şık, 2020: 32). Endüstriyel tasarım alanı aynı zamanda işçilik ve ürün maliyetlerini oldukça düşürmeye yönelik tasarımlar yapılmasına da olanak sağlayabilmektedir.

İlk insanlar ateşin kudretini orman yangınları veya şimşek düşmesi sonucu fark etti denilebilir. Isınmak ve tehlikelerden korunmak için ateşin kullanılabilceğini kısa süre içinde anlamışlardır. Ancak yanan bir ateşin sürekliliğini sağlamakta zorlanmışlardır. İnsanoğlu yemek pişirme aracı olarak kullandığı ateşi. Tesadüfi olarak ateş üstünde hayvan yağının tutuştuğunu görünce, hazne bölümünü taştan ve balçıktan yaptıkları ve içine hayvan yağı koydukları kandil şeklindeki ilk yağ lambalarını tasarlamışlardır. Günümüzde bu alan önemli bir sektör haline gelmiştir. İşlevselliklerinin yanı sıra, şehirlerin kimliklerinin bir parçası, marka değeri olan sektörlerin marka kimliğinin oluşmasının bir yansıması, seçkin ve özel tercihlerin bir göstergesi olabilmektedirler. Bu yüzden de aydınlatma aksesuarları, asli görevleri olan aydınlatma ihtiyaçlarının ötesine geçen bir konuma gelmişlerdir: Malzeme çeşitliliği, farklı, özgün, estetik, dikkat çekici ve kullanıldığı mekânı tamamlayan özellikleri daha fazla önemsenir olmuştur. Bu noktadan hareketle aydınlatma aksesuarı tasarımlarının farklı, özgün, dikkat çekici, estetik ve hikayesi olabilen özellikler içermesi gerekliliği, endüstri ürünleri alanı için bir araştırma konusu olmuştur. Bu çalışmada bu ihtiyacı giderebilenin yollarından birinin keramik malzemeler yararlanılarak, minimal bir yaklaşım ile biyomimikri anlayışından yola çıkılarak özgün, farklı, dikkat çekici, estetik ve hikayesi olabilen ürünlerin nasıl üretilbileceği üzerinde durulmuştur.

### Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, endüstriyel keramik malzemelerin biyomimikri anlayışı ile aydınlatma aksesuarlarına uygulanmasının incelemesini yapmaktır. Bu kapsamda geçmiş insanlık tarihi kadar eski olan keramik malzemenin, biyomimikri anlayışı ile endüstriyel ürünlerden biri olan aydınlatma aksesuarlarına uyarlayarak ürün tasarımı yapmak da amaçlanmıştır.

### Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma genel tarama modellerinden ilgili literatürün taranması, endüstriyel tasarım ürünü olan aydınlatma aksesuarlarının incelenmesi, elde edilen bulgulara göre keramik malzemedен yararlanılarak biyomimikri anlayışı ile araştırmacılar tarafından üretilmiş aydınlatma aksesuarlarının analizi yöntemlerinden yararlanılmıştır.

## BULGULAR

Seramik malzemenin geçmişinin çok eski olduğu söylenebilir. Sağlık, mühendislik, eğitim, kaplama, süs ve sofraya eşyası vb. birçok alanda kullanımı olan seramiğin, aydınlatma aksesuarı olarak da tasarlanabiliyor olması, onun eşsiz bir malzeme olduğu göstermektedir.

Seramik, geleneksel bir tanımla; inorganik malzemelerin oluşturduğu bileşenlerin, çeşitli yöntemler ile şekil verilmesinden sonra sırlı veya sırsız sertleşip dayanım kazanmasına dek pişirilmesidir. En yalın tanımla seramiği "pişmiş toprak " olarak adlandırabiliriz. Bir diğer tanıma göre hammaddesi kil olan, el ile şekillendirilerek, kurutulup ardından da fırınlanması sonucu oluşan her tür obje seramik olarak adlandırılmaktadır (Arcasoy, 1988: 1). Geçmiş dönemlerde yapılan seramik ürünler zamanla zanaat, endüstriyel ve daha sonra da sanatla birleşmiştir.

Başlangıçta insanoğlu seramiği; pişirme, depolama, yazı yazma, kandil gibi birçok amaç için kullanmıştır. Hatta seramik, üretildiği ve kullanıldığı bölgelerdeki medeniyetlerin izlerini taşıma görevi görmüştür. Arkeologlara göre insanlık tarihi ile ilgili en önemli kaynak ürünler seramikler olmuştur. Geçmişten bugüne teknolojiye gelişmeler, seramik teknolojisinin de geliştirilerek seramiğin farklı alanlarda kullanılmasına sebep olmuştur. Oldukça fazla kullanım alanı bulunan seramikler, geçmişte olduğu gibi günümüzde de vazgeçilmez bir malzeme haline gelmiştir (Okumuş, 2017: 2-4).

Seramik malzemenin sertliğinin yüksek düzeylere ulaşması, erime noktasının artabilmesi, kimyasal direnci, basınca karşı yüksek dayanımlı olması ve süper iletken olması gibi unsurlar onun kullanım alanlarını arttırmaktadır (URL 1). Buna göre;

Zırh olarak kullanılan seramikler ilk olarak 1. Dünya Savaşında tecrübe edilmiştir. Kara taşıtlarını tehditlere karşı koruma amaçlı 1980'lerde balistik koruma özellikli seramik karolar geliştirilmiştir. Seramik zırhlar, askeri personel için operasyonlarda kullanılan bir malzemedir (Görsel 1). Bu seramikler, askeri taşıtlarda metal veya kompozit malzemeler ile desteklenir (Batıbay, 2013: 8).



**Görsel 1.** Seramik Zırh Kaplama Örneği

Seramiğin ikinci kullanım alanı olarak mimari kabul edilebilir. Seramik malzemeler mimari alanda önemli bir tasarım malzemesi olarak kullanılmaktadır. Seramik panolar, dini yapılarda, otellerde, binaların iç ve dış kaplamalarında (Görsel 2) bazı sosyal alanlarda uygulanmaktadır. Seramik kaplama malzemeleri kültürden kültüre ve toplumdan topluma farklılık gösterir (Arıl, 2017: 66). Osmanlı ve Selçuklu dönemlerinde mimari alanda seramik malzeme sıklıkla duvar kaplamasında kullanılmıştır.



**Görsel 2.** Bina iç kaplamasında kullanılan Seramik Pano Örneği

Seramiğin bir diğer kullanım alanı sanattır. Seramik malzeme, çağdaş sanat alanında bir sanat eserine dönüşme sürecini günümüzde de yaşamaktadır. Bu sürecin hızlanmasında plastik kilin kullanımının ve özelliklerinin farkına varan sanatçılar, kullandıkları diğer malzemelerle kıyaslayarak seramiğin farkına varmış olmalıdır. Seramiğin çağdaş sanat kısmında kabul görme sürecinde yaşanan gelişmeler, seramik hakkında sanatçı düşünceleri ve yaptıkları eserler ile anlatılmaya çalışılmıştır (Önal, 2018: 55).

Seramik bulgular, doğa şartlarına ve aradan geçen onca zamana rağmen toprak altında yüksek direnç ile sağlam kalmayı başarmıştır. Bu buluntuların incelenmesi sonucunda eski dönem insanları hakkında din törenleri, toplumsal inanışları ve yaşantıları hakkında detaylı bilgiler edinmemizi sağlar. Bu sebeple seramik malzemeler aynı zamanda arkeolojik belge niteliği taşımaktadır. Endüstriyel üretiminin hızla gelişmesiyle seri üretim ürünü olarak seramik malzemeler hızla artmaya başlamıştır. Seramik üretiminde yaşanan bu farklılıklar sayesinde hem sanatsal hem de endüstriyel olarak uygulamalarla karşı karşıya gelinmiştir (Görsel 3).



**Görsel 3.** Sanat Alanında Seramik Malzeme Kullanım Örneği

Günümüzde seramik malzemeler, ileri teknolojiler alanında da kullanılmaktadır. İleri teknoloji seramiklerinin geleneksel seramiklerden farkı olarak, hammaddelerinin yapay olarak sentezlenebilmesi ve istenmeyen özelliklerinden ayrıştırılmış olabilmesidir. Bu sayede saflaştırılan seramik metal gibi farklı malzemeler ile kompozit şeklinde kullanılabilir (Akkurt ve diğ., 2019: 203).

İleri teknoloji alanında kullanılan seramikler, yüksek sıcaklıklara dayanabiliyor olması, ısıl genişleme katsayılarının düşük olması, kimyasal kararlılığı yüksek olması, sürtünme sebebiyle oluşan aşınımın düşük olması, metal yapıdan oluşan diğer malzemelere göre daha hafif olması ve hammaddesinin doğada bulunmasından dolayı kaynaklarının erişilebilir olması gibi özellikleri sayesinde havacılık, otomotiv, elektronik, enerji ve çevre endüstrisinde kullanılmaktadır (URL 2) (Görsel 4).



**Görsel 4.** İleri Teknoloji Seramik Örnekleri, Bayrak

Seramik malzemenin kullanım alanının arttığı sektörlerden biri de sağlık sektörüdür. Seramik malzemeler sert, yüksek mukavemetli ve yalıtkan malzemelerdir. İçerisinde kalsiyum, magnezyum, potasyum gibi iyonları içermesinden dolayı biyo özelliği olan ve biyo uyumlu olan seramikler, insan vücudunda zarar görmüş veya fonksiyonunu yerine getiremeyen kısımlarının tamirinde, yeniden yapılandırılmasında veya yerini alması için kullanılmaktadır. Biyoseramik malzemelere örnek verecek olursak; gözlük camı, kalça protezleri, diş implantları, fiber optikler, termometreler gibi malzemelerdir. Teknolojik gelişimlere göre seramikler yapısal olarak biyoinert, emilebilir ve biyoaktif olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır (Görsel 5) (Tüylek, 2017: 84).



**Görsel 5.** Seramik Kalça Protezi Örneği

### 1.Endüstriyel Tasarım

Tasarım, bir ürünü benzerlerinden ayıran özgün biçimdir. Bu özelliğinden dolayı tasarım, insanı insan yapan temel ve ayırt edici nitelikler ile insanın yaşam kalitesini belirleyen unsurlardan biridir denilebilir (Mercin ve Gökay, 2018: 21). Tasarım, bir şeyi zihinde yaratma, biçimlendirme ve üretme sürecidir. Karmaşık durumları çözebilmek için kullanılır. Bu nedenle tasarım, birçok parametresi olan uzun süreli bir durumdur. Tasarım canlıları veya onu ilgilendiren dünyayı hedefler. Kullanıldığı yere göre ve şekle göre farklılıklar barındırmaktadır. Bu yüzden; grafik tasarım, endüstriyel tasarım ve mimari tasarım vb. türleri vardır. Erzincan ve diğerlerine (2021) göre endüstriyel tasarım, “endüstri alanında üretimi yapılabilecek olan tüketiciye yönelik estetik ve fonksiyonel ürünlerin seri üretime uygun şekilde geliştirildiği ve yenilikçi yönüyle ortaya çıkmasıdır”. Seri olarak üretilebilen, kullanıcıların fonksiyonellik anlamında isteklerine karşılık verebilen, hedef tüketici faktörlerine göre ürünlerin tasarlanma evresidir. Endüstriyel tasarımda aynı zamanda işçilik ve ürün maliyetlerini oldukça düşürmeye yönelik tasarımlar yapılması önemli bir özelliktir. Endüstriyel tasarımcı ise ürünün işlevselliğine, tüketici ile olan uyumuna ve sağlığına güvendiği ürünlerin tasarlanıp üretilme sürecinde görev almaktadır (Şık, 2020: 32). Endüstriyel tasarımcı ilk olarak tasarlayacağı ürün için tasarım projesine başlar. Bu proje ile tasarlanacak ürün için tasarım süreci şekillenir.



Bu sürecin ilk basamağında tasarımcı ürünün eskizlerini ve teknik çizimleri yapar. Sonraki basamak olarak birden fazla ürün giydirme çalışması yapılır. En son karar verilen giydirme üzerinden ürüne en yakın maket çalışması yapılır. Yapılan makete istinaden son ürün ölçüleri ve malzemelerine karar verilir (URL 4).

Bir ürünün tasarlanması, şekillenmesi ve üretilmesi oldukça zahmetli bir iştir. Endüstriyel tasarımcılar bu meslek kapsamında tüketicinin ihtiyacını saptayarak, ona işlevli ve maliyeti düşük aynı zamanda da seri olarak üretilebilen bir ürün tasarlamak için çabalar. Tasarımcılar hayal güçlerini tasarladıkları üründe yansıtırlar. Bu tasarım çalışmalarında birden çok deneme ve örnek yapılarak en iyisi ve en sorunsuz piyasaya sürülmesi gerekmektedir. Böylece tasarlanan ürünler pazarda yerini koruma devam edebilir (Fesligil, 2007: 15-16).

### 1.1. Endüstriyel Seramik

Seramik endüstrisinde, tasarım geliştirme süreci tasarım, pazarlama ve mühendislik gibi disiplinlerin ortak çalışmasını içermektedir. Ürün geliştirme süreci ve adımları, üretilecek olan ürünün karmaşıklığına, rekabetçi ortamın niteliğine ve teknolojinin gelişim hızına göre değişiklik göstermektedir. Yaşanan bu değişimlerle birlikte ürün özelliğine göre, ürün geliştirmenin aşamalarında daha kısa ya da uzun süre harcama, yeni aşamalar ortaya koyma gibi faktörler öngörülmektedir. Ürün geliştirme sürecinde fırsatları anlama, konsept geliştirme ve konsepti uygulama temel aşamalardır (Akoğlu, 2009: 12) (Görsel 6).



**Görsel 6.** 3d Yazıcı ile Ürün Prototipleme

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler seramik endüstrisinde de değişimlere sebep olmuştur. Bu değişimle birlikte tasarım ve sanat dallarında da değişimler yaşanmıştır. Geleneksel imalat yöntemlerinin yerini zamanla bilgisayar kontrollü üretim süreçleri almıştır. Geleneksel yöntemle üretimi zor olan seramik formların üretilebilmesi seri üretimi zorlaştırırken, endüstriyel üretim yöntemleri ile bu süreç daha kolay, hatasız ve hızlı çoğaltılabilmektedir.

### 2.Biyomimikri

Biyomimikri kelimesi Latince hayat (bios) ve taklit (mimikos) kelimelerinden çıkmıştır. Doğada var olan sistem ve çözümlerden yararlanarak, taklit ederek insanoğlunun herhangi bir soruna çözüm bulmasıdır. Biyomimikri terimi ilk kez 1997 tarihinde Janine Benyus tarafından kullanılmıştır. Doğanın içindeki mükemmeliyette aranan bütün sorunların çözümleri mevcuttur. Biyomimikri, karmaşık sorunları ve problemleri çözmek için doğadaki unsurlardan (canlı-cansız) yararlanılması olarak da tanımlanabilir. Biyomimikri terimi ile birlikte sürdürülebilir çözüm arayışları da geliştirilmiştir. Doğada yer alan sistemleri, oluşum süreçlerini, elementlerin incelenmesi ve elde edilen bilgiler doğrultusunda kullanılmasıdır. Günümüzde sürekli tüketmeye odaklı bir anlayış mevcuttur. İnsanoğlu dünyadaki yaşamı kısa bir süre içinde eskitmeyi başarmış ve git gide yok olmaya yaklaştırmıştır. Sürekli tüketmek yerine doğanın imkânlarından faydalanılarak bize sunulan güzellikler ve faydalar sadece hayvan ve bitkilerle sınırlı

olmamaktadır. İnsan vücudunda da mükemmel bir sistem mevcuttur (İnner, 2019: 16). Biyomimikri, bilim insanlarının ve tasarımcıların çözmeye çalıştıkları birçok problemin çözümlerinin doğada mevcut olduğu, ayrıca bu çözümlerin milyonlarca yıldır test edilerek işlevliliğinin ve verimliliğinin kanıtlanmış olduğu temeline dayanmaktadır. Bu çözümler doğada dururken, ortada olmayan ve hiç denenmemiş çözümlerden faydalanmanın zaman kaybı olabileceği söylenebilir. Enerji verimliliği, tasarım, teknoloji, yapay zekâ ve dayanıklılık gibi birçok konuda doğanın üstünlüğü yadsınamaz bir gerçektir. Bu üstünlüklerden yararlanılarak üretilen teknolojiler aynı zamanda sürdürülebilir de olmaktadır. Biyomimikrinin bu getirilerinin farkında olan birçok araştırmacı doğayı inceleyerek doğanın bu konulardaki bilgi birikiminden faydalanmaya çalışmaktadır (Erzinca ve diğerleri, 2021: 2). Biyomimikri Mercin'in belirttiğine (2019: 31) göre geleceğin STEAM bileşenlerini oluşturan astronomi, jeoloji, analistler, kuantum dilleri, robot mühendisleri, tıbbi matematikçiler ve kripto-gizlilik mühendisleri programları arasında kendisine yer bulan alanlardan biridir. Çünkü insanlığın geleceği için ihtiyaç duyulan sürdürülebilirlik, çevre, iletişim, problem çözme, insan odaklı tasarım vb. unsurlar, bu alanların eğitimine yatırım yapmaktan geçmektedir.

### **2.1.Biyomimikri'nin Uygulama Alanları**

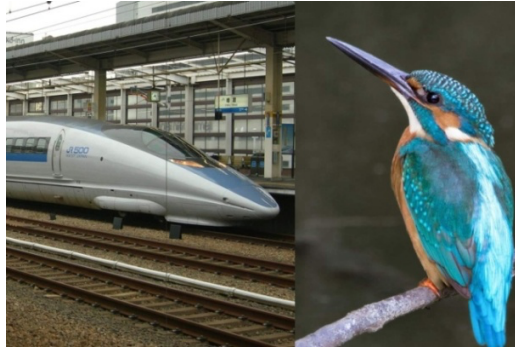
Biyomimikri, tasarımdan üretime kadar her süreci sürdürülebilir ve rekabet düzeyi oldukça yüksek olan bir noktaya taşımak için yaklaşım gösterilen bir alandır. Biyomimikri anlayışı ile gündelik yaşamda karşılaşılan birçok soruna çözüm bulunabilir. Bu yüzden doğayı taklit etme sanatı ile, günlük hayatımızda birçok alanda kullanılmaktadır. Mimari, mühendislik, tıp, biyoloji, endüstri ürünleri ve tasarım bu alanlardır. Dikenli pıtrak bitkisinden esinlenerek üretilen cırt cırt bant, kertenkele kuyruğundan esinlenerek üretilen merdiven ve yalıçapkını kuşunun gaga kısmından -esinlenilerek üretilen hızlı trenin lokomotifinin burun kısmı buna örnek verilebilir -(Görsel 7-8-9).



**Görsel 7.** Dikenli Pıtrak Bitkisinden Esinlenerek Üretilen Cırt Cırt Bant



**Görsel 8.** Kertenkele Kuyruğundan Esinlenerek Üretilen Merdiven



**Görsel 9.** Yalıçapkın Kuşlarından Esinlenerek Üretilen Dünyanın En Hızlı Treni

### 3.Aydınlatma Aksesuarları

İnsanlar var olduğu ilk yıllardan itibaren ihtiyaçlarını karşılamak için çeşitli buluşlar yapılmıştır. İlk ışık kaynağı olarak gündüz güneşten, gece de ay ışığından yararlanılmıştır. Ateşin bulunmasıyla birlikte ilk ve en basit aydınlatma aracı eski çağlarda ortaya çıkan meşale olmuştur. Antik dönem öncesi uygarlıklar, meşalelerini reçine ve katran gibi yanıcı sıvıları dallara sürerek oluşturmuşlardır (Görsel 10). Teknolojinin gelişmesi ve ihtiyaçların artmasıyla birlikte aydınlatma elemanlarında da gelişimler yaşanmıştır.

İnsanoğlu tesadüfi olarak ateş üstünde hayvan yağının tutuştuğunu anlayınca, hazne bölümünü taştan ve balçuktan yaptıkları ve içine hayvan yağı koydukları kandil şeklindeki ilk yağ lambalarını bulmuşlardır. Mumun ilk olarak ne zaman ortaya çıktığı bilinmemektedir. Lakin 1. yüzyıldan itibaren farklı materyallerden mum yapıldığına dair kanıtlar bulunmuştur. Mum taşıma kolay ve maliyeti ucuz bir aydınlatma aracı olmasına rağmen, dayanıklılığı çok olmadığı için açık havalarda kullanılamamaktaydı. MÖ. 2000'li yıllarda cam işçiliğinin başlaması ile birlikte lamba tasarımlarında da gelişmeler yaşandı (Çalkın ve Türkoğlu, 2011: 81).



**Görsel 10.** Antik Dönemde Kullanılan Meşale, Reçine, Katran Gibi Yanıcı Sıvıların Kullanıldığı Kandiller

#### 3.1. Aydınlatma Aksesuarı Tasarımı

1969 yılında aydınlatma tasarımcısı mesleği sektörde bilinir hale gelmiştir. Amerika'da kurulmuş olan IALD ile aydınlatma tasarımlarının aynı yerde toplanması sağlanmıştır. Ancak ülkemizde aydınlatma tasarımcılığı çok fazla bilinmemektedir. Aydınlatma tasarımı, işlevselliği ve buna bağlı olarak iyi yaşam standartları yanında estetik olması bakımından da zaruri bir ihtiyaçtır. Aydınlatma aksesuarlarının, insanları psikolojik olarak iyi hissettirme, dinlendirme, motive etme, görmeyi kolaylaştırma, müzedeki eserlere zarar vermeme vb. özelliklere sahip olabildiği gibi amacına uygun tasarlanmadığı takdirde tam tersi bir etki de yapabilir. Bu sebeple aydınlatma araçları mekân, zaman, nesne ve kullanıcı düşünülerek tasarlanır.

Doğru yerde doğru ışık elemanı kullanılması gerekmektedir (URL 4). Işığın yoğunluğu ve rengi mekânı anında değiştirebilir. Işığın doğru kullanılmasında bazı temel unsurlar vardır. Aydınlatma tasarımı, kullanılacak olan ışığın, mekanların mimarisini ve coğrafik durumuna göre en iyi şekilde kullanılmasını sağlayan bir tekniktir. Her alanda aynı aydınlatma yöntemi kullanılamaz. Aydınlatma tasarımında kullanılan temel unsurlar; nitelik, nicelik, konum ve uyumudur (URL 5).

### 3.2. Aydınlatma Aksesuarı Örnekleri

Yukarıdaki başlıklar altında yer alan ifadeler, aydınlatma aksesuarlarının temel özelliklerini yansıtmaktadır. Ancak rekabetçi bir dünyada endüstriyel bir alan olan aydınlatma aksesuarlarının farklı, özgün, dikkat çekici, estetik, sürdürülebilir ve insan odaklı olması konusu ele alınmamıştır. Bu yüzden bu araştırmada bu konuların irdelenmesi ve buna yönelik olarak hem seramik malzemeler ile hem de diğer malzemeler kullanılarak ve biyomimikri anlayışına göre neler yapıldığının ortaya konulması ve aynı zamanda elde edilen bulgulara göre neler yapılabileceğinin uygulamalı olarak ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırmanın bu boyutunda hem seramik aydınlatma aksesuarı hem de diğer malzemelerden üretilmiş örnekler incelenmiş ve sonrasında araştırmacılar tarafından örnek uygulamalar gerçekleştirilmiştir.



**Görsel 11.** Seramik Aydınlatma Örneği

Görsel 11 ve 12. İncelendiğinde, doğadaki çizgilerin, geometrik formların ve hayvan figürü silüetlerinin lamba aksesuarlarına yansıtıldığı görülmektedir. Bu örneklerde biyomimikri ve biyomorfizmden yararlanıldığı söylenebilir. Lambalar işlevselliğinin yanı sıra özgün birer ürüne dönüşmüşlerdir. Erzincan ve diğerlerine (2021: 16) göre karşımıza çıkan problemleri çözmek için doğadaki nesnelerin, renklerin, dokuların ve formların ilham alınarak tasarıma aktarılma süreci olan biyomorfizm, doğanın kendi içinde yaşamış olduğu deneyimi araştırarak mükemmel tasarımlar oluşturma becerisine sahip olunmasını sağlar.



**Görsel 12.** Seramik Aydınlatma Örneği

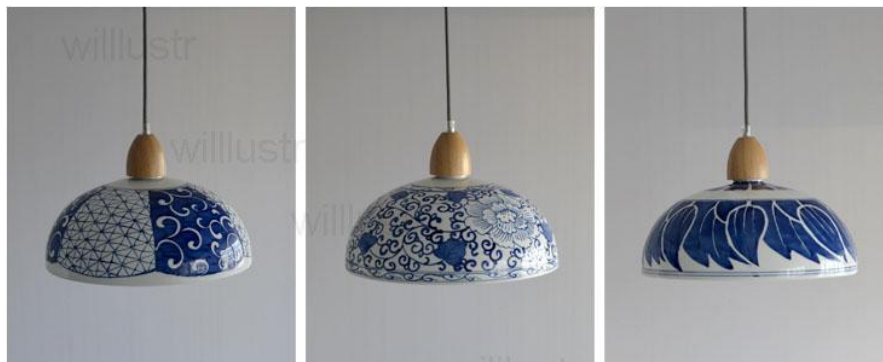


**Görsel 13.** Geleneksel Desen ve Formlu Seramik Masa Lambası

Görsel 13 ve 14. İncelendiğinde, doğadaki çizgilerin ve geometrik formların masa lambası aksesuarlarına yansıtıldığı görülmektedir. Bu örneklerde de biyomimikri ve biyomorfizm anlayışının, ürünlere yansıdığı söylenebilir. Bu özellikleriyle lamba, işlevselliğinin yanı sıra özgün, farklı ve estetik birer ürüne dönüşmüştür. Hem formun hem de yüzey tasarımlarının geleneksel çini sanatına gönderme yaptığı da belirtilebilir.



**Görsel 14.** Geleneksel Desen ve Formlu Seramik Masa Lambası



**Görsel 15.** Geleneksel Desen ve Formlu Seramik Avize

Görsel 15 ve 16. İncelendiğinde, 13 ve 14. Görsellerdeki gibi doğadaki çizgilerin ve geometrik formların bu defa avizelere yansıtıldığı görülmektedir. Bu örneklerde de biyomimikri ve biyomorfizm anlayışının, ürünlere yansıdığı söylenebilir. Bu özellikleriyle avizeler, işlevselliğinin yanı sıra özgün, farklı ve estetik birer ürüne dönüşmüştür. Hem formun hem de yüzey tasarımlarının geleneksel motiflerle bezenmesi, yerelden evrensel tasarım anlayışının uygulandığı belirtilebilir.



**Görsel 16.** Geleneksel Desen ve Formlu Seramik Avize



**Görsel 17.** 3D yazıcı ile hazırlanmış seramik lamba

Görsel 17. de teknolojinin getirdiği olanaklardan yararlanılmıştır. 3D yazıcı ile seramik malzemeden üretilen bu avize, özgün, farklı, estetik ve dikkat çekici özelliği ile öne çıkmaktadır. Üzerindeki doku, doğada en sık rastlanılan bir yüzey tasarımı olarak yansıtılmıştır.



**Görsel 18.** Balık formundan esinlenilerek tasarlanmış avize

Görsel 18. de seramik aydınlatma aksesuarı, biyomimikri anlayışından yola çıkılarak balık formuna dönüşmüştür. Avizenin yuvarlak formunu tamamlayan balıkların dairesel hareketi, ışığın gölgeler oluşturmasına ve derinlik kazandırmasına yol açmaktadır. Bu da bu avizenin, özgün, farklı, estetik ve dikkat çekici olmasını sağlamaktadır. Doğada da en sık rastlanılan bir sanat elemanı olan doku, bu üründe bir yüzey tasarımı olarak yansıtılmıştır.



**Görsel 19.** Tüy abajur.

Görsel 19.'a bakıldığında, masalsi bir görüntünün yansıdığı söylenebilir. Bu yansıma, doğadaki bazı canlılarda bulunan 'tüy'ün, bu aydınlatma aksesuarında hem bir form hem de yüzey dokusu olarak kullanılımasındandır. Bu unsur, çalışmanın özgünlüğü ve estetik olmasını sağlaması yanında kullanıcının duygusal davranışlarını da etkileyebileceği söylenebilir.



**Görsel 20.** Lotus çiçeği formu salon aydınlatma lambası

Görsel 20. Göz atıldığında hem formu hem de ritmi ile insanları kendisine çeken bitkilerden bir olan lotus çiçeği formu görülmektedir. Lotus çiçeği birçok mimari yapının, süs eşyasının vb. alanlarda kullanılmıştır. Bu biyomimikri anlayışının tasarıma yansıtıldığı en somut göstergelerinden biridir. Bu aydınlatmada kullanılan lotus formu, devasa büyüklükte bir yapının hem işlevsel olarak aydınlatılmasını hem de estetik, özgün, farklı ve dikkat çekici olmasını sağlamıştır.



**Görsel 21.** Geri dönüştürülmüş daktilo masa lambası

Görsel 21. bakıldığında aydınlatma aksesuarlarının üretiminde geri dönüşüme de önem verildiği anlaşılmaktadır. Atıl durumda olan bir daktilo, yapılan aydınlatma aparatı ile bir masa lambasına dönüşmüştür. Bu özelliği ile bu aydınlatma aksesuarı hem özgün hem de çevreci bir tasarımdır denilebilir.





**Görsel 22.** Denizkızı ve balık formlarının birlikte kullanıldığı masa lambası örneği

Görsel 22. İncelendiğinde masa lambasındaki formun, biyomimikri anlayışından yararlanarak denizkızı ve balık figürlerinden oluşturulduğu görülür. Bu özelliği ile bu aydınlatma aksesuarı hem estetik, özgün, farklı ve hem de dikkat çekicidir.



**Görsel 23.** Seramik aplik örneği

Görsel 23. e bakıldığında bitki ve çiçek bezemelerinden esinlenilerek oluşturulmuş seramik bir aplik görülecektir. Bu tasarımda da doğa tasarımının yüzey kabartmalarının ve renklerinin esin kaynağı olmuştur.



**Görsel 24.** Midye formu masa lambası

Görsel 24'e bakıldığında bir midyenin masa lambası formuna dönüştürüldüğü görülmektedir. Burada doğada gerçek midyenin içerisinde bulunan inci, insanın hizmetine sunulan bir aydınlatma aksesuarında ışık kaynağına dönüştürülmüştür. Bu çalışmanın estetik, özgün, farklı ve dikkat çekici olmasının yanı sıra esprili ve eğlenceli olduğu da söylenebilir.



**Görsel 25.** Kaktüs formu masa lambası

Görsel 25. İncelendiğinde bir kaktüs bitkisi, masa lambasının gövde formunu oluşturduğu görülmektedir. Burada doğada gerçek ortamda kaktüsün çiçekleri, insanın hizmetine sunulan bir aydınlatma aksesuarının düğmesine dönüştürülmüştür. Bu çalışmanın estetik, özgün, farklı ve dikkat çekici olmasının yanı sıra esprili ve eğlenceli olduğu da söylenebilir.



**Görsel 26.** Koçbaşı formu masa lambası

Görsel 26. Gözlemlendiğinde bir koçbaşının, masa lambasının gövde formunu oluşturduğu görülmektedir. Bu çalışmanın estetik, özgün, farklı ve dikkat çekici olmasının yanı sıra esprili ve eğlenceli olduğu da söylenebilir.



**Görsel 27.** Seramik Avize

Görsel 27. incelendiğinde bir salyangozun, masa lambasının formunu oluşturduğu görülmektedir. Ürünün seramik malzemesi bu ürünün sürdürülebilir bir gelecek için anlamlı olduğu belirtilebilir. Bu ürünün doğal görünümü, onun estetik, özgün, farklı ve dikkat çekici olmasının yanı sıra esprili ve eğlenceli olduğunu da gösterdiği söylenebilir.



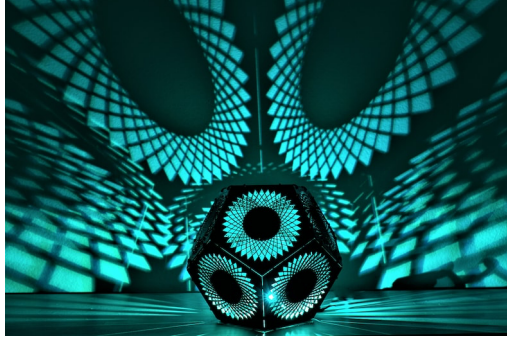
**Görsel 28.** Ahşaptan yapılmış yaprak formu avize

Görsel 28'e bakıldığında doğada var olan yaprakların, avizenin genel formunu oluşturduğu görülmektedir. Ürünün ahşap malzemesi, bu ürünün sürdürülebilir bir gelecek için anlamlı olduğu belirtilebilir. Bu ürünün doğal görünümü, onun estetik, özgün, farklı ve dikkat çekici olmasının yanı sıra esprili ve eğlenceli olduğunu da gösterdiği söylenebilir.



**Görsel 29.** Camdan yapılmış su damlası formu avize

Görsel 29. incelendiğinde su damlalarının, bir avizenin formunu oluşturduğu görülmektedir. Ürünün cam malzemesi bu ürünün sürdürülebilir bir gelecek için anlamlı olduğu belirtilebilir. Bu ürünün doğal görünümü, onun estetik, özgün, farklı ve dikkat çekici olmasının yanı sıra esprili ve eğlenceli olduğunu da gösterdiği söylenebilir.



**Görsel 30.** Mandala desenli aydınlatma ve gölge oluşturma lambası

Görsel 30. Gözlemlendiğinde bir mandalanın, gölge oluşturma lambasına dönüştürüldüğü görülmektedir. Ürünün doğal malzemesi, bu ürünün sürdürülebilir bir gelecek için anlamlı olduğu belirtilebilir. Bu ürünün oluşturduğu gölge ve gölgelerin mekâna kattığı ışık zenginliği onun estetik, özgün, farklı ve dikkat çekici olmasının yanı sıra eğlenceli olduğunu da göstermektedir. Bu üründe kullanılan motifler her ne kadar yapay görünseler de fraktalları yansıtmaktadır. Doğada da birbirini devam ettiren matematiksel görüntüler vardır. Bu yönüyle bu tasarımda da biyomimikri anlayışı yansıtmıştır denilebilir.



**Görsel 31.** Mantar görünümlü masa lambası, Cam

Görsel 31. incelendiğinde bir mantardan esinlenilerek, masa lambasının formunu oluşturduğu görülmektedir. Ürünün cam malzemesi bu ürünün sürdürülebilir bir gelecek için anlamlı olduğu belirtilebilir. Bu ürünün doğal görünümü, onun estetik, özgün, farklı ve dikkat çekici olmasının yanı sıra esprili ve eğlenceli olduğunu da gösterdiği söylenebilir.



**Görsel 32.** Çiçekli görünümlü masa lambası, Cam

Görsel 32'e bakıldığında çiçekli bitki görüntüsünün, bir masa lambasının formunu oluşturduğu görülmektedir. Biyomimikri anlayışı bu üründe kendisini göstermiştir. Ürünün cam malzemesi bu ürünün sürdürülebilir bir gelecek için anlamlı olduğu söylenebilir. Bu ürünün doğal görünümü, onun estetik, özgün, farklı ve dikkat çekici olmasının yanı sıra eğlenceli olduğunu da gösterdiği söylenebilir.

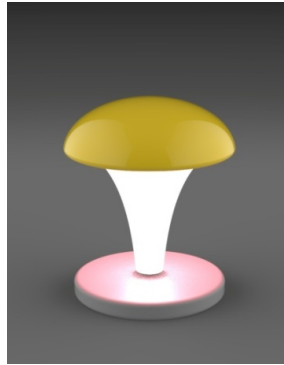


**Görsel 33.** Petek görünümlü Lamba

Görsel 33. İncelendiğinde petek görüntüsünün, bir avize formunu oluşturduğu görülmektedir. Biyomimikri anlayışı bu üründe de kendisini göstermiştir. Ürünün doğal malzemelerden yapılmış olması, bu ürünün sürdürülebilir olduğunu kanıtlamaktadır. Bu ürünün doğal görünümü, onun içten, duyguları harekete geçirici, estetik, özgün, farklı ve dikkat çekici olduğunu gösterdiği söylenebilir.

### **3.3. Biyomimikri Anlayışı ile Tasarlanmış Aydınlatma Aksesuarı Örnekleri ve Analizi**

Araştırmanın bu bölümünde araştırmacılar tarafından biyomimikri anlayışı ile tasarlanmış aydınlatma aksesuarı örneklerine ve analizlerine yer verilmiştir.



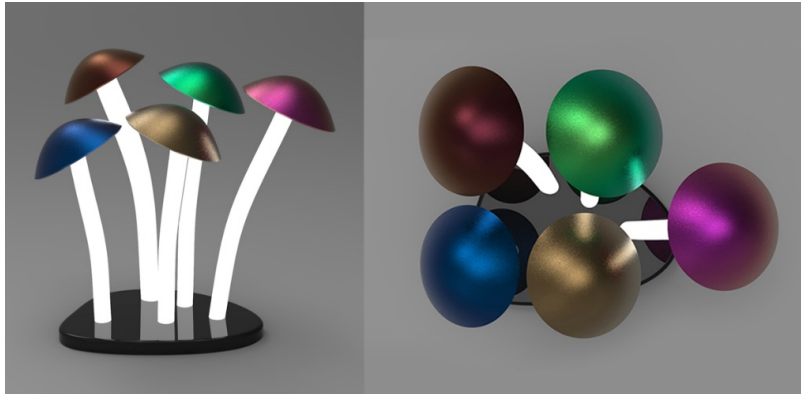
**Uygulama Örneği 1:** Mantar Formundan Yola Çıkılarak Tasarlanmış Masa üstü Aydınlatma Aksesuarı, Parlak, 2021.

Uygulama Örneği 1, biyomimikri anlayışı ile mantar bitkisinden esinlenilerek oluşturulan bu aydınlatma tasarımı, 14 cm yüksekliğindedir. Lamba formunun ara bölümü floresan aydınlatma özelliğindedir. Minimalist bir yaklaşım benimsenerek oluşturulan bu tasarım, masa üzerinde çok fazla yer kaplamayacak şekilde ölçülandırılmıştır. Masa lambasının yüzeye basan ve lambanın dengesini sağlayan kısmı seramik malzemenin üretilmiştir. Ayak kısmının seramikten yapılmış olması, seramik malzemenin ağırlığından kaynaklanan özelliğin masa lambasının dengede durmasını sağlaması ve aynı zamanda yüzeye yansıyan ışığın daha estetik görünerek ürünü çekici hale getirmesini sağlamasındandır. Lambanın üst kısmında, yani mantar formunun şapka bölümü, ışığın yukarı yayılmasını engellemektedir. Ancak bu şapka bölümünün alt kısmı masa lambasının gövde kısmında bulunan floresan ışığını yansıtacak bir malzeme ile kaplanmasıyla mantarın alt kısmına çarpan ışığı mekâna yayarak kullanıcının bu ışıktan maksimum düzeyde yararlanmasını sağlaması düşünülmüştür. Bu sayede ışığın yayılımı engellenmiş ve kullanıcının ihtiyacını giderecek şekilde oluşturulmuştur.



**Uygulama Örneği 2:** Denizanası Formundan Yola Çıkılarak Tasarlanmış Aydınlatma Aksesuarı, Parlak, 2021

Uygulama Örneği 2, biyomimikri anlayışı ile denizanası formundan yola çıkılarak hazırlanan bu tasarım, minimalist bir yaklaşımı da göz önüne alarak 12 cm yüksekliğinde tasarlanmıştır. Formun üst bölümünde yer alan başlık kısmı, güneş enerjisini depolama özelliğine sahiptir. Bu yüzden bu aydınlatma cihazı, aydınlatmayı hem mum hem de güneş ışığından yararlanarak elde edilen ve depolanan enerji ile sağlayabilmektedir. Tasarıma ilham kaynağı olan TurritopsisDohrnii (ölümsüz denizanası) olarak bilinen bu deniz canlısı, ölümünün geldiğini hissettiği an tüm hücre yapısını yenileyerek yeniden doğmaktadır. İlham alınan canlının bu özelliği, bu aydınlatma aksesuarının da sossuz bir ışık kaynağı olabileceğini hissettirmesi beklentisi, bu tasarımın hikâyesini oluşturmuştur.



**Uygulama Örneği 3:** Ayçiçeği Formundan Yola Çıkılarak Tasarlanmış Aydınlatma Aksesuarı, Parlak, 2021



Uygulama Örneği 3, ayçiçeği bitkisinin formundan esinlenilerek hazırlanan bu aydınlatma aksesuarı tasarımının en uzun olanının yüksekliği 18 cm'dir. Beş adet farklı yönlere bakan gövde kısmı bulunmaktadır. Bu şekilde tasarlanmasının amacı, aksesuarın etrafını olabildiğince aydınlatması içindir. Ayçiçekleri bilindiği gibi güneşe doğru yönelmektedirler. Bu aydınlatma tasarımındaki beş adet gövdenin her yöne bakıyor olması, sanki güneşe yönelen bir gövdenin hareketli halinin yansıtılmış halini gösteriyor olmasındandır. Bu aydınlatma aksesuarı tasarımında ayçiçeklerini sembolize eden başlıkların farklı renklerde olması, gün boyunca ışığın etkisinin farklılık göstermesini yansıtmayı ve eğlenceli olmasının beklenmesinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca tasarımda neon renklerin kullanılması bir diğer özelliktir. Bu özellik endüstriyel bir ürün olan aydınlatma aksesuarlarının dikkatleri kendisine çekmesi amacıyla. Kullanılan yalın görüntü, minimalizm yaklaşımının etkisindedir.

### **Sonuç ve Öneriler**

Ekonomi, eğitim, sosyal ve kültürel yaşam, iletişim mecralarının yaygınlaşması ve etkileşimin artmasıyla birlikte hem insanları hem de ülkeleri fazlasıyla etkilemektedir. İnsanları ve ülkeleri etkileyen bu durum, eğitim kurumlarını, ticari sektörleri, fabrikaları, firmaları vb. kurumları da ilgilendirmektedir. Endüstriyel tasarımın kendisini en iyi gösterdiği ve yukarıdaki durumdan etkilenen alanlardan birinin de aydınlatma aksesuarı sektörü olduğu söylenebilir.

Endüstriyel ürün üretim alanlarından biri olan aydınlatma aksesuarı sektörü, çok farklı malzemelerin kullanıldığı bir sektördür. Mekâna, zamana, hedef kitleye göre üretilen aydınlatma aksesuarları, ekonomik refahın artmasıyla birlikte bireylerin özel talepleri, farklı, özgün, sürdürülebilir ve estetik olma kaygılarına göre de üretilebilmektedir. Bu yüzden aydınlatma aksesuarları sektörü, kendisini sürekli yenilemesi gereken, çok dinamik olduğu için de üzerinde durulması gereken sektörlerden biridir denilebilir. Özellikle ürünlerin üretiminde kullanılan malzemeler, form ve yüzey tasarımının özgünlüğü, dikkat çekiciliği, farklı olması ve sürdürülebilir olması önemli bir durumdur.

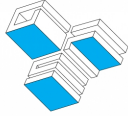
Araştırmada seramiğin sürdürülebilir bir malzeme olduğu, doğal veya yapay olarak tasarlanmış olsa da etkileyici görüldüğü, yapılan araştırmada hem genel tasarım özelliklerine hem de biyomimikri anlayışına göre aydınlatma aksesuarlarının tasarlanmış olduğu, ancak ürünlerin hikayelerine pek rastlanmadığı söylenebilir. Biyomimikri 1997 yılından beri adını sıkça duyuran bir bilim alanı olarak kabul edilmektedir. Çünkü biyomimikri anlayışı, insanı ilgilendiren sorunların, doğal yaşam içerisindeki canlı veya cansız nesnelerin yıllardan beri gelen tecrübe edilmiş biçim ve davranışlarından esinlenilerek çözülebileceği anlayışını benimser. Enerji, hız, sürdürülebilirlik, kullanım kolaylığı, dayanıklılık, insanın yapısına uygunluk, ergonomiklik, estetik vb. birçok sorun doğadan ilham alınarak çözülebilmüş ve bundan sonra da çözülebileceği anlaşılmıştır.

Elde edilen bulgular ışığında, araştırmanın diğer bir boyutun olan biyomimikri anlayışından hareket ile araştırmacılar tarafından mantar, ayçiçeği bitkisi ile denizanası canlısından esinlenilerek 3 adet örnek tasarım yapılmış ve bunlar analiz edilmiştir. Buna göre biyomimikri anlayışının tasarımcıları doğayı gözlemlemeye teşvik ettiği, karşılaşılan problemlere doğadan esinlenilerek nasıl çözüm üretilebileceği konusunda sorulmalar yaptırdığı anlaşılmıştır.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, farklı, özgün, sürdürülebilir, estetik ve hikâyesi olması bakımından hem aydınlatma aksesuarları hem de diğer endüstriyel ürünlerin tasarımında, hatta insanı ilgilendiren ve problem olarak görülen alanlarda biyomimikri anlayışının benimsenmesi gerektiği önerilmiştir.

### **Kaynakça**

Akoğlu, C. (2009). Etkileşim Tasarımının Bilgi ve İletişim Teknolojileri Gömülü Ürünlerin Tasarım ve Geliştirilme Sürecindeki Rolü, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Ürünleri Tasarımı Anasanat Dalı.



Arcasoy, A. (1988), Seramik Teknolojisi, Marmara Üniversitesi Yayın No:457, Güzel Sanatlar Fakültesi Yayın No:2, s. 1..

Arıl, B. (2017), Kaplama Malzemesi Olan Seramiğin, İç Mekânlarda Alternatif Malzemelere Göre Kullanımının Avantajları ve Dezavantajları, Maltepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İç Mimarlık Anabilim Dalı, s.66.

Batıbay, A. B. (2013), Alümina – Geçiş Metali İkili Sistemlerin Zırh Malzemesi Olarak İncelenmesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İleri Teknolojiler Anabilim Dalı Malzeme Bilimi ve Mühendisliği Programı, s. 8.

Çalkın, Y. ve A. K Türkoğlu, (2011), Aydınlatmanın Tarihi, Bilim ve Teknik Dergisi, s. 81.

Erzincan, A; N. Yıldız; E. Erken; D. Parlak; S. Akbak; B. Evren; S. Ebeoğlu; M. Arslan; L. Mercin (2021). Endüstriyel Tasarım Ürünü Sofra Seramiklerinde Biyomimetik ve Biyomorfizm'den Yararlanılması. SDÜ ART-E. Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat. Cilt 14, Sayı 28, 955- 980, 31.12.2021. <https://doi.org/10.21602/sduarte.1013940>.

Fesligil, A. Ö. (2007), Ürünlerinin Değerlendirilmesi İçin Bir Yöntem, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, s. 15-16.

Gökay, M. ve L. Mercin, vd. (2018). Teknoloji ve Tasarım Dersi Öğretmenler İçin Kılavuz Kitap. Ankara. Editörler: L. Mercin ve M. Gökay. MEB Yayınevi. [https://www.eba.gov.tr/ders/proxy/VCollabPlayer\\_v0.0.488/index.htm#/main/dashboard/2/9/0](https://www.eba.gov.tr/ders/proxy/VCollabPlayer_v0.0.488/index.htm#/main/dashboard/2/9/0).

Mercin, L. (2019). STEAM Eğitiminde Sanatın Yeri. Sanat Tasarım Dergisi/Art Design Jernal. ISSN 1309-9876, e-ISSN 1309-9884. Haziran 2019, Cilt:9, Sayı 19, ss. 28-41, Yayıncı İnönü Üniversitesi. <https://doi.org/10.16950/iujad.514132>.

Okumuş, H. (2013), Geçmişte ve Günümüzde Seramiğin Kullanım Alanları, 7. Uluslararası Eskişehir Pişmiş Toprak Sempozyumu, Eskişehir, 2.

Okumuş, H. (2017), Geçmişte ve Günümüzde Seramiğin Kullanım Alanları, Dergipark, 2(3), s. 2-11.

Önal, B. P. (2018), Sanatta Malzemenin Yaratım Sürecindeki Rolü ve Seramik Sanatında Esere Özel Bünye Kullanımı, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Seramik Anasanat Dalı, s. 55.

Sevim S. S. & N. Yeşilmen (2019). Geleneksel Çömlekçilikten Çağdaş Seramik Sanatına Cemalettin Sevim Örneği. ARTS: Artuklu Sanat ve Beşerî Bilimler Dergisi (1), 69-76.

Sevim, S. ve Ö. Yıldırım, (2014), Çağdaş Türk Seramik Sanatında Resimsel Anlatım, Sanat ve Tasarım Dergisi, Cilt 7, Sayı 7, s. 61-74.

Şen, G. (2010), Seramik ve Cam Materyallerin Sanat Objelerinde Birlikte Kullanım Olanaklarının Araştırılması, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Seramik Anasanat Dalı, Adana, s.1.

Şık, A. (2020), Endüstriyel Tasarım ve Üretim, Mühendis ve Makina Güncel, s.32.

Tüylek, Z. (2017), Biyomateryaller ve Sağlıkta Kullanımı, Bozok Tıp Dergisi 7(4), s. 9-80.

#### **İnternet Kaynakçası**

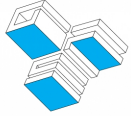
<https://www.bilgiustam.com/seramik-nedir-ve-kullanim-alanlari-nelerdir/> (Erişim Tarihi:14.11.2021)

<https://malzemebilimi.net/ileri-teknoloji-seramik-cesitleri.html> (Erişim Tarihi: 15.11.2021)

<https://www.tasarimakademi.org/endustriyel-tasarim-nedir.html> (Erişim Tarihi: 19.11.2021)

<https://pldturkiye.com/aydinlatma-tasarimi-nedir-ne-degildir/> (Erişim Tarihi: 04.12.2021)





<https://www.lamp83.com.tr/aydinlatma-tasariminin-temel-unsurlari/> (Erişim Tarihi: 05.12.2021)

### **Görsel Kaynakça**

Görsel-1: <https://malzemebilimi.net/seramik-seramik-kompozit-zirhlar-ve-uygulama-alanlari.html> (Erişim Tarihi: 14.11.2021)

Görsel-2: <https://www.temizmekan.com/alternatifi-cok-secimi-zor-malzeme-seramik/> (Erişim Tarihi: 14.11.2021)

Görsel-3: [http://www.turkishpaintings.com/index.php?p=34&l=1&modPainters\\_artistDetailID=4530](http://www.turkishpaintings.com/index.php?p=34&l=1&modPainters_artistDetailID=4530) (Erişim Tarihi: 16.11.2021)

Görsel-4: <https://malzemebilimi.net/ileri-teknoloji-seramikleri.html> (Erişim Tarihi: 16.11.2021)

Görsel-5: <https://nejatguney.com.tr/kalca-protezi/> (Erişim Tarihi: 19.11.2021)

Görsel-6: <https://www.boyutkat.com/3d-yazici/3d-yazici-tavsiye/> (Erişim Tarihi: 22.11.2021)

Görsel-7: Dikenli Pıtrak Bitkisinden Esinlenerek Üretilen Cırt Cırt Bant, Çeyrek Mühendis, 2019. <https://www.ceyrekmuhendis.com/biyomimikri/> (Erişim Tarihi: 27.11.2021)

Görsel-8: Kertenkele Kuyruğundan Esinlenerek Üretilen Merdiven, Çolak, 2020. <https://peyzax.com/tasarimda-dogadan-ilham-alma-biyomimikri-ornekleri/> (Erişim Tarihi: 27.11.2021)

Görsel-9: Yalçapkinı Kuşlarından Esinlenerek Üretilen Dünyanın En Hızlı Treni, Bürotime, 2019

Görsel-10: Antik Dönemde Kullanılan Meşale, Reçine, Katran Gibi Yanıcı Sıvıların Kullanıldığı Kandiller, Kızılcay, 2018. <http://www.antiktarih.com/2018/05/15/antik-cagda-aydinlanma-araci-kandil/> (Erişim Tarihi: 03.12.2021)

Görsel-11: Seramik Aydınlatma Örneği, Futon, 2021. <https://elizarova.com/product/chapiteau-modern-ceramic-lighting-pendants> (Erişim Tarihi: 05.12.2021)

Görsel-12: Seramik Aydınlatma Örneği, Elizarova, 2017. <https://design-milk.com/o-n-ceramic-pendant-lights-porcelain-bear/> (Erişim Tarihi: 05.12.2021)

Görsel-13: Geleneksel Desen ve Formlu Seramik Masa Lambası [https://www.subpng.com/png-wt9npb/download.html#google\\_vignette](https://www.subpng.com/png-wt9npb/download.html#google_vignette) (Erişim Tarihi: 12.07.2022)

Görsel-14: <https://blog.burotime.com/dogadan-ilham-alan-tasarim-stratejisi-biyomimikri-nedir/> (Erişim Tarihi: 28.11.2021)

Görsel-15: Geleneksel Desen ve Formlu Seramik Avize <https://www.dhgate.com/product/china-pendant-light-blue-and-white-porcelain/417431573.html> (Erişim Tarihi: 12.07.2022)

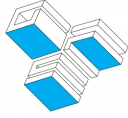
Görsel-16: Geleneksel Desen ve Formlu Seramik Avize

[https://www.notonthehighstreet.com/lyngardceramics/product/campbell-pimpernel-ceramic-pendant-light?utm\\_source=pinterest&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=social\\_share](https://www.notonthehighstreet.com/lyngardceramics/product/campbell-pimpernel-ceramic-pendant-light?utm_source=pinterest&utm_medium=social&utm_campaign=social_share) (Erişim Tarihi: 12.07.2022)

Görsel-17: 3D yazıcı ile hazırlanmış seramik lamba,

Görsel-18: <https://tr.aliexpress.com/item/4000917098797.html?gatewayAdapt=glo2tur>

Görsel-19: Tüy abajur. <https://www.walmart.com/ip/Feather-Table-Lamp-Shade-Simple-White-Badminton-E27-E26-Lampshade-Floor-Decoration-Living-Room-Bedroom-Lampshade-Dimmable-Remote-control/333098517> (Erişim Tarihi: 12.07.2022)



Görsel-20: Lotus çiçeği formlu salon aydınlatma lambası  
<https://tr.pinterest.com/pin/560627853625393558/> (Erişim Tarihi: 12.07.2022)

Görsel-21: Geri dönüştürülmüş daktilo masa lambası

<https://pepperboxcouture.wordpress.com/2013/01/30/designer-inspiration-eco-furniture-of-the-future/>  
(Erişim Tarihi: 12.07.2022)

Görsel-22: Denizkızı ve balık formlarının birlikte kullanıldığı masa lambası örneği,  
<https://tr.pinterest.com/pin/568579521695720400/> (Erişim Tarihi: 12.07.2022)

Görsel-23: Seramik aplik örneği <https://www.rubylane.com/item/161834-34766/1930x27s-Vintage-Two-Bulb-Flush-Mount> (Erişim Tarihi: 12.07.2022)

Görsel-24: Midye formlu masa lambası, <https://accessorynecessities.com/products/ceramic-shell-night-light-2> (Erişim Tarihi: 12.07.2022)

Görsel-25: Kaktüs formlu masa lambası, <https://www.livemaster.com/topic/2451225-the-secret-s-in-pottery-45-table-lamps-for-a-cozy-home?fbclid=IwAR1KcpzcmdbNO-VvPwO0tFOTwuPlwK-uBaaJg25OpeG6lOuVJbEcewzxRg> (Erişim Tarihi: 12.07.2022)

Görsel-26: Koçbaşı formlu masa lambası, <https://www.livemaster.com/topic/2451225-the-secret-s-in-pottery-45-table-lamps-for-a-cozy-home?fbclid=IwAR1KcpzcmdbNO-VvPwO0tFOTwuPlwK-uBaaJg25OpeG6lOuVJbEcewzxRg> (Erişim Tarihi: 12.07.2022)

Görsel-27: Seramik Avize, <https://designwanted.com/25lamp-biomimicry-kovac-family/> (Erişim Tarihi: 12.07.2022)

Görsel-28: Ahşaptan yapılmış yaprak formlu avize, <https://www.etsy.com/listing/727826575/hop-lamp> (Erişim Tarihi: 12.07.2022)

Görsel-29-30-31: Camdan yapılmış su damlası formlu avize [https://www.etsy.com/il-en/listing/264128859/large-modern-hanging-chandeliers-with?click\\_key=41a4789cd495c4fbb2a569eb11c0a4646e6bce62%3A264128859&click\\_sum=be5274f0&ref=landing\\_collections\\_listing-8&external\\_collection=MzQ3ODg5MjN8MjQ2NTEzNTMx&frs=1](https://www.etsy.com/il-en/listing/264128859/large-modern-hanging-chandeliers-with?click_key=41a4789cd495c4fbb2a569eb11c0a4646e6bce62%3A264128859&click_sum=be5274f0&ref=landing_collections_listing-8&external_collection=MzQ3ODg5MjN8MjQ2NTEzNTMx&frs=1) (Erişim Tarihi: 12.07.2022)

Görsel-32: Çiçekli görünümlü masa lambası, Cam

Görsel-33: Petek görünümlü Lamba, <https://inhabitat.com/designtrees-honeycomb-inspired-nectar-lamp-is-100-recyclable/> (Erişim Tarihi: 12.07.2022)