

Editör

Dr. Öğr. Üyesi Ekin Su KUZU

Editör Yardımcısı

Doç. Dr. Ezgi TOKDİL

Değerli İletişim ve Sanat Dergisi okur - yazarları;

Uluslararası İletişim ve Sanat Dergisinin (İLSAD) 10. Sayısını, 2023 yılının Aralık ayı itibariyle siz okurlarımıza sunmaktan; farklı disiplinlerden akademisyen, sanatçı ve iletişim düşünürlerinin akademik üretimlerini sizlerle paylaşmaktan bir kez daha mutluluk duymaktayız.

2023 yılının son günlerinde yayına çıkan 10. sayımızda yer alan çalışmalar sanat, eğitim ve edebiyat gibi farklı disiplinleri bir araya getirmiştir. İletişimin çeşitliliği ve çokluğunu ele alan boyutlarıyla akademik üretimleri; yeni ve gelişmekte olan akademisyen adayları ve akademik tezlerden üretilen farklı boyutlarıyla ele alınmış yayınları bu sayıda siz değerli okuyucularımıza sunmaktayız. 10. Sayımızda, gelenekselden dijital, insanın özünden doğan kavramlardan insanın ruhunu etkileyen metaforlara dönüşen birbirinden değerli ve etkili yedi akademik çalışma yer almaktadır. Bu bağlamda, alanlar arası etkileşimin insanlar arası etkileşimle ilişkiseliliği ve geçmişten günümüze değişen paradigmanın farklı boyutsallıklarla ele alınmasını içeren bilimsel nitelikte çalışmalarla sizlere seçkiler sunmayı en önemli amacımız olarak görmekteyiz.

2023 yılının tüm güzelliklerini, acılarını ve kayıplarını geride bırakarak; yeni yılla birlikte akademik başarı ve kariyer hedeflerin neticeye ulaştığı, herkes için barış ve huzurun yükseldiği bir sene temenni ediyoruz. Üretmenin ve başarmanın bu kadar değerli olduğu bir süreçte, yeni yılla birlikte yeni üretimlerin ve başarıların da sizinle olmasını diliyoruz.

İLSAD editörü olarak, yayında emeği olan tüm araştırmacılara, dergi baş editörü ve editör yardımcısına, değerli hakemlerimize ve üretici ekibimize emekleri için teşekkür ediyor; Uluslararası İletişim ve Sanat Dergisi yayın ekibi adına, yeni yılda kültürel değerlerimizin ve gelişimimizin sürdüğü, başarı ve hedeflerimizin hiç tükenmediği, araştırmanın heyecanıyla sürdürülebilir bir akademik kariyer ile keyifli okumalar diliyorum.

Saygılarımla...

Dr. Öğr. Üyesi Ekin Su KUZU

Uluslararası İletişim ve Sanat Dergisi Editörü

İCİNDEKİLER

Nesim TAYMUR

GELENEKSEL TASARIM EĞİTİMİNİN DİJİTAL TASARIM EĞİTİMİNE
DÖNÜŞMESİNİN KAÇINILMAZLIĞI

s.1-14

Vedat ÖNEL - Lütfü KAPLANOĞLU

SUBLİMİNAL YÖNTEMLERİN REKLAM TASARIMINDA KULLANIMI

s.15-30

Elif ŐEN

ÇAĞDAŞ SANATTA BİR İÇERİK OLARAK DOĞUM

s.31-49

Kamil ALACALI-Abdullah YILDIRMAZ

EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN MANAGERIAL-ORIGINATED
ORGANIZATIONAL COMMUNICATION CLIMATE AND ORGANIZATIONAL
SILENCE

s.50-70

Faruk ÇELİK

CUMHURİYET DÖNEMİ TÜRK RESİM SANATININ ÇAĞDAŞLAŞMA SÜRECİ

s.71-88

Murat UZUN-Elvan TEKİN

CHROMA KEY & GREEN SCREEN EFEKTLERİNİN TV HABER BÜLTENLERİNDE
KULLANIMI ÜZERİNE ELEŞTİREL BİR İNCELEME

s. 89-102

Yeşim AKSOY ŞAŞTIM

SÜLEYMANİYE YAZMA ESER KÜTÜPHANESİNDE MUHAFAZA EDİLEN 03686
NUMARALI KUR'ÂN-I KERİM'İN TEZHİP SANATI BAKIMINDAN İNCELENMESİ s.
103-117

Editör

Dr. Öğr. Üyesi Ekin Su KUZU

Editör Yardımcısı

Doç. Dr. Ezgi TOKDİL

Uluslararası İletişim ve Sanat Dergisi (International Journal of Communication and Art-IJCOMAR) uluslararası katılıma açık, çok dilli, disiplinler arası ve bilimsel bir hakemli dergidir. Olağan yayım periyodunda Nisan-Ağustos-Aralık aylarında olmak üzere yılda 3 sayı yayımlanır. Akademi dünyasındaki gelişmeler, özel tematik ilgiler, sempozyum/kongre etkinlikleri ve yazarların kolektif teklifleri gibi durumlarda özel ya da ek sayılar yayımlanabilir.

IJCOMAR, İletişim ve Sanat disiplinleri ile alt disiplinlerinin her alanından kuramsal veya araştırma yönlü yazıları/çalışmaları yayımlayan bir dergidir. Dergide yayımlanması planlanan çalışmalarda, disiplinler ve disiplinler arası ilgiler kurulması beklenir. Günceli, tarihseli ve geleceğe dair olanı eksene alan yeni yaklaşımların tartışma alanı olma hedefiyle hareket edilir.

IJCOMAR'a gönderilmesi düşünülen çalışmaların ön değerlendirmeye alınması için, öncesinde hiçbir platform ya da yayım organında yayımlanmamış olması ön şartı aranır. Bunun yanı sıra, başka bir yayım ortamında eş zamanlı değerlendirmede olan çalışmalar, değerlendirmek üzere gönderilmemelidir. IJCOMAR, yazarlarından akademik etik davranışları bekler, çalışmaların bilim geleneğindeki üretme ve yaratıcılık kültürüne sadık birer katkı niteliğinde olmasını önemser. Yazarlarını özgül saygınlıkları ile özelleştiren IJCOMAR, karşılıklı saygı esasını yayım sürecinin merkezinde konumlandırır.

DERGİ YÖNETİMİ

Baş Editör

Doç. Dr. Savaş KESKİN

Editör

Dr. Öğr. Üyesi Ekin Su KUZU

Editör Yardımcısı

Doç. Dr. Ezgi TOKDİL

ALAN EDITÖRLERİ

Animasyon: : Dr. Öğr. Üyesi Elvan TEKİN-Fırat Üniversitesi

Müzikoloji: Doç. Dr. Seher TETİK IŞIK-Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Görsel İletişim ve Tasarım: Prof. Dr. Fatih ÖZDEMİR-Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Fotoğraf: Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN-Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Sanat Eğitimi: Dr. Aina Strode-Rezekne Academy of Technologies,Latvia

Dr. Yahya HİÇYILMAZ-Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Resim: Prof. Dr. Katarina Dordevic-University of Nis, Faculty of Arts in Nis, Serbia

Doç. Muhammed TATAR-Atatürk Üniversitesi

Tiyatro: Prof. Dr. Dima Raad-Lebanese University- Institute of Fine Arts and Architecture.

Sanat Kuramı ve Eleştirisi: Doç. Dr. Nardane Yusifova-Ulusal Azərbaycan Tarih Müzesi

Restorasyon: Dr. Öğr. Üyesi Reksane Hasanova-Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi

Heykel: Dr. Öğr. Üyesi D. Tülay Özkul-Malatya Turgut Özal Üniversitesi

Öğr. Gör. Sitari Vasilii-Academia de Muzica Teatru si Arte Plastice

Sahne Sanatları: Dr. öğr. Üyesi Tamer TEMEL-Atatürk Üniversitesi

Grafik: Prof. Dr. Gökçe KEÇECİ-Kıbrıs Amerikan Üniversitesi

Doç. Zafer LEHİMLER-Atatürk Üniversitesi

Müzik: Öğr. Gör. İbrahim ODABAŞI-Akdeniz Üniversitesi

Mimarlık: Prof. Dr. Faris KARAHAN-Atatürk Üniversitesi

Geleneksel Sanatlar: Doç. Dr. Hüseyin ELİTOK-Atatürk Üniversitesi

Gazetecilik: Doç. Dr. İbrahim Ethem ZİNDEREN-Atatürk Üniversitesi

Sinema: Dr. Öğr. Üyesi Cevahir Sinan ALTUNDAĞ-Fırat Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Türker ELİTAŞ-Mustafa Kemal Üniversitesi

Halkla ilişkiler: Dr. Öğr. Üyesi Serpil KIR ELİTAŞ-Mustafa Kemal Üniversitesi

Yeni Medya: Öğr. Gör. Savaş KESKİN-Bayburt Üniversitesi

Seramik: Doç. Dr. Nevin AYDUSLU-Atatürk Üniversitesi

Moda Tasarımı: Dr. Hir P Vyas-Fashion communication Design NIFT Gandhinagar

Cam ve Çinicilik: Öğr. Gör. Şenol ÖZDEVRİM-Kıbrıs Amerikan Üniversitesi

Yabancı Dil Uzmanı

M. Gani GENÇER

Grafik Tasarım

Mehmet FIRAT

BİLİM VE YAYIN KURULU LİSTESİ

Danışma Kurulu

Prof. Dr. Yusuf YURDİGÜL – Türkiye Manas Üniversitesi İletişim Fakültesi/Kyrgyzstan

Prof. Dr. Süreyya TEMEL – Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Prof. Dr. Can KARAHAN - Ondokuz Mayıs Üniversitesi/Türkiye

Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN - Ondokuz Mayıs Üniversitesi/Türkiye

Prof. Dr. Güler ERTAN –Arel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Prof. Dr. Seçkin ÖZMEN - İstanbul Üniversitesi / Türkiye

Doç. Dr. Hasan TOPBAŞ – İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Devabil KARA – Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Işık ÖZDAL – Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Göksel GÖKER - Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Doç. Zafer LEHİMLER – Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Sena SENGİR - Ondokuz Mayıs Üniversitesi/Türkiye

Doç. Dr. Derya ŞAHİN - İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Binnaz KOCA - İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Benan ÇOKOKUMUŞ - Ondokuz Mayıs Üniversitesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Elvan TEKİN – Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Yahya HİÇYILMAZ - Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi/Türkiye

Dr. Bextiyar YUSUBOV - Azerbaycan Devlet Ressamlık Akademisi/Azerbaijan

Dr. Ramil Memmedov Azerbaycan Devlet Ressamlık Akademisi/Azerbaijan

Dr. Hir P Vyas-Fashion communication Design NIFT Gandhinagar/India

Dr. Aina Strode-Rezekne Academy of Technologies/Latvia

Öğr. Gör. Şenol ÖZDEVRİM-Kıbrıs Amerikan Üniversitesi/Cyprus

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Katarina Dordevic-University of Nis, Faculty of Arts in Nis/Serbia

Prof. Dr. Dima Raad-Lebanese University- Institute of Fine Arts and Architecture/Lebanon

Prof. Evren KAVUKÇU – Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

**Prof. Dr. İnara MEHERREMOVA - Nahçıvan Devlet Üniversitesi Güzel Sanatlar
Fakültesi/Nakhchivan**

Prof. Dr. Gökçe KEÇECİ-American University of Cyprus/Cyprus

Prof. Dr. Mahir KADAKAL - Bayburt Üniversitesi / Türkiye

**Prof. Dr. Mehmet KAVUKÇU – Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Güzel Sanatlar
Fakültesi/Türkiye**

Prof. Dr. Mustafa BULAT- Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Prof. Dr. Şükrü SİM – İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Prof. Dr. Çağatay İnam KARAHAN - Ondokuz Mayıs Üniversitesi/Türkiye

Prof. Dr. Fatih ÖZDEMİR - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi/Türkiye

Doç. Dr. Aslıhan ZİNDEREN - Atatürk Üniversitesi / Türkiye

Doç. Dr. Erdoğan AKMAN - Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/KIRGIZİSTAN

Doç. Dr. Seher TETİK IŞIK Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi/Türkiye

Doç. Muhammed TATAR - Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Aydın ZOR – Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

**Doç. Dr. Fatma ÖZTÜRK DÖNMEZ – Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel
Sanatlar Fakültesi/Türkiye**

Doç. Dr. Huriye KADAKAL - Bayburt Üniversitesi /Türkiye

Doç. Dr. İbrahim Ethem ZİNDEREN – Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. İsmail TETİKÇİ – Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Mahir BAYRAMOĞLU – Bayburt Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Afet ASLANOVA - Azerbaycan Devlet Ressamlık Akademisi/Azerbajjan

Doç. Dr. Bextiyar YUSUBOV - Azerbaycan Devlet Ressamlık Akademisi/Azerbajjan

Doç. Dr. Üyesi Niyazi AYHAN - Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/KIRGIZİSTAN

Doç. Dr. Serpil Kır ELİTAŞ – Mustafa Kemal Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Türker ELİTAŞ –Mustafa Kemal Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

**Dr. Öğr. Üyesi Regina JAMANKULOVA - Kırgızistan-Türkiye Manas
Üniversitesi/KIRGIZİSTAN**

Dr. Öğr. Üyesi Tamer KAVURAN – Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Lokman ZOR – Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi İmran UZUN – Kocaeli Üniversitesi /Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Tamer TEMEL- Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Neslihan GÖKER – Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa DEMİR – Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Neslihan Dilşad DİNÇ – Bitlis Eren Üniversitesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Aziz Coşkun – Bitlis Eren Üniversitesi/Türkiye

Öğr. Gör. Dr. Yunus Türkşad Yegin - Giresun Üniversitesi/ Türkiye

Dr. Meltem Güzel - İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa

Dr. Zülküf NANTO - MEB/ Türkiye

Dr. Bülent POLAT - MEB/ Türkiye

Dr. Ramil Memmedov Azerbaycan Devlet Ressamlık Akademisi/Türkiye

Öğr. Gör. Victor Cretu - Academia de Muzica Teatru si Arte Plastice/Moldova

Öğr. Gör. Sitari Vasiliu - Academia de Muzica Teatru si Arte Plastice/Moldova

Öğr. Gör. Liana Almyasheva - Yeosu Technical Institute in Tashkent/Uzbekistan

TARANDIĞI İNDEKSLER







ISSN: 2757-6000

Nesim TAYMUR

MEB

ntaymur@gmail.com, Orcid: 0000-0001-1058-5443

GELENEKSEL TASARIM EĞİTİMİNİN DİJİTAL TASARIM EĞİTİMİNE DÖNÜŞMESİNİN KAÇINILMAZLIĞI

ÖZET

Tasarım, insanlığın varoluşundan bu yana süregelen bir ifade biçimi olmuştur. Geleneksel tasarım eğitimi, uzun yıllar boyunca temel sanat ilkelerine dayanarak öğrencilere el becerileri ve estetik değerler kazandırmıştır. Ancak, teknolojinin hızla ilerlemesiyle beraber dijital çağın kapıları aralanmış, bu da tasarım dünyasında devrim niteliğinde değişimlere yol açmıştır. Bu değişimlerin tasarım eğitiminde de radikal dönüşümlere neden olduğu görülmektedir. Bu çalışma, geleneksel tasarım eğitiminin dijital tasarım eğitimine dönüşmesinin günümüz tasarım dünyasında kaçınılmaz bir gereklilik olduğunu ele almaktadır.

Gelişen teknoloji, tasarım disiplini kökten değiştirmekte ve tasarımcıları yeni beceriler edinmeye zorlamaktadır. Geleneksel eğitim metotları, dijitalleşen dünyada artık tek başına yeterli değildir. Bu çalışmada, temel sanat prensipleri ve el becerilerinin yanı sıra dijital tasarım araçlarının ve teknolojilerinin entegrasyonunun, tasarım öğrencilerinin ve profesyonellerinin başarılı olabilmeleri için vazgeçilmez olduğu vurgulanmıştır. Dijital tasarım eğitimi, öğrencilere sadece estetik değil, aynı zamanda teknolojik yeniliklere ayak uydurabilme ve yaratıcılıklarını dijital platformlarda ifade edebilme yetenekleri kazandırmak adına kritik bir öneme sahiptir.

Bu çalışmanın amacı, tasarım eğitimindeki bu dönüşümün neden ve nasıl gerçekleştiğini açıklamak, gelecekteki tasarım öğrencilerinin bu değişimi nasıl kucaklayabileceklerine dair bazı perspektifler sunmaktır. Çalışmada alan yazın taraması tekniği kullanılmıştır. Tasarım eğitiminin

gelenekselden dijitale dönüşmesinin gerekliliği ve sektörün taleplerine cevap verebilmek için bu dönüşümün kaçınılmazlığı ile ilgili tespitleri bakımından bu makale önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel Tasarım Eğitimi, Dijital Tasarım Eğitimi, Dönüşüm

THE INEVITABILITY OF TRANSFORMING TRADITIONAL DESIGN EDUCATION INTO DIGITAL DESIGN EDUCATION

Abstract

Design has been a form of expression since the existence of humanity. Traditional design education has provided students with manual skills and aesthetic values based on basic art principles for many years. However, with the rapid advancement of technology, the doors of the digital age have opened, which has led to revolutionary changes in the design world. These changes appear to have caused radical transformations in design education. This study discusses that the transformation of traditional design education into digital design education is an inevitable necessity in today's design world.

Developing technology radically changes the design discipline and forces designers to acquire new skills. Traditional education methods alone are no longer sufficient in the digitalizing world. In this study, it is emphasized that the integration of digital design tools and technologies, as well as basic art principles and manual skills, is indispensable for design students and professionals to be successful. Digital design education is of critical importance in providing students not only with aesthetics but also with the ability to keep up with technological innovations and express their creativity on digital platforms.

The aim of this study is to explain why and how this transformation in design education has occurred and to offer important perspectives on how future design professionals can embrace this change. The literature review technique was used in the study. This article is important in terms of its findings regarding the necessity of transforming design education from traditional to digital and the inevitability of this transformation in order to respond to the demands of the sector.

Key words: Traditional Design Education, Digital Design Education, Transformation

GİRİŞ

Geçmiş toplumların varlıklarını devam ettirme yollarından biri de kültürlerini, eserlerine ilmek ilmek işlemeleri olmuştur. Günümüzde de her toplum farklı eserler ve bu eserlere bıraktıkları kültür kodlarıyla bizlere kendilerini tanıtmaktadırlar. Geçmişe ışık tutan bu izler, kimi zaman bir mağara duvarına kök boyalarla yapılan resimlerde, kimi

zaman arkeolojik kazılarda bulunan bir çömleğin üzerindeki bezemelerde, kimi zaman da bir mimari yapının süslemelerinde karşımıza çıkmaktadır.

Tasarım eğitiminin dönüşümü, tarihsel bir perspektifle incelendiğinde, sanat ve tasarımın dönüşümünü ve toplumsal değişimlerin bu sürece olan etkilerini görmek mümkündür. Antik çağlardan başlayarak, tasarım eğitimi geçirdiği çeşitli evrelerle bugünkü şeklini dönüşmüştür.

Antik dönemlerde, sanat ve mimari öğrenimi genellikle ustalık esasına dayanıyordu. Çıraklık sistemleri, el becerilerinin aktarılmasını sağlamış ve geleneksel sanatın temellerini atmıştır. Orta Çağ boyunca, kilise ve feodal sistemlerin etkisi altında, tasarım eğitimi genellikle dini temalara odaklanmıştır. El yazmaları ve kilise mimarisi, sanatçıların ve zanaatkarların eğitiminde önemli bir rol oynamıştır.

Rönesans dönemi, tasarım eğitiminde önemli bir dönemeçtir. Bu dönemde, matematik, geometri ve anatomi gibi bilimsel prensiplere dayalı bir eğitim anlayışı benimsenmiştir. Rönesans'ın sanatçıları, estetik değerlere ek olarak bilimsel bilgiye de vurgu yaparak tasarım eğitimini zenginleştirmişlerdir.

Sanayi Devrimi ile birlikte, endüstriyel tasarımın ve zanaat okullarının ortaya çıkmasıyla tasarım eğitiminde yeni bir dönem başlamıştır. Bauhaus gibi okullar, fonksiyonellik ve estetik arasında denge kurma amacı güderek modern tasarımın temellerini atmıştır. 20. yüzyılın ikinci yarısında dijital teknolojinin yükselmesi, tasarım eğitimini daha da dönüştürmüştür.

Bilgisayar destekli tasarım ve dijital sanatın yükselişi, öğrencilere yeni beceriler kazandırmış ve tasarım süreçlerini hızlandırmıştır. Bugün, tasarım eğitimi geniş bir yelpazede sunulmaktadır, grafik, endüstriyel, moda ve mekân tasarımı gibi farklı alanları kapsamaktadır. Dijital tasarım eğitimi ve dijital araçların yaygın kullanımı, öğrencilere esneklik sağlamak ve küresel bir öğrenme ortamı oluşturmaktadır. Tasarım eğitimi, tarihsel süreç içindeki bu dönüşümle birlikte, teknolojik, kültürel ve toplumsal değişimlere adaptasyon göstererek günümüzdeki dinamik yapısını almıştır.

Günümüzün giderek dijitalleşen dünyasında, geleneksel tasarım eğitiminin gelişerek dijital tasarım becerilerini de bünyesine katması kaçınılmaz hale gelmiştir. Teknolojideki hızlı ilerlemeler ve dijital platformların artan önemi, dijital tasarım konusunda yetkin tasarımcılara olan talebi doğurmuştur. Geleneksel tasarım eğitiminin değişen ortama uyum sağlaması ve öğrencilerin dijital dünyada başarılı olmaları için gerekli donanımlara sahip olmaları zorunlu hale gelmiştir. Bu çalışma, geleneksel tasarım eğitiminin gelişen teknolojiye bağlı olarak tasarım projelerinde ve iş dünyasında rekabet kabiliyetinin zayıfladığını, dolayısıyla geleneksel tasarım eğitiminden dijital tasarım eğitimine geçilmesinin kaçınılmaz bir gereklilik olduğu konusunda yapılmış bir alan yazın taramasıdır.

Geleneksel tasarım eğitiminin dijital tasarım eğitimine dönüşmesinin kaçınılmaz olmasının temel nedenlerinden biri sektörde dijital platformların yaygınlaşmasıdır. Sosyal medyanın, e-ticaretin ve dijital pazarlamanın yükselişiyle birlikte girişimciler, potansiyel müşterileriyle iletişim kurmak ve etkili bir çevrimiçi varlık oluşturmak için büyük ölçüde dijital tasarıma güveniyor. Sektördeki bu değişim, sosyal medya grafikleri, web sitesi tasarımları ve dijital reklamlar gibi görsel olarak çekici ve etkili dijital içerikler yaratabilen tasarımcılara ihtiyaç oluşturmuştur. Bu nedenle geleneksel tasarım eğitiminin, endüstrinin taleplerini karşılamak için dijital tasarım eğitimini de kapsayacak şekilde gelişmesi gerekmektedir.

Harputlugil'in belirttiği gibi günümüzde kullanılan PC tabanlı tasarım ve modelleme programları, geleneksel tasarım tekniklerine göre birçok açıdan daha avantajlı bulunmaktadır. (Harputlugil Ulukavak, 2007). Bu özelliklerinin yanı sıra dijital tasarım araçlarının erişilebilirliği ve uygun fiyatı, tasarımcıların yüksek kaliteli dijital içerik oluşturmasını kolaylaştırmıştır. Bu erişilebilirlik, gelecek vaat eden tasarımcıların girişim engellerini azaltarak, öğrencileri sektörün gerçeklerine hazırlamak için geleneksel tasarım eğitiminin dijital tasarım eğitimini içermesini zorunlu hale getirmiştir.

Dijital tasarım eğitimi konusunda, uygun eğitici ve imkânlar sağlandığında tasarlanan objenin gerçeğe dönüşümünün daha başarılı olacağı öngörülmektedir (Uzun, 2011: 849).

Dahası, Kovid-19 salgını, daha fazla işletme ve kuruluşun faaliyetlerini çevrimiçi ortama taşımasıyla dijital tasarım becerilerine olan ihtiyacı daha da artırmıştır. Pandemi, sanal etkinliklerden uzaktan çalışmaya kadar, bağlantıların sürdürülmesinde ve bilgi dağıtımında dijital iletişim ve tasarımın önemini vurgulamıştır. Geleneksel tasarım eğitimi kurumları, bu değişikliklerin etkisini kabul etmeli ve mezunlarının sektörün gelişen ihtiyaçlarını karşılayacak donanıma sahip olmalarını sağlamak için müfredatlarını dijital tasarım eğitimini içerecek şekilde uyarlamalıdır.

Sonuç olarak, endüstride dijital becerilere olan talebin artması, dijital tasarım araçlarının erişilebilirliği ve Kovid-19 salgınının etkisi nedeniyle geleneksel tasarım eğitiminin dijital tasarım eğitimine dönüşümü kaçınılmazdır.

Endüstri gelişmeye devam ettikçe, geleneksel tasarım eğitimi kurumlarının, dijital tasarımın önemini fark etmesi ve öğrencileri dijital çağda başarıya hazırlamak için dijital becerilere yönelik eğitimleri dâhil etmesi çok önemlidir. Bunun yapılmaması, mezunların sektörün gerçeklerine hazırlıksız yakalanmasına neden olabilir.

AMAÇ

Bu çalışmada amaç; tasarım eğitimi süreçlerinde yaşanan dijital dönüşümün niçin gerekli olduğunu vurgulamak ve geleneksel tasarım eğitiminin dijital tasarım eğitimine dönüşmesinin neden kaçınılmaz bir gereklilik olduğunu ortaya koymaktır. Bu bağlamda

yapılan araştırmalar doğrultusunda bu dönüşümün gerekliliği ile ilgili nedenler ortaya konulmuştur.

YÖNTEM

Bu çalışmada veri toplama için alan yazın taraması tekniği kullanılmıştır. “Geleneksel tasarım eğitimi” ve “dijital tasarım eğitimi” kavramları ile ilgili makale ve tezler araştırılıp incelenerek tasarım eğitiminin dijitale dönüşümü ile ilgili alana katkı sunmak amacıyla, “Geleneksel Tasarım Eğitiminin Dijital Tasarım Eğitimine Dönüşümünün Kaçınılmazlığı” konusu işlenmiştir.

BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde geleneksel tasarım eğitimi ve dijital tasarım eğitimi ile ilgili genel bilgiler verildikten sonra geleneksel tasarım eğitimi teknikleri ile dijital tasarım eğitimi tekniklerinin karşılaştırılması yapılmıştır. Her iki tasarım eğitimi metodunun uygulama aşamalarına kısaca değinildikten sonra dijital tasarım eğitiminin kaçınılmaz bir hal aldığı süreçler nedenleriyle birlikte ele alınmıştır.

GELENEKSEL TASARIM EĞİTİMİ

Geleneksel tasarım eğitimi, sanat ve tasarımın temel prensiplerini öğretmeyi amaçlayan uzun bir tarihe sahip bir öğrenim geleneğini ifade eder. Bu eğitim modeli, genellikle el becerilerini, estetik değerleri ve sanatın temel ilkelerini vurgular.

Geleneksel tasarım eğitimi, öğrencilere el becerilerini geliştirme fırsatı sunar. Resim, çizim, heykel, seramik ve mimari gibi zanaat becerileri, öğrencilere malzemelerle etkileşimde bulunma ve tasarım süreçlerini fiziksel olarak deneyimleme şansı verir.

Renk teorisi, perspektif, denge, ritim gibi temel sanat ilkeleri, geleneksel tasarım eğitiminin merkezinde yer alır. Bu ilkeler, öğrencilere tasarımın estetik temellerini anlama ve uygulama konusunda temel bilgiler kazandırır.

Geleneksel tasarım eğitimi genellikle sanat tarihini içerir. Öğrencilere farklı sanat akımları, dönemler ve sanatçılar hakkında bilgi vererek, kültürel bağlam içinde tasarımın dönüşümünü anlamalarına katkı sağlar.

Öğrencilere, yaptıkları çalışmalarını içeren bir portföy oluşturma becerisi kazandırmak, geleneksel tasarım eğitiminin önemli bir hedefidir. Bu portföy, öğrencilerin mezuniyet sonrasında iş başvurularında ve sanat projelerinde kendilerini tanıtmalarına yardımcı olur.

Geleneksel tasarım eğitimi, çıraklık sistemini içerebilir. Bu, deneyimli bir sanatçı ya da tasarımcının bir öğrenciye mentörlük yaparak deneyim ve bilgi aktarmasını içerir.

Geleneksel tasarım eğitimi, temel sanat prensiplerine vurgu yaparak öğrencilere güçlü bir temel kazandırır. Ancak, teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, dijital tasarımın

önem kazanmasıyla geleneksel eğitim modelleri dijital unsurlarla da bütünleşmeye yönelik bir dönüşüm geçirmektedir.

DİJİTAL TASARIM EĞİTİMİ

Dijital tasarım eğitimi, teknolojik ilerlemelerin etkisi altında tasarım süreçlerini öğreten bir disiplindir. Bu eğitim, öğrencilere dijital araçlar ve yazılımlar kullanarak yaratıcı ve teknik beceriler kazandırmayı amaçlar.

Dijital tasarım eğitimi, öğrencilere bilgisayar destekli tasarım yazılımlarıyla çalışma becerisi kazandırır. Bu, mimari, endüstriyel, grafik tasarım gibi çeşitli alanlarda kullanılan temel bir yetenektir.

Dijital tasarım eğitimi, öğrencilere grafik tasarım, animasyon ve multimedya üretimi konularında yetenek kazandırır. Bilgisayar tabanlı profesyonel yazılımların kullanımını içerir.

Dijital tasarım eğitimi, öğrencilere üç boyutlu modelleme ve animasyon konularında beceriler kazandırabilir. Bu, oyun tasarımı, film yapımı ve mimari görselleştirme gibi alanlarda kullanılan önemli yeteneklerdir.

Mobil uygulama tasarımı, web grafikleri tasarımı ve tüketici deneyimi tasarımı gibi interaktif tasarım konuları dijital tasarım eğitiminin bir parçası olabilir. Öğrencilere kullanıcı merkezli tasarımın temel prensiplerini öğretir.

Dijital tasarım eğitimi, öğrencilere dijital ortamlarda sanatsal ifade ve yaratıcılık konusunda rehberlik eder. Çeşitli dijital çizim araçları ve tabletler kullanılarak sanat eserleri oluşturma becerileri geliştirilir.

Dijital tasarım eğitimi, öğrencilere karmaşık projeleri yönetme ve ekip içinde etkili iletişim becerilerini geliştirme fırsatı sunar. Bu, öğrencilerin gerçek dünya projelerinde başarıyla çalışabilmeleri için önemli bir unsurdur.

Dijital tasarım eğitimi, teknolojik gelişmelerle paralel olarak sürekli olarak dönüşüm geçirir ve öğrencilere günümüzün dijital çağında rekabet avantajı sağlamak için gerekli olan becerileri kazandırmayı hedefler.

Bu bağlamda geleneksel tasarım eğitimi ve dijital tasarım eğitiminde kullanılan belli başlı teknikler şu şekildedir:

1) Geleneksel Tasarım Eğitimi Uygulamaları

Yüzey üzerine iki boyutlu çizimler

Yüzey üzerine üç boyutlu çizimler

Üç boyutlu modeller

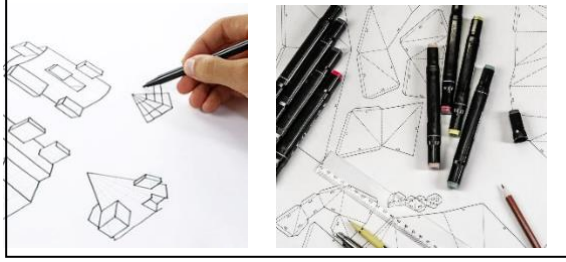
2) Dijital Tasarım Eğitimi Uygulamaları

Dijital ortamda vektörel tabanlı yazılımlar

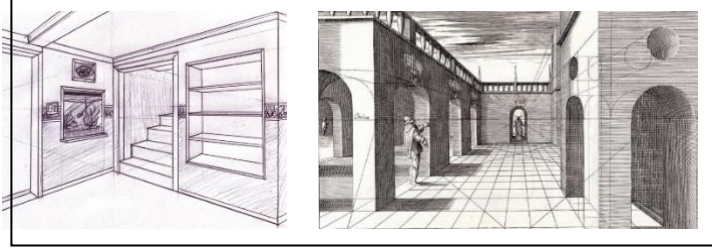
İki boyutlu çizimler.

Üç boyutlu modeller. Modelleme, animasyon ve realist görüntüler.

Dijital ortamda obje tabanlı yazılımlar. Objeye tabanlı çizim, modelleme, animasyon ve fotogerçekçi görüntüler.



Görsel 1. Geleneksel iki boyutlu görselleştirme

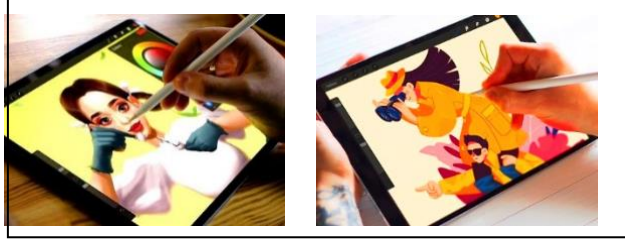


Görsel 2. Geleneksel üç boyutlu görselleştirme

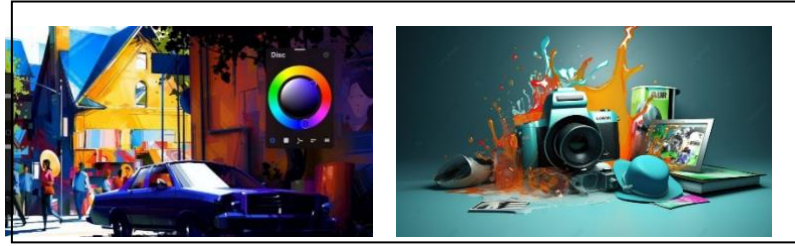


Görsel 3. Geleneksel üç boyutlu modelleme

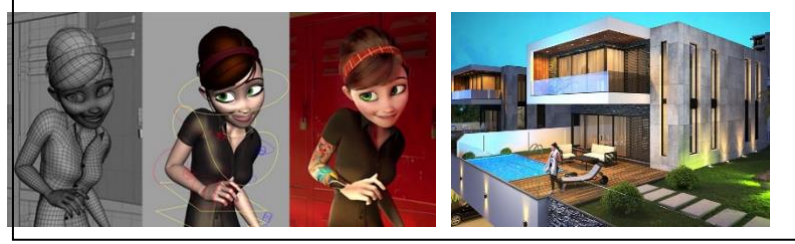
Geleneksel tasarım eğitiminde kullanılan teknikler incelendiğinde: aşırı emek, zaman kaybı, maliyetli olma, arşivleme ve revize zorluğu ile karşılaşıldığı gözlemlenmektedir.



Görsel 4. Dijital iki boyutlu çizimler



Görsel 5. Dijital üç boyutlu çizimler



Görsel 6. Dijital obje bazlı üç boyutlu modelleme

Aybars Uğur ve Enis Özgür'ün de belirttiği gibi bilgisayar tabanlı çizim programları ve dijital tasarım eğitiminde kullanılan teknikler incelendiğinde; pratik çizim, geniş bir yelpazede boya-fırça-malzeme seçenekleri, kısa zaman, düşük maliyet, arşivleme ve revize kolaylığı gibi imkanlar sunduğu ve bu yüzden tasarımcılar tarafından tercih edildiği gözlemlenmektedir (Uğur ve Özgür, 2003, Yıldırım vd., 2010: 21).

TARTIŞMA SONUÇ VE ÖNERİLER

Bulgular bölümünde kısaca değinilen geleneksel tasarım eğitimi ile dijital tasarım eğitimi arasındaki farklara bu bölümde biraz daha geniş değinmek gerekirse:

1. Çalışma Ortamı Bakımından:

Geleneksel Tasarım Eğitimi: Fiziksel sınıf ortamında, el becerilerini ve malzemelerle etkileşimi vurgular.

Dijital Tasarım Eğitimi: Bilgisayar tabanlı bir ortamda, yazılımları kullanarak dijital medya oluşturmayı içerir.

2. Beceriler ve Malzemeler Bakımından:

Geleneksel Tasarım Eğitimi: Resim, çizim, heykel gibi el becerilerini geliştirir. Genellikle kâğıt, kalem, fırça gibi geleneksel malzemeler kullanılır.

Dijital Tasarım Eğitimi: Bilgisayar destekli tasarım, grafik tasarım yazılımları gibi çok geniş malzeme seçenekleri olan dijital araçlarla çalışmayı içerir.

3. İletişim ve Geribildirim Bakımından:

Geleneksel Tasarım Eğitimi: Yüz yüze iletişim ve canlı geribildirim vurgulanır.

Dijital Tasarım Eğitimi: Çevrimiçi iletişim ve dijital platformlar üzerinden geribildirim almayı içerir. Böylece zaman kazandırır.

4. Tarih ve Estetik Bilinci Bakımından:

Geleneksel Tasarım Eğitimi: Sanat tarihi ve estetik bilinci üzerinde vurgu yapar.

Dijital Tasarım Eğitimi: Daha çok teknik beceriler ve çağdaş estetiklere odaklanabilir. Ancak sanat tarihinden tamamen bağımsız hareket etmez.

Dijital tasarım eğitimine dönüşümün önemine ilişkin pek çok söz söylenebilir, ancak konu ile ilgili çalışma yapanların görüşlerine bakıldığında çarpıcı ifadelere rastlanmaktadır. Örneğin;

Bugünün tasarımcılarının ve geleceğin tasarımcı adaylarının daha geniş bir çerçevede eğitilme ihtiyacı yeni nesil tasarımcılar aracılığıyla ortaya çıkarılmalıdır (Papalambros, 2015).

Yine bir başka çarpıcı görüş olarak:

Tasarımcıların sahip oldukları tasarım becerilerini zenginleştirerek kullanması mesleğin etkin olarak gerçekleştirilebilmesi için zorunlu hale gelmiştir. Gelişen yazılım ve donanım araçlarını takip etmeyen tasarımcıların ise, gelecek beş ve on yıllık ön görüler dahilinde, ürün tasarımları gerçekleştirmesi mümkün olmayacaktır (Korkut ve Özyavuz, 2016).

Korkut ve Yavuz'un bu ifadelerinden, dijital tasarım becerilerini kazanamayanların sektörde yer edinemeyeceği net bir biçimde anlaşılmaktadır.

Konunun bir başka boyutu olan tasarım eğitimi müfredatıyla ilgili Dündar, şunları söylemektedir:

Tasarım eğitimi müfredatında öğretilen beceri ve yeteneklerin, katlanarak artan bir hız ile evrim geçiren teknolojinin ve yaşantının gelecekteki koşullarında da hayatta kalabilmesi için sürdürülebilir nitelikte olmaları gerekmektedir. (Dündar, S. K. 2019).

Tasarım eğitiminin dijitale dönüşmesinin artık bir gereklilik olduğunu Keinonen'in şu ifadelerinden de anlamak mümkün:

Üründe kullanıcı ihtiyacını karşılayacak bütünsel yaklaşımlar, kişiselleştirme alternatifleri ve estetik tasarım çözümleri ancak tasarım ve teknoloji etkileşimiyle var olabilmektedir (Keinonen, 2009).

Yeni çağda dijital faaliyetlerin tasarım sürecinin merkezi haline gelmesi tasarımcıları da dijital araçlarda uzmanlaşmak zorunda bırakmaktadır. Yazılım ve arayüz teknolojilerine yönelik eğilim, ürün ve diğer tasarım platformlarında çalışan tasarımcıların yetkinlik seviyesini de değiştirmektedir. Parametrik ve üretken tasarım araçlarını kullanabilmek bir yetenek olmaktan çıkıp çağa adaptasyon için zorunlu yeterlilikler haline gelmiştir. Böylece yeni bir meslek sınıfı olarak dijital tasarım uzmanlığı oluşmaktadır. Söz konusu tasarımcılar kullandıkları yazılımları kişiselleştirecek potansiyeli göstermekte, tasarımcının yeni ürün geliştirme sürecinde merkezi rolünü korumaktadır (Oxman, 2006).

Teknolojik yenilikler ve tasarım odaklı inovasyon faaliyetleri sayesinde kendini geliştiren tasarımcı, hem basit hem de karmaşık tasarım araçları tasarlayarak kullanıcısının da tasarımcı olabileceği ürünler geliştirmeye devam edecektir (Loy vd., 2015).

Görsel sanatlar eğitimi ilerleyen teknolojiye ayak uydurmalı ve ciddi oyunlar kapsamında kendini geliştirerek eğitimin bir parçası haline getirmelidir. Özellikle görsel sanatlar öğretmenlerinin bu kapsamda eğitilerek öğrencilerine sadece eğlenme amaçlı değil öğrenme ve tasarlama amaçlı dijital oyunlardan nasıl faydalanabileceği öğretilmelidir (Sürek, A. 2021).

Konu ile ilgili çalışma yapanların görüşleri de dikkate alındığında, geleneksel tasarım eğitiminin, dijital tasarım eğitimine dönüşmesi kaçınılmaz bir gereklilik haline gelmiştir. Ülkemizde hem MEB kanadında hem de YÖK kanadında tasarım eğitimi veren kurumların yapılarının ve müfredatlarının yeniden ele alınarak dijital tasarım eğitimi merkezli yeni bir yaklaşım geliştirilmesi gerekmektedir.

Bu bağlamda ortaöğretim kurumlarından olan güzel sanatlar liseleri bünyesinde dijital tasarım eğitimleri verilebilirse dijital tasarım alanında erken yaşta kalifiye insan kaynağı kazanımı elde edilerek hem sektörde ülkenin hak ettiği pazar payını almasına katkı sağlanmış olur hem de yükseköğretime hazırbuluşluğu yüksek öğrencilerin gitmesiyle alanda profesyonelleşme oranının artması sağlanmış olacaktır. Tabii gerek orta öğretimde gerekse yükseköğretimde öğrencilerin çağın gereklerine ve yenilenen teknolojilere paralel olarak hızla dönüşen dijital tasarıma adapte olabilmeleri için

gençleri eğitecek eğitimcilerin de dijital tasarım eğitimi ile ilgili eğitici eğitimine tabi tutulmaları da bir zorunluluk arz etmektedir.

KAYNAKÇA

Bodur G. ve H. G. Yavuzcan (2021). "İşbirlikli Tasarım Süreçlerinde Tasarımcının Rolü ve Dijital Adaptasyon," *UTAK 2020 Dördüncü Ulusal Tasarım Araştırmaları Konferansı: Tasarım ve Öngörü*, vol.1, Ankara, Türkiye, pp.89-104.

Dündar, S. K. (2019). Dijital Tasarım Eğitimi için Etnomatematik Yöntemi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 5(10), 135-143.

Harputlugil Ulukavak, Gülsü (2007). "Mimari Tasarım Süreci İçinde Bina Enerji Simülasyon Programı Uygulamalarının Yeri, *Teknoloji Dergisi, Karabük Teknik Eğitim Fakültesi Yayınları*, 10:3, 143-159.

Keinonen, T. (2009). Immediate and Remote Design of Complex Environments. *Design Issues*, 25(2), 62-74.

Korkut, A. ve Özyavuz, M. (2016). Tasarım Eğitiminde Teknoloji Altyapısının Gerekliği Üzerine bir Araştırma. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 13(2), 21-33.

Loy, J. Canning, S. ve Little, C. (2015). Industrial Design Digital Technology. *Procedia Technology*, 20, 32-38.

Oxman, R. (2006). Theory and Design in the First Digital Age. *Design Studies*, 27(3), 229-265.

Papalambros, P. (2015). Design Science: Why, What and How. *Design Science* 1(1), 1-38.

Yıldırım, T. Yavuz, A. Ö. ve İnan, N. (2011). Mimari Tasarım Eğitiminde Geleneksel ve Dijital Görselleştirme Teknolojilerinin Karşılaştırılması. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 3(3).

Sürek, A. (2021). Dijital Oyunların Ortaöğretim Görsel Sanatlar Dersine Katkısına Yönelik Öğrenci Görüşleri. *Yüksek lisans tezi. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, Denizli.

Uğur, Aybars ve Özgür, Enis (2003). İnternet Üzerinde Üç Boyut ve Mimarlıkta Web 3D, *IX. Türkiye' de İnternet Konferansı*, Bildiri no:3,1-8.

Uzun, Türkan (2011). Mimari Eğitimde Tasarım Programlarının Bellek ve Tasarım Sürecine Katkıları, Akademik Bilişim'11- XIII. *Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, İnönü Üniversitesi, Malatya*, 841-850.

Görsel Kaynakça

Görsel 1. Geleneksel iki boyutlu görselleştirme [Fotoğraf]. Geometrik çizimler. <https://www.vidobu.com/egitim/temel-sanat-geometrik-formlar-deformasyon-vekonumlandirma/13892/cizimleri-konumlandirmak/> (Erişim tarihi: 08/12/2023)

Görsel 2. Geleneksel üç boyutlu görselleştirme [Fotoğraf]. Perspektif mekân çizimleri. <https://urbansketchers.org/tr/2015/05/22/the-other-perspective/> (Erişim tarihi: 08/12/2023)

Görsel 3. Geleneksel üç boyutlu modelleme [Fotoğraf]. Kil malzeme ile büst heykel çalışması. <https://www.soulartstudioizmir.com/heykel/> (Erişim tarihi: 08/12/2023) Karton malzeme ile maket ev çalışması. <https://youtu.be/AVzaGFNS1wU?feature=shared> (Erişim tarihi: 08/12/2023)

Görsel 4. Dijital iki boyutlu çizimler [Fotoğraf]. Dijital tablette iki boyutlu çizim ve renklendirme çalışması. <https://featko.amebaownd.com/posts/36568637/> (Erişim tarihi: 08/12/2023)

Görsel 5. Dijital üç boyutlu çizimler [Fotoğraf]. PC çizim programları ile üç boyutlu çizim ve renklendirme çalışması. <https://www.3dmax.com/grafik-tasarim-ilham-alin/12-en-iyi-ipad-cizim-ve-tasarim-uygulamalari/> (Erişim tarihi: 08/12/2023)

PC çizim programları ile üç boyutlu çizim ve renklendirme çalışması. https://slidesdocs.com/background/3d-advertising-illustration-for-marketing-purposes-powerpoint-background_ae491db936 (Erişim tarihi: 08/12/2023)

Görsel 6. Dijital obje bazlı üç boyutlu modelleme [Fotoğraf]. PC modelleme programları ile üç boyutlu karakter modelleme çalışması. <https://cadsay.com/3d-karakter-modelleme> (Erişim tarihi: 08/12/2023)

PC modelleme programları ile üç boyutlu mimari modelleme çalışması.
<https://www.rendertasarim.com/3d-mimari-modelleme/> (Erişim tarihi: 08/12/2023)

EXTENDED ABSTRACT

Design has been a form of expression since the existence of humanity. Traditional design education has provided students with manual skills and aesthetic values based on basic art principles for many years. However, with the rapid advancement of technology, the doors of the digital age have opened, which has led to revolutionary changes in the design world. It is seen that these changes have caused radical transformations in design education. This study discusses that the transformation of traditional design education into digital design education is an inevitable necessity in today's design world.

Developing technology radically changes the design discipline and forces designers to acquire new skills. Traditional education methods alone are no longer sufficient in the digitalizing world. In this study, it is emphasized that the integration of digital design tools and technologies, as well as basic art principles and manual skills, is indispensable for design students and professionals to be successful. Digital design education is of critical importance in providing students not only with aesthetics but also with the ability to keep up with technological innovations and express their creativity on digital platforms.

The aim of this study is to explain why and how this transformation in design education has occurred and to offer important perspectives on how future design students can embrace this change. The literature review technique was used in the study. This article is important in terms of its findings regarding the necessity of transforming design education from traditional to digital and the inevitability of this transformation in order to respond to the demands of the sector.

In today's increasingly digital world, it has become inevitable for traditional design education to develop and incorporate digital design skills. Rapid advances in technology and the increasing importance of digital platforms have created a demand for designers competent in digital design. It has become necessary for traditional design education to adapt to the changing environment and equip students with the necessary skills to succeed in the digital environment.

When the techniques used in traditional design education are examined, it is observed that they are faced with intense labor, long time, high cost, difficulty in archiving and revision.

When the techniques used in digital design education are examined, it is observed that they offer opportunities such as practical drawing, a wide range of paint-brush-material options, short time, low cost, ease of archiving and revision.

This study is a literature review that shows that the competitiveness of traditional design education in design projects and in the business world has weakened due to developing technology, and therefore, it is an inevitable necessity to switch from traditional design education to digital design education.

Considering the opinions of those who work on the subject, the transformation of traditional design education into digital design education has become an inevitable necessity. In our country, a new approach centered on digital design education needs to be developed by reconsidering the structures and curricula of institutions that provide design education, both at the Ministry of Education and the Council of Higher Education.

In this context, if digital design training can be provided within fine arts high schools, which are secondary education institutions, qualified human resources will be gained in the field of digital design at an early age, contributing to the country gaining the market share it deserves in the sector, and increasing the professionalization rate in the field by students with high readiness for higher education.

Of course, in order for students in both secondary education and higher education to adapt to digital design, which is rapidly transforming in parallel with the requirements of the age and renewed technologies, it is also necessary for educators who will educate young people to undergo educational training on digital design education.

ISSN: 2757-6000

***Vedat ÖNEL**

Giresun Üniversitesi, Giresun MYO, Tasarım Bölümü Grafik Tasarım Programı
vedat.onel@giresun.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9354-1046>

****Lütfü KAPLANOĞLU**

Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Bileşik Sanatlar Anasanat Dalı
kaplanoglu@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7094-8302>

****Bu çalışma, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde tamamlanan
"Grafik Tasarımda Subliminal Yöntemler" başlıklı Yüksek Lisans Tezinden türetilmiştir.*

SUBLİMİNAL YÖNTEMLERİN REKLAM TASARIMINDA KULLANIMI

ÖZET

Rekabet ortamının günden güne artmasıyla birlikte alternatifler arasında en iyi kararı almada önemli rol oynayan pazarlama stratejileri tüketicinin dikkat, ilgi ve duygusal yönelimlerini tek başına anlayamaz hale gelmiştir. Reklam etkinliğinin sözel, görsel ve bilhassa psikolojik ölçütlere dayalı olduğu belirlenmiştir. Böylelikle insan beyninin satın almaya karar verme süreci hakkında daha fazla bilgi elde etmeye çalışmıştır.

Küresel rekabet ve küresel krizlerin ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerinin yoğun olarak hissedildiği günümüz dünyasında psikolojik fonksiyonlar ve insan idraki üzerine yapılan çalışmalar pazarlama alanında daha da önemli hale gelmiştir. Kitle iletişim araçlarından her biri belli bir amaca yönelik komutları beyine taşıyıp, istenilen şeyleri yaptırmaya ya da açlık, susuzluk, cinsellik gibi içsel duyguları uyandırmaya yönelik olarak bilinçaltına mesajlar göndermek için kullanılmaktadır. Bu bağlamda bilinçaltına gönderilen mesajların araştırılmasının önemi de ortaya çıkmaktadır.

Grafik tasarım sanatçıları resimlerin içine ustalıkla bilinçaltı mesajları gömebilirler. Ana resmi bozmadan dijital ortamda fotoğrafı boyayarak bilinçaltı mesajı mükemmel bir şekilde yerleştirebilirler. İstenilen etkiyi elde etmek için birden fazla tekniği kullanabilirler.

Sonuç olarak, bu çalışmada subliminal reklamcılık kavramı, kapsamı ve amacı incelenerek etik değerler ile örtüşmeyen ya da ihtiyacı olmadan tüketime sevk eden mesajların birey ve toplum üzerindeki olumsuz etkileri araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Reklam, Pazarlama, Bilinçaltı Mesaj

USE OF SUBLIMINAL METHODS IN ADVERTISING DESIGN

ABSTRACT

As the competitive environment increases day by day, marketing strategies, which play an important role in making the best decision among alternatives, have become unable to understand the attention, interest and emotional tendencies of the consumer on their own. It has been determined that advertising effectiveness is based on verbal, visual and especially psychological criteria. Thus, he tried to obtain more information about the purchasing decision-making process of the human brain.

In today's world, where the negative effects of global competition and global crises on the economy are intensely felt, studies on psychological functions and human cognition have become even more important in the field of marketing. Each of the mass media is used to carry commands for a certain purpose to the brain and send messages to the subconscious to make people do what they want or to arouse inner feelings such as hunger, thirst and sexuality. In this context, the importance of investigating the messages sent to the subconscious becomes evident.

Graphic design artists can skillfully embed subliminal messages into images. They can perfectly place the subliminal message by digitally painting the photo without distorting the main image. They may use more than one technique to achieve the desired effect.

As a result, in this study, the concept, scope and purpose of subliminal advertising were examined and the negative effects of messages that do not coincide with ethical values or that lead to consumption without need were investigated on the individual and society.

Keywords: Advertising, Marketing, Subliminal Messages

GİRİŞ

Grafik tasarımın mağara duvar resimlerine kadar uzanan köklü bir geçmişi olduğunu söyleyebiliriz. Tarih öncesinde yaşayan ilk insanlar işaretlerle ve duvarlara çizdikleri resimlerle iletişim kurmaya çalışmışlardır. M.Ö. 3000 yıllarında ilk harfli alfabenin bulunup kullanılması ilk yazılı iletişiminin de başlangıcı olmuştur. Daha sonra kâğıdın bulunması ve 1450 yılında Gutenberg'in matbaayı icat etmesi iletişim sorununun çözülmesindeki en büyük aşama olarak kabul edilir (Yegin, 2023: 4607). Bu gelişmeyle birlikte iletişim değişim ve gelişim göstermiştir. Günümüze kadar gelen süreçte grafik tasarımın, iletişimin ana yardımcılarından olan piktogramlar ve sembollerin subliminal reklamlarda kullanılmaya başlanmıştır. Gömme tekniğiyle görsel öğeler ile birlikte kullanılan yöntem, bireyi ve toplumu olumsuz yönde etkileyecek etik değerlerinden uzaklaştıracak mesaj içerikleri ile sınırlandırılmıştır.

Subliminal teknikler çok eskilere dayanmaktadır. İnsanlık tarihi boyunca insan zihni bilinmeyene ve saklı olana karşı sürekli merak duyar. İlk olarak Bilim adamı Hans BERGER'in çalışmaları sonucu 1929 yılında alfa beyin dalgalarını keşfetmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Yapılan çeşitli çalışmalar sonucu 1934 yılında tanımlanmıştır. Bu dönemlerde subliminal teknikler çeşitli tıbbi operasyonlarda kullanılmıştır (URL-1, 2014). Daha sonraları bu teknik psikologlar yardımıyla görsel ve işitsel iletişim aracı olarak kullanılmıştır. Subliminal teknikleri reklamcılık alanında ilk kez 1950 yılında Amerika'da ortaya çıkmış, ünlü reklamcılık uzmanı James VICARY'nin yapmış olduğu deney ve gözlemler sonucunda subliminal yöntemlerin kola ve mısır satışlarında artışa neden olduğunu belirlemiştir. Reklam veya iletişim aracı olan subliminal tekniği, birey farkına varmadan istenilen tüm mesajların bilinçaltına gönderilmesi için kullanılmaya başladı. Artık reklam terimleri arasına bir de "subliminal" eklendi. 1950'den sonra radyo ve televizyonlar tarafından sıkça kullanılan yöntem, 1971 yılında Times Dergisi'nin arka kapağında çıkmış olan Gilbey's London Dry Gin reklamı gösterilebilir (URL-2, 2014).

Subliminal reklamcılığın çeşitli yöntemleri mevcuttur. Bunlar 25. Kare tekniği, ses dosyalarına gizlenen mesajlar günümüzde sıkça kullanılan özel yapım kâğıtlar ve gömme teknikleridir. Bu tekniğin tasarımcısı, grafik tasarımın kapsadığı tüm mecralarda bu yöntemi kullanılmaktadır. Billboard, afiş, TV reklamları bu mecralardan bazılarıdır. Gömme tekniği genellikle afiş, billboard ve çizgi filmlerde kullanılır. Bu alanlarda kullanılan "seks ibaresi en fazla kullanılan mesajlardandır. Bu yöntemle istenilen mesaj direkt olarak bilinçaltına gönderilir. Bilinçaltı bu mesajları alırken herhangi bir süzgeçten geçirmez. Grafik tasarımcılar üretilen ürün tanıtımlarında ve ürün ambalajlarında sıkça cinsel öğeler ve ölüm gibi mesajları kullanırlar. Çünkü insan beyninin yoğun olarak tepki verdiği iki arketip vardır. Bunlar doğum ve ölümdür. Bilinçaltımız bu iki arketipe çok daha fazla tepki veriyor. SEX mesajı doğum arketipinde, kil mesajı da ölüm arketipinde karşılanıyor. Bu semboller verilmek istenen mesajın içine yerleştirildiğinde bilinçaltı bunları öncelikli duyumlar olarak saklayabiliyor ve sıra kullanıma geldiğinde bu öncelikli depolanan veriler, davranış ve hareketlerimize yön çezebiliyor. Bu yöntemle hazırlanmış mesajlar çok dikkatli bakılmadığı sürece fark edilemiyor (Bişkin, 2014).

Etik olup olmadığı sürekli tartışılan bu yöntemin ürün ve hizmetleri tanıtmak ve sattırmak adına etkileri iletişimciler tarafından sürekli gözlemlenmiştir ve kullanımı yaygınlaşmıştır. Bu yöntemin kullanım amaçları sadece ürün veya hizmet sattırmakla sınırlı kalmamış, her geçen gün kullanım yerine ve mesajına göre tehlikeler arz etmeye başlamıştır. Bu reklam modelinin anahtarı " Seks ve Ölüm" olgularıdır ve çocuk gelişimini olumsuz etkileyecek şekilde kullanılmaktadır. Bu nedenle kullanımı belli bir dönem sonra Amerika, Rusya ve İngiltere'de yasaklanmıştır. Türkiye'de ise 15 Şubat 2011 tarihinde 6112 sayılı kanunla subliminal tekniklerin kullanımı yasaklanmıştır.

YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem araştırmacının müdahalesi olmadan kaydedilmiş görseller ya da verilerin incelenmesiyle gerçekleştirilir (Yegin ve Şenol, 2023). “*Doküman analizi, araştırma verilerinin birincil kaynağı olarak çeşitli dokümanların toplanması, gözden geçirilmesi, sorgulanması ve analizi olarak tanımlanabilen bilimsel bir araştırma yöntemidir*” (Sak vd., 2021). Çalışmada doküman incelemesi neticesinde elde edilen veriler içerisinde yer alan subliminal görseller tespit edilerek bilinçaltına nasıl etki ettiği tespit edilmeye çalışılmıştır.

BULGULAR

SÜBLİMİNAL YÖNTEMLER

Reklam Kavramı ve Bilinçaltı

Reklam terimi Latince kökenli olup “çağırma” anlamına gelen “clamare” kelimesinden türemiştir. Amacı, insanları gönüllü olarak belli bir davranışta bulunmaya ikna etmek, belirli bir düşünceye yönlendirmektir. Böylelikle insanların dikkatlerini ürüne veya hizmete çekerek, onunla ilgili bilgilendirme yapıp ürüne ilişkin görüş ve tutumların değiştirilmesi amaçlanmıştır (Wikipedia, 2014). Oluç’a göre; bir ürünün ya da hizmetin, bir kurumun, bir kişinin ya da fikrin, kimliği belli sorumlusu tarafından, tarifesi önceden belirlenmiş bir bedel üstlenerek kitle iletişim araçları ile kamuoyuna olumlu biçimde tanıtılıp benimsetilmesine reklam denir (Oluç, 2006). İşletmeler açısından reklamın katkıları; işletmenin sermayesini verimli yatırımlara dönüştürebilmek için en uygun pazarı bulmak ve pazarda yer alan aynı türden ürün ve hizmet miktarının fazla olması nedeni ile üretimin tüketiciye yeterince tanıtılması, imaj yaratma, tüketicinin ikna edilmesi ve satın almaya yöneltmenin yanı sıra ihtiyacın canlı tutulmasını sağlamaktır (Bir, 1988).

Bilinçaltı kavramıysa; farkında olmadığımız olay, ses veya resimleri kaydedip davranışlarımızın yönlendirilmesinde önemli rol oynayan bir yapıyı belirtir. Bilinçaltına gönderilen verilerin çok az bir kısmı hatırlanabilir fakat bu veriler karar verme ya da eyleme geçme aşamasında direkt olarak etkili olur. Alışkanlıkların, otomatik karar eğilimlerinin, diğer bir deyişle kişilik çerçevesinin temel dayanağı bilinçaltıdır. Bilinçaltının görüntü, ses ve resimleri kaydetme özelliği çeşitli ileti ve simgelerle insanları yönlendirmek için kullanılmaktadır. Bilinçaltı ona söylenen ve beklenen doğrultuda enerji üretmektedir. Bu gerçeğin farkında olan insan sayısı maalesef ki çok azdır. Bilinçaltının emirlerini, kendi özgür iradeleri zannederler (Eldem, 2009).

Beynimiz beş duyu organımızı kullanarak verileri toplamaktadır. Bu veri toplama organlarımızdan en iyi olanı gözdür. Göz çok karmaşık ve etkili yapısı sayesinde bilince sınırsız ve limitsiz veri göndermektedir. Gözümüz dış çevrede olan biten tüm olayları algılamaktadır. Gündelik yaşamda gördüklerimiz ve bilincimize gönderdiğimiz veriler aslında gözümüzün algıladıklarının sadece çok az bir kısmıdır. Farkında olmadan veyahut

gözümüzün algılayıp ta bizim göremediğimiz diğer tüm veriler bilinçaltında toplanmakta ve kaydedilmektedir. Reklamcılar reklam hazırlarken ilk olarak tüketicilerin bilinçaltına doğru sıralamalarla iletiler yollamaya çalışmaktadır. Tüketicilerin bir reklamda bilinçli olarak gördükleri 1/1000 oranındadır. Geri kalan 999/1000 ise resimler, şekiller, semboller gibi anlamlı olmayan ayrıntılardır ve insan beyni bu ayrıntıları kendi önem sıralamasına göre belirli bir dizin halinde bilinçaltında saklamaktadır (Eldem, 2009).



Resim 1.In Voluptas Mors, 1951

Subliminal Reklamcılık

Subliminal algılamanın tarihi uzun bir geçmişe sahiptir. Subliminal reklamcılık kesin olmamakla beraber 1894 yılına denk gelir. Bu çalışmalar ilk olarak deneysel psikolojide kullanılmıştır. Subliminal ve bilinçaltı iletişimi üzerine araştırmalar yapılarak bilinçaltı ve subliminal iletişimin yanı sıra ve bunların etkileri de kanıtlanmıştır. Bu yüzden ki reklam departmanlarında psikologlar da ekibe katılır (Eldem, 2009). Subliminal reklamcılık duyu organlarımızla tespit edilip bilinç ve algı düzeyimizin altında kaydedilen, yani bilinçaltımıza yönelik bir satış tekniğidir (Bışkin, 2014). Subliminal reklamcılık, bilinçaltı algıya dayanmaktadır ve mesaj kesinlikle bilinçaltı eşiğinin altında kalmalıdır. Hedef, insanların bilinçaltını kandırmaktır. Bir başka deyişle insanların en düşük algı düzeyinin altındaki uyarıcılar yoluyla düşünce, duygu ve davranışlarının etkilenmesi söz konusudur (Tığlı, 2002). Subliminal mesajı insan beynini etkileyen ruhsal bir durum olarak ta belirtebiliriz. Dolayısıyla psikoloji alanının kapsadığı komplike bir durumdur. Bilinçaltı insan beyninin unuttuğu bir bölümdür. Bu bölüm sürekli kendini hatırlatma gayreti içerisindedir. Subliminal reklam çalışmalarında

kodlanmış mesajlar alıcılar tarafından direkt olarak algılanmaz. Bunları gizli resimler, ses dosyaları, çeşitli arka plan resimleriyle verilmektedir (Yücel ve Çubuk, 2013). İşverenler ve tasarımcılar tanıtımını yapacakları ürün veya hizmetlerin alıcılar tarafından fark edilebilmesi ve muadil ürünler arasından tercih edilebilmesi için subliminal düzeyde algılamayı hedefleyen bilinçaltına yönelik reklam çalışmalarına başvurumaktadırlar.

Subliminal Reklam Teknikleri

İnsanoğlu uzun zaman öncesinden beri bir diğerini, ya da diğer gurubu veya toplumu etkilemek, aynı zamanda kendi isteklerini yaptırmak için farklı teknikler kullanmıştır. Zaman ve teknoloji etmenleriyle de bu tekniklere sürekli yenilerini eklemişlerdir. Bu teknikleri bilimsel çalışmalar yaparak ve denekler üzerinde uygulayarak insanların ihtiyaç, istek ve umutları, hatta ruhsal, nörolojik ve sosyal yapıları değerlendirilerek bilinçaltına mesajın en etkili şekilde gönderilmesini sağlamışlardır.

Gölgelenmiş, maskelenmiş çevresel bilgi olarak tanımlanan aynı zamanda topluluklar tarafından subliminal yani bilinçaltı olarak adlandırılan bu yöntemin tarihi aslında modern manipülasyonun tarihidir. Genel olarak bilinçaltı bilgi (ses, görsel ya da hareketin uyarısı) üretilip, hem düşünceyi ve uyarıcının doğasına dayanan faaliyetleri istenilen yönde değiştirmeye uygun hale getirilebiliyor (Taylor, 2007). İnsanlar verilen bilgileri bilinçli olarak alırken istemeden de olsa bilinçsizce mesajlar da alabilir. Yani subliminal mesajları da alır. Bu mesajlarla müzik dinlerken, psikanaliz yaparken, sanatla uğraşırken karşılaşılabilir. Subliminal mesajları bilinçaltına gönderirken çeşitli teknikler kullanır. Bu teknikler; Arka plan sesler, Şekil-zemin dönüşümleri, Çift anlam, Takistoskop görüntüler, Özel yapım kâğıtlar ve Gömme tekniğidir (Williamson, 2000).

Arka Plan Sesler

Tatiskoskoptan çok daha ucuz, etkili ve tespit edilmesi daha zor bir bilinçaltı indüksiyon cihazıdır. Düşük yoğunluklu hafif ve düşük hacimli sesler kullanılır. Ses izleyiciler tarafından bilinçli bir şekilde algılanmaz. Bir eylem ve diyaloga tepki olarak yapılandırılmıştır. Arka plan sesler bireyin bilinç farkındalığı olmadan dikkat dağıtıcı ve algılamaya zarar verir. Birkaç yıl önce yürütülen deney sonuçlarına göre; rahatlayıp ön plandaki sese odaklandığınızda, arka plandaki sesleri ve düzensizlikleri fark etmezsiniz. S, e, x harflerinden biri belirir. Seks fikri birçok harf kombinasyonu iletilir. Seks kelimesi doğrudan pek sık kullanılmaz. Bunun yerine SE, ZX, XE, EX gibi kısaltmalar ya da NEXSON, EXXON gibi isimler belirir. Yine de bilinçaltı bunu SEX ile bağdaştırır (Key, 1993).

Şekil - Zemin Dönüşümleri

Bütün algılamalarda bir şekil ve bir zemin vardır. Şekil algılama sırasında göze ilk olarak çarpan nesnedir. Zemin ise, görülen şeklin arka planındaki alandır. Görsel alanda şekil, zeminden daha yakındır ve bir biçimi vardır; zemin ise tanımlaması zor bir madde izlenimi verir. Şekil zemine göre daha etkilidir ve daha iyi anımsanır. Bazen şekil ve

zemin birbiriyle yer değiştirir. Örneğin, bir öğrenci öğretmeni dinlerken, dikkatini bir anda kendisine bir şeyler söyleyen arkadaşına kaydırırsa; arkadaşının konuşması şekil, öğretmenin konuşması ise zeminin bir parçası olur (URL-3, 2013).

<https://pdrbirimi.com/gestalt-kurami-butunculuk/>

<https://pdrbirimi.com/gestalt-kurami-butunculuk/>



Resim 2. Gestalt Kuramı

Algısal örgütlenmenin çalışma şeklini belirleyen yasalar şunlardır; şekil-zemin ilişkisi, yakınlık ilkesi, tamamlama ilkesi, benzerlik ilkesi ve süreklilik ilkesidir.

Çift Anlam (Double Entendre)

İki anlama da gelebilecek şekilde anlaşılan, görünen anlamının dışında bir de ima ettiği farklı bir anlamı bulunan tasarımlardır. Bu ima genelde hafif bir müstehcenlik, cinsel çağrışımlar içerebilir (URL-4, 2015).

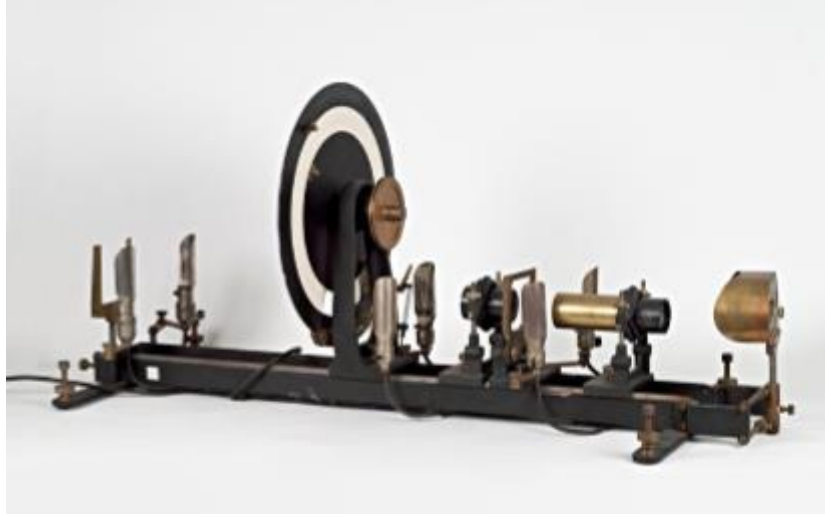


Resim 3. Çift Anlam Grafik Örnekleri

Takistoskop

Hedefteki kitlelerin bilinçaltına istenilen mesajı yollamak için kullanılan yöntemlerden biri olan takistoskop cihazı 1859 yılında Fizyolog A.W. Volkman tarafından geliştirilmiştir. Bu cihazın ilk kullanıldığı yer II. Dünya Savaşı sırasında gözetleme kulelerindeki askerlerdir. Askerlerin görme çevikliğini arttırmak için kullanılmıştır. Gözetleme kulelerindeki askerlerin gelen uçakların dost mu düşman mı olduğunu anlamalarını sağlamak için geliştirilmiş bir tekniktir (URL-5, 2013).

Takistoskop sanıldığı gibi yasak bir ürün değildir. Precon Süreç ve Ekipmanlar Şirketi (PPEC, Luisiana / ABD) tarafından 30 Kasım 1962 tarihinde patenti alınmış ve üretilmiştir. Bu cihazın çalışma sistemi cihazın objektif kapağının bir saniyenin 1/3000'i gibi bir sürede açılıp kapanabilmesidir. Bu sistem sayesinde sinema salonlarında kullanılmıştır (URL-6, 2014).



Resim 4. Takistoskop Cihazı

Dr. O. Poetzle hipnoz ve takistoskobu kullanarak 1917 de kendi kuramını geliştirmiştir. Bu kurama Poetzle etkisi adını vermiştir. Bu isimle literatürde yerini alan kuramda gecikmiş aksiyon bulunmaktadır. Zaten kuramın diğer adı da gecikmiş etkidir. Bu kuramın anlamı şudur; insanların geçmişte istemeden edinmiş oldukları subliminal mesajların bir süre sonra rüyalarında ortaya çıkıp aktive olmasıdır. Subliminal reklamlarda kişiler yazılı veya görsel iletişim araçlarında tanıtımının yapılmış olduğu ürün bilgisini istem dışı alır ve mesajdan haberdar olmaz. Bu mesajlar genellikle çok sık konuşulmayan konulardandır. Genellikle seks ve ölümle ilgili bilgiler içermektedir. Belli bir zaman sonra insanlar markette veya herhangi bir yerde ürünle karşı karşıya geldiğinde o ürüne ihtiyaç duyduğunu hisseder ve onu satın alır (Eldem, 2009).

Özel Yapım Kâğıtlar

Subliminal reklamlarda teknolojinin yardımıyla çeşitli kâğıtlar yapılmaktadır. Çeşitli kabartmalar ve hologramlar uygulayarak istenilen mesaj yerleştirilip amaç doğrultusunda kullanılabilir. Bu yönteme ek olarak bu özel kâğıtlar veya normal masaüstü reklam malzemelerine istenilen mesaj yerleştirilebilir. Buna da gömme tekniği denir. Basılı veya görsel reklam mecralarında kullanılan bu subliminal reklam uygulamaları çıplak gözle görülemezler. Bu reklamların çoğunluğu yakinen incelenirse şekil ve yazılar görülebilir. Genelde başarı oranı yüksek olmasına rağmen takistoskop tekniği kadar verimli değildir (Çelik, 2000).

Kâğıtlar üzerine yerleştirilen mesajlar diğer tekniklerde de olduğu gibi doğruluğu devamlı olarak sorgulanmıştır. Weinstein ve Drozdenko tüm teknik olanaklardan yararlanarak bilinçaltına yönelik reklamların geçerliliği üzerine geniş kapsamlı bir deney yapmışlardır (Weinstein, Drozdenko ve Weinstein, 1984).

Deney, Neuro-Communication Araştırma Laboratuvarında Elektro Ensefalo Gram (EEG) denilen bir alet yardımıyla beyin dalgalarının incelenmesi ile gerçekleştirilir. Bu ölçüm aletleriyle, subliminal mesajları-uyarıcıları içeren ürünlerin, deneklerin beyninde satın alma güdüsü uyandırıp uyandırmadığı belirlenmek amaçlanmıştır.

Gömme Tekniği

Bu teknik 18. yy ressamaları tarafından sıkça kullanılmıştır. Bu sanatçıların başında ise Dali, Escher ve Rembrant gelmektedir. Bu çalışmaların özelliği basılı ve görüntülü tanıtım ve reklam iletilerine bazen insan gözüyle fark edilebilen bazense fark edilemeyen sembol, yazı ve şekiller yerleştirilmesi suretiyle meydana gelmesidir. Amaç insanların bilinçaltına inmektir. Bu teknikle sonuç alma olasılığı oldukça yüksektir. Takistoskop tekniğinin aksine bu teknikte yakından bakıldığında yazılar ve semboller görülmektedir. Objelere yazı veya resim (şekil) yerleştirme durumunda bütün sanat dalları ayrı ayrı yöntemler kullanmaktadırlar. Bu yöntemlerin topluca adı gömme tekniğidir. Örnek verecek olursak Pintos isimli eserinde Bev Doolittle gömme tekniğini başarı ile kullanmış ve en iyi örneklerden birini meydana getirmiştir. Dikkatlice bakıldığında resme gömülü olan atlar görülmektedir.



Resim 5. Bev Doolittle'ın Pintos İsimli Eserinde Gömme Tekniği

Subliminal reklamlıkta en çok kullanılan teknik gömme tekniğidir. İstenilen sözcük veya resimler ana öğeye gizli bir şekilde yerleştirilir. Basılı veya görüntülü reklamlar ve tanıtımlara bazen gözle seçilebilen yazı, semboller veyahut objeler yerleştirilmektedir. Bu tekniğin kullanılmasındaki asıl hedef istenilen mesajı göndermek ve istenilen davranışa yönlendirmektir. Wilson Bryan Key, 1970'li yıllarda sıkça kullanılan bu gömme tekniğini araştırmış ve kitabında yer vermiştir. Araştırmalarında

edinmiş olduğu bilgilere göre birçok firma reklamlarında seks kelimesini sıkça kullanmıştır (Key, 1974).

Bu tür çalışmalara örnek verecek olursak seks kelimesi Gilbey's London Dry Gin'in en çok bilinen ve aşına olunan reklamlarından birinin içinde buz küplerinin üstünde yazılıdır.



Resim 6. Gilbey's London Dry Gin'in Reklam Afişi

“Key'e göre gömülü kelimeler bilinç düzeyinde algılanmamalarına karşın bilinçaltı düzeyinde çok yüksek bir algılayışa sahip olarak ürünlerde seksüel bir canlanma meydana getirmektedirler” (Key, 1974).

Yapılan bir araştırmaya göre katılımcıların % 78'i subliminal reklamlardan haberdar olduklarını ve % 50 oranında inandıklarını, %23 oranında ise bazen kullanıldığını düşünmüşlerdir. Times dergisinin 1971 yılında dünya çapında yayımlanmış olduğu Gilbey's London Dry Gin içki reklamı derginin arka sayfasında yer almış ve bu reklam için hatırı sayılır ücret ödenmiştir. Reklam hazırlık maliyeti 7.000 \$ olmak üzere, toplamda 75.000 \$'a mal olmuştur. Günün koşullarına göre maliyet açısından bakıldığında getirinin çok yüksek olması gerekmektedir. Time dergisinin genel bakış ile bakıldığına reklam satış başarısı 1/20'dir. Gilbey's Gin bu reklamdaki gizli mesaj deneklere söylenmemiştir. Deneklerin vermiş oldukları cevaplara göre % 38 için her hangi bir değişim olmamıştır. Ama % 62'lik bir gurup tam anlamıyla doyum, cinsel haza ve romantizme ulaştıklarını belirtmişlerdir. Aslına bakılacak olursa bu reklamda sadece yazı gömülmemiştir. Bunun yanında resimler de gömülmüştür (Eldem, 2009).

SONUÇ

İnsanoğlu doğduğu günden buyana tüketici konumundadır. Bu konum ilerleyen zamanlarda kullanılır veya kontrol edilir bir duruma dönüşmüştür. Toplayıcılıktan çıktıktan sonra ne zamanki yerleşik hayata geçildi; artık birilerinin dayatmasıyla kişi kendi isteği dışında davranışlar sergilemeye başladı. İnsanlar kendi istekleri olsun ya da olmasın kendilerine öğretilen bilgileri yaşamlarında gerek topluma aykırı olmamak gerekse toplumdan onay görmek adına yapmıştır. Toplulukları bir şeylere yönlendirirken çok etkileyici yöntemler kullanarak insanların üzerlerinde o dayatmaya karşı bir haz oluşturulur. Bu haz da mesajı o kadar kolay uygulamaya sokar ki harici bir motivasyona gerek duyulmaz. Sanayi devriminden sonra ki yıllarda insanların işleri daha da zorlaşır. Artık ürünlerin çeşitliliği, rekabet ortamının artması firmaları farklı yöntemler bulmaya yönlendirir. Tabi her zaman kullanılan yöntemler basit, sade, masum olmaz. Artık savaşlar başlamıştır ve her yol mubahtır. 1950'li yıllarda aktif olarak kullanılmaya başlayan yöntemlerin en tehlikelisi ve etik olmayanı ortaya çıkmıştır. Bu yöntem subliminal yöntemdir. Subliminal yöntemde insanların kendi fikirleri, bilgileri, kararları pek önem arz etmez. Yani bu yöntemi uygularken alıcıdan izin almazlar.

Jim Vicary tarafından yapılan deneyle artık reklam ve iletişim aracı olarak kendine yeni bir yol haritası çizmiştir. Burada artık kişiler, kurumlar, firmalar direkt olarak dayatamadıkları fikirlerini bu yöntemle iletmeye başlamışlardır. Bu yöntem aslında çok fazla acımasızdır. Çünkü alıcıların kendilerini bertaraf etmişlerdir. *Jim Vicary* yapmış olduğu Coca Cola iç, mısır ye deneyinin başarılı olması birçok psikoloğa ilham kaynağı olmuştur. Firmalar tüketici konumunda olanların istek ve gereksinimlerini tespit ederek onları nasıl yönlendireceği konusunda bilgi sahibi olurlar. Bu çıkarımdan yola çıkarak, tüketicilerin beklenen şekilde, satın alma davranışına yönlendirilmelerinde psikolojik aşamaların önemini farkına varan reklamcılar, psikoloji sanatını dilbilim ile birlikte görsel sanatın içerisine katma gereksinimi duymuşlardır. Subliminal reklamcılığın ortaya çıkış süreci de bu noktada kendini göstermektedir. Subliminal reklamcılık genel anlamıyla toplum tarafından bir tabu haline getirilmiş olan SEX, DOĞUM ve ÖLÜM imgelerini kullanarak gerekli mesajları gönderirler. İnsan beynine kodlanmış şekilde bu sözcüklere anında tepki verir ve gerekli girişimleri yerine getirir. Önceki bölümlerde bahsedilen örneklerde de görüldüğü gibi çalışmalarda mutlaka cinsellik ile ilgili şekiller, semboller kullanmışlar. Kuzuların sessizliği film afişinde ise ölümü çağrıştıran kuru kafa figürünü kullanmışlar.

Subliminal reklamlar kitlesel iletişim araçları ile hayatımızı her dakika bombalar. Reklam sektörü, bizi habersizce bilinçaltı reklam teknikleri uygulayarak aldatıp kontrol etmeye çalışıyor. Yolda gördüğümüz bir billboardda ki reklamı görmezden gelebiliriz. Fakat reklam verenlerin bilinçaltımızda oynadığı akıl oyunlarını idrak edemeyebiliriz. İşin ürkütücü yanı ise biz farkına bile varamadan reklam verenler hayatımızın kontrolünü ele geçirebiliyor olmalarıdır. Film, çizgi film ve diğer programlarda yer alan cinsellik temalarını içeren gizli ya da örtülü tabir edebileceğimiz mesajlar ile bilinçaltına etki edilmekte ve bunun sonucunda bireylerin cinsel dürtülerini harekete geçirebilecek

simgelerin yer aldığı reklâmlarla tanıtılan ürünlere yönlendirilmesine sebep olunmaktadır. Ayrıca bu konuda özellikle kadının cinsel bir nesne olarak bilinçaltına yerleştirilmesine sebep olunmakta, etik değerler erozyona uğratılmaktadır.

Tüketicinin satın alma arzusunu etkileyen birçok faktör vardır. Bunlar; kişiler, toplumlar, uluslar ve ırklardır. Bunların dışında bir de etkilemeyen ve farklılık göstermeyen unsurlar vardır. Bu unsurlar; yaşamın başlangıcı: cinsellik, yaşamın sonu: yaşamın sona erişini anlatan ölümü simgelenmektedir. Bu reklamları yaparken insanların bilinçaltında bulunan arzulama, dikkat çekme, âşık olma ve cinsellik gibi dürtülerimizi harekete geçirmeye çalışırlar. Örneğin geçmiş yıllarda yayında olan imar bankasına ait “Macit beni otomobillendir” sloganlı reklamda kadının kocasını ikna etmek için bornozunu düşürmesi; Duracell reklamının maskotları olan ayıcıkların cinsel yaşamlarının hız kesmeden devam etmesi; Arko tıraş kolonyası reklamında erkek mankenin arkasında çekici bir kadın kullanılarak siz de Arko kullanırsanız bunun gibi çekici kadınlar sizi arzular mesajı verilmesi gibi örnekler çoğaltılabilir. Bu tür bilinçaltına yönelik reklamlarda aleni bir şekilde seks kelimesi bulunmaz. Ama kullanılan objeler, nesnelere direkt olarak cinselliği çağırır. Dolayısıyla tüm insanlarda değişmeyen etkenlerden olan bu cinsel dürtü alıcının bilinçaltını o ürünü satın alması için harekete geçirir. Subliminal reklamlarda cinsellik unsuru olan S, E ve X harfleri gömme tekniğini kullanılarak belli yerlere koyulmaktadır. Tabi bu iletileri yani reklamlarda kullanılan subliminal öğeleri hafızamıza kaydederken bilinçaltı bir süzgeçten geçirilmeden depolar. Bunun sonucunda alıcılar tanıtımı yapılan ürünle aralarında bir bağ kurarlar. Er ya da geç o ürünün satışı gerçekleşir (Eldem, 2009).

Değişmeyen unsurlardan bir diğeri de ölüm yani yaşamın sonu ve bunun tetiklediği çatışma olgusudur. Ölüm temasının işlendiği ve bunu çağırıştıran reklamlar da çok fazla kullanılmaktadır. Ölüm temasının kullanılma sebebi insanlarda uyandırdığı şiddet ve çatışma çağırışıdır. Yaşlılık kavramı “düşkünlük” olarak kullanılmaz. Genellikle güven ve inandırıcılık bunun yanında canlı, neşeli, eğlenceli karakterler olarak kullanılmıştır. Yaşlılık olgusunu yaşlandıkça huysuzlaşma, fiziksel ve zihinsel gerileme, sağlık sorunlarını problem haline getirme, heves ve arzularını yitirme anlamları yerine karşıtı olan unsurlarını kullanmışlardır. Yani çatışma olgusu. Yaşlı insanların kullandığı reklamlar baktığımızda bunlarda erkek karakterler bayanlara göre daha fazla rol almışlardır. Bu karakterlerin görevi uzun vadede ikna etmek ve güven vermektir (URL-7, 2014). Bu reklamlara örnek verecek olursak Kent şekerlerinin bayram reklamlarında kullanılan yaşlı insanlar; Türkcell’in ses kalitesini anlatan reklamlardır. Sinema filmlerinde bu işlev D, I ve E harflerini kullanılarak yapılmaktadır. Ölüm (Die) yazısı izleyicide ölmekle eşdeğerdir. Bu yazılar yine gömme tekniği ile kullanılır ve filmin değişik sahnelerinde bir görünüp bir geçer. Burada amaç ölümü yaşamın sonunu vurgulayarak istenilen hedefe ulaşmaktır. İnsanlara uyandırılan yaşamın sonuna varmadan gençlikte yapılabilecekler listesini kalabalıklaştırmaktır (Eldem, 2009)

Günümüze gelindiğinde ise çocukları olumsuz etkileyecek çalışmalar kendini göstermektedir. Afişlere, çizgi filmlere, sinema filmlerine mutlaka erkek ya da kadın cinsel organlarının bulunduğu resimler, simgeler yerleştirilmekte, özellikle afişlere yerleştirilen “SEX” yazısı sıkça karşımıza çıkmaktadır. Subliminal reklamların kullanılması veya denetimsiz kullanılması hayatımızı olumsuz yönde etkilemeye devam etmektedir. Hele ki çocuklar üzerinde oynan bu oyunlar ise çok vahim durumdadır. Bu reklam tekniği ülkemizde olduğu gibi birçok ülkede kullanılması yasaklanmıştır. Fakat denetim konusunda yetersiz kalınmıştır. Böyle etkili bir silahın denetiminin çok dikkatli yapılması gerekmektedir.

Sonuç olarak subliminal reklam, tüketiciyi etkilemekte ve satın alma üzerindeki etkisi net bir şekilde konumlandırılmasına rağmen halen ve neredeyse tüm dünyada uygulanmakta ve örnekleri her geçen gün çoğalmaktadır.

KAYNAKÇA

- Bişkin, F. (2014). Subliminal A.Ş. Ankara: Elma Yayınevi.
- Bir, A. A., & Maviş, F. (1988). Dünyada ve Türkiye’de Reklamcılık: Reklamın Gücü. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Çelik, M. (2000). Reklamda Tüketicinin Yönlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Eldem, Ü. İ. (2009). Bilinçaltı Reklamcılık ve Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Key, W. B. (1974). Subliminal Seduction. USA: Penguin Group Incorporated.
- Key, W. B. (1993). The Age of Manipulation. Boston: Madison Book.
- Oluç, M. (2006). Temel Pazarlama Kavramları. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Sak, R., Sak, İ. T. Ş., Şendil, Ç. Ö. & Nas, E. (2021). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Doküman Analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-256.
- URL-1 <http://elifinsokagi.blogcu.com/bilincaltina-gizli-mesaj-gonderme-%5Bsubliminal-vizion-pro-1-3/11520890> Erişim Tarihi: 10.04.2014

- URL-2 www.aligulkanat.com.tr/subliminal-telkinlerin-tarihcesi/ Erişim Tarihi: 10.04.2014
- URL-3 http://handegrafik.blogspot.com.tr/2013/03/gestalt-kuram_27 Erişim Tarihi: 11.05.2013
- URL-4 <https://www.pinterest.com/lalacozy/double-meaning/> Erişim Tarihi: 10.04.2015
- URL-5 <http://www.beyazgazete.com/video/webtv/televizyon-40/takistoskop-mesajla-zihin-kontrolu-cihaz-ve-deneyle-374985.html> Erişim Tarihi: 02.07.2013
- URL-6 <http://tehet.net/kutuphane/takistoskop-tachiscope-cihaz-nedir/> Erişim Tarihi: 15.06.2014
- URL-7 <http://www.snopes.com/disney/films/rescuers.asp> Erişim Tarihi: 18.02.2014
- Taylor, S. E. (2007). Sosyal Psikoloji/ Psikoloji Dizisi. (A. DÖNMEZ, Dü.) Ankara: İmge Yayınevi.
- Tıgılı, M. (2002). Bilinçaltı Reklamcılık. *İstanbul İletişim Fakültesi Dergisi*, 350.
- Wikipedia (2014). Reklam. <http://tr.wikipedia.org/wiki/> Erişim Tarihi: 07. 01. 2014
- Williamson, J. (2000). Reklamın Dili. Ankara: Ütopya Yayıncılık.
- Weinstein, S., Drozdenko, R., ve Weinstein, C. (1984). An Electroencephalographic Technique Used for Evaluating the Communications-Effect of Advertising. Lexington Books, 41.
- Yegin, Y. T. (2023). “Grafik Tasarımı” Alanında Yapılan Çalışmaların İncelenmesi: Wos Örneği. “Social Mentality” and “Researcher Thinkers Journal” (Smart Journal), 9(75), 4607-4616.
- Yegin, Y. T., & Şenol, N. K. (2023). Moda fotoğrafında cinsiyet ve sürrealizm: Tim Walker örneği. *Türkiye Medya Akademisi Dergisi*, 3(6), 236-255.
- Yücel, A., & Çubuk, F. (2013). Nöroplazma ve Bilinçaltı Reklamcılık. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 172-183.

Görsel Kaynakça

Resim 1: <https://www.frmtr.com/28298554-post1.html>

Resim 2: <https://pdrbirimi.com/gestalt-kurami-butunculuk/>

Resim 3: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/nice-amp-simple>

<https://tr.linkedin.com/in/el%C3%A7in-ek%C5%9Fi>

http://www.posterpage.ch/winners/util_11/util_11.htm

Resim 4: https://www.researchgate.net/figure/http-wwwinspirationswebcom-miscellaneous-great-brand-logos-hidden-messages_fig5_367172543

Resim 5: <https://www.linkedin.com/newsletters/protein-postas%C4%B1-7021385431590014976>

Resim 6: https://cdn.istanbul.edu.tr/FileHandler2.ashx?f=sem5_03.pdf

ISSN: 2757-6000

Elif ŐEN

Düzce Üniversitesi

elifsenart@gmail.com, 0009-0000-2222-568X

ÇAĞDAŞ SANATTA BİR İÇERİK OLARAK DOĞUM

ÖZET

İnsan ırkının ve diğer canlı türlerinin varoluş sürecinin en başında gerçekleşen durum olan doğum farklı kaynaklarda farklı Şekillerde betimlenmiőtir. Tıbbi denilebilecek süreç olarak incelendiğinde doğum süreci gerçekleşen ortam, kullanılan malzemeler, yardımcı kişiiler ve ritüel gibi süreçlerden geçmiőtir. Sanat alanında adımlar atılmaya başlandığında belge niteliği taşıyan işler ortaya çıkmaya bařlamıő oldu. Doğum konusu da hem mahrem hem de toplumca iğrenç bir olay olarak kabul edilse de eserlerde ele alınan bir konudur. Doğum konusu tarihsel süreç içerisinde de değişime uğramıőtir. Eski dönemlerde olay anını belge niteliğinde kayıt altına alırken zamanla bu durum değişime uğramaya bařlamıőtir. Çağdaş sanat ile birlikte bazı sanatçılar doğum anında yaşanan acı, kullanılan malzemeler, çeşitli sorunlar, iğrenç olarak kabul edilen beden sıvıları ve bedendeki değişimler gibi sanatta ender olarak ele alınan konuları estetize ederek ve buna ek olarak doğum olayını kavramsal bir sorunun temsili gösterimi olarak izleyiciye sunmaktadır. Bazı sanatçılar doğum konusunu doğrudan, olduğu gibi sadece kuluçka dönemi ve dönemin sonunda ortaya çıkan varlığı anlatmak yerine farklı yöntemlerle izleyiciye aktarmışlardır. İzleyiciyi rahatsız eden, düşünmeye iten, bazen travmaya sebep olan, sanatçının bir benlik arayışında olduğu performanslar, resim, heykel gibi çeşitli sanat pratikleri aracılığıyla izleyiciye doğum konusunu kendilerine özgü bir üslupla aktarmışlardır. Doğum konusu yeniden var olmak, eski benliğinin yerine yeni bir kişi ortaya çıkarmak, kuluçka dönemi ile bir varlık oluőtirmek, kadınsal kimlik gibi çeşitli konularda sanatçıların özelleőtirdiđi biçimde izleyiciye aktarılmıőtir. Bu araőtırmada doğum konusu hakkında sanat eserleri üzerinden okumalar yapılmış ve doğum konusunun dönemsel olarak ele alınıőındaki tarihsel geliőtım ve farklılıklar incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Doğum kavramı, İğrenç, Çağdaş sanat

BIRTH AS A CONTENT IN CONTEMPORARY ART

ABSTRACT

Birth, the event that took place at the very beginning of the existence of the human race and other living species, has been described in different ways in different sources. When examined as a medical process, the birth process has gone through methods such as the ambit, materials used, assistants and rituals. When steps were taken in the field of art, certificatory works began to emerge. Birth is also among the works dealt with, even though it is considered both an intimate and a disgusting event by society. While the subject of birth, which has changed in the historical process, used to record the moment of the event as a document in the past, this situation has started to change over time. As we begin to approach the contemporary art period, some artists aestheticize partially ignored issues such as the pain experienced during childbirth, the materials used, various problems, bodily fluids considered disgusting and changes in the body, and in addition, they present the birth event to the audience as a representation of a conceptual problem. Some artists, on the other hand, have dealt with the subject of birth through various art practices such as performances, painting and sculpture instead of expressing it directly, disturbing the viewer and searching for a self. The subject of childbirth was conveyed to the audience through works on various subjects such as re-existence, the emergence of a new person to replace the old self, the incubation period and the creation of an entity, and feminine identity, in a manner customized by the artists. In this research, the subject of birth is analyzed through works of art, and the historical development and differences in the periodical treatment of the subject of birth are examined.

Keywords: The concept of birth, Abjection, Contemporary art

GİRİŞ

Sanat, TDK' ye göre; duygu ve düşünceleri göze ve gönle hitap edecek şekilde söz, yazı, resim, heykel vb. ile ifade etme konusundaki yaratıcılık anlamına gelmektedir. 'Sanat kendini ilk olarak Avrupa' da Yüksek Paleolitik Çağ' da (M.Ö. 40.000 – 10.000) İnsanların ortaya çıkmasıyla gösterdi' (Fikriyat, 2017). İnsanlar henüz medeniyet kurulmadan, sanatın ne anlama geldiğini bilmeden yaşam alanlarında sanatsal üretimlerde bulunmuşlardır. Sanat da insanlığın gelişimi ile beraber gelişmiştir. Hem malzeme hem de teknik açıdan yenilikler eklenirken sanatın daha iyi anlaşılabilmesi için akımlar, stiller, ekoller, dönemler gibi farklı gruplara ayrılmıştır. Sanatın anlatı alanında dil ve malzeme ilişkisi 1940'ların avangard düşüncesiyle birlikte geleneksel malzeme ekseninden koparak, yeni arayışlarla çağdaş sanat pratiğinin odağı haline gelir (Karaçalı, 2018:29). Çağdaş dönemde fotoğraf, sanatçılar tarafından farklı bakış açıları ile ele alındığı için sanat alanında yer edinmiştir. İnsanların kayda alma isteklerinin çoğunluğu her ne kadar gündelik yaşamlarından kareler olsa da sanatçıların fotoğraf makinesini sanat aracı olarak kullanmasıyla ele alınan konular arasında nadir de olsa doğum da yer almıştır. Mahrem bir olay olarak görülmesine rağmen çok eski zamanlardan beri resmedilen doğum tasvirleri günümüzde değişime uğrayarak o anı

ölümsüzleştirmek ve modern çağda daha da farklılaştırılarak sanatsal bir konu olarak ele alınmıştır. Günümüzde doğum anını fotoğraflayan fotoğraf sanatçılarının belli bir kısmı doğum anındaki mutlu aile tabloları oluştururken bir diğer kısmı ise gözden kaçan acı, tıbbi malzemeler, ritüeller gibi durumları estetize ederek izleyiciye sunmuştur.

1.Doğum Kavramı ve Sanatta Ele Alınışı

Doğum, türüne göre geçirilen gebelik, kuluçka süresi boyunca oluşan varlığın dünyaya gelişi ve varlığı oluşturanla bağın koptuğu an olarak bilinmektedir. Doğum aslında sadece kadın ve bebek arasındaki ilişkiyi ele alabileceğimiz bir konu değildir. Doğum konusu geniş kapsamlı ele alınabilecek bir konudur. Kanserli hücrenin bölünerek çoğalması da bir doğumdur. Hatta anne ile bebek ve kanserli hücre arasında da ilişki kurmak mümkündür. Bebeğin oluşumunun başlama sürecinden itibaren taşıyıcısına verdiği zarar ile kanserli hücre arasında çok da fazla bir fark yoktur. Kanserli hücre tedavi edilse de edilmese de kişiden kişiye göre değişerek zamanla öldürebilir, kalıcı hasarlar bırakabilir ya da kişi tamamen iyileşerek normal hayata devam edebilir. Hamilelik sürecinde ise taşıyıcı içinde gelişen varlık önce organları sıkıştırmaya başlar ve taşıyıcı belli bir süre sağlık problemleriyle hayatına devam eder. Taşıyıcı, gebelik döneminde bebeğe verdiği besinlerden kaynaklı güçsüz düşebilir ve bebekten kaynaklı zehirlenebilir. Doğum gerçekleştiği zamanda da bebek yeniden zarar vererek bulunduğu ortamdan çıkar ve çıkış sürecinde taşıyıcıda kalıcı hasarlar bırakabilir. Bazı kişiler psikolojik sorunlarla boğuşmak durumunda kalır bazı kişiler de fiziki hasarlar ile hayatına devam eder ve hatta nadir de olsa taşıyıcı doğum esnasına ölebilir. Anne bebek ilişkisine bu açıdan bakıldığında kanserli ya da zararlı başka bir durum ile aralarında fark olmadığını söylemek mümkündür.

Doğum çeşitli kültür, topluluk ve zaman dilimlerinde farklılıklar göstererek gerçekleşmektedir. İlk varoluş çeşitli kaynaklarda farklılık gösterse de varoluşun, doğumun gerçekleşme anı temelde aynıdır. Bu konuya teolojik, evrimsel süreç veya mitsel olarak baktığımızda bir kadın ya da genellikle kadını temsil eden bir olay olarak karşımıza çıkar. Gösterge anlatım olarak baktığımızda en sık karşımıza çıkan lotus çiçeğidir. ‘Eski Hindistan ve Çin’de Buda’nın Lotus çiçeğinin kalbinden doğduğuna inanılır ve Budistlerce saygı gösterilirdi.’ ‘Mısır kültüründe lotus çiçeğinin gün ışığıyla beraber yapraklarını açmasından dolayı güneşi ve yeniden doğuşu temsil etmektedir. Aynı zamanda Eski Mısırlılar lotus çiçeğini ölümlle ilişkilendirmiştir. Yani ölen insanların yapılacak bir büyüyle lotusa dönüşebileceklerine ve yeniden doğabileceklerine inanmışlardır’ (Özçalık, 2017:24). Lotus çiçeği gibi okyanuslar, nehirler, göller yani suyun bulunduğu noktalarda kadın, dişi gibi kimliklenmiştir. Varoluşsal düzenin büyük oranında dişi, varlığın dünyaya gelmesinde taşıyıcılık rolü üstlenmektedir. Evrim süreci incelendiğinde ilk organizmanın su birikintileri içerisinde oluşması da suya doğurganlık kimliği kazandırmıştır. Doğum hakkındaki ve diğer farklı konulardaki inanışlar insan ırkının var olmasıyla başlayıp yaşadığı sürece farklı kültürlerde değişime uğrayarak

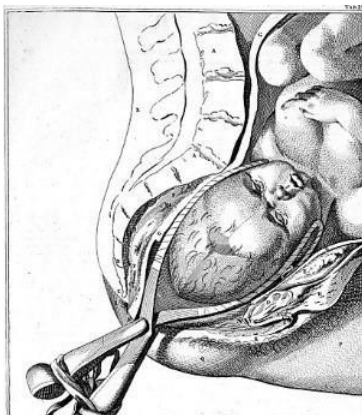
çeşitlenmiştir. Bu farklılıkları ve tarihsel dönem olarak değişim sürecini biz o dönemlerde yaşamış olan insanların arkasında bıraktıkları izler ile inceleyebiliyoruz.

Teknolojinin ve malzemenin yetersiz olduğu eski dönemlerde yardımcı kadınlar, büyücüler ve rahipler ile gerçekleşen doğum, günümüzde tecrübeli hekimler ve steril ortamlarda gerçekleşmektedir. Doğum asırlardır önemli ve kutsal sayılan bir olaydır. Fakat; ‘Orta çağda doğum ölümcül bir olaydı ve zengin fakir ayırt etmezdi. Özellikle Hristiyanlar Havva’ nın yasak elmayı koparıp Adem’e vererek günah işlediğini ve bunun karşılığı olarak da cennetten kovulduğuna inanırlardı. Doğumdaki ağrının sebebini Tanrı’nın Havva’ ya verdiği ceza olarak tarif ederlerdi. Kilise hakimiyetinin arttığı Orta Çağda doğum yapacak kadınlara ilgi azalmıştı’ (Bayırlı, 2019:328). ‘Doğumdan sonra bebeklerin yaklaşık yüzde 20’si hayatını kaybediyordu. Benzer şekilde doğum yapan kadınlar arasında da ölüm oranı yüksekti. Kadınların doğumdan sonra 4 ile 6 hafta arasında odasından çıkması yasaktı. Tıpkı menstrüasyon döneminde olduğu gibi kadınların “kirlendiği” düşünülürdü. Kadınların arınıp temizlenmesi için bir süre hapsedilmesi gerekiyordu’ (History Extra, 2021). Zamanla teknolojinin gelişimi gibi insan algılarının da gelişimiyle doğuma karşı yeniden özen gösterilmeye başlanmıştır. Doğumu kolaylaştıran teknikler ve doğumda kullanılması gereken aletler üretilmeye başlanmıştır. Kullanılan aletler, teknikler, doğum anı gerçekleşirken orada bulunan kişiler de dahil o anın hangi zaman diliminde nasıl gerçekleştiğini sanatçılar sanat pratikleriyle izleyiciye aktarmışlardır.



Şekil 1. Abraham BOSSE, Childbirth, 1633, gravür, (29,2 × 37,8 cm)

Doğum anında yapılan, kullanılan teknik ve malzemeleri en detaylı şekilde İskoç asıllı kadın doğum uzmanı ve tıp öğretmeni olan William Smellie (1697-1763), fetüs, uterus ve doğum eylemini resmederek kayıt altına almıştır. William Hunter (1718-1783) ise yine bu dönemlerde 'Gebe İnsanın Anatomisi' adlı kitap yayımlamıştır. Gelişimlerin yavaş yavaş ilerlediği dönemlerde malzeme açısından zamanında orta çağda işkence aleti olarak da tasvir edebilecek malzemelere benzer görünümde aletler kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde de bu zamanlarda kullanılan bazı malzemelerin gelişmiş hali kullanılmaktadır. Bu malzemelerden birisi de forsepstir. Forceps 1600'lü yıllarda icat edilmesine rağmen 1700'lerin başına kadar kullanılmamıştır (Campbell, 2018). Forseps bebeğin başının doğumuna yardım etmek amacıyla tasarlanmış bir malzemedir. Forseps gerekli ihtiyaca göre boyut ve şekil açısından çeşitlidir. İlk kullanım zamanlarında ahşap gibi malzemelerden yapıldığı düşünülmektedir. Günümüzde de paslanmaz çelik ve tek kullanımlık için plastik gibi malzemeden üretimleri vardır. Bu dönemlerde ani resmederek alınan kayıtlar modern tıbbı da ışık tutarak yol gösterici olmuştur.



Yıl /
Sayı /
Aralık / D



Şekil 3. Modern tıpta kullanılan forseps çeşitlerinden

Şekil 2. William Smellie, forseps,
1792

2.Çağdaş Bir Anlatım Dili Olarak Doğum

Sanat; duyguların, düşüncelerin, tepkilerin bazen de hiç olanın dışı aktarımı olarak kullanılan bir araçtır. I. Dünya Savaşı' nın etkisi ile sanat alanında işlenen konular ve aktarım yolları çeşitlenmiştir. Sanatçılar sanat aracı olarak resim ve heykelin yerine yazı, hazır nesne, video, fotoğraf, disiplinler arası biçimler gibi farklı sanat pratikleri ve konular dahilinde izleyiciye aktarmışlardır. Toplumsal ve kişisel sorunların da ele alındığı yeni sanat döneminde temsili anlatım da önemli yer tutmaktadır. Bazı sanatçılar aktarmak istedikleri sorunları doğrudan göstermek yerine izleyiciyi düşünmeye teşvik ederek, hatta bazen izleyiciyi de işe dahil ederek ve izleyiciyi rahatsız edecek çalışmalar ortaya koymuşlardır ve bu şekilde ele aldıkları konuları farklı açılardan irdelemişlerdir.



Şekil 4. Frida Kahlo, Henry Ford Hastanesi, 1932,

Metal üzerine yağlı boya, 38.5 x 31 cm,

Museo Dolores Olmedo, Mexico City, Meksika.

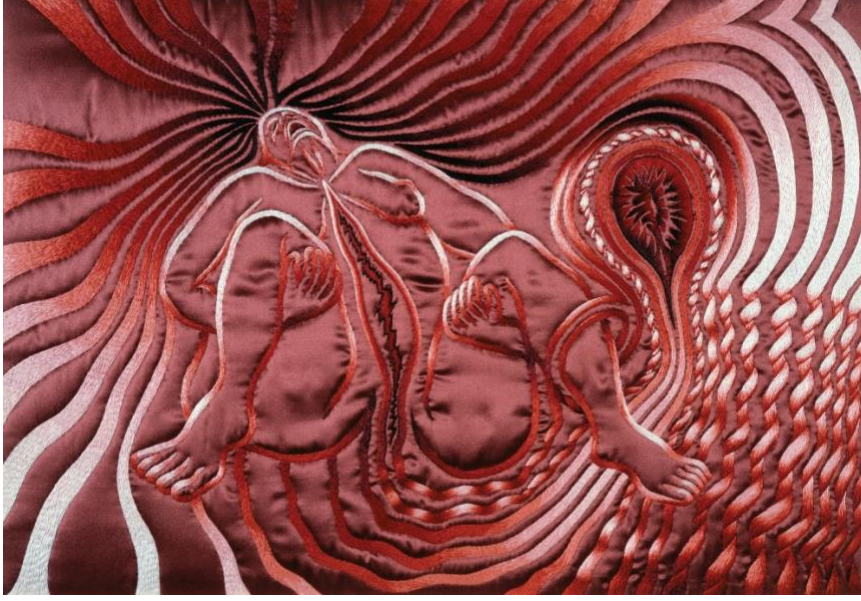
Gerçeküstücülük akımının ve feminizmin bilinen isimlerinden Frida Kahlo 6 Temmuz 1907’de Meksika’ nın Coyoacan şehrinde dünyaya gelmiştir. Geçirdiği trafik kazası sonucu rahmi ve yumurtalıkları büyük hasar görmüştür. Bu durum sanatçının ömür boyu ağır ağrı ve acı ile yaşamını sürdürmesine sebep olmuştur. Hamile kalması çok riskli olmasına rağmen büyük bir aşkla sevdiği Diego’ dan çocuk sahibi olmayı denemiş ve iki kez gebe kalıp her iki bebeği de karnındayken kaybetmiştir. Yaşadığı bu çaresizlik ve acı dolu yaşamının çoğunluğunu hastane odalarında geçirmesine rağmen Kahlo eserlerini üretmeye devam etmiştir. Sanatçı eserlerinde temsili ve gerçeküstü öğeleri birbiri ile harmanlayarak kendine özgü bir üslupla izleyiciye aktarmaya çalışmıştır. Kahlo’ nun yaşam süreci birçok kadına örnek, yol gösterici ve cesaret verici olması sebebiyle de feminizmin en bilinen kadın sanatçılarından.

Sanatçının Henry Ford Hastanesi eseri onun ilk hamileliğinde yaşadığı kürtaj hikayesini konu almaktadır. Kahlo resmin merkezine kendi bedenini yerleştirmiştir. Bedeni hastane yatağında, çıplak, kanlar içinde ve çaresizce yatmaktadır. Sanatçı yattığı yatağa hastanenin adının yazarak hastaneyi de yaşadığı hüznü duruma katmış ve bu şekilde hastaneyi de probleminin parçası haline getirmiştir. Figürün yüzündeki çaresizlikle beraber gözünden bir damla yaş gelmesi yaşadığı üzüntüyü, travmatik durumu açık bir şekilde belirtmektedir. Sanatçı bebeğinin resmini yapabilmek için ve onu görebilmek için kürtaj ile alınan bebeğini istemiştir ancak bu isteği hastane tarafından reddedilmiştir. Kendine kordon bağı ile bağladığı altı nesneden sağ alt kısımda olan kemik yapısı sanatçının zarar gören organlarını çevreleyen kemik yapısıdır ve sol üstte yer alan nesne kadının doğum organlarını belirten tıbbi maket görüntüsü ile Kahlo bu nesnelere kadınsal organlarının temsili görüntüsü olarak kullanmıştır. Üst orta kısımda, sanatçıya en yakın olarak konumlanan erkek bebek figürü Kahlo’ nun kaybettiği erkek bebeğini temsil etmektedir. Resmin alt kısmında yer alan mor orkide sanatçının sevgilisi Diego tarafından ona verildiği söylenmektedir. Aynı zamanda orkide yapısı şekli nedeni ile kadın üreme organı ile bağdaştırılmaktadır. Yeniden resmin alt kısmına bakıldığında sol kısımda bulunan makine figürü tamir edilebilir yenilenebilir bir alettir. Sıradan bir aletin bozulduğu zaman tamir edilerek yeniden çalışabilir hale gelmesi ancak onun bedeninin aynı şekilde düzelmemesi sanatçının tepkisini, üzüntüsünü ifade etme biçimi olarak kabul edilebilir. Resimde aslında her şeyi özetleyen figür sağ üst kısımda bulunan salyangoz figürüdür. Salyangoz yavaş olması ile bilinen bir hayvandır. Sanatçı hastane ortamında geçirdiği acı dolu ve çaresizce zamanların yavaşlığını, onun için zamanın adeta durduğunu ifade etmek için salyangoz imgesi sanatçının eserinde önemli bir yer tutmaktadır.



Şekil 5. Frida Kahlo, My Birth, Bakır üzerine yağlı boya, 30 cm x 35 cm, 1932

Kahlo' nun bu çalışması (şekil 5) acı çektiği süreci bir seri haline getirdiği ilk çalışmalarından birisidir. Resimde duvarda asılı olan tabloda görünen kadın figürünü Meryem Ana' ya benzerliği sebebiyle Meryem Ana olarak yorumlanmaktadır. Çaresiz ve üzgün bir yüz ifadesine sahip olan Meryem Ana' nın Frida Kahlo' nun durumunda yapabilecek bir şeyinin olmadığı yüz ifadesinde yer almaktadır. Frida Kahlo yaşadıklarından kaynaklı dini boyutta da yalnız bırakıldığını düşündüğünden kaynaklı bu duruma tepki olarak Meryem Ana imgesine de resmin içinde yer vermiştir. Ya da bu durumun Meryem Ana' nın da yaşadığı kötü süreçle sempati duymasından kaynaklı resminde yer vermiş olduğu düşünülmektedir. Resimde doğum yapan kişinin yüzünün örtülü olması Frida Kahlo için bu süreçte kendi benliğini kaybettiği, tanıyamaz hale geldiği için doğum yapan kişiyi yüzü örtülü bir şekilde resmetmiştir. Bu düşünceye destek çıkan görüntü de sanatçının doğmakta olan varlığı kendi yüzü olarak resmetmesidir. Normal gerçekleşen doğumda, doğmakta olan bebekten daha büyük kafa yapısına sahip olan figür Frida Kahlo' nun kendini yeniden bulması, arayış içinde olmasından kaynaklanmaktadır. Odanın içerisinde başka bir kişi ya da nesneye yer verilmemesi de Kahlo' nun yaşadığı süreç içerisindeki yalnızlığını ifade etmektedir. Aynı zamanda kan imgesi de doğum sırasında çokça fazla görünmesine rağmen Frida Kahlo' nun durumu incelendiğinde yaşamak zorunda olduğu sancılı sürecin temsili olarak okunabilmektedir. Kahlo' nun bu eseri üzerinden farklı bir okuma daha yapılacak olursa; yüzü örtülü kişinin Frida Kahlo' nun yeni kaybettiği annesi olduğu düşünülmektedir.



Şekil 6. Judy Chicago, Birth Tear, İpek üzerine nakış işleme, 64,77 cm x 69,85 cm, 1982

Nakış işleme Jane Gaddie Thompson tarafından yapılmıştır.

1939 Amerika, Şikago doğumlu sanatçı Judy Chicago; sanat hayatının başlarında minimal tarzda işler üretse de zamanla bu sanat pratiğinden uzaklaşarak kendine özgün bir üslupla sanatsal çalışmalarına devam etmiştir. Sanatçının doğum konusu üzerine hazırlanmış olduğu seriden 'Birth Tear' (şekil 6) ipek kumaş üzerine nakış işleme ile oluşturulmuştur. İpliklerle işlenmiş olan bu çalışmanın merkezinde ağlayan, yüzünde doğum acısının görüldüğü bir kadın yer almaktadır. Vajinal, normal doğum gerçekleşirken bazı durumlarda vajina girişinde gerçekleşen yırtılma sanatçının yapıtında önemli bir yer tutmaktadır. Yapıtta yırtılma, kadın figürünün vajinal bölgesinden göğüs arasında, kalbi bulunduğu noktaya yakın yerlere kadar uzanmaktadır. Uzanan yırtığın çevresini vajina giriş formu ile çevreleyen sanatçı kadın figürünün etrafını kordon bağına benzer bağlantı şeritleri ile birleştirmiştir. Elleri ile bacaklarını tutan kadın figürü izleyiciye doğumu gerçekleştirdiği sırada yaşadığı halsizlik, yorgunluk ve acı hissini sanatçı oluşturduğu özne ile izleyiciye aktarıyor. Sanatçının kullandığı ipek kumaşın değerli olması ve kumaşın mor rengin tonlarında olması da doğum eylemine kutsallık ve değer karmaktadır. Mor renk sanat tarihinde genellikle üst mertebeden olan insanları resmederken daha çok tercih edilirdi. İpek kumaş ve mor renk bir arada esere değer katarken nakış işleme ile doğum için sabır gerektiren bir süreç anlamını da yüklemiş oluyor. Öte yandan kadına özgü olan doğum eylemini nakış işleme ile yapan sanatçı toplumda kadına özgü olarak kabul gören nakış, iğne iplik işlerini işe dahil ederek işi hem doğum hem var etme hem de kadınsal kimliği bir sorun olarak karşımıza çıkarmaktadır. Eserde kadın figürüne bağlı duran rahim kesesi olarak

kabul edebileceğimiz bir imge vardır. Rahim kesesinin iç kısmını sanatçı keskin kırmızı ve dişli, dikenli bir yapıda yapmıştır. Bu yapıların içerisinde oluşmakta olan hücrenin bulunduğu noktaya da yer vermiştir. Dikenli, keskin görünümlü yapı ile aslında sanatçı içinde oluşturduğu varlığa zararlı, kötü ya da korkulan bir şeymiş gibi izleyiciye aktarıyor. Bireyin kendi bedenine olan tanıdıklığının değişmesi, yeni bir şeyler olması sebebiyle kişi kendine yabancılaşabilmektedir. Birey içinde oluşturduğu varlığı ne kadar istemiş olsa da ne kadar mucizevi bir şey yapmış olduğunu düşünse de kendine ait bir beden içerisinde yeni bir şey oluşuyor olması tekinsizlik yaratarak birey için korkutucu bir hale dönüşebilmektedir. Aslında sanatçı birçok kadının gerçekten hissettiği ama kendine bile itiraf edemediği bu korku hissine de işinde yer vermiştir. Aynı zamanda kadın imgesinin hem kendisinde hem de etrafında yer alan bağlantılarda, kordon imgelerinde kullanılan renklerden kırmızı ile doğum anında çıkan kanı, acıyı, kızgınlığı, korkuyu, beyaz renk ile de saflığı, temizliği, kutsallığı temsilen kullanmıştır. Başka bir bakış açısıyla da iki renk arası geçiş sağlanmasından kaynaklı kadın figürünün yeni oluşan kimliği görülebilir. Beyazın saflığın yerini kırmızı gibi keskin tonun almasıyla Hristiyanlığın bir döneminde doğum olayının iğrenç kabul edilip kadının da iğrenç görülmesi arasında bağlantı kurmak da mümkündür.



Şekil 7. Ron Mueck, Anne ve Çocuk, 2003, karışık teknik heykel, 24 x 89 x 30 cm

1958 Avustralya, Melbourne doğumlu olan sanatçı Ron Mueck, kariyerinin ilk yirmi yılında profesyonel kukla yapımcılığı ile uğraşmıştır. Babasının ölümünün ardından 1997 yılında yaptığı; babasının portresinin bal mumu çalışmasının üzerinde 2001 yılında yeni çalışmalar eklemeye devam etmiştir. Sanatçının bu çalışması kendi saçını kullanarak yaptığı tek çalışmadır. Yaptığı bu balmumu çalışması ile sanatçı bu alana yoğunlaşarak farklı biçimlerde işler üretmeye başlamıştır. Yaptığı heykellerde konu olarak bebek, doğum, ergenlik, cinsellik, orta yaş, yaşlılık gibi evreleri ele

almaktadır. Çoğunluğunu devasa boyutlarda yaptığı bu çalışmalar izleyicide tekinsizlik hissi uyandırabilecek boyuttadır. (şekil 7) Anne ve Çocuk isimli yapıtı diğer büyük boyutlu olan çalışmaların dışında normal insan boyutlarında diyebileceğimiz bir çalışmadır. Yeni doğum yapmış tüm çıplaklığı ile yatan kadın ve henüz kordon bağı kesilmemiş annesinin üzerinde yatan bebek ile iki figürlü bir yapıttır. Burada doğum gerçekleşirken kullanılan herhangi bir malzemeye yer verilmemiş. Tüm saf ve doğallığı ile somutlaştırılan bu an içinde nesne olarak görebileceğimiz tek şey kadının saç tokasıdır. İfadesi donuk bir şekilde bakarak normalde yapılanın aksine bebeğine dokunmuyor, elleri hafif yumruk formunda bekliyor ve sadece başını kaldırmış vaziyette ona bakıyor. Yeni doğan bebeklerde bulunan kan ve kese içi parçaların aksine sanatçının yaptığı bebekte hiçbir farklı dokuya rastlanılmamaktadır. Sadece görebileceğimiz tek şey kaygan yapıda parlaklık veren dokudur. Genel olarak yeni doğan bebeklerde olan yüz ifadesi incelendiğinde yüzündeki kırışıklık görüntüsü ile izleyiciye yaşlılığı, son evreyi göstermektedir. Sanatçının yaptığı bu heykelde de görebileceğimiz gibi ilk evrede daha bebek olmasına rağmen yüzündeki kırışıklıklar ve buruşmalar yaşlılığa ait bir parça olarak ortaya çıkar. Sanatçı hayatın, zamanın ve yorgunluğun getirdiği bu kırışıklık ifadelerini yeni doğan bir bebekte tüm gerçekçiliği ile ortaya çıkarmıştır. Sanatçının yaptığı işleri tek başına izlenmiş olsa sıradan gerçekçi heykeller gibi görüneceklerdi. İzleyici işe dahil olduğu zaman yani yapıtın yanında, etrafında durduğu zaman işler olağan dışı boyutlarda görünüyor. Öte yandan izleyiciler bu işlerde kendilerini de izleme fırsatı bulmuş oluyorlar. Gerçekleştirdiği eylem sebebi ile olmaması gereken bir ortamda, tüm çıplaklığı ve üst düzey gerçekçiliği ile sergilenen yapıt izleyicide tekinsizlik hissi uyandırıyor.



Şekil 8. Ron Mueck, Anne ve Çocuk (ayrıntı 1), 2003, karışık teknik heykel, 24 x 89 x 30 cm

Yapıt ayrıntılı incelendiğinde (şekil 8) bebeğin yüz ifadesinde olan bahsettiğimiz son evreden izler görülebilir. Sanatçı burada izleyicide travmaya neden olacak bir sanat eseri üretmiştir. Hayata daha yeni başlanılan ilk anda, son evreden bir iz olarak gördüğümüz bu etki, hayata aslında daha önceden de başlanmış olunabileceğini düşündürüyor. Annenin yüz ifadesine dikkat edildiğinde alışagelen doğum yapmış olan kadın ifadesinden farklı bir ifade yer alıyor. Normal doğum genel standartlar içinde ele alındığında gerçekleşmesi yorucu ve zorlu bir süreçtir. Doğumu gerçekleştiren kadın yorgunluktan bitkin düşmüş, ağlamış ama yine doğumdan sonra bebeği ile temasa geçip onu kucağına almak ister. Sanatçının bu yapıtında kadının ifadesinde hafif yüzünün kızardığını ve terlediğini görebiliyoruz. Doğum sonrası kadının bebeği ile temasının sadece göbeğinin üstüne koyulmasıyla aslında zaten bulunduğu noktanın üstünde olmasıyla gerçekleşmesi, ona şaşkın ifade ile bakması, doğum sırasında gerçekleşen kanama gibi olguların olmaması da izleyicide tekinsizlik hissi uyandırmaktadır.

Brezilya’ da yaşayan doğum fotoğrafçısı Tatiana Antonucci’ nin çektiği fotoğraf karelerine bakıldığında sadece hamilelik süreci ya da doğumda olan mutlu aile tablosunu yansıtan karelerden ziyade daha sanatsal denilebilecek, izleyiciyi resme hapseden etkileyici fotoğraf kareleri ile karşımıza çıkar.



Şekil 9. Tatiana Antonucci, Doğum Fotoğrafı, 2021

Çektiği karelerde poz veren insanlar yerine o anın olabildiğince en doğal hallerini yakalamayı hedefleyen Tatiana çektiği fotoğrafları ve onların hikayelerini birleştirerek albüm, yoluyla bir seri oluşturuyor. Aynı zamanda bir kez gerçekleşen çocuğun doğumunun fotoğraflarını da anne ile teması kesildiği ilk andan, dünya ile buluştuğu andan oluşuyor. Doğum anı fotoğraflarında çeşitli kültürlerden insanları, farklı doğum teknik ve mekanları, doğum anında yaşanan acı, heyecan, mutluluk gibi duyguların harmanlanışını, doğum anında olan her bebeğin dünya ile buluştuğu andaki farklarını görebiliriz. Doğum fotoğrafçısı olan Tatiana' nın bahsettiğimiz fotoğraf karelerinden birkaç tanesi ile profesyonel fotoğraf sanatçısı Christian Berthelot' un kareleri arasında benzerlik kurmak mümkündür.



Şekil 10. Christian Berthelot, Caesar #21 -Arthur, 2013 – 2016

Berthelot' un, 'bu fotoğraflar benim için eşsiz ve ilkel yeni bir insanın ilk temsili' (Oxley, 2016) dediği 'Cesar' serisini (2013-2016) sezaryen ile dünyaya gelen çocuklar oluşturuyor. 1976 Britanya doğumlu olan fotoğraf sanatçısı Christian Berthelot doğum konusunu sezaryen üzerinden ele almaktadır. Eşinin yaptığı zorlu sezaryen doğumdan etkilenerek sezaryen doğumları fotoğraflamaya başlayarak 'Cesar' serisini oluşturmuştur. Sanatçı doğumda kullanılan materyaller, doğumu gerçekleştiren kişiler ve dünya ile ilk buluşma anı kayda alınan bebeklerin olduğu bu fotoğraflarda anneye yer vermez. Çalışmalarda alışagelen normal doğum, anne figürüne rastlanmıyor. Sanki bir laboratuvar ortamında üretilmiş bir deney ürünü gibi karşımıza çıkan bebekler yer alıyor. Bu fotoğraflarda bebeklerin normal doğum sırasında da ameliyat işlemi de aynı tepkilere sahip olduklarını görebiliriz. Anne figürü ile bağın koptuğu ilk andan itibaren ağlama ihtiyacı duyulmakta ve canlı olarak savunmasız kalınan ilk andır. Bebeğin doğduktan sonra ağlama sebebi göbek bağının kesilmesiyle bebeğin kapalı olan akciğerlerinin açılmaya başlamasıdır. Bu ağrılı bir süreçtir. Bilimsel yaklaşım olarak bu şekilde bir açıklama getirilse bile kimi yerlerde farklı, batıl inanışlar da mevcuttur.

Christian Berthelot, Tatiana Antonucci ve doğum anını fotoğraflayarak en çıplak halleri ile izleyici ile buluşturan fotoğraf sanatçıları abject olarak görüleni estetize ederek karşımıza çıkarmaktadırlar. Kimi yerde mucize olarak kabul edilse de çoğunluğun iğrenç olarak kabul ettiği doğum anı abject art, kavramsal sanat, beden sanatı ve çağdaş sanatın getirdiği yeni estetik anlayışları paralelinde yeniden yorumlanmaya başlanmıştır. Abject art ile beraber sanatçılar çoğu zaman sert bir anlatım dili ile sınırları zorlayarak özne yarama sürecine girdikleri üretimler yapmışlardır. Doğumu gerçekleştiren kişi ve doğum sürecinin tamamı olağan dışı olarak kabul edilse de doğumu gerçekleştiren kişi bu süreçte iki yeni kişilik yaratmaktadır. Bunlardan birincisi kendi bedeni içerisinde oluşturduğu varlık ikincisi ise kendi benliğidir. İçindeki

varlığı oluşturma sürecinin başından sonuna kadar uzanan değişim fiziksel ve psikolojik olarak yeni bir benlik ortaya çıkarmaktadır.



Şekil 11. Natalie Lennard, Gurur, fotoğraf, 2022

Natalie Lennard 1986 doğumlu güzel sanatlar ve reklam fotoğrafçısıdır. 'Rahatsız Olmadan Doğum', Lennard'ın belgesel video eşliğinde biyososyal bir konuya odaklanan ilk büyük projesidir ve doğumun hamlığını sanat dünyası ve Batı bilinciyle benzeri görülmemiş bir şekilde birleştirme çabasıdır. Sanatçı, Gurur (şekil 13) adlı çalışmasında Adem ve Havva'yı konu almaktadır. İki figür de tamamen çıplak ve etrafı çeşitli hayvanlarla çevrili duruyorlar. Var olmuş ve doğumu deneyimlemiş olan ilk kadın olan Havva üzerinde kan lekeleri ile bebeğini kucağında gururla taşıırken aslında Tanrıya karşı kafa tutuş izlenimi de veriyor. Doğum Hristiyanlıkta bir süre kadına verilen bir ceza olarak kabul edilirdi. Havva'nın yasak elmayı yemesi, Tanrı'ya itaatsizlik etmesi karşılığında Tanrı ona acı dolu bir doğum sürecini ceza olarak verdiğine inanılıyordu. İki figürün de etrafını çevrelemiş olan hayvanlara baktığımızda neredeyse hepsinin gözlerini Adem ve Havva'nın üzerine diktiklerini görüyoruz. Bu hayvanların da Nuh'un Gemisinde yer alan hayvanlar olduğunu söyleyebiliriz. Özellikle yılan imgesine dikkat ettiğimizde Adem'in yılanın baş kısmından tutuyor olması ancak gözlerinin farklı bir yöne bakıyor olması dikkat çekici duruyor. Bu durumda Adem'in yaptığı günahın kaynaklı pişmanlık duyduğunu ama geri adım da atamayacak durumda olduğunu söyleyebiliriz. Yılanın kuyruk kısmının bebeğin üzerine sarılı olması bebeğin de günahkar olduğu ile bağlantı kurulabilir. Havva yüzünde pişmanlık olmayan ifadesi ile

kendisi ve bebeği ile gurur duyarak ön planda dururken Adem daha ürkek ve bakışlarını kaçırmış bir şekilde duruyor. Sanatçının bir diğer işi olan Aquadural (resim 12) isimli çalışmasına baktığımızda ise modern doğumda da alışageldiğimiz suda doğum sahnesi ile karşılaşıyoruz. Suda doğum yapmak çok eski dönemlere dayanan bir yöntemdir. Günümüzde hastane ortamlarında ya da evde uygun ortam sağlanarak suda doğumlar gerçekleştiriliyor. Suyun doğumu kolaylaştırması sebebi ile farklı yöntemlerde tıbbi malzemelere ihtiyaç duyulmuyor. Halk arasında prenses doğum olarak bilinen doğum yapmak üzere olan kadına belinden vurulan iğne ile ağrı en aza çekilirken bu yöntemi kullanmayarak geleneksel yöntemleri tercih edenler de vardır. Eski dönemlerde yaşamış özellikle ilkel toplumlardan olan insanlar okyanuslar, denizler ve nehirler gibi su birikintileri içinde doğal ortamda doğumlarını gerçekleştiriyorlardı.



Şekil 12. Natalie Lennard, Aquadural, fotoğraf, 2018

Lennard'ın bu çalışmasında olan yeni doğum yapmış kadına yoğun bir kutsallık da atfediliyor. Dünya ilk oluşmaya başladığı zamanlarda olan su birikintileri kadın olarak betimlendiğinde evrim konusu da ele alınarak devam edilebilmektedir. İlk organizmalar su içinde oluşuyor ve evrim serüveni de bu şekilde başlıyor. Havva cennetten kovulup dünyaya gönderilmişti. Bu durumda su birikintileri için Havva ve oradan çıkan organizmalara da onun ilk çocukları denilebilir. Hem evrim hem de teolojik açıdan beslenen sanatçı genel olarak işleri incelendiğinde kadının doğal

ortamından soyutlandığını, yapay alanlara hapsediğini, çeşitli dönemler ve çeşitli kültürlerde olan insanların farklı doğum anlarına sahip oldukları görülebilmektedir.

SONUÇ

Sanat canlı türünün oluşumu ile beraber var olmaya başlamıştır. Atılan ilk adımlar, yenilmiş olan ilk yemek, ilk yaşama biçimleri arkeolojik kazılar ile karşımıza çıkmaktadır. Yapılan kazı çalışmalarından karşımıza çıkanlara göre bizden önce neler yapıldığını görebiliriz. Resim ve heykel sanatının ilerleyişi ile beraber yaşanan olaylara veya yine bizden önceki zamanlarda olan yaşama biçimlerine karşı daha fazla belgeler üretilmiştir. Çizilen resimler ve yapılan heykeller aslında zamanında yazılmış olan tarih kitaplarından daha fazla gerçeği yansıtmaktadır. İnsanların ele aldığı konular çok çeşitli olmakla beraber dönemselsel değişimler göstermişlerdir. İşlenen konular arasında doğum farklı zamanlarda farklı şekillerde tasvir edilmiştir. Malzeme ve bilgi yetersizliği zamanında yardımcı kadınlar, büyücüler, rahipler doğum alanında yer alırken malzemelerin üretimi ile kadınlar steril alanlara geçmiş, doğumu kolaylaştırıcı çeşitli malzemeler üretilmeye başlanmıştır. Üretilen malzemeler arasında yer alan forseps modern toplumda gelişime uğramış ve doğum anında kullanılan önemli malzemeler arasında yer almıştır. Modern toplumdan önce teknoloji ve çok yönlü yetersizliklerin olduğu zamanda işlenen doğum konusu bir tür deney ürünü gibi kullanılarak adeta kitap yazar gibi gelişimi resimlerle heykellerle karşımıza çıkmaktadır. Abraham Bosse yapmış olduğu çalışma ile o dönemde doğum anında bulunulan ortam, malzeme ve kişileri izleyiciye aktarmıştır. Kilise hakimiyeti döneminde hamile kadınların toplumdan izole edilmesi, kadınların ve henüz doğmamış olan bireylerin ötekileştirilerek bir nevi ölüme terk edilmesiyle sonuçlanmıştır. Hamilelik süreci bir dönem kutsal olarak kabul edilirken daha sonra Tanrı'nın kadınlara ceza verdiği olarak yaygınlaşmasıyla o dönemlerde birçok kadın ve bebek ölümü gerçekleşmiştir. Zamanla toplumun gelişmesi ve sanatın yaygınlaşması, insanların düşüncelerini sanat yoluyla aktarması mahrem, iğrenç ya da ötekileştirilmiş dediğimiz toplumca sakınılan konulara daha geniş açıyla bakılmasına olanak sağlamıştır.

Kavramsal sanatın hakimiyetinin başladığı dönemle beraber birçok konu duyguların dışı aktarımı, tepki göstermek için temsili olarak kullanılmıştır. Plastik sanatların etkisinin yeteri kadar dikkat çekici veya harekete geçirici olmadığı yönünde düşünceler başladığı için vücut sıvıları ile yapılan agresif eylemler, mahrem olarak kabul edilen konuların toplum içinde açık bir şekilde sergilenmesi gibi izleyiciyi rahatsız eden, düşünmeye iten bir biçimde ele alınmıştır. Aslında var olan ama görmek istemediğimiz, görmezden geldiğimiz her türlü durum sanatçıların ele alış biçimlerine göre yeniden şekillenmiştir. Asırladır her gün çokça fazla kişinin gerçekleştirdiği doğum eylemi farklı sanatçılarda anlamsal farklılık, kişisel problemlerin aktarımı, toplumsal olaylara tepki göstermek gibi çeşitli anlamlarda ele alınmıştır. Bir dönem ötekileştirilen ve iğrenç olarak kabul edilen bu doğum konusu da karşımıza Ron Mueck ile hayatın geçiş dönemlerinden biri olarak, Christian Berthelot ve Tatiana Antonucci ile acı ve mucize anın iğrenç olarak sınıflandırılan vücut sıvıları ve tüm çıplaklığı ile estetize edilerek

fotoğraflanmasıyla, Frida Kahlo ile geçirdiği sancılı dönemin kendini yeniden bulma arayışında olarak çeşitli temsili unsurlarla resmetmesiyle, Judy Chicago ile kadının sanatta ve toplumda temsilini eleştirel ve kendine özgü bir anlatım dili ile işlemesiyle, Natalie Lennard ile teolojik ve evrim kuramının irdelenip harmanlanmasıyla, kadının doğum ortamını ve ötekileştirilmesini eleştirel bir şekilde karşımıza çıkarmaktadır

KAYNAKÇA

Akşit, M. A. & Köse, H. (2016). Doğum. Türk Dünyası Uygulama ve Araştırma Merkezi Yenidoğan Dergisi, 1 (1), 183-190.

Bayırlı, R. (2019). Antik Çağdan Milenyuma Doğum Felsefesi. Türk Dünyası Uygulama ve Araştırma Merkezi Yenidoğan Dergisi, 4 (2), 324-333.

Campbell, O. (2018, September 12). *Why Male Midwives Concealed the Obstetric Forceps*. JSTOR Daily.

Gürler, Z. & Işık, Ö. (2019). Bir Sınır Meselesi: Abject İğrenç Nesne ve Sanat Yapıtı. Tykhe Sanat ve Tasarım Dergisi, 4 (7), 479-494.

Hodge, S. (2018). Sanatın Kısa Öyküsü (D. Öztok, Çev.). İstanbul: Hep Kitap Yayınları

Kaptan, C. (2013). Acı ve Sanat. Sanat ve Tasarım Dergisi, 1 (12), 59-81.

Karaçalı, B. (2018). Çağdaş Sanatın Dili – Malzemenin Sözü . Sanat - Tasarım Dergisi , (9) , 29-35 .

Keser, İ. & Keser, N. (2015). KADIN TARİHİ İÇİN BİR ANIT: AKŞAM YEMEĞİ PARTİSİ. HUMANITAS – Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 3 (5), 137 – 152.

Mucuk, Ö. & Özkan, H. (2022). Perception of Traumatic Childbirth of Women and Factors Affecting. Journal of Basic and Clinical Health Sciences, 6 (2), 608-616.

Özçalık, M. (2017). LOTUS ÇİÇEĞİNİN FARKLI KÜLTÜRLERDEKİ ÖNEMİ VE PEYZAJ TASARIMINDA KULLANIMININ İRDELENMESİ. Uluslararası Uygur Araştırmaları Dergisi, (10), 22-28.

Selçuk, E. (2019). KADİM SÖZCÜKLERLE YENİ CÜMLELER KURMAK: RON MUECK. Sanat Dergisi, (34), 142- 152.

Töyük Aferin, Ç. (2021). Women, the productions of female artists in the perspective of feminist movements and the story experiments on Frida Kahlo's Works. Journal of Arts, 4 (3), 167 – 175.

Yayman Ataseven, S. (2021). SANATIN İYİLEŞTİRİCİ GÜCÜ TEMASI İÇİNDE FRIDA KAHLO’NUN YAŞAMI VE RESİMLERİ. EKEV Akademi Dergisi, 0 (88), 503-522.

İnternet Kaynakçası

URL 1. <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 10.10.2023)

URL 2. <https://www.birthundisturbed.com/> (Erişim Tarihi: 10.10.2023)

URL3. <https://www.birthritescollection.org.uk/talks-1/birth-rites-symposia-birth-in-contemporary-art> (Erişim Tarihi: 10.10.2023)

URL 4. <https://www.yoair.com/tr/blog/sociocultural-representation-of-pregnancy-in-modern-art-history/> (Erişim Tarihi: 10.10.2023)

URL 5. <https://www.sanata dair.net/frida-kahlonun-henry-ford-hastanesi-adli-resmi-hakkinda/> (Erişim Tarihi: 10.10.2023)

URL 6. <https://ropac.net/zh/artists/63-/works/12903-ron-mueck-mother-and-child-2003/> (Erişim Tarihi: 10.10.2023)

URL 7. <https://www.fridakahlo.org/henry-ford-hospital.jsp> (Erişim Tarihi: 10.10.2023)

URL 8. <https://carmenwinant.com/static/8af06103f724ef8557999234a0d7e9a3/the-art-of-birth.pdf> (Erişim Tarihi: 10.10.2023)

ISSN: 2757-6000

Kamil ALACALI

Dr. Öğr. Üyesi Abdullah YILDIRMAZ

Batman Üniversitesi

abdullahyildirmaz@gmail.com, abdullahyildirmaz@gmail.com

EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN MANAGERIAL-ORIGINATED ORGANIZATIONAL COMMUNICATION CLIMATE AND ORGANIZATIONAL SILENCE

ABSTRACT

This study is descriptive research aiming to measure the relationship between manager-driven organizational communication climate and organizational silence in universities in Turkey. In the literature review, no research was found on the relationship between manager-based organizational communication climate and organizational silence. The aim of the study is to contribute to the literature to fill this gap. For this purpose, academic or administrative staff working in universities in Turkey constitute the universe of the study, and research was conducted by selecting 244 people as a sample using the limited sampling formula. Frequency and descriptive analysis to reveal descriptive statistics; Correlation analysis was used to determine the relationship between variables, and finally, simple linear regression analysis was used to determine the effect of the independent variable on the dependent variable. In addition, SPSS software was used for data analysis. According to the study, it is seen that there is a significant relationship at the level of .000 between the independent variable in the model, the manager-driven organizational communication climate, and the dependent variable organizational silence. The R² value of the model was determined as 0.248. In this context, the independent variable in the model, the manager-driven organizational communication climate, can explain 24.8% of the organizational silence, which is the dependent variable. In this direction, it has been determined that the perception of organizational communication climate from the manager contributes to the model by establishing a negative and significant relationship with the organizational silence variable.

Keywords: Organizational Communication Climate, Employee Silence, Organizational Silence

YÖNETİCİ KAYNAKLI ÖRGÜTSEL İLETİŞİM İKLİMİ İLE ÖRGÜTSEL SESSİZLİK ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

ÖZET

Bu çalışma, Türkiye'deki üniversitelerde yönetici kaynaklı örgütsel iletişim iklimi ile örgütsel sessizlik arasındaki ilişkiyi ölçmeyi amaçlayan betimsel bir araştırmadır. Yapılan literatür taramasında yönetici kaynaklı örgütsel iletişim iklimi ile örgütsel sessizlik arasındaki ilişkiye yönelik herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Çalışmanın amacı, bu boşluğu doldurmak için literatüre katkıda bulunmaktır. Bu amaçla, Türkiye'deki üniversitelerde görev yapan akademik veya idari personel araştırmanın evrenini oluşturmakta olup, sınırlı örnekleme formülü kullanılarak 244 kişi örnekleme olarak seçilerek araştırma yapılmıştır. Betimsel istatistikleri ortaya koymak için frekans ve betimsel analiz; değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi ve son olarak bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini belirlemek için basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Ayrıca veri analizi için SPSS yazılımı kullanılmıştır. Çalışmaya göre, modeldeki bağımsız değişken olan yönetici kaynaklı örgütsel iletişim iklimi ile bağımlı değişken olan örgütsel sessizlik arasında .000 düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Modelin R2 değeri 0,248 olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda modeldeki bağımsız değişken olan yönetici kaynaklı örgütsel iletişim iklimi, bağımlı değişken olan örgütsel sessizliğin %24,8'ini açıklayabilmektedir. Bu doğrultuda yöneticinin örgütsel iletişim iklimi algısının örgütsel sessizlik değişkeni ile negatif ve anlamlı bir ilişki kurarak modele katkı sağladığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel İletişim İklimi, Çalışan Sessizliği, Örgütsel Sessizlik

1. INTRODUCTION

The difficulty in measuring organizational silence, its abstract nature, and the negative impression it leaves have led to a lack of sufficient emphasis on it in scientific studies. Employee silence often stems from conscious decisions of employees to withhold seemingly important information and concerns related to their work (Morrison & Milliken, 2000; Pinder and Harlos, 2001; Van Dyne et al., 2003). The behavior of remaining silent can be perceived as passive, yet it is an active form of behavior because it is consciously undertaken for a purpose (Akan & Oran, 2017: 73). Initially, silence may have been thought of as a form of agreement and commitment, but it has been recognized later as a consciously adopted attitude that negatively affects organizational performance.

Organizational climate has been regarded by many researchers as a concept that explains employees' behaviors within an organization, considering it as a set of influencing and influenced variables. Employee silence is a phenomenon that can enhance employee participation in the organization while also negatively affecting their well-being. If such behaviors are not deemed significant or are disregarded within organizations, they can become ingrained in the culture. Hence, identifying the reasons behind employee silence is crucial.

In this study, the communication climate originating from managers is investigated as a factor influencing employee silence. The literature contains numerous works on organizational climate and employee silence. However, there is a lack of research on organizational silence within the context of communication climate

originating from managers. Some findings from various studies indicate that in situations where managers do not permit employees to communicate with each other or participate in organizational decision-making processes, employees tend to remain silent about their opinions, knowingly or unknowingly contributing to the organization's future (Armandi, Vaziri, & Adli, 2014; Zahed Bablan, Ahmai, & Seyed Kalan, 2015; Alvani, Vaezi, & Honarmand, 2013; Zareei Matin, Taheri, & Sayyar, 2012).

In today's world, organizations are engaged in many fundamental societal activities. An essential condition for society's progress and survival is the effective performance of these organizations. To ensure their survival and advancement, organizations need to continually enhance their performance (Aryee, 2004: 9).

Due to factors such as intensified competitive conditions, heightened customer expectations, and the increasing focus on quality that caters to the ever-changing world (Quinn & Spreitzer, 1997: 41), organizations are increasingly demanding initiative-taking, communication, and responsibility acceptance from their employees. In order to survive, organizations need individuals who are sensitive to the challenges of their environment, unafraid of sharing knowledge and expertise, and capable of standing up for their own and their team's beliefs. According to several studies in this regard, many employees claim that the failure of change management programs is due to the lack of support for communication, information, and knowledge sharing within organizations (Beer & Noria, 2000: 138).

In this context, some of the significant barriers to change programs are identified as a lack of information, lack of trust, and what Morrison & Milliken (2000) defined as organizational silence - the choice of employees to withhold their views and concerns regarding organizational issues. It has been noted that these factors hinder the success of change programs.

Human power is not just an organizational resource; it's the only factor that can utilize other resources as well (Brunner & Ganga-Contreras, 2017: 21). Therefore, as noted by Millar & Stevens (2012), an individual's performance is directly proportional to their success rate in their job. Hence, if employees are motivated, skilled, and well-being, they can effectively and optimally utilize organizational resources, fulfill all their productivity, and ultimately enhance organizational performance. On the contrary, passive and unmotivated human capital can lead to organizational stagnation and backwardness. Low performance has a significant negative impact on leadership and employees.

When low performance is observed among employees in an organization, corrective measures are necessary to enhance the organization's productivity, survival, growth, sustainability, and effectiveness (Ahadi, Fathi, & Abdolmohammadi, 2014: 67).

Therefore, it's crucial to ensure that employees are motivated, skilled, and engaged in their roles in order to maximize the organization's overall performance and success.

In this study, organizational silence is explained within the context of communication climate originating from managers. In terms of conceptual relationships, the study attempts to measure the impact of factors such as employees' ability to comfortably express their opinions within the organization after communicating with their managers, whether their opinions are taken into account, and whether their statements contribute to problem-solving. For this purpose, a survey was conducted among organizational employees, aiming to provide both scientific and practical recommendations for organizations. This study is descriptive and aims to depict the situation in universities located in Turkey. The population of the study consists of employees in both academic and administrative positions within universities.

2. Conceptual Framework

2.1. Organizational Communication Climate

Climate can be defined as the quality of the work environment within an organization, experienced by its members, influencing their behaviors, and defined in terms of the values of a specific organization (Taguiri, 1968: 27). While institutions might be perceived as large structures or organizations, the fundamental factor that constitutes all these formations is the human element. In other words, the primary source of institutions is humans. Therefore, the better the quality and continuity of the working environment, the more effective the institutions will be. This situation will ultimately reflect on the attitudes and behaviors of the workforce. As long as the communication climate is positive, employees will be able to express their thoughts more easily, not be captive to organizational silence, and consequently, their performance and innovative aspects will be positively influenced.

Organizational climate can be defined with the following expressions: it is a psychology-based term that is intangible and invisible, yet can be sensed and perceived by employees in the organization. It highlights the personality of the institution. Organizational communication, on the other hand, can be explained as follows: it involves interactions among employees in various departments of the organization, enabling the acceptance of the organization's goals and policies by all personnel and making inter-departmental communication effective, thus responding to change (Karcıoğlu & Aykanat, 2012: 422).

According to Ertekin (1978), organizational climate is the sum of all the characteristics that dominate an organization, which contribute significantly to the behavior of employees, influence their behavior, and are perceived by employees, enabling the organization to establish its identity. It's a concept that enhances employees'

success, satisfaction, and also contributes significantly to the organization's goals. To elaborate on this concept further, organizational climate can be seen as the personality of the organization, a criterion for employees' satisfaction levels, an output of individuals' relationships within the business, and the atmosphere created by the organizational culture within the organization.

Hopplin views organizational climate as a relatively stable set of internal characteristics of an organization that distinguishes it from other organizations and has a significant impact on employee behavior and organizational effectiveness. The definition and explanation of climate arise from the combination of individuals' perceptions and common sense with the objective and concrete characteristics of the organization (Abbasi, Sayyadi, Eidi, & Sayyadi, 2013: 16). Christian, Wallace, Bradley, and Burke (2009) have suggested that a positive climate enhances employee performance.

It would be appropriate to divide organizational climate into two groups. In the first group, it's the collective response shown by employees when they encounter a situation. This includes aspects such as job satisfaction climate, participation climate, resistance climate, and encompasses everything within the organization. The second group comprises certain conditions that have an impact on employees. For instance, climate in terms of coordination between units, the social distance caused by status differences between managers and subordinates, and situations where employees have a say in decision-making within the organization can be discussed in this context.

All forms of communication within an organization contribute to its communication structure and thereby shape the communication climate. The communication climate of an organization is felt by both employees and external stakeholders of the organization. Among the policies developed for the organization, the development of a trustworthy communication climate is crucial. Effective communication established between employers and employees creates a link between job satisfaction and work efficiency, and expressions of communication climate (Sabuncuoğlu & Gümüş, 2016: 58). This emphasizes the importance of cultivating a positive and open communication environment within an organization, which can greatly influence the satisfaction and productivity of both employees and the organization as a whole.

Organizational communication climate is perceived as a subjective experience generated from the perception of certain fundamental characteristics of organizations (Falcione, Sussman, & Herden, 1987). According to Buchholz (2001), communication climate can be categorized into two types: closed and open. In an open climate, employees can comfortably express their thoughts, voice their complaints, and intervene in the decision-making process. Additionally, taking responsibility, developing a sense of belonging to the organization, and increasing trust in management are also characteristic of an open climate. Therefore, meeting the needs and expectations such as approval,

respect, and feeling valued by the organization is essential. This reinforces the significance of organizations addressing these needs and expectations to foster a positive communication environment.

The elements that constitute the organizational communication climate include communication activities, behaviors, responses given by employees to others, conflicts, expectations, and opportunities (Ballı & Önen, 2019: 532). Establishing a trustworthy work environment within organizations helps prevent issues like gossip, rumors, misinformation, and perception errors. If such situations are not addressed, communication failures can lead to an unstable organizational structure, causing significant problems within businesses.

A healthy communication climate in an organization supports employee performance, enhancing their innovative behaviors and contributing positively to their overall performance. It's the responsibility of the management to understand how to make the climate interactive and how to motivate employees to improve their performance. Robbins and his colleagues (2008: 364) have examined the functions of communication within a business in four main dimensions: control, motivation, emotional expression, and information. They argue that communication motivates and enhances motivation by explaining what needs to be done in terms of the employees' work, how well they're doing it, and what can be done to improve performance.

In essence, a positive communication climate not only fosters effective collaboration and problem-solving but also empowers employees, increases their engagement, and ultimately contributes to the organization's success.

When the individual needs of organizational employees are met, employees also try to respond by increasing their commitment to the organization (Malhotra, Budhwar, & Prowse, 2007). Therefore, in organizations where communication opportunities are insufficient, employees perceive that their need to be heard is not being met by the organization due to the lack of open communication channels. This perception becomes an obstacle to employees exhibiting prosocial behaviors. Consequently, when individuals feel that their need for expression is met by the organization, they will attempt to respond by withholding information they perceive as a potential threat or harmful to the institution (Malhotra, 2007).

In essence, a culture of open communication and the fulfillment of employees' need for expression play a vital role in fostering a sense of belonging and commitment within the organization. This, in turn, contributes to the positive engagement and proactive behaviors of employees, ultimately enhancing the overall success of the organization.

Başaran (1993) defines managerial communication as a process that involves the manager's message affecting others and eliciting responses from subordinates. Additionally, managers spend a significant portion of their time in communication with individuals. Hence, managers are expected to be adept at communication. As Bursalıoğlu (2011) expressed, communication is the heart of an organization. The organization's vital functions depend on it, and managers are at the center of this process. Effective communication is essential for both making decisions related to organizational activities and conveying these decisions to relevant individuals.

In summary, managerial communication plays a pivotal role in organizations, as it encompasses not only the exchange of information but also the interactions that influence decisions, actions, and the overall functioning of the organization. Effective communication skills are crucial for managers to lead teams, make informed decisions, and ensure the smooth flow of operations within the organization.

Wolk emphasizes that the roles of leaders are crucial in decision-making and that a leader's success in areas such as change management, being a knowledge hub, and setting policies is determined by their communication effectiveness. This is because information exchange, idea sharing, and mutual understanding between managers and subordinates occur through communication. The reason behind this is that the exchange of both information and thoughts between employees and managers, as well as mutual understanding, is facilitated by communication.

Managers need to establish relationships with both formal and informal organizations, target audiences, and stakeholders to interpret what is happening in their environment. Their necessity to achieve goals obliges them to communicate with their employees. This makes communication a priority for organizations and a tool for aligning values (Drucker and Wolk, as cited in Uysal, 2003: 139). In essence, effective communication not only facilitates the flow of information but also serves as a means of aligning values, fostering collaboration, and ensuring the successful realization of organizational objectives.

For a manager to establish effective communication, they need to consider four important elements. First, it's necessary to identify the target audience and their characteristics. Second, communication strategies parallel to your organizational objectives need to be developed. Third, these communication strategies need to be fully executed, and fourth, effective dialogues need to be established.

The capabilities of managers, through the impact of their speeches, make it more powerful for employees to achieve the intended goals. Transparency, trust, and open communication are crucial aspects of communication from the perspective of managers. Furthermore, success in vital areas such as teamwork and time management, as well as

improving employee performance, can be achieved through a manager's effective listening skills development.

In summary, effective communication for a manager involves understanding the audience, aligning communication with organizational objectives, executing strategies, and engaging in meaningful dialogues. Transparency, trust, open communication, teamwork, time management, and effective listening skills are all key components that contribute to successful managerial communication (Uysal, 2003:139).

Managers are both senders and receivers in the communication environment. Due to a manager's specific area of activity within the organization, the most suitable structure will enhance the speed and effectiveness of communication in a positive way. However, an improperly structured organizational setup can negatively impact a manager's success by sending messages to irrelevant recipients, filtering messages, and sending conflicting or outdated messages to the same person. Therefore, for achieving the desired goals of the organization, it's crucial for a manager to utilize the communication process effectively (Koçel, 2005: 529).

Parallel to global advancements, developments have occurred within organizations. With economic progress, organizational structures have grown. This situation has led to the need for new personnel and the inclusion of new individuals within the organization, resulting in a complex organizational structure. Hence, it highlights the significance of internal communication and, consequently, managerial communication within organizations (Doğan, 2020).

One significant issue within organizations is the problem of managerial language. Since different units in organizations have distinct functions and are performed by individuals with varying skills, education, and cultural backgrounds, effective cooperation among these units and individuals can only be achieved through an effective managerial language (Doğan, 2020). This underscores the importance of clear and standardized communication practices to ensure efficient collaboration across different units and roles within an organization.

2.2. Organizational Silence

Employee silence generally arises from conscious decisions by employees to withhold seemingly important information and concerns related to their work (Morrison and Milliken, 2000; Pinder and Harlos, 2001; Van Dyne et al., 2003). The behavior of remaining silent can be perceived as a passive behavior. However, this behavior is considered an active behavior since it is deliberately carried out for a purpose (Akan & Oran, 2017: 73). Initially, silence may be perceived as a sign of approval and commitment, but it has been later recognized as a conscious attitude and seen to have a negative impact on organizational performance.

Employee silence is the intentional withholding of thoughts and opinions by personnel. Even though an employee may have the capacity to contribute to an organization and its tasks, they might choose to withhold their opinions on specific issues due to organizational communication deficiencies. In some studies, examining the circumstances under which silence behavior emerges, organizational factors causing and reinforcing silence behavior among employees have been investigated. These studies have revealed that employees choose to remain silent for various reasons. For instance, employees may opt for silence due to conflicts with colleagues, disagreements related to organizational practices and decisions taken in the workplace, and weak relationships with supervisors, as they fear their opinions might not be considered or they might be judged if they express them (Brinsfield, Edwards, & Greenberg, 2009). According to Van Dyne and others (2003), silence also encompasses deliberately non-active behaviors, such as not expressing ideas for change because an employee believes speaking up is futile, or withholding views and information based on low self-efficacy evaluations regarding their personal capacity to influence the situation.

There are many factors that contribute to increasing or decreasing employee silence in organizations. One of these factors is organizational climate. Organizational climate is a fundamental factor that influences the functioning of an organization. Effective communication is one of the outcomes of an open and healthy organizational climate that provides employees with motivation and dynamism (Chávez, 2017). If the organizational climate is closed, cold, and rigid, the likelihood of indifference and silence within the organization is high. Wang and Hsieh (2013) suggested in their research that when the organizational climate is optimal, silence tends to decrease. Referred to as organizational silence, the isolated and unwilling participation of employees in organizational discussions can create undesirable risks and consequences for the organization.

When most people label someone's behavior as 'silence,' they generally refer to the individual not actively engaging in communication. However, in the literature, the conceptualization of silence is limited to situations where employees possess relevant ideas, knowledge, and opinions but choose not to express them. Silence is not merely the absence of sound; rather, it is argued that different forms of silence are driven by different employee motivations. Van Dyne and colleagues (2003) have categorized silence into three groups: 1- Acquiescent silence (where employees believe their thoughts are not valuable to top-level managers and therefore refrain from expressing their ideas), 2- Defensive silence (stemming from the fear of reporting information; individuals might avoid expressing their thoughts, knowledge, or opinions to protect their positions and situations), and 3- Prosocial silence (reflecting the refusal to express ideas, knowledge, or job-related opinions with the intention of benefiting from other members of the

organization, depending on the type of altruism, cooperation, and collaboration motivations) (Keshtkar, 2017).

Pinder and Harlos (2001: 334) have used the term "employee silence" to describe a situation where an employee refrains from expressing their true thoughts to individuals believed to have the capacity to bring about behavioral, cognitive, and/or emotional evaluations about the individual's organizational situation, and to effect change or improvement. In the context of this study, while employee silence is analyzed at the individual level, Brinsfield and others (2009) have argued that silence can also occur at the team and organizational levels. They suggest that silence may initially start at the individual level and then become 'contagious' among team members when multiple individuals are reluctant to speak up. When most employees opt to remain silent about organizational issues, silence becomes a collective behavior referred to as "organizational silence" (Henriksen & Dayton, 2006).

The introduction of organizational silence into the literature first appears in Albert Hirschman's (1970) book where he discusses the concept of 'voice'. In the book, while discussing the negative relationship between exit and voice, he argues that an increase in voice will lead to a decrease in exit. In other words, customers who are unable to voice their demands and suggestions sever their relationship with a business. When customers believe that their demands and suggestions are being heard, and that the likelihood of expressing complaints increases, they become more confident that the problem will be resolved, leading to a decrease in the likelihood of them leaving. The same situation applies to employees as well (Hirschman, 1970: 30). Hirschman (1970) uses the term "voice" as synonymous with passive commitment.

Organizational silence can be defined as the deliberate act of employees not expressing their knowledge, opinions, and thoughts related to any subject or area they work in, for various reasons (Çakıcı A., 2010: 10). An employee might have a thought concerning a problem arising within the organization, yet consciously chooses to remain silent due to the undesirable outcomes they may face when confronting it. Sometimes, the attitude of organizational silence is also used as a response to an unfair situation. In other words, when employees encounter injustice, they deliberately refrain from sharing their behavioral, cognitive, and emotional evaluations related to organizational conditions with individuals or authorities who could potentially change the situation or initiate a different course of action (Macit & Erdem, 2020: 94).

In the literature, several reasons for organizational silence have been identified. Milliken et al. (2003: 1462) have examined the reasons why employees remain silent. As a result of their research, they found that employees most commonly remain silent due to individual and organizational reasons such as fear and beliefs, lack of experience, hierarchical structure, unsupported organizational culture, and weak relationships

between managers and employees. Çakıcı (2008: 127) has also explained the reasons for organizational silence under five main headings: managerial and organizational reasons, job-related fears, lack of experience, exclusion, and relationship damage.

Çakır (2010) categorized the reasons for silence into two main headings: contextual (individual, organizational, managerial) and perceived risk factors related to fear. Within the scope of contextual factors, individual silence factors include lack of experience, low job position, susceptibility to external control, lack of self-esteem, communication problems, and low need for achievement. Remaining silent can vary based on the individual and demographic characteristics of the employee, the nature of the job, and the position of the interlocutor. For instance, an individual who comfortably discusses a topic with their peer group might exhibit a silent behavior when discussing the same topic with their superiors (Özgen & Sürgevil, 2009: 315). Individual factors such as the locus of control, self-esteem, communication apprehension, risk-taking tendency, and group identification can also influence the act of remaining silent (Pinder & Harlos, 2001: 354).

Organizational silence factors encompass workplace injustices, the deaf ear syndrome, the silence climate, dominant hierarchical structure, and a culture of obedience. The deaf ear syndrome, characterized as organizational rule where employees refrain from openly expressing dissatisfactions and displeasures, is considered a form of organizational inaction. This is often due to employees being ignored, blamed if they complain, or the presence of ineffective organizational policies (Harlos, 2001: 355).

Managerial silence factors include distrust in managers, lack of support from superiors, distant relationships, and closed-mindedness of administrators towards different opinions (Çakıcı, 2010: 29). When employees perceive a lack of support from their managers and anticipate negative reactions upon voicing their opinions, they tend to remain silent (Bowen & Blackmon, 2003: 1394). In situations where managers hold implicit beliefs about employees being untrustworthy, self-centered, or opportunistic, they disregard the demands, requests, and ideas of employees (Morrison & Milliken, 2000: 709).

Fear and the element of risk play a significant role when a culture of fear exists within organizations or when the perceived risk is high. In these scenarios, employees fear negative consequences or reactions from their superiors if they speak up rather than remain silent (Morrison & Milliken, 2000: 712). Employees may opt for silence due to their fear of being negatively perceived, causing harm to others, tarnishing their reputation, inhibiting promotions, facing termination, being excluded from their social circle, or encountering similar negative reactions (Milliken, Morrison, & Hewlin, 2003: 1462). External environmental factors or the spiral of silence can also serve as significant reasons for employees' tendency to remain silent. According to the spiral of silence theory,

individuals may choose to remain silent when their opinions differ from the dominant public opinions. The fear of isolation and exclusion drives this choice of silence (Noelle-Neumann, 1974, p. 45). Cultural differences can lead to distinct responses in similar situations and conditions (Sargut, 1994: 99). For instance, when facing a similar situation, the reactions of a British employee and a Chinese employee can differ in terms of conflict resolution, individualistic or collectivist behavior, communication skills, power distance, and locus of control (Sargut, 1994: 99).

Although organizational members are fundamental factors in development and change, they often prefer to remain silent. While there are several reasons for this, one of the primary causes is attributed to managerial factors. Managers often allow limited communication with their employees, gradually fostering the perception that remaining silent is the more appropriate course of action. In organizations where confrontation with diverse emotions and thoughts is undesired, it is observed that a majority of employees remain silent on organizational matters, resulting in a prevailing collective silence within the institution (Durak, 2012: 64).

3. METHOD

This study employs a quantitative paradigm (descriptive model, correlational model, comparative model) to examine the relationship between manager-sourced organizational communication climate and organizational silence. In the descriptive research model, descriptive statistical results pertaining to the sample (sample size, minimum and maximum scores, mean and standard deviations) are reported. Within the scope of the correlational model, correlation tables are presented for the manager-sourced organizational communication climate and organizational silence scales, with interpretation considering demographic variables. Grounded in the comparative model, a test is conducted to determine whether the manager-sourced organizational communication climate (independent variable) yields a significant variance difference in organizational silence scales (dependent variable). Regression analysis is utilized to investigate the extent to which the manager-sourced organizational communication climate explains the variance in organizational silence attitudes.

3.1. Research Hypothesis

The problem statement of the study is to determine the interaction and relationships between individuals' attitudes towards organizational silence behavior and manager-sourced communication climate. In this context, the research hypotheses are formulated as follows:

Does the manager-sourced organizational communication climate significantly influence organizational silence?

Hypothesis: There is a significant relationship between the manager-sourced organizational communication climate and employees' organizational silence.

3.2. Research Model

This study focuses on academic or administrative staff working at universities in Turkey, constituting the population of the study. A quantitative research approach was employed, and a limited sample size of 244 participants was selected using a sampling formula. Descriptive statistics were used to present the descriptive characteristics, correlation analysis to determine relationships between variables, and simple linear regression analysis to identify the impact of the independent variable on the dependent variable. The data analysis was conducted using the SPSS software.

3.3. Study Group

Demographic and descriptive statistics related to participants and the variables (scales) used in the research are presented in tabular form below. Demographic findings of the participating staff are displayed in Table 1.

Table 1. Demographic Characteristics of Participants in the Study

Variables		Frequency	Percent (%)	S.D
Gender	Female	71	29,1	0,455
	Male	173	70,9	
Marital Status	Married	194	79,5	0,404
	Single	50	20,5	
Education	High School	5	2	0,941
	Vocational School	4	1,6	
	Bachelor's Degree	37	15,2	
	Master	46	18,9	
	PhD	152	62,3	
Position	Academic	190	77,9	0,563
	Administrative	40	16,4	

	Other	14	5,7	
Total Working Time	0-1	5	2	1,089
	1-5	44	18	
	6-10	62	25,4	
	11-15	78	32	
	15 years and over	55	22,5	
Managerial Duty	Yes	68	27,9	0,449
	No	176	72,1	
Total		244	100	

When examining the participants' personal and demographic characteristics in Table 1, it can be observed that 29.1% of the participants are female, and 70.9% are male employees. In terms of marital status, 79.5% of the participants are married, while 20.5% are single. Regarding educational levels, a significant majority, 62.3%, of the survey respondents hold a doctoral degree, followed by 18.9% with a master's degree and 15.2% with a bachelor's degree. In terms of positions, 77.9% of the participants are in academic positions, 16.4% in administrative positions, and 5.7% in other positions.

When examining the service tenure of the employees, it is noted that 2% have a service duration of 0-1 year, 18% have 1-5 years, 25.4% have 6-10 years, 32% have 11-15 years, and 22.5% have 15 years and above. Finally, it is observed that 27.9% of the participating employees hold some administrative position in universities, while 72.1% do not hold any administrative position.

3.4. Data Collection Tools

In the scope of the research, the survey method was utilized for data collection from the determined sample. The prepared survey form consists of two sections. In the first section, the "Managerial Source Dimension of Organizational Communication Scale" was used, and in the second section, the "Organizational Silence Scale" was used. The Organizational Communication Scale was developed by Eryılmaz Ballı and Tulunay Ateş (2021). The scale, consisting of 30 items, was rated on a 5-point Likert scale. The scale has two sub-dimensions. These are the "Managerial Source Dimension of

Organizational Communication" (items 1, 2, 4, 5, 7, 8, 11, 13, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 28, 29, totaling 16 items) and the "Employee Source" dimension (items 3, 6, 9, 10, 12, 14, 15, 16, 18, 24, 25, 26, 27, 30, totaling 14 items). In this study, the 16-item managerial source dimension was used. The Organizational Silence Scale, on the other hand, was developed by Knoll, M. and Dick, R. (2012) and adapted to Turkish by Çavuşoğlu and Köse (2019). The scale, consisting of 20 items, was rated on a 5-point Likert scale. The Likert scale for the survey is as follows: (1) strongly disagree, (2) disagree, (3) neither agree nor disagree, (4) agree, (5) strongly agree. The survey also includes questions to determine the participants' demographic characteristics. Cronbach's α values were calculated to determine the reliability of the "Managerial Source Organizational Communication Climate Scale" and the "Organizational Silence" scale.

3.5. Data Analysis

In the research, descriptive statistics were employed to present the data's characteristics, using frequency and descriptive analysis. To identify relationships between variables, correlation analysis was conducted. Lastly, simple linear regression analysis was utilized to determine the impact of the independent variable on the dependent variable.

4. RESULTS

According to the correlation results, a significant and moderate-level negative relationship ($R = -0.498$) was observed between variable x and variable y. Subsequently, regression analysis was conducted (Table 2).

Table 2. Results of Regression Analysis on the Impact of Managerial Source Organizational Communication Climate (MSOCC) on Organizational Silence (OS)

Dependent Variable	Independent Variable	β	SE	t	p	Model		
						F	(p)	R ²
OS	Constant	79,274	2.899	27,346	,000	79,734	,000	0,248
	MSOCC	-0,509	0,057	-8,929	,000			

When examining the results of the regression analysis that investigates the effects of perceived Managerial Source Organizational Communication Climate (MSOCC) on Organizational Silence (OS), the obtained F value of 79.734 indicates that the established

model is highly significant. The R-squared (R²) value of the model was determined to be 0.248. In this context, the independent variable in the model, which is the Managerial Source Organizational Communication Climate, can explain 24.8% of the variance in the dependent variable, Organizational Silence. There is a significant relationship at the 0.000 level between the independent variable, Managerial Source Organizational Communication Climate, and the dependent variable, Organizational Silence, in the model. In this regard, the perception of Managerial Source Organizational Communication Climate establishes a negative and significant relationship with the Organizational Silence variable, contributing to the model. Thus, the hypothesis "There is a negative and significant effect of perceived Managerial Source Organizational Communication Climate on levels of Organizational Silence" (Hypothesis H) is accepted.

5. CONCLUSION AND DISCUSSION

In this study, the impact of academic and administrative personnel's perception of Managerial Source Organizational Communication Climate (MSOCC) on the variable of Organizational Silence (OS) in universities operating in Turkey was investigated. The analysis revealed that the perception of Managerial Source Organizational Communication Climate establishes a negative and significant relationship with the Organizational Silence variable, contributing to the model. Thus, the hypothesis "There is a negative and significant effect of perceived Managerial Source Organizational Communication Climate on levels of Organizational Silence" is accepted. The independent variable, Managerial Source Organizational Communication Climate, can explain 24.8% of the variance in the dependent variable, Organizational Silence. A significant relationship at the 0.000 level was observed between the independent variable, Managerial Source Organizational Communication Climate, and the dependent variable, Organizational Silence.

Based on these results, it has been identified that employees remain silent due to communication issues with their managers. This silence not only negatively affects employee performance but also prevents organizations from fully benefiting from their employees' potential. It is important for managers to act democratically in the work environment, value everyone's opinions and ideas, involve employees in decision-making processes, and uphold a values system based on merit, fairness, individual freedom, respect, and equality. Negative communication effects from managers can lead to feelings of alienation, job dissatisfaction, perceptions of organizational justice, organizational commitment, and organizational stress among employees. Taking all of these into consideration, it has been determined that employees remain silent due to communication problems originating from managers, emphasizing the significance of managers paying attention to these issues.

This research aims to become one of the most valuable resources for future researchers. Based on the results obtained in this study, further investigations can be recommended in the following areas. Conducting similar studies on a broader target audience, exploring these kinds of research across various sectors and organizations, and conducting comparative studies between similar organizations within the country and abroad could contribute to the literature. Additionally, conducting studies to examine the barriers to reducing the scope of silence in the organizations under consideration could be beneficial. It is believed that these kinds of studies will contribute significantly to the literature and provide valuable insights for researchers in the future.

REFERENCES

- Abbasi, H., Sayyadi, F., Eidi, H., & Sayyadi, M. (2013). Organizational Performance Expectations of Employees of Sports and Youth Departments of Kermanshah Province Based on Organizational Silence,. *Journal of Organizational Behavioral Management Studies in Studies in Sports*, 7(7), 11-18.
- Ahadi , B., Fathi , A., & Abdolmohammadi , K. (2014). Investigating Psychological Factors Affecting Job Performance of Police Commanders of East Azarbaijan. *East Azarbaijan Knowledge Quarterly*, 4(4), 63-78.
- Akan, B. B., & Oran, F. Ç. (2017). Akademisyenlerin Örgütsel Sessizlik Algıları: Konuya İlişkin Bir Uygulama. *Kırıkkale Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(5), 72-90.
- Alvani, M., Vaezi, R., & Honarmand, R. (2013). The role of positive organizational behavior in reducing organizational silence., Year 24, No. 79, Pages 1 -2. *Quarterly Journal of Management Studies (Improvement and Development)*, 24(79), 1-2.
- Armandi , M., Vaziri , M., & Adli, F. (2014). An Investigation of the Factors Influencing Organizational Silence from the Perspective of Employees. *New Thoughts on Education Faculty of Education and Psychology Al-Zahra University*, 12(2).
- Aryee, S. (2004). Exchange fairness and employee performance: An examination of the relationship between organizational politics and procedural justice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 94(1), 1-14.
- Ballı Eryılmaz, F., & Önen, Ö. (2019). Okul müdürleri, öğretmenler ve yardımcı personelin okullardaki örgütsel iletişim iklimine yönelik görüşleri. *OPUS International Journal of Society Researches*, 14(20), 514-550.
- Başaran, İ. E. (1993). *Örgütsel Davranış*. Ankara: Pegem Yayınevi.

- Beer, M., & Noria, N. (2000, May-June). Cracking the code of change. *Harvard Business Review*, 133-141.
- Bowen, F., & Blackmon, K. (2003). Spirals of Silence: The Dynamic Effects of Diversity on Organizational Voice. *Journal of Management Studies*, 40(6), 1393-1417.
- Brinsfield, C. T., Edwards, M. E., & Greenberg, J. (2009). *Voice and Silence in Organizations: Historical Review and Current Conceptualizations*. Emerald Group Publishing Limited.
- Brunner, J. J., & Ganga-Contreras, F. (2017). Vulnerabilidad educacional en América Latina: Una aproximación desde la sociología de la educación con foco en la educación temprana, Año 33, No. 84 (2017): 12-37. *Opción*(84), 12-37.
- Buchholz, W. J. (2001). *Open communication climate*. Massachusetts: Bentley College Waltham.
- Bursalioğlu, Z. (2011). *Okul Yönetiminde Yeni Yapı ve Davranış*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Chávez, A. (2017). Influencia de la noticia en la imagen corporativa de una municipalidad desde la percepción del ciudadano. *Opción*, 33(84), 90-119.
- Christian, M. S., Wallace, J. C., Bradley, J. C., & Burke, M. J. (2009). Workplace safety: A meta-analysis of the roles of person and situation factors. 94(5). *Journal of Applied Psychology*, 94(5), 1103-1127.
- Çakıcı, A. (2010). *Örgütlede işgören sessizliği: Neden sessiz kalmayı tercih ediyoruz?* Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çakıcı, A. a. (2008). Örgütlerde Sessiz Kalınan Konular, Sessizliğin Nedenleri ve Algılanan Sonuçları Üzerine Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 117-134.
- Çavuşoğlu, S., & Köse, S. (2019). Örgütsel sessizlik ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 365-387. doi:10.11616/basbed.v19i47045.485266
- Doğan, A. (2020). *Mükemmel Halkla İlişkiler ve Türkiye'deki Davranış Kalıpları*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları.
- Durak, İ. (2012). *Korku kültürü ve Örgütsel Sessizlik*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Ertekin, Y. (1978). *Örgüt İklimi*. Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları.

- Eskiler, E., Ekici, S., Soyer, F., & Sari, İ. (2016). The relationship between organizational culture and innovative work behavior for sports services in tourism enterprises. *Physical Culture and Sport Studies and Research*, 69(1), 53-64.
- Falcione, R. L., Sussman, L., & Herden, R. P. (1987). *Communication Climate in Organizations*. Newbury Park: Sage.
- Harlos, K. P. (2001). When organizational voice systems fail. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 37(3), 452-463.
- Henriksen, K., & Dayton, E. (2006). Organizational Silence and Hidden Threats to Patient Safety. *HSR: Health Services Research*, 41(44), 1539-1554.
- Hirschman, A. O. (1970). *Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations and States*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Karcioğlu, F., & Aykanat, Z. (2012). Örgüt İklimi ve Örgütsel İletişim: Ardahan Üniversitesi ve Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Arasında Karşılaştırmalı Bir İnceleme. *The Journal of Academic Social Science Studies (Jasss) International Journal of Social Science*, 421-436.
- Keshtkar, M. M. (2017). Energy, exergy analysis and optimization by a genetic algorithm of a system based on a solar absorption chiller with a cylindrical PCM and nano-fluid, *Int. Journal of Heat and Technology*, 35(2), 416-420.
- Knoll, M., & Dick, R. (2012). Do I Hear the Whistle? A First Attempt to Measure Four Forms of Employee Silence and Their Correlates, *J Bus Ethics*,, Published Online. doi:10.1007/s10551-012-1308-4
- Koçel, T. (2005). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: Arıkan Yayıncılık.
- Macit, G., & Erdem, R. (2020). Örgütsel Sessizliğe Dair Kavramsal Bir İnceleme. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 93-114.
- Malhotra, N., Budhwar, P., & Prowse, P. (2007). Linking rewards to commitment: An empirical investigation of four UK call centres. *The International Journal of Human Resource Management*, 18, 2095-2128. doi: <http://doi.org/c24gcx>
- Millar, P., & Stevens, J. (2012). Managemtn training and national sport organization managers: Examining the impact of training on individual and organizational performances. *Sport Management*, 15(3), 288-303.
- Milliken, F. J., Morrison, E. W., & Hewlin, P. F. (2003). An Exploratory Study of Employee Silence: Issues That Employees Don't Communicate Upward and Why. *Journal of Management Studies*, 1453-1476.

- Morrison, E. W., & Milliken, F. J. (2000). *Organizational Silence: A Barrier to Change and Development in A Pluralistic World*. Academy of Management Review.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51.
- Özgen, I., & Sürgevil, O. (2009). Turizm İşletmelerinde Örgütsel Davranış. Z. Sabuncuoğlu (Dü.) içinde, *Örgütsel Sessizlik Olgusu ve Turizm İşletmeleri Açısından Değerlendirilmesi* (s. 303-328). Bursa: MKM Yayınları.
- Pinder, C. C., & Harlos, K. P. (2001). Employee Silence: Quiescence and Acquiescence as Responses to Perceived Injustice,. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 20, 331-369.
- Quinn , R., & Spreitzer, G. (1997). ‘The road to empowerment: seven questions every leader should answer. *Organizational Dynamics*,, 26(2), 37-50.
- Robbins, S. P., Judge, T. A., Millet, B., & Marsh, T. (2008). *Organisational Behaviour*. Pearson education.
- Sabuncuoğlu, Z., & Gümüş, M. (2016). *Örgütsel iletişim*. Bursa: Aktüel.
- Sargut, S. A. (1994). *Kültürlerarası Farklılaşma ve Yönetim*. Ankara: Verso Yayıncılık.
- Taguiri, R. (1968). The Concepts of Organizational Climate. R. Taguiri, & G. H. Litwin içinde, *Organizational Climate: Exploration of a Concept* (s. 27). Boston: Harvard University Press.
- Uysal, G. (2003). Rol Farklılaşmasının İletişime Etkisi ve Johari Modeli. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), 137-148.
- Van Dyne, L., Ang, S., & Botero, I. (2003). Conceptualizing employee silence and employee voice as multidimensional constructs. *Journal of Management Studies*, 40(6), 1980-1992.
- Wang, Y., & Hsieh, H. (2013). Organizational Ethical Climate, Perceived Organizational Support, and Employee Silence: A Cross-Level Investigation. *Human Relations*(66), 783-802.
- Zahed Bablan, A., Ahmai, H., & Seyed Kalan, S. M. (2015). Organizational Silence, Warning in Higher Education: Identifying Factors Its creator is among the employees of the University of Mohaghegh Ardabili, Quarterly Journal of the First Year. *Leadership Research and Educational Management*(4).
- Zareei Matin , H., Taheri , F., & Sayyar , A. (2012). Organizational silence: Concepts, a job performance tecedents, and consequence. *Iranian Journal of Management Sciences*, 6(21), 77-104.

Examination of the Relationship Between Managerial-Originated Organizational Communication Climate and Organizational Silence

ISSN: 2757-6000

Faruk Çelik

Çukurova Üniversitesi

farukcelik1620@gmail.com, Orcid: 0000-0001-7892-0251

CUMHURİYET DÖNEMİ TÜRK RESİM SANATININ ÇAĞDAŞLAŞMA SÜRECİ

ÖZET

Bu araştırmada Cumhuriyet Dönemi çağdaş Türk resim sanatının gelişim süreci bağlamında önemli sanat hareketlerini ve önemli bazı sanatçıların resimlerini incelenmektedir. Sanayi-i Nefise Mektebi'nin devlet programıyla Batı'ya gönderdiği öğrencilerin, Türk resim tarihinin çağdaşlaşma sürecinde getirdikleri yeniliklere değinilmektedir. Bu öğrenciler, Batı'da aldıkları sanat eğitiminin ardından ülkelerine döndüklerinde kazanmış oldukları yeni üslup ve konuların, Türk resim sanatında nasıl bir yer ettiği ve Türk resminin çağdaş boyuta nasıl evrildiği incelenmektedir. Bu öğrencilerin veya mezunlarının kurdukları gruplar 1914 Kuşığı (Çallı Kuşığı), Müstakil Ressamlar ve Heykeltraşlar Birliği ve bu birliğin dağılması sonucunda bazı üyelerin bir araya gelmesiyle kurulan D Grubu sanat hareketlerine değinilmektedir. Bu sanat hareketlerinin resim sanatında estetik değerlere bağlı çağdaş bir nitelik olgusuna nasıl geldiği, özellikle Ali Avni Çelebi ve Zeki Kocamemi'nin Türk resim tarihinin çağdaşlaşma sürecinde kazandırdıkları yeni bir resim anlayışı irdelenmektedir.

Anahtar kelimeler: Türk resim sanatı, çağdaş, cumhuriyet, Ali Avni Çelebi.

THE MODERNIZATION PROCESS OF TURKISH PAINTING ART IN THE REPUBLICAN PERIOD

ABSTRACT

This research examines the important art movements and the paintings of some important artists in the context of the development process of the contemporary Turkish painting art in the Republican Period. The innovations brought by the students, who were sent to the West by Sanayi-i Nefise Mektebi with the state

program, in the modernization process of Turkish painting history are mentioned. When these students returned to their countries after the art education they received in the West, it is examined how the new styles and subjects they acquired gained a place in Turkish painting and how Turkish painting evolved into a contemporary dimension. The groups formed by these students or their graduates, the Generation of 1914 (Çallı Generation), the Union of Independent Painters and Sculptors, and the art movements of Group D, which were founded by some members coming together as a result of the dissolution of this union, are mentioned. How these art movements reached a contemporary quality phenomenon based on aesthetic values in painting, and a new understanding of painting that Ali Avni Çelebi and Zeki Kocamemi brought in the modernization process of Turkish painting history, are examined.

Key words: Turkish Painting Art, Contemporary, Republic, Ali Avni Çelebi.

GİRİŞ

Cumhuriyetin ilanıyla beraber bütün alanlarda yeniliklerin başlamasıyla Türk resim sanatında da büyük atılımların olduğu bir dönem olmuştur. Özellikle cumhuriyet rejimiyle beraber kültür ve sanat alanlarındaki değişim, daha önceki dönemden ayrı değerlendirilmeyi gerekli kılmıştır. Ancak hiçbir resim sanatının geleneği köksüz olmadığı gibi Türk resim sanatının da geçmişteki gelişmelerinden ve bağlı olduğu estetik değerlerden bağımsız değildir.

Osmanlı Dönemi'nin resim sanatının varlığını ele aldığımızda beş yüz yıllık çok zengin bir geçmişle minyatür sanatı görülür. 18. yüzyılda Lale Devri'yle beraber sanat ve kültür alanlarında Batı'daki gelişmelerin takip edilmesiyle, resim sanatının ilk adımlarının bu dönemde atıldığını ve önemli ölçüde gelişim gösterdiği söylenebilir. Bu dönemin önemli temsilcileri Levni ve Abdullah Buhari'dir. Ancak, minyatürle sınırlı kalan bu sanatçıların resimleri, resim sanatını bir kimliğe kavuşturmaya yaklaşamaz. Özellikle İslam dininin etkisinden dolayı halkın ve sarayın resim sanatından uzak kalması, resim sanatının gelişmesine engel olmuştur. Örneğin II. Mahmut'un kendi portresini devlet dairelerine astırması ve oğlu Abdulaziz'in heykelini yaptırması hem saray çevresi hem de halk arasında "gavur padişah" olarak anılmalarına sebep olmuştur. Nitekim bu söylemlere rağmen ilk resim dersleri bu dönemlerde Mühendishane-i Bahr-i Hümayun ve Mühendishane-i Berrî-i Hümayûnda verilmeye başlanır. Bu okulun ilk mezunlarından olan Tevfik Paşa, İbrahim Paşa ve Hüsnü Yusuf resim eğitimi için Avrupa'ya gönderilen ilk resim sanatçılarıdır. Bu okulun resim dersi programında askeri amaçla Batı tarzında perspektif çizimleri ve bir nesnenin iki boyutlu bir yüzeye üç boyutlu bir etki oluşturmak için ışık-gölge çalışmaları yapılmıştır (Tansuğ, 1993). Dahası bu okulda verilen resim dersleri teknik çizimin ilerisine gidemediğinden ne Osmanlı minyatür geleneğinden yararlanabilmiş ne de Doğu-Batı geleneklerinden bir sentez oluşturabilmişlerdir. Ancak Batılı anlamda ilk modern okul olması açısından önemlidir. Özellikle Abdulaziz'in emriyle gönderilen Şeker Ahmet Paşa ve Süleyman Seyid Bey gibi

asker ressamı Batı'nın klasik anlayışını benimsemiş ve Batı resmini taklit ederek Türk resmine yenilikler kazandırmıştır.

İkinci Meşrutiyet Dönemi'ne kadar sanat sergileri, sanatsal etkinlikler gibi faaliyet yok denecek kadar az olduğu gibi bir Türk sanat manifestosu ortaya koyacak bir ortam da yoktur. Sanat tarihçisi ve sanat eleştirmeni Kıymet Giray'a göre Meşrutiyet Dönemi'ne kadar olan süreçte sanat etkinlikleri, sultanlar ve şehzadelerin desteğiyle sınırlı kalmış, izleyici ve alıcısı doğrudan saray çevresi olmuştur (Giray, 2003). Halkın sanattan uzak kalması sosyo-kültürel açıdan dinin etkisiyle uzun bir süre boyunca resim sanatıyla uğraşılmamış ve üzerine eleştirel bir yazı yazılmamıştır. Özellikle 1950'ye kadar yapılan resimlerin görsel analizleriyle ilgili bir eleştiri veya estetik bağlamda incelemeler de yok denilecek kadar azdır. Açıkça belirtmek gerekirse Türk resim sanatının estetik anlamda incelenmemiş ve felsefecilerin pek dikkatini çekmemiş, daha çok bu alandaki sanatçılara ya da sanat tarihçilerine kalmıştır. Tabii sanatçıların ve sanat tarihçilerin resim sanatı üzerine yazdıkları önemlidir, ancak bunu bir felsefecinin yapması kadar etkili olamayabilir. Bu bağlamda Avşar Timuçin, "her estetikçi öncelikle bir sanat tarihçisidir, daha doğrusu sanatların tarihçisidir. Ama kuru bir sanat tarihinin bilgisini de ne ölçüde yoğun olursa olsun estetikçi için yeterli olabileceğini düşünmek doğru olmaz" (Timuçin, 2009, s. 18). Benzer şekilde Sıtkı Mehmet Erinç ise sanatçılar hakkında "resim sanatının bilimsel bir çözümlemesi, sanatçının yetkinliğini aşmaktadır" diye belirtir (Erinç, 2016, s. 42). İngiliz tarihçi ve akademisyen Peter Burke'ün ifade ettiği gibi yalnızca kaynaklara ulaşmak için kütüphanelere giden ve görsel imgelerden uzak, araştırmacıların yer aldığı bir toplumun aydınlanmasının söz konusu olamayacağını açık bir şekilde belirtir (Burke, 2003). Ancak dönemin koşullarına bakıldığında kültürel ve entelektüel donanımlara sahip bilginlerin de çok az sayıda olması, bu tür gelişmelerin arka planda kaldığını gösteren başka bir nedendir.

1908 yılında İkinci Meşrutiyet'in ilanı ile "Osmanlı Ressamlar Cemiyeti" kurulmuş ve beş yıl sonra sanat gazetesiyile yayın faaliyetlerine başlamıştır (Berk ve Özsegin, 1983). Osmanlı Ressamlar Cemiyeti; 1921 yılında Türk Ressamlar Cemiyeti, 1926 yılında Türk Sanayi-i Nefise Birliği ve son olarak 1929 yılında ise Güzel Sanatlar Birliği adını almıştır. Osmanlı Ressamlar Cemiyeti, Türkiye'nin birçok yerinde sanat üzerine konferanslar düzenlemek, sergiler açmak gibi sanatın halk arasında yaygınlaşmasını sağlayacak birçok etkinlik düzenlenmiştir.

Bu gelişmeleri takiben Türk resim sanatının klasik dönemi olarak Osman Hamdi, Şeker Ahmet Paşa, Hüseyin Zekai Paşa, İbrahim Paşa, Tefik Paşa, Hüsnü Yusuf, Servili Ahmet Emin, Süleyman Seyyit gibi isimler batılı anlamda resim sanatının ilk temsilcileri ve klasikleridir (Berk ve Özsegin, 1983). Batılı anlamda ilk adımların atıldığı bu dönemde, bu sanatçılar arasında Sultan Abdulaziz tarafından Paris'e gönderilen Şeker Ahmet Paşa, Türk resim sanatının önemli temel taşlarından biridir. Şeker Ahmet Paşa, Avrupa'dan döndüğünde 1873 yılında Sultanahmet'teki Mekteb-i Sanayi'de yabancı ve

Türk resim sanatçılarından eserlerinden oluşan karma bir sergi açmıştır. Bu sergi Türk resim tarihinin ilk sergisi olarak kayıtlara geçer (Güvemli, 1975). Bu sanatçılar arasında Türk resim tarihinin en önemli isimlerinden bir diğeri Osman Hamdi'dir. Babası tarafından Paris'e hukuk eğitimi için gönderilen Osman Hamdi, resme olan ilgisinden dolayı Boulanger ile Jean-Leon Gerome'ın atölyelerinden resim dersleri almıştır (Cezar, 2009).

Osman Hamdi'nin çağdaşı olan ressamlardan farklı anlayışta resim yapan tek kişi olduğunu söylemek pekâlâ yanlış olmayacaktır. Çünkü Osman Hamdi'nin oryantalizm anlayışına bağlı resimler yapmış ve bu resimleri doğulu kıyafetler girerek fotoğraflarla resimlerini kurgulamıştır. Dolayısıyla Osman Hamdi, oluşturduğu fotoğraf kolajları, oryantal temalı kompozisyonlarla Türk resminin ilk oryantalizm temsilcisi olmuştur. Ancak bu resimlerde Avrupalı oryantalist sanatçıların Doğu'yu küçük düşürücü tutumlarından farklı olarak, o dönemin akıl, bilim ve felsefe kaynaklarıyla betimlemeler yapmıştır (Aksüğü, 1984).

Bunların yanı sıra Osman Hamdi'nin yaşamı boyunca Türk resim sanatına kazandırdığı faaliyetler arasında en önemli çalışması Sanayi-i Nefise Mektebi Âlisi (Güzel Sanatlar Akademisi)dir. Osman Hamdi Bey, Osmanlı'nın 1877 yılında yaşanan, tarihe 93 Harbi olarak geçen Osmanlı-Rus Savaşı'nın etkilerinin sürdüğü bir dönemde büyük çabalar sonucunda bu okulu 1882 yılında açmıştır. Osman Hamdi'nin Sanayi-i Nefise Mektebi Âlisini kurması ve müdürlüğünü yapması resim sanatının gelişmelerini büyük ölçekte hızlandırmıştır. Çünkü Hamdi Bey'in batılı anlamdaki yenilikleri takip etmesi bu okulda yetişen öğrencilerin batılı tarzda bir sanat eğitimi almalarından dolayı Türk resim sanatına büyük ölçüde yeni boyut kazandırmıştır. Özellikle batılılaşma girişimlerinin yaşandığı bu dönemde yeni atılımların, değişimlere olan açıklığı Türk sanatının çağdaş medeniyetlere ulaştırması adına iki önemli rol oynar. Bunlardan ilki 1914 Kuşağı (Çallı Kuşağı), bir diğeri 1929 yılında Müstakil Ressamlar ve Heykeltraşlar Birliği olacaktır. Dahası bu okul uzun yıllar Türk sanatını yönlendiren, yeni teknikler ve açılımlar geliştiren, Batı sanatının altı yüz yıllık resim ve heykel olgusunu yüzyıla sığdırmanın zorluğunu üstlenen tek kaynaktır.

Kıymet Giray "Müstakil Ressamlar ve Heykeltraşlar Birliği" kitabında bu okulun önemine şöyle değinir:

Mekteb-i Sanayi-i Nefise-i Şahane; Osmanlı toplum yapısında değişimin simgesi olan kurumlardan birisi kuşkusuz en zor başarılanıdır... Çağdaşlaşmanın devlet tarafından örgütlenmesiyle ulaşılan bu başarı; geleneklerde, inançlarda topluma açık olarak yer almayan resim ve heykel sanatını öğrenime açar... (Giray, 1997, s. 9).

Türk tarihinin ilk Güzel Sanatlar Akademisi olması ve bu yönde sanatçı yetiştirmeyi hedeflemesi Türk çağdaş resim tarihi açısından önemlidir. Bu dönemde sanat eğitimi

verebilecek nitelikte eğitimci olmadığından Osman Hamdi'nin önerisiyle bu okulun ilk eğitim kadrosunu yabancı sanatçılar ve azınlıklardan oluşturur. Başlangıçta; resim, heykel, mimar ve gravür dersleri verilir. Öğrencilere bir yıl hazırlık dersleri verildikten sonra resim bölümü için beş yıl eğitim ön görülür. Ayrıca cumhuriyetin kurulmasından sonra 1928 yılında Namık İsmail'in müdürlüğü döneminde bu okulun ismi Güzel Sanatlar Akademisi olarak değiştirilir (Keser, 2009). Bu okuldan mezun olan sanatçı ve eğitimciler çağdaş Türk sanatının ilerlemesinde büyük bir paya sahiptir. Dahası Galatasaray sergileri (1916-1951) ve Osmanlı Ressamlar Cemiyetinin dışında sanat faaliyetlerinin olmadığı ve toplumda sanat bilinci oluşturmanın yetersizliğinden dolayı Sanayi-i Nefise Mektebi'nin varlığının yeni sanat derneklerinin ve sanat gruplarının kurulması sürecinin, İstanbul'dan Ankara'ya ve diğer büyük şehirlere etki etmesi değerli bir olaydır.

Cumhuriyet öncesi dönemini düşündüğümüzde bu yaşanan olaylar doğrultusunda gelişim sürecinin kolay olmadığını Nurullah Berk'in Sanayi-i Nefise Mektebinde yetişen Hikmet Onat'la olan görüşmesinde öğrencilik yıllarını anlattığı bir anekdotla kavramak mümkün:

Hocalarımız Salvatore Valery, Warnia Zarzecki idiler. Warnia değil ama, Valery iyi hocaydı, ondan çok faydalandık. Sanayi-i-Nefise Mektebinin bizim okuduğumuz yıllardaki durumuna gelince, o devirde resime çalışmanın çok zor bir iş olduğunu belirtmem gerek. Ne erkek ne kadın çıplak model yoktu, en çirkin erkek modeller bile soyunmak istemezlerdi. Çevre, resim ve heykel öğreten mektebimizi ahlaksızlık, dinsizlikle suçluyordu. Anlattılar ki biz yazılmadan önce birkaç yobaz mektebi basmış, heykelleri kırmış, antik kopyaların bellerine peştamal bağlamışlar. Böyle bir ortamda resim ve heykel yapmak istemenin zorluğunu anlarsınız. Modellerimiz birtakım sarıklı, sakallı, post bıyıklı hamallardı. Sadece portre ve büst yapabiliyorduk (Berk ve Özsegin, 1983).

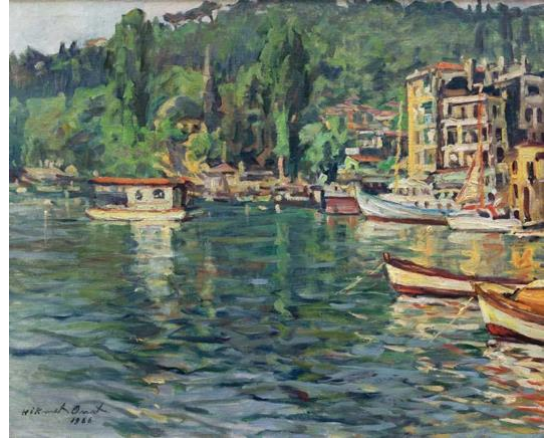
İkinci Meşrutiyet'in ilanıyla 1910 yılında Sanayi-i Nefise Mektebi öğrencileri arasından Paris'e gönderilmek üzere yarışmalar yapılmıştır. Resim dalında; Hikmet Onat, İbrahim Çallı ve Ruhi Arel kazanmıştır. Nazmi Ziya kendi imkanlarıyla; Hüseyin Avni Lifi, Osman Hamdi'nin tavsiyesiyle ve Feyhaman Duran, Abbas Halim Paşa'nın destekleriyle gitmiştir. 1914 yılında Birinci Dünya Savaşı'ndan dolayı geri dönmek zorunda kalmışlardır. Paris'te aldıkları dört yıllık eğitimin ardından döndüklerinde yaptıkları resimler daha çok Empresyonist (İzlenimcilik) akıma yakın özgün bir üslup geliştirdiler. Türk resim tarihine "1914 Kuşağı (Çallı Kuşağı)" veya "Türk İzlenimciler" olarak adlandırılmıştır

1914 Kuşağı sanatçıları, üstün yetenekli olağanüstü başarılarla donatılmış gençlerdir. Belirli bir görüntüyü, doğayı resmetme eğilimleriyle ortaya koydukları sanat anlayışı, onların "izlenimci" olarak adlandırılmasına neden olmuştur. Belki de Şeker Ahmet Paşa kuşağının klasik eğilimleriyle yaptıkları resimlerinden ayırmak için "izlenimciler" olarak adlandırıldı. Çünkü bu sanatçılar diğer kuşağın genellikle Batı sanatının klasik anlayışına bağlı figür, portre, natüremort gibi kompozisyonların aksine Batı'nın modernizm anlayışını benimsemiş ve İstanbul Boğazı, Haliç kıyıları gibi

manzaraları resmederek Türk resim tarihine yeni estetik değerler yerleştirmeye çalışmışlardır.



Şeker Ahmet Paşa. *Natiürmort*



Hikmet Onat, *Manzara*.

Asker kuşağı ressamaları, Batı resminin klasik anlayışının izlediği yolu ne kadar doğru izlediği veya Rönesans, Barok gibi akımların içerik bağlamında başarılı bir şekilde çalışmalarında entegre edebildiği tartışılır. Çünkü klasik Batı sanatının değişmez dünyayı sorgulamalarla oluşturdukları yeni obje yorumunu konu alıp resmettiler. 14 Kuşağı sanatçıların doğrudan Empresyonist anlayışa bağlı resimler yapmaları bu gerçekliği doğrudan kabul ettikleri görülür. Yani İzlenimcilik akımının yalnızca plastik değerlere başka bir deyişle biçime bağlı olarak renk ve ışık gibi kavramları çalışmalarında resmetmişlerdir. Dolayısıyla buna bağlı estetik bir görüş veya sanat felsefesi ortaya koyacak bir manifestoları yoktur. İsmail Tunalı, *Felsefe Işığında Modern Resim* kitabında klasik Batı sanatının modernizme geçişini şöyle tanımlar:

... gelenekse sanat, geometrik bir perspektive dayanan üç boyutlu, sağlam, değişmenin ötesinde bulunan bir dünyayı konu alarak alıyordu ve tuval üzerinde, bu üç boyutlu dünya, sağlam konturlar ve sağlam formlar içinde ifade ediyordu. Oysa, modern sanat, impresionizm, bu üç boyutlu dünyayı, iki boyutlu bir dünyaya geri götürdü ve bütün fenomenleri, objeleri, renk ve ışık görünüşleri ve bunların çeşitli bağlılıkları olarak açıkladı (Tunalı, 2013, s. 73).

Türk resim sanatının klasik sanatçıları üç boyutlu dünyayı resmeden resimler yaptılar, ancak 14 Kuşağı'nın bu üç boyutlu dünyayı resmeden resimlerine karşı bir tez geliştirip objeleri renk ve ışığın görünüşlerindeki duyumunu mu resmettiler yoksa Batı sanatında güncel olan sanat hareketini mi taklit ettiler? Türk sanatının belirli bir sanat anlayışı başka bir ifadeyle sanat manifestosu olmadığından dolayı 14 Kuşağı sanatçılarının, Batı sanatının güncel olan sanat hareketini taklit ettikleri açıktır.

14 Kuşağı dönemiyle eş zamanlı bir diğer gelişme, 1914 yılında kadınlara güzel sanatlar eğitimi vermek adına İnas Sanayi-i Nefise Mektebi'nin açılmasıdır. 1926 yılında

bu iki okul birleştirilmiştir. Ayrıca cumhuriyetin kurulması yolunda bazı özel girişimlerin olduğu da görülür. Bunlardan bazıları 1921 yılında Serbest Resim Atölyesi'dir. Osman Bey matbaasında ve İstanbul Türk Ocağı salonunda sergiler düzenlemişlerdir. Dahası 1923 yılında İstanbul valisi Ali Haydar Bey'in desteğiyle "Serbest Resim Atölyesi" kurulmuştur. Özel bir resim kursu niteliğinde kurulan bu atölyede gece ve gündüz eğitimi yapılmıştır. Atölyenin öğretim üyeleri ise Mehmet Ruhi, İbrahim Çallı ve Hikmet Onat'tan oluşmaktadır." (Giray, 1997, s. 267).

Her ne kadar özel sanat kuruluşları olsa da siyasi bir iktidar olarak sanatı daha çok devletin tekelinde olduğunu belirtir Louis Althusser. *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları* kitabında Althusser, Devletin İdeoloji Aygıtlarını tanımınlarken spor ve edebiyat kategorisine güzel sanatları da ekler ve sanat kültürü devletin aygıtı olarak kullanıldığını belirtir. Ama bu aygıtların belirli bir baskıyla değil ideolojiyle söz konusu olabildiğini söyler (Althusser, 2000). Buna bağlı olarak Nimet Keser'in *İktidarın Resmi Tek Partili Dönemi Türk Resmi* kitabında da Türk resim tarihinin Sultan II. Mehmet'ten tek partili döneme kadar sanatın belirli iktidarlar tarafından yönlendirilen yer yer bir propaganda aracı olarak kullanıldığından söz edilir. Özellikle ilerde değineceğimiz cumhuriyetin ilk yıllarında sanat eğitimi almaları için gönderilen öğrencilerin, Türkiye'ye döndüklerinde adını "La Societe des Artistes Independants"dan (Bağımsız Sanatçılar Birliği) alan Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği'nin amaçlarından birisi; devletten veya özel kuruluşlardan siparişler almaktır. Keser, bu amaca göre, birliğin "ortak sanatsal inanca ve anlayışa dayalı bir sanatçı topluluğu değil de mesleki dayanışma ve kuralları geliştirmeyi, sanatçının ekonomik çıkarını savunmayı amaçlayan bir birlik olduğu söylenebilir" ifadesini kullanır. (Keser, 2012, s. 16). Bu tanım amaca göre doğru olabilir, ancak birliğin sanatçıları, yaptıkları sanat etkinlikleri ve ortaya koydukları eserlerle bu tanıma sığdırmak doğru olmayabilir. Dolayısıyla Türk sanatı tarihinin gelişimine baktığımızda belirli bir aygıttan ziyade daha çok toplumun muasır medeniyete ulaşmasının hedeflendiğini ve Türk resminin modern sanat estetiğine ulaşması için atılan adımlar olduğunu görebiliriz. Özellikle Atatürk'ün cumhuriyetin onuncu yıl söylevinde "Millî kültürümüzü muasır medeniyet seviyesinin üstüne çıkaracağız" (Atatürk, 1933, s. 1) ifadesi geride kalmış bir toplumu yükseltmek olduğu açıktır. Ziya Gökalp'in de ifade ettiği gibi milli kültür, ulusal kimliğin bir koşulu ve toplumsal ilerlemenin bir gereğidir (Gökalp, 2013). Bundan dolayı bir ideolojik aygıttan veya belirli bir iktidar propagandasından ziyade bir ulusun yükselmesi için Cumhuriyet Dönemi sanatçıları desteklenmiş ve buna bağlı olarak sanat programları yapmışlardır.

Bunlara ek olarak, 1914 yılından cumhuriyetin ilanına kadar olan süreçte Atatürk yüzyıllardır yasaklanan resim konusunda değerli söylemlerde de bulunmuştur. Özellikle Bursa'da halka hitap ederken çağdaşlaşma yolunda sanata verdiği değeri şu sözleriyle dile getirir:

...Milletimiz din ve dil gibi kuvvetli iki fazilete maliktir. Bu faziletleri hiçbir kuvvet, milletimizin kalp ve vicdanından çekip alamamıştır ve alamaz. İnsanlar müttekâmil olmak için bazı şeylere muhtaçtır. Bir millet ki resim yapmaz, bir millet ki heykel yapmaz, bir millet ki fennin icap ettirdiği şeyleri yapmaz; itiraf etmeli ki o milletin tariki terakkide (ilerleme yolunda) yeri yoktur. Halbuki bizim milletimiz, evsafi hakikiyesile mütemeddin ve müterakki olmaya layıktır ve olacaktır... (Atatürk, 1959, s. 71).

Atatürk'ün sanata ve sanatçıya değer vermesi cumhuriyetin ilanıyla çağdaş resmin ilerleyişini kolaylaştıracak ve çağdaş medeniyetler düzeyine erişecektir. Özellikle cumhuriyetin kurulmasıyla beraber yurt dışına gönderilen Sanayi-i Nefise Mektebi öğrencileri döndüklerinde Müstakil Ressamlar ve Heykeltraşlar Birliğini kuracak ve bu birlik sonraki akademik eğilimlerin kaynağı olacaktır (Tansuğ, 1993).

1914 Kuşluğu'nun ardından bir diğer önemli gelişme 1924 yılında devlet programı çerçevesinde Avrupa'ya bir grup öğrencinin gönderilmesidir. Bu genç öğrenciler dört yıllık eğitimlerinin ardından ülkeye döndüklerinde Müstakil Ressamlar ve Heykeltraşlar Birliği adı altında bir araya gelirler. Türkiye Cumhuriyeti'nin çağdaş Türk resim tarihinin temel yapısını oluşturan Müstakil Ressamlar ve Heykeltraşlar Birliği, Cumhuriyet Dönemi'nin en önemli sanatsal gelişmesi olarak kabul edilir.

Müstakil Ressamlar ve Heykeltraşlar Birliği'nin 1923 yılında temelleri atılır. 1923 yılında Avrupa'ya, Türkiye'nin çağdaşlaşma sürecini hızlandırmak için sanat eğitimi almak üzere öğrenciler gönderilir. 1928 yılında Paris ve Almanya'da sanat eğitimlerini tamamlayarak dönen on beşe yakın resim ve heykel öğrencisinin girişimiyle 1929 yılında Müstakil Ressamlar ve Heykeltraşlar Birliği kurulur. Birliğin kuruluş dönemine bakıldığında sanatın yurtda yaygınlaşması ve Anadolu'da kâr gütmekten yurt sergilerinin düzenlenmesi yurttaki bireylerin sanatı anlaması adına büyük bir yere sahiptir. Resim ve heykel öğrencilerinden oluşan bu genç sanatçılar başta Zonguldak, Bursa ve İzmir olmak üzere yurt genelinde sergiler açmıştır. Sergi boyunca halkı sanat konusunda bilinçlendirmek için sanat üzerine söyleşiler ve konferanslar düzenlediler (Keser, 2009). Amaçları halka resim ve heykel sanatını tanıtmak, toplumu bu anlamda muasır medeniyetler seviyesine yükseltmek ve aralarından yetenekli olan gençleri bu konuda aydınlatmaktır.

Bu birliğin sanatçıları, Sanayi-i Nefise Mektebi Âlisinin hocaları olan Salvatore Valeri ve Warnia Zarzecki hocaların yerine atanan ilk Türk akademisyenleri olmuştur. Buldukları döneme bakıldığında Osmanlı'nın yıkılmasının ardından başlayan Kurtuluş Savaşı ve büyük bir zaferle kurulan cumhuriyet yılları göz önüne alındığında, edindikleri büyük sorumluluğun farkında olduklarını söyleyebiliriz. Nitekim bu sanatçılar dönemi iyi okuyup analiz ettiklerinden dolayı değişen siyasi gücü ve kültürel gelişmeleri takip edip bu yönde çalışmalar üretmişlerdir. Türkiye'nin yeniden inşasında Avrupa'da gördükleri 600 yıllık sanatı, birçok sanat kuramları ve sanat akımlarıyla edindikleri teknik ve üslup bilgilerini aktarmaları onlar için kolay olmamıştır. Çünkü sanata ilgi duyan küçük bir

kesim İstanbul sınırları içerisindedir. İstanbul dışında kalan illerde yağlıboya tuvale dair herhangi bir bilginin varlığından bile haberleri yoktur. Dolayısıyla hem sanat çalışmalarını yapabilecekleri bir ortamın sınırlılığı hem de bireysel sanat çalışmalarını yapabilecekleri ortamı bulamamaları, onların zor bir süreçten geçmelerine neden olmuştur. Ancak bu zorluk açtıkları sergilerle Türk çağdaş sanatının ilk örneklerini oluşturmaları açısından değerlidir (Giray, 1988).

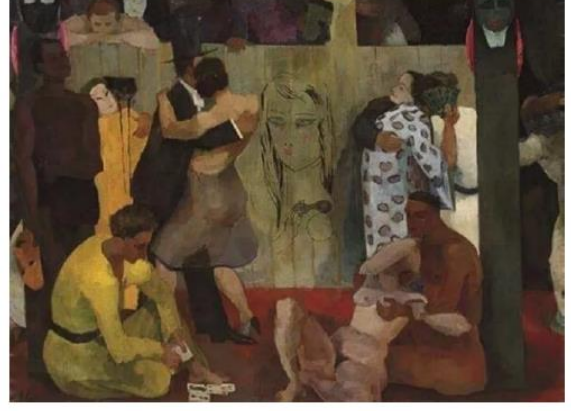
Müstakil Ressamlar ve Heykeltraşlar Birliği ilk sergilerini Ankara'da Etnografya Müzesinde, ikinci sergilerini İstanbul'da, Çağaloğlu'ndaki Türk Ocağında açtılar (Berk ve Gezer, 1973). Bu birliğin üyelerine bakıldığında grubun tek kadın sanatçısı ve ilk Türk kadın ressamı olarak da kabul edilen Hale Asaf'tır. Müstakil Ressamlar ve Heykeltraşlar Birliği ressamlarının Avrupa'da sanat eğitimi alan hocalarına baktığımızda; Hale Asaf, Berlin'de Prof. Von Arthur Kampf'ın atölyesinde; Mahmut Cuda ve Cevat Dereli, Paris'te Lucien Simon'un atölyesinde; Refik Ekipman, Muhittin Sebati, Ali Karsan Paris'te Jean Pierre Laurens'in resim ve heykel atölyelerinde ve son olarak Türk ekspresyonist anlayışın ilk temsilcisi olarak kabul edilen Ali Avni Çelebi ve Zeki Kocamemi Münih'te Hans Hofmann'ın atölyesinde sanat eğitimi almışlardır. Bu grubun temsilcileri Avrupa'da farklı hocalardan ders aldıklarından dolayı resimleri farklı anlayışlara sahiptir. Örneğin Mahmut Cuda ve Şeref Akdik realizm; Hale Asaf ve Muhiddin Sebati romantizm, Refik Ekipman kübizm; Ali Avni Çelebi ve Zeki Kocamemi konstrüktivizm ve ekspresyonizm akımlarına yönelik çalışmalar üretmişlerdir (Berk ve Gezer, 1973). Bu sanatçıların müstakiller adını almalarının nedeni sanatçıların Avrupa'da gördükleri farklı teknik ve üslup anlayışları doğrultusunda ortaya koydukları sanat anlayışlarını desteklemek ve sanatçı olarak bu anlayışlarını korumak olmuştur (Giray, 1988).

Kıymet Giray'a göre bu birlik Türk çağdaş resim tarihinin başlangıcıdır. Dikkatleri özellikle Hans Hoffman'ın atölyesinde sanat eğitimi alan Ali Avni Çelebi'nin üzerine çeker. Giray, bu sanatçının Münih'ten Türkiye'ye dönüşünü, Türk resim tarihinin modernizminin başlangıcı olarak tanımlar. Giray, bir panel konuşmasında "cumhuriyetin bu gelişme politikasında çağdaş devletler düzeyine erişmek sanatlaydı, muasır medeniyetler düzeyine erişmek buydu ve gerçekten de ilk defa Türkiye'de bir sanat hareketi nedir? Onun içindeki manifestoları nelerdir? Neler anlatır? Bu tartışılmaya başlandı" İfadesine yer verilmiştir (Giray, 2020). Bu tartışmaların başlamasının en büyük nedeni Ali Avni'nin Türkiye'ye döndükten sonra Galatasaray sergilerinde sergilediği resimlerdir ve bu resimler sergilerde herkesin dikkatini üzerine çekmesiyle olay yaratır. Çelebi'nin çağdaş bir anlatımcı olduğunu gösteren bu resimler; maskeli balo, vitrin, kelebek yakalayanlar, uçurtma uçuranlar, ip atlayanlar, balerinler, yarışan, balonlular gibi resimleri şu ana kadar resmedilen empresyonist resimlerin aksine farklı kompozisyonlarla oluşturulmuş figüratif resimlerindeki hız kavramının coşku uyandıran güçlü renk ve lekeleriyle hareketli resimlerden oluşmaktadır. Dahası Türk resim anlayışına önemli

farklılıklar getiren modern Avrupa resminin biçim anlayışını Türk sanatına kübist ve konstrüktivist karışımı bir üslupla entegre eder.



Ali Avni Çelebi, *Kelebek Yakalayanlar*, 1904, Tuval üzerine yağlı boya, 133x160 cm, Ankara Resim ve Heykel Müzesi.



Ali Avni Çelebi, *Maskeli Balo*, 1928, Tuval üzerine yağlı boya, 139x187 cm. İstanbul Resim ve Heykel Müzesi

Bu resimlerden biri “Kelebek Yakalayanlar”dır. Hofmann’ın atölyesinde öğrendiği estetik değerlerin tümünü kapsayan kübist ve dışavurumcu anlayışıyla Türk sanatının modernizmin başyapıtları arasında yer alacak bir eser olması bakımından önemlidir. Eserde hem kübist formların hem de dışavurumcu renk anlayışının sentezini büyük bir ustalıklarla kullandığı görülmektedir. Plastik değeri çok güçlü ve dengeli bir kompozisyona sahip bir eser olması kavramsal anlamını güçlendirir (Giray, 2008). Eserin ortasında kelebeği yakalamaya çalışan bir figürün hareketi göze çarpar. Bu figür, seyirciyi de o hızın içine dahil ettiğine dair bir izlenimi ve eserin sol tarafına doğru bir hareketin varlığına dair bir kavrayışı yakalarız. Çelebi, bu sola yönelik harekete karşılık eserin sol alta yerleştirdiği üçgen formlarla resmin dengesini sağlar. “Kelebek Yakalayanlar” eseri figüratif ekspresyonizmin Türk resim sanatında yaşanan yenileşme ve çağdaşlaşma sürecini gösteren önemli bir başyapıttır.

Bir diğer eser “Maskeli Balo” dur. Bu eser, bu zamana kadar görülmemiş bir anlayışa ve tekniğe dayanır ve Türk resim tarihinde hem konu seçimi hem de kompozisyon kurgusuyla benzersiz bir anlatıma sahiptir. Çelebi, bu eseri sıkıntılı dönemi olan Konya’da resim öğretmenliği sırasında yapmıştır. Bu eserle beraber *Pedikürcü*, *Yorgan* ve *Kırda Dinlenen Kadınlar* adlı eserleri Konya yıllarında resmettiği önemli eserleri arasındadır (Giray, 2008). Maskeli Balo, Türk resim tarihine yeni bir boyut kazandırır. Dönemin toplumsal değerleri göz önüne alındığında resimdeki figürlerin, bir eğlence mekânında açık seçik şekilde betimlenmiş ve çarpıcı bir gerçekliği gözler önüne serer. Bu eğlence yeri, tipik bir eğlence yerinden ziyade, bir bar ortamını gösterir. Sanatçı, resimde cinsel göstergelerin olduğu ve batıl inanışların yer aldığı imgeleri yerleştirerek

eleştirel bir tavır sergilemiş olur. Bu cinsel öge resmin sol altta yer alan erkek ve kadın figürünün eğlence mekânında çıplak bir şekilde ilişki yaşadığı görülür. Kültürel bağlamda bunun uygun olmadığını ancak Çelebi, bu resimde doğal bir olay olduğunu gösterir. Dahası bu resimle beraber sergideki diğer sanatçıların resimleri daha önce yapılmış olan empresyonist resimlere yönelik bir karşı sav geliştirir. Gerek içerik gerek biçim anlayışını geliştiren Müstakiller yeni bir dönemin kapılarını açmışlardır.

Cevat Dereli, Cemal Tollu, Zeki Faik İzer ve D Grubu'nun içinde yer alan Nurullah Berk'in resimlerinde yeni arayışlar ortaya çıkmış hem plastik üslup alanında hem de kavramsal anlamda sorgulamaların girmelerine neden olmuştur. Giray'a göre bu sorgulamalar Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği ve D Grubu sanatçıları arasında Türk resim sanatında yeni bir çığır açtığını görmek mümkün. Bu yeni bir yolu başlatmak o kadar önemlidir ki "Artık Türk resmi kendini Avrupa'ya uyarlı çağdaş medeniyetler doğrultusunda gelişen sanat hareketlerinin içinde bir yer aramaya ve kimlik göstermeye başlayacaktır." (Giray, 2020).

Sanat tarihçisi Nikolaus Pevsner'in bir sanatçının sanat grubundan ziyade kendi kişiliğinin yaratıcı üslup ve yeniliğini şu sözlerle özetler: "Bir sanat tarihinin üslupta değişimlerle değil, sanatçı ve çevresi arasında ilişkilerdeki değişimlerle düşünülmesi gerektiğini şimdi anlıyorum" (Pevsner, Akt. Heinich, 2013, s. 39). Pevsner'in tanımı müstakillerin içinde bulunan Ali Avni Çelebi ve Zeki Kocamemi'nin grubun içinde bulunan sanatçıların çok üstünde resimler yapması, yeni bir kimlik yaratması bu söze doğrudan karşılık gelebilir. Aslında bu sanatçılar Batı sanatını taklit ederek resimler yapmış gibi görülebilir, açıkça belirtmek gerekirse Çelebi ve Kocamemi'yi onlardan ayıran, bulunduğu sanat hareketine tanıklık etmesi ve bu anlayışa bağlı daha yapısalcı ilkelerle, bir resim estetiğiyle yaratmalarınıdır. Bu resimlere taklit demek elbette yanlış olacaktır. Ayrıca bu resimler ulusal kimliğin ötesinde evrensel bir boyutta yani dünya resim sanatı tarihi açısından irdelenebilecek düzeyde olduğu fikri üzerinde durulması daha doğru olacaktır.

Elif Destarlı, Türk resminin batı resmini taklit ederek modernleşme sürecine girdiğini şöyle ifade eder:

... Eğer Türkiye'de de modern sanatın tıpkı Batı'daki gibi bir paradigma değişiminin sonucu ya da daha doğru ifadeyle eşlikçisi olduğunu görürsek, Osmanlı-Türk Batılılaşma-modernleşme tarihinde modern olanın bir sonuç değil adeta sürecin, değişimin kendisi olduğunu anlayabiliriz (Destarlı, 2021, s. 28)

Ayrıca Destarlı, Sanayi-i Nefise Mektebi'nin çağının çok ilerisinde olduğunu belirtir ve Türk sanatçıların Batı tarzıyla resminin yaptıklarından dolayı modern kabul edildiklerini söyler. Bundan dolayı Türk resmin çağdaşlaşması belirli bir tarihten ziyade bir sürecin kendisidir. Ancak Çelebi ve Kocamemi'nin resimleri doğrudan doğruya Batıyı taklit eden resimler değildir. Çünkü Münih yıllarında eskiyi taklit etmemiş yeni bir gerçekliği başka bir deyişle yeni bir sanat hareketinin içinde kendilerini bulurlar. Bu

dönemin gerçekliğine bire bir tanıklık ederek resimler yaptıklarından dolayı yeni bir imgenin yaratıcısı olmaları, Türk resminin çağdaşlaşması yolunda önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilebilir.

Ömer Uluç'un *Resimle Felsefenin Bakışması* yazısında estetik bir bakışla resmi tanımlamasıyla Ali Avni Çelebi'nin *Kelebek Yakalayanlar* ve *Maskeli Balo* resimleriyle bir ilişki kurulabilir.

“Sıradan estetik, resmi de, bir tat alma sorununa, yalınkat bir beğeni konusuna dönüştürür. Resme uyumdan, hoşluktan, sığ ve kişiliksiz beğeniden daha uzak ne var! Yaratıcı resim, resmi beğeni (sağbeğeni diyebiliriz) ve donmuş ustalık sorunu olarak ele alan akademizmden olduğu gibi bunun tam karşısından, yani resim olmayan işaretler toplamından da aynı uzaklıktadır; dışındadır bunların” (Uluç, 2009, s. 1)

Bazı eleştirmenlerin Ali Avni Çelebi ve Zeki Kocamemi'nin resimlerini, Cumhuriyet Dönemi'ne kadar yapılan resimlerin genel olarak Batı'yı taklit eden resimlerin dışında tutmaları tesadüfi değildir. Özellikle Ali Avni Çelebi'nin resimlerinde sıklıkla kullandığı hız kavramı dönemin sinema sanatındaki hareket olgusunu gösteren önemli bir imgedir. Çelebi'nin çalışmaları toplumsal olaylara estetik bir tavırla yaklaştığı *Maskeli Balo* ve hız kavramını açık bir şekilde işlediği *Kelebek Yakalayanlar* isimli resimleri Türk resim sanatının çağdaşlaştığını gösteren başyapıtlar arasındadır. Dolayısıyla denilebilir ki Çelebi, estetik salt bir beğeni, kullandığı renk ilişkileri ve nesnelere birbirleriyle olan uyum ilişkisi, yeni bir kimlik oluşturması için figürlerin fütürist bir yaklaşımla kazandırdığı hız kavramı ve estetik unsurları ustaca kullanan toplumsal sorunları önceleyen bir sanatçıdır.

Kaya Özsezgin, resimde cumhuriyetin ilk on yılındaki gelişmelerinin, özellikle Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliğinin önemli temsilcileri Ali Avni Çelebi ve Zeki Kocamemi üzerinden amacını şöyle tanımlar:

Oysa amaç, bütünüyle özgün ve dinamik bir yolun olanaklarını araştırmak, yaşamın içinden resme yönelmekti. İzlenimci paletle oluşturulan İstanbul manzaraları, bu amaç için yeterli değildi. Ali Avni Çelebi ve Zeki Kocamemi'nin Münih'den dönüşte getirdikleri yeni eğilim, o zamana kadar renk sorunlarının oluşturduğu bir merkez çevresinde dönen sanat ortamına yeni bir hava kazandırmış ve bu eğilim ressamlar arasında ilgiyle karşılanmıştı. Çelebi ve Kocamemi, Avrupa'da 1907-1914 yılları arasında yaygınlaşan geometrik ve hacimsel biçim anlayışını, yöresel bir beğeniye uygun düşecek çözümler içinde geliştiriyorlar, sağlam kuruluşa ve yapısal bütünlüğe dayanan bu çözümü, 1930'larda bir bölük ressama esin kaynağı oluşturacak etkinlik düzeyine götürüyorlardı. Türk resim için yeni ve denenmemiş bir aşamaydı bu. Ama bir bakıma asıl sorun bundan sonra başlıyordu: Boşluk içinde yer alan nesnelere diri görüntüsü, hangi yöresel malzemelere eşlik edecek ve bir ressamı ötekenden ayıracak yorum zenginliği, bu ortak anlayıştan nasıl kaynaklanacaktır. (Özsezgin, 1980, s. 7).

Ali Avni Çelebi ve Zeki Kocamemi'nin resimleri tutarlı üsluplarıyla Türk çağdaş resmin ilerleyişinde önemli rol oynarlar. Ancak her iki sanatçı bu süreçlerinde büyük zorluklar yaşamış, gereken devlet desteğinin eksikliğini ve özel kuruluşların ilgisiz

durumları ilerleyişlerini aksatmıştır. Özellikle Hale Asaf ve Muhittin Sebati'nin erken ölümleri, birliğin dağılmasına neden olmuştur ve sanatçıların aralarında oluşan anlaşmazlıklar birliğin dağılmasını tetiklemiştir (Tansuğ, 1993).

Bu dağılmaların ardından 1933 yılının temmuz ayında, içlerinde Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği sanatçılarının da olduğu Nurullah Berk, Cemal Tollu, Zeki Faik İzer, Abidin Dino, Elif Naci ve Zühtü Müridoğlu “D Grubu” adını verdikleri yeni bir sanat birliği kurarlar. Gruba “D” adını vermelerinin nedeni, daha önce kurulan Osmanlı Ressamlar Cemiyeti, Sanayi-i Nefise Birliği ve Müstakil Ressamlar ve Heykeltraşlar Birliğinden sonra kurulan dördüncü birlik olmaları ve alfabede dördüncü harfe denk gelmeleridir. Grubun ilk sergisini Beyoğlu'ndaki Narmanlı Yurdu'nun zemininde yer alan Mimoza isimli şapkacı dükkanında açarlar. Bunun yanı sıra yurt dışı ve yurt içi sergileriyle 1950'lere kadar varlık gösterirler.

D grubun teorisini Nurullah Berk üstlenmiş ve hedefledikleri amaç akademik resim anlayışı yerine yerel halkın problemleri üzerine olmuştur. Özellikle D grubu sanatçılarının değindikleri konular günlük yaşamdan kareler olduğunu, uluslararası çapta sanatçı olmak için yerel unsurların resmedilmesiyle mümkün olabileceğini söylerler. “Bu sanatçılara göre, uluslararası büyük sanatçılar yetiştirebilmek demek ‘kendi sanatımıza’ ulusal nitelik verebilmek, gelenekten yararlanabilmekle mümkündür.” (Keser, 2009, s. 95). Bu amaç hem uluslararası bir nitelik kazanmak hem de halkı sanata yaklaştırmak olarak görülebilir. Dahası D grubu sanatçıların sanatsal anlayışları daha çok Müstakil Ressamlar ve Heykeltraşlar Birliğinin devamı niteliğinde kübist ve konstrüktivist anlayışı devam ettirmekle beraber sağlam bir desen anlayışı ve renk temelli bir kompozisyon geliştirmek olmuştur.



Nurullah Berk, Ütü Yapan Kadın, 1950, Tuval üzerine yağlı boya, 60 x 91,5 cm. İstanbul Resim ve Heykel Müzesi.

Nurullah Berk'e göre Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği'nin istediği başarıyı sağlayamadığını; bunu, D grubunun başardığını söyler:

Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği Galatasaray sergileri geleneğine yeni bir hava katmakla beraber aydın çevrelerin beklediği devrimi başarmak gücünü gösterememişti. Bu gücü, 1933-34 yıllarında "D Grubu" adı altında birleşecek yeni bir topluluk gösterecek, Türk resim ve heykeltıraşlık dünyasında taze bir çağın açılışını sağlayacaktı (Berk, 1972).

Türk resim sanatının kültürel motif ve imgelerle uluslararası bir nitelik kazanma durumu, estetik açıdan doğru bir sav olmayabilir. Avşar Timuçin'e göre "sanatın toplumsal-tarihsel oluşumlardan, kültürün öbür alanlarındaki gelişimlerden bağımsız kalabileceğini de düşünemiyoruz" (Timuçin, 2009, s. 37). Nitekim D grubu sanatçıların da uluslararası düzeye ulaşmanın sadece ulusal konularla mümkün olduğunu düşünmelerinden dolayı başarısız oldukları söylenebilir. Sezer Tansuğ da bu başarısızlığı, modernleşme süreci bağlamında yeteri kadar ilgi göremediğini, özgün bir dile ulaşamadığını ve eksik yanlarının olduğunu şöyle eleştirir:

"Doğrusu aranırsa İstanbul'daki Resim-Heykel Müzesinin hayli köhne bir manzara arz eden teşhir ve koleksiyon donukluğu dışında ne Çallı Kuşağı ne daha eskiler ne de Müstakiller ve D Grubu sanatçıları zayıf bir ilgi hedefi olmayı aşamadılar. Uzun bir süre bu böyleydi. Eğer değişip gelişen olguların çağdaş tarihi içindeki öncülerine ilgi duyan bir bilince de sahip değilseniz, ilginizi yoğunlaştırabilme olanağımızda yoktur." (Tansuğ, 1995, s. 56).

Tansuğ, çağdaş Türk sanatının 1950 ve 1960'lardan sonra özellikle 1980'lerde tam olarak yerleştiğini ve böylece özgün bir dile kavuştuğunu ifade eder. Bu özgün dilin oluşma nedenlerini Sezer Tansuğ şöyle sıralar:

Sosyo-ekonomik yapının liberalleşme çabalarına paralel olarak sanatsal davranışlar ve üslup değerlerinin bireysel özellikler kazanması.

Resimsel temaların seçiminde sanatçının iç dünyaları ve kişisel yaşantılarına ilişkin gerçekleri ön plana almaları. Dıştaki doğal ve toplumsal çevrenin resim diline aktarılmasına öznel yorum haklarının serbestçe kullanılmaya başlanması.

Sanayileşme ve kentleşme sürecinin hız kazanışına paralel olarak kentsel temaların kırsal temalara tercih edilmesi. Düzensiz kentleşme ve nüfus yoğunlaşmasının getirdiği sosyo-ekonomik ve kültürel sorunlara karşı genişleyen ilgiler...

Batı'daki sanat ve düşünce akımlarının daha hızlı bir tempoyla izlenmesinde yeni zorunlulukların ortaya çıkması (Tansuğ, 1995).

Buna benzer birçok neden sıralanabilir. Tansuğ, 1950'lere kadar yapılan tüm sanatsal etkinliklerin bu çabaya tam anlamıyla ulaşamadığını sadece hazırlık deneylerinden geçmiş ama kurumsallaşmadığını belirtir. Kurumsallaşmasının ve temelini oluşturmasının Sanat Tarihi Enstitüsünün kurulmasıyla olduğunu dile getirir (Tansuğ, 1995). Nitekim kurumsallaşması ve akademik bir kaynağa ulaşması Türk resim sanatının estetik bir tavır ortaya koyması açısından değerlidir. Şunu da belirtmek gerekir ki her ne kadar cumhuriyet sonrası kurulan Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği ve D grubu yeterince desteklenmemiş olsa da Ali Avni Çelebi, Zeki Kocamemi, Nurullah Berk gibi önemli Müstakil ressamın özgün sanat üsluplarının çağdaş Türk sanatına büyük eserler kazandırdığını Ankara Resim Heykel Müzesinde görmek mümkün. Dahası dönemin sanat yazarları Nurullah Berk ve Ahmet Hamdi Tanpınar'ın yazılarına bakıldığında çağdaş Türk resim sanatının estetik bir değer oluşundan ve özgün bir sentezin varlığından söz ettikleri görülür. Özellikle Elif Naci'nin *Ülkü* dergisinde Müstakiller ve D Grubu hareketinin büyük bir başarı kazandığını, 1914 Kuşağı ressamlarıyla beraber Müstakiller ve D Grubu ressamlarının çağdaş Türk resim sanatının estetik bir dil oluşturduğunu, dolayısıyla 1923 yılında cumhuriyetin kurulmasıyla Türk plastik sanatların rönesansı olduğunu ifade eder (Naci, 1938).

SONUÇ

Türk resim tarihine genel olarak bakıldığında cumhuriyetin kurulmasına kadar olan süreçte Türk resminin çağdaşlaşması adına bazı adımları gördük. Özellikle Osman Hamdi Bey'in girişimleriyle açılan Sanayi Nefise Mektebi'nin yurt dışına gönderilen öğrencilerin, Batı'da aldıkları sanat eğitimleriyle ülkelerinde önemli sanat girişimleri ve resimde yeni üslup denemeleri olmuştur. Avrupa'da önemli hocalardan aldıkları sanat eğitimleriyle ülkelerinde önemli sanat hareketi oluştururlar. Ancak bunların sadece plastik anlamda kaldığını, estetik bir tavır olarak manifesto boyutuna ulaşmadığını, yetersiz aydın ve uzman kişilerin çok az sayıda olmasından belirli bir çizgi oluşturamaz.

Bu sanat hareketlerinden ilki Türk resim tarihinde “izlenimciler” olarak isimlendirilen 1914 Kuşağı, Çallı Kuşağı’dır. Bir diğer önemli sanat hareketi 1929 yılında kurulan Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği’dir. Bu birliğin önemli temsilcilerinden Ali Avni Çelebi ve Zeki Kocamemi’nin Hofmann’dan aldıkları sanat eğitimleriyle Türk resim tarihinin çağdaşlaşmasında önemli adımlarını görürüz. Özellikle Çelebi’nin dışavurumcu anlayışıyla ve kübist formlarla resimlerinde teknik ve konu bakımından yenilikler kazandırması, Türk resim sanatını daha ileriye taşıyan önemli bir unsurdur. Bu resimler Çelebi’nin resimlerinde kullandığı imgeler Türk resim sanatının çağdaşlaşmaya ve entelektüel bir girişime neden olur. Çelebi’nin Avrupa’da eğitim aldığı dönemlerde içinde bulunduğu sanat hareketin gerçekliğine doğrudan tanıklık etmesi ve hocası Hofmann’ın yeni bir estetik boyutu içinde olması Çelebi’yi daha zengin bir kişilik haline getirir. Kıymet Giray’ın katıldığı bir konferansında, “İkinci Dünya Savaşı dolaylarında Hofmann, savaş nedeniyle Amerika’ya gidecektir. Ancak gitmeden önce Çelebi’yle beraber gitmek için ona davet gönderir, Çelebi bu teklifi belirli nedenlerden dolayı kabul edemez. Giray, eğer Çelebi, Amerika’ya gitseydi Hofmann’dan daha nitelikli bir konumda ve uluslararası çapta tanınan bir sanatçı olarak söz ederdik” diye belirtmiştir.

Ayrıca Müstakiller diğer sanat hareketlerinin gelişmelerini hızlandırır ve cumhuriyetin resim tarihinin çağdaş dönemini başlatır. Bu gelişmeleri takip eden sanat hareketleri; 1933 yılında D Grubu, 1941 yılında Yeniler Grubu ve 1947 yılında Onlar Grubu’dur. 1950’ye kadarki süreçte toplumun resim sanatı bilinci oluşabilmesi adına devletin sanata olan desteği görülür, bu yıldan sonra sanat bilincinin tartışıldığı ve daha düşünsel bir sürece girdiği dönem olur. Bu dönemde sanatçılar, Türk resminde soyut eğilimlerin başlamasıyla beraber Amerika’da etkili olan sanat akımlarını takip etmeye de başlarlar. Özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra aydın ve sanatçılar arasında oluşan birliktelik, onların daha bilimsel nedenlerle sorgulamalarına ve fikir rolünün oluşmasına neden olur. Bu birliktelik, teknolojinin gelişmesiyle beraber Batı’nın daha yakından takip edilmesine olanak sağlar. Dolayısıyla dünya çapında teknolojinin gelişmesi ve sanatlar arası yaklaşımın hız kazanmasından dolayı eş zamanlı olarak sanatçıların çalışmalarında ve eleştirmenlerin sanat üzerine düşünceleri evrensel bir boyut kazanır.

Kaynakça

- Althusser, L. (2000). *İdeoloji Ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. İstanbul: İletişim Yayınları, Çev. Yusuf Alp-Mahmut Özışık.
- Aksüğü, İ. (1984). Osman Hamdi’ye Çağının Zihniyeti ve Estetik Değerleri Açısından Eleştirel Bir Bakış. *Yeni Boyut Plastik Sanatlar Dergisi*(21), 6-14.
- Atatürk, M. K. (1933). 10. Yıl Nutku, <https://www.ktb.gov.tr/TR-96294/10-yil-nutku.html>, (Erişim: 25 Mayıs 2020).

- Atatürk, M. K. (1959). *Atatürk'ün söylev ve demeçleri: 1906-1938*. Ankara: Türk tarih kurumu basımevi.
- Berk, N. (1972). *İstanbul Resim ve Heykel Müzesi*, İstanbul: Akbank Yayını.
- Berk, N. ve Gezer H. (1983). *50 Yılın Türk Resim ve Heykeli*, Ankara: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Berk, N. ve Özsezgin, K. (1983). *Cumhuriyet Dönemi Türk Resmi*, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Burke, P. (2003). *Tarihin Görgü Tanıkları*. (Çev.Z. Yelçe), İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Cezar, M. (2009). *Sanatta Batı'ya Açılış ve Osman Hamdi*. İstanbul: Erol Kerim Aksoy Kültür Eğitim Spor Yayınevi.
- Destarlı, E. (2021). *Yan Kapıdan Girenler; Modern Türk Resminin Analizi*, İstanbul: Hayalperest Yayınları.
- Erinç, S. M. (2016). *Resmin Eleştirisi Üzerine*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Giray K. (2020). Beyaz Tuval 107. Bölüm Kıymet Giray, https://www.youtube.com/watch?v=_rjeGaTRP90 (Erişim: 30 Ocak 2020).
- Giray K. (2020). Prof. Dr. Kıymet Giray | Bizim Resmimiz | 21. Bölüm, <https://www.trt2.com.tr/sanat/bizim-resmimiz/prof-dr-kiymet-giray-or-bizim-resmimiz-or-21-bolum-1039082> (Erişim: 25 Şubat 2020).
- Giray, K., (1988), *Müstakil Ressamlar ve Heykeltraşlar Birliği*, Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi.
- Giray, K., (1997), *Müstakil Ressamlar ve Heykeltraşlar Birliği*, İstanbul: Akbank Kültür ve Sanat Kitapları: 64.
- Giray, K. (2003). Resim Heykel Sanatımızın Gelişim Çizgisinde Sanat Ortamı ve Pazar Sorunu. *Türkiye'de Sanat*(98), 28-32.
- Giray, K. (2008). *Ali Avni Çelebi*, İstanbul: Beltaş A. Ş. Sanat Yayınları: 5.
- Gökalp, Z. (2013). *Hars ve medeniyet*. İstanbul: Bilgeoğuz Yayınları.
- Güvemli, Z. (1975), Şeker Ahmet Paşa, *Türkiyemiz Dergisi*(16), Ak Yayınları, 38-43
- Keser, N. (2009). *Sanat Sözlüğü*. Ankara: Ütopya Yayınevi
- Keser, N. (2012). *İktidarın Resmi Tek Partili Dönemi Türk Resmi*, Adana: Karahan Kitapevi.
- Naci, E. (1938). 1923'ten 1938'e Kadar Türkiye'de Plastik Sanat, *Ülkü Halkevleri Dergisi*(69), 245-148.
- Özsezgin, K. (1980). *Sanat Üzerine Yazılar*, İstanbul: Cumalı Sanat Galerisi Yayınları.

- Tansuğ, S. (1993). *Çağdaş Türk Sanatı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Tansuğ, S. (1995). *Türk Resminde Yeni Dönem*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Timuçin, A. (2009). *Sorularla Estetik Elkitabı*. İstanbul: Bulut Yayın.
- Tunalı, İ. (2013). *Felsefe Işığında Modern Resim*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Uluç, Ö. (2009). Resimle Felsefenin Bakışması,
<https://dusundurensozler.blogspot.com/2009/03/resimle-felsefenin-bakismasi.html> (Erişim: 16 Haziran 2023)

ISSN: 2757-6000

Murat UZUN

Malatya Turgut Özal Üniversitesi

murat@bilhos.com, Orcid: 0000-0002-3950-739X

Dr. Öğr. Üyesi Elvan Tekin

Fırat Üniversitesi

elvankanmaz@gmail.com, Orcid: 0000-0002-6608-6156

CHROMA KEY & GREEN SCREEN EFEKTLERİNİN TV HABER BÜLTENLERİNDE KULLANIMI ÜZERİNE ELEŞTİREL BİR İNCELEME

ÖZET

İnsanlığın seyrini değiştiren kitle iletişim araçları içerisinde televizyonun önemli ve özel bir yere sahip olduğunu ifade etmek gerekir. Öncü olan radyo gibi televizyonun da temelinde haberleşme kavramının kilit rol oynadığını görülmektedir. Dolayısıyla televizyon yayınlarında ilk başlarda içerik noktasında haber programlarının baskın ağırlığa sahip olduğu söylenebilir. Haber programlarındaki kurgu ve anlatı kadar haber bültenin görsel unsurlarının da alegorik anlamlar taşıdığı, bunların izleyici üzerinde muhtelif etkiler yarattığı farklı disiplinlerdeki farklı yaklaşımlar neticesinde ulaşılan ortak bir sonuç olarak ifade etmek mümkündür. Ortaya konulan bu çalışmada ait olunmayan fiziksel bir ortamla bütünleşmeyi mümkün kılan Chroma Key (Giydirme) ve Green Screen (Yeşil Perde) efektlerinin haber bültenlerinde kullanımları incelenmiş, öneri ve eleştiriler sunularak tartişılmıştır.

Anahtar kelimeler: haber bültenlerinde görsel tasarım, greenbox, yeşil perde, chrome key, vfx

A CRITICAL REVIEW ON THE USE OF CHROMA KEY & GREEN SCREEN EFFECTS IN TV NEWSLETTERS

ABSTRACT

It should be stated that television has an important and special place among the mass media that change the course of humanity. Like its predecessor, radio, we can say that the concept of communication plays a key role in the basis of television. Therefore, it can be said that news programs have a dominant weight in terms of content in television broadcasts at first. It is obvious that the visual elements of the news bulletin have allegorical meanings as well as the fiction and narrative in news programs. It is possible to express them as a common result reached as a result of different approaches in different disciplines, where they create various effects on the audience. In this study, the use of Chroma Key (Clothing) and Green Screen (Green Screen) effects, which make it possible to integrate with a physical environment that does not belong, were examined in news bulletins, suggestions and criticisms were presented and discussed.

Keywords: visual design in newsletters, greenbox, green screen, chrome key, vfx

Giriş

Eleştirel perspektifi ve teknolojiye karşı eleştirel tutumuyla bilinen Postman, entertainment (eğlence) kavramını her türlü söylemin üst ideolojisi olarak konumlandırmıştır. (Postman, 1999, s. 102) Buradan hareketle insanlık için önem ve ciddiyet arz eden konuların dahi zaman zaman entertainment (eğlence) argümanına dönüştürüldüğünü veya buna gayret edildiğini somut olaylar ışığında söylemek mümkündür.¹ Her ne kadar haber programları özünde halkın haber alma özgürlüğünü temin gibi kamusal bir görevi ifa etmek üzere temellenmiş olsa da (Uyguç & Genç, 2016, s. 108) sunum ve aktarım bağlamında entertainment (eğlence) mecrasına hizmet eder konuma gelebilmektedir. Finansal kaygılar ve rating elde etme arzusu etkisiyle televizyon haberlerinde biçimin içeriğine yeğlendiğini, görsel unsurların asli unsurları geride bırakabilecek bir seviyeye gelebildiğini söylemek mümkün olabilmektedir. Toplumsal faydanın “daha çok izlenme” ve “dikkat çekme” amaçlarına tercih edilmesi, VFX (Visual Effect) araçlarının (Mitchell, 2004, s. 32) haber bültenlerinin ana omurgası içerisinde konumlanmasına yol açmıştır.

AMAÇ

Görselin negatiften dijital bir piksele dönüşmesi, görüntünün dijital ortamda düzenlenip işlenmeye başlanması sinema, televizyon ve prodüksiyon bağlamında devrim niteliğindeki önemli bir gelişim olarak yorumlanmaktadır. Hemen hemen her teknolojik gelişmenin sağladığı önemli kolaylıkların yanı sıra beraberinde getirdiği sorunlar akademi dünyasının farklı

¹ Binlerce insanın hayatını kaybetmesine sebebiyet veren Covid19 virüsünün bir lokanta sahibi tarafından hamburger olarak üretilmesi ve ana akım medya ağlarının bunu haberleştirerek örtülü PR çalışması yürütmesi. Ayrıca bkz. <https://tr.euronews.com/2020/03/26/vietnamli-lokanta-sahibi-koronavirus-seklinde-hamburger-ekmegi-yaparak-musteri-cekiyor>

disiplinlerinin çalışma konusunu teşkil eden kapsamlı bir alandır. Görüntü işleme ve düzenleme teknolojilerinin dijitalleşmesi de yine aynı şekilde farklı bağlamlarda incelenen çeşitli sorunların oluşmasına sebebiyet vermiştir. Negatif filme dayalı klasik görüntü işleme ve düzenleme sisteminde farklı bağlamdaki iki görüntünün bir araya getirilmesi (montaj) fiziksel ve kusursuz kırpmaları, agrandizör üzerinde çok hassas zamanlamalar ile doğru bir şekilde tab edilmesini gerekli kılmaktaydı. Video film üzerinde bunu yapmak ise çok daha zor ve karmaşık süreçleri zorunlu kılıyordu. Dolayısıyla klasik yöntemlerle görüntü üzerinde dezenformasyon mümkün olabilmekle birlikte oldukça kısıtlıydı denilebilir. Fakat modern dijital teknolojiler sayesinde giriş düzeyindeki akıllı telefon, tablet veya PC kullanıcılarının dahi basit freeware görüntü işleyicilerle sansasyonel montaj işlemi yapılabilir hale geldiği gözlemlenmektedir. Günbegün gelişen ve yeteneklerini artıran *AI: Artificial intelligence* (Yapay zekâ) teknolojisinin de fotoğrafın yanı sıra video üzerinde de kapsamlı düzenlemeler ve ilaveler yapabilme durumuna geldiğini söylemek mümkündür. Ortaya konulan bu çalışma mevcut teknolojik imkanların haber bültenlerindeki kullanımını teknik, etik, estetik ve eleştirel bağlamda ele alarak hem TV haberciliğinde görsel efekt kullanıma dair değerlendirmelerde bulunarak öneriler sunup, hem de yarına dair fütüristik yaklaşımlar öngörerek literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Ele alınan konuyla ilgili yapılan çalışmaların genellikle teknik bağlamda olduğu ve kuramsal çalışmaların kısıtlı olduğu gözlemlenmiş, literatürdeki boşluğun teknik ve kuramsal sentezi içeren bu çalışmayla giderilmesi amaçlanmıştır.

Yöntem

Bilimsel anlamda bilginin tanımı “yöntemle elde edilen, deney veya gözlemlerle doğrulanan yanıtlanabilen” olarak yapılmaktadır (Hançerlioğlu, 1996, s. 52). Dolayısıyla bir bilimsel çalışmanın olmazsa olmazlarından biri elde edilen veri ve bulguların belirli bir yöntemle elde edilmiş olması ve varılan sonucun literatürde yer alan çalışmalarla desteklenebilir olması gerekmektedir. Ortaya konulan çalışma green screen, chroma key, haber bülteni görsel tasarımı gibi konularda yapılan çalışmaları literatür taraması yöntemiyle (Köroğlu, 2015, s. 62-68) ele alıp sentezleyerek örneklemeleri “betimsel analiz” yöntemini (Ültay & Akyurt, 2021, s. 188-201) uygulayarak anlaşılır kılmaya çalışmıştır.

1. Haber Bültenlerinin Görsel Unsurları

1.1 Dekor ve Fon

Televizyon yayınlarının genelinde özelleştirilmiş dekor ve arka planların varlığı söz konusudur. Programın formatı ve içeriği, dekor ve fon öğelerinin şekli unsurlarını belirleyen ana faktör olarak konumlandırılabilir. Dolayısıyla bir müzik programıyla bir çocuk programında aynı

görsel öğelerin kullanılmasının teknik ve estetik bağlamda bir izahının olmadığını söylemek mümkündür (Yıldız, 2006, s. 275). Mali altyapısını büyük sermaye gruplarının oluşturduğu ana akım televizyon kanallarının fiziki yapılarının bu bağlamda şekillenen ihtiyaçlar neticesinde birden fazla stüdyoya sahip olduğu ve program formatına göre ayrı ayrı dekore edildiği gözlemlenmiştir. (Taştan, 2014, s. 55-134) Maddi imkanları kısıtlı olan yerel medya oluşumlarının merkezi stüdyolarını program formatlarına göre suni malzemelerle ayrı ayrı dekore ettiği bilinmektedir. Buna dahi imkan bulamayan kurumsallaşamamış yerel sermaye himayeli mahalli televizyonların ise tek stüdyo ve tek dekorla tüm program formatlarını icra ettiği gözlemlense de genel itibarıyla televizyon haber bültenlerinin görsel açıdan zengin ve modern bir anlayışa dizayn ettiğini ifade etmek mümkündür (Bayram, 2002, s. 55).

Ulusal çapta yayın yapan televizyon kanalları incelendiğinde haber bültenlerinin dekoratif yapısında kırmızı ve mavi renklerin yoğun olarak kullanıldığı gözlemlenmiştir. Renklerin psikolojik tesire sahip olduğuna dair bulgular içeren çalışmalar göz önüne alındığında (Yılmaz, 1991, s. 26) bu tercihin gelişigüzel olmadığını

ifade etmek mümkündür (Olgun, 2014, s. 24). Gelişen teknolojinin görsel imkanları artırmasının bir sonucu olarak televizyon haber bültenlerinin daha interaktif ve çok boyutlu bir hale geldiği görülmektedir. Dolayısıyla fon unsurlarında haberle ilgili infografik, VTR, manşet görseli gibi destekleyici öğelerin yerleştirilmesine müsait bir zemin oluşturulduğu gözlemlenmektedir. Cam spiker (Konuş, Açık, Ayvaz & Apaydın, 2017, s. 6) aksiyonunda (Karadağ, 2019, s. 787) ve geçişler sırasında bu alanlar çalışmada detaylıca ele alınarak green screen ve chroma key tekniği, projeksiyon yansıtması yoluyla haberle ilgili yan öğelerin yer bulduğu interaktif bir alana dönüşebilmektedir. (Kırık, 2014, s. 51) Görece eskimiş, klasik bir usul olsa da bazı örneklerde bu amaçla fona geniş ekran monitörlerin konulduğu da göze çarpmaktadır.



Görsel 1: Fox Ana Haber stüdyosundan bir kare URL 1: <https://www.fox.com.tr/fox-haber>



Görsel 2: Ulusal çapta yayın yapan tematik haber kanalı Habertürk TV’de haber sunumu URL 2: https://tv.haberturk.com/tum_bolumler/ana-haber-bulteni/685

Televizyon mecrasının her kademesinde olduğu üzere haber bültenlerinde de ışıklandırma önemli ve hassas bir yere sahiptir. High Key ışıklandırma tekniğinin (Sözen & Dayı, 2013, s. 38) kullanıldığı haber bültenlerinde gölge oluşmaması gerekmektedir. Işıklıdırmanın doğru yapılması ortaya konulan bu çalışmaya esas olan green screen efektinin sağlıklı sonuçlar vermesi adına da önem taşımaktadır. (Zinderen, 2017, s. 102) Nitekim gölgeli veya yetersiz ışıklandırma işleyici programların objeyi fondan ayırma fonksiyonunu eksik yerine getirmesine sebebiyet verebilmektedir. (Benli, 2019, s. 80) İfade etmeye çalıştığımız bu nizamlı görsel düzen içerisinde sunucu veya spikerin kostümünün de önem arz ettiği muhakkaktır. Bu renk cümbüşü içerisinde uyum sağlayan, göze batmayan ve kurumsal ciddiyet bağlamındaki şekli unsurları taşıyan; logo, amblem ve slogan içermeyen kostüm seçimleri haber bültenlerindeki görsel düzen içerisinde bütünü tamamlayan bir diğer unsur niteliğindedir (Ziaei & Öztürk, 2016, s. 98-99).

Türkiye Cumhuriyeti müktesebatına göre özel kuruluşlara ait televizyon yayınları Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından denetlenmekte ve bu kurumun yönergeleri televizyon yayıncıları için bağlayıcı nitelik taşımaktadır. RTÜK ilgili yönergelerinde haber bültenlerinde reklam ve ürün yerleştirmeye izin vermediği için (Duyurular, 2022.) haber bültenlerinin görsel unsurları içerisinde tecimsel mahiyetteki hiçbir marka, logo, amblem ve sair ifadelerin bulunmaması gerekmektedir. Bu bağlamda anılan tecimsel simgelerin televizyon kanalının logosu veya başkaca bir materyalle gizlenmesi gerektiği bilinmektedir.

1.2 Alt bant ve KJ

KJ, karakter jeneratörü kelimelerinin baş harfinden türetilen bir televizyon yayıncılık terimi olarak bilinmektedir (Orijinal terminolojik ifade: Character Generator²) (Baca, 2015, s. 55). Yayın içeriğinin yardımcı materyallerle desteklenmesi ve anlaşılır kılınması adına KJ, televizyon haber bültenlerinin ana görsel öğeleri arasında yer bulmaktadır. KJ'ler diğer görsel öğeler gibi yerleştirme, bindirme gibi metodlar kullanılarak yayına dahil edilmekte ve yayın içeriğinin değişimine göre sürekli güncellenmektedir. Yaygın olarak ekranın en alt kısmına konumlandırıldığı ve haber bültenin dekoruyla özdeşleşen renklerde arka plandırıldığı görülmektedir.



Görsel 3: Kamu mülkiyetine ait TRT kurumunun ulusal tematik haber kanalı olan TRT HABER

TV'de bir haber sunumu URL 3: <https://www.dailymotion.com/video/x7xdp94>



Görsel 4: Habertürk TV'den bir görüntü URL 4: <https://www.odatv4.com/guncel/haberturku-karistiran-yazi-aman-aman-kabul-edilebilir-bir-sey-degil-21052101-213690>

² Ayrıca bkz. https://en.wikipedia.org/wiki/Character_generator. Orijinal ifadededen bahisle CG olarak da anılmaktadır.

Mukayeseli olarak analiz edildiğinde KJ'nin alt kısımda belirli sınırlı bir alanı işgal ettiği, başlık ve kısa boyuttaki bir cümleyi geçmeyen açıklamalara yer verildiği görülmektedir. Sürekli güncellenmesinin gerekmesi, yayının mevcut gidişatını çarpıcı ve de anlamlı bir cümleyle anlaşılır kılmak zorunda olması durumu nedeniyle televizyon haber programlarının rejisinde müstakil olarak KJ operatörü adında sorumlular istihdam edilmektedir (İşcan, 2014, s. 22).

2. Chroma Key & Green Screen

Chroma Key, kelime anlamı itibarıyla "renk anahtarı" anlamına gelmektedir.³ Video düzenleme yazılımlarının ve reji merkezinde bulunan video mikserlerin sunduğu opsiyonel bir özellik olarak bilinmektedir (Berk, 2017, s. 196). Renk anahtarı imlecinin dokunduğu yüzeydeki renk bilgisini tarayarak o bölgeyle benzerlik gösteren tüm alanları silip saydamlaştıran bir işleve sahiptir. Bu sayede tek renk düz zemin üzerindeki objenin özdeş arka planını silerek ikincil görüntünün yerleştirilmesini sağlamaktadır (Cubitt, 2005, s. 65). Chroma Key'in daha eski ve ilkel bir öncülü olarak mat tekniği ve çift pozlamanın geçmiş dönemlerde kullanıldığı görülmektedir. Şimdiki yeşil perdenin yerine siyah bir örtünün kullanıldığı bu yöntemde çift pozlama ile fonun yeniden dekore edilmesi sağlanmıştır. 1898'de bu tekniğin ilk defa George Albert Smith tarafından kullanıldığı bilinmektedir. 1903 yapımı 12 dakikalık aksiyon filmi Büyük Tren Soygunu filminde (özgün adı: The Great Train Robbery) yine bu tekniğin kullanılarak arka planın sahnelerinin zenginleştirildiği bilgisi yer almaktadır (Ramey, 2015, s. 70). 1920'lerde Walt Disney'in Alice Komedi adlı çizgi film / animasyon türündeki yapıtlarında ise arka plan değişimleri ve oyuncu yerleştirmeleri için beyaz bir fonun kullanıldığı kaynaklar geçmektedir (Foster, 2014, s. 50).



Görsel 5: Green Screen fonunda Chroma Key kullanımının bir örneği URL 5:

https://en.wikipedia.org/wiki/Chroma_key

³ Ayrıca bkz. https://en.wikipedia.org/wiki/Chroma_key

Renk skalasında ten ve muhtemel obje renklerine en uzak olduğu düşünüldüğü için Chrome Key efekti ile objeyi fondan ayırmak için yeşil perde (Green Screen) tercih edilmektedir (Demirarslan, 2020, s. 344).

3. Chroma Key & Green Screen Efektinin Televizyon Haber Bültenlerinde Kullanımına Dair Örnekler

3.1 TGRT Örneği



Görsel 6: TGRT Chroma Key efektli savaş haberi sunumu URL 6:

<https://www.hurriyet.com.tr/video/tgtr-studiyosuna-f-16-ve-tank-girdi-40402868>

Chroma key efekti ile objeler fondan ayrılabilirdiği gibi arka planı yeşil renkte üretilen animasyon ürünü video ve görseller de ana objeye bindirilebilmektedir. TGRT örneğinde Türk Silahlı Kuvvetleri'nin sınır ötesine ilişkin askerî hareketiyle ilgili haberde yine bu yöntem kullanılarak tank ve F-16 savaş uçağı animasyon görüntüleri chroma key efekti ile cam spiker safhasında stüdyo ekranında hareket ediyormuşçasına bir izlenim verilmiştir. Chroma Key efekti her ne kadar yazılım destekli bir VFX uygulaması olsa da kullanılabilirlik alanı sadece bilgisayarla sınırlı değildir. Televizyon yayıncılığında önemli bir rejî aygıtı olan video mikserlerinde bu efektnin harici bir buton olarak yer aldığı da görülmektedir. Ayarlanan kanaldaki video görüntüsünü kendi içinde işleyerek arka plan giydirmesi yapabilen video mikserleri ana haber bültenlerinde bu tip uygulamaları mümkün kılmak adına kullanılan önemli bir aygıt durumundadır. (Bkz. Görsel 7)



Görsel 7: Chroma Key efekti butonunu barındıran bir video mikseri URL 7:
<https://proav.roland.com/global/>

3.2 RT TV Örneği



Görsel 8: RT TV Chroma Key efektli savaş haberi sunumu URL 8:
https://www.youtube.com/watch?v=vHto_NI_cKw

RT TV (Russia Today) Moskova merkezli uluslararası yayın organıdır. Suriye'deki iç savaşla ilgili bir haber aktarılırken chrome key efektiyle stüdyoya bomba düşmüş etkisi oluşturan bir alev videosu montajlanmış ve haber spikeri sakınma hareketleri yaparak sanal gerçekliği jest ve mimikleriyle desteklemiştir.

3.3 Biz10 TV Örneği



Görsel 9: Biz10 TV stüdyosundan bir kare URL 9:

<https://www.youtube.com/watch?v=764AG7dmDE8>

Chroma Key sayesinde internet üzerinde mevcut bulunan modern, donanımlı stüdyo görsellerini arka plan olarak kullanıp bulunulan ortamı televizyon haber stüdyosuna dönüştürmek mümkün olabilmektedir. Bu imkan, habercilik eğitimi alan fakat ana akım medyada çalışma imkanı bulamayan kişileri Youtube vb. mecralarda kişisel bağlamda alternatif bir habercilik hizmeti sunma olanağı sağlamıştır. Örneklem olarak alınan BİZ10 TV adlı yapı Chroma Key kullanarak dizayn ettiği haber stüdyosunda alternatif bir haber ağı olarak faaliyet göstermektedir.

4. ÖNERİLER & TARTIŞMA

Hobi amaçlı kullanım için son kullanıcıya sunulmuş yazılımlardan profesyonel amaçlı kurumsal çözümlere kadar hemen hemen her video düzenleme programında chroma key ve green screen efektleri için opsiyonel menülerin konulduğunu gözlemlemek mümkündür. Bu bilgiden hareketle her ne kadar isteyen herkesin chrome key ve green screen efektiyle dekorlar üretebileceği düşünülse de yapılan teknik analizler ve uzman yorumları bu efektlerin uygulanmasında en önemli noktanın “ışıklandırma” olduğunu ifade etmektedir. Kuramsal bir ışıklandırma metoduna dayanmayan gelişigüzel aydınlatmaların perde üzerinde gölgelere sebebiyet verebileceği, gölgelerin de yeşil fon üzerinde siyah yansımaları doğuracağı ve dolayısıyla objenin fondan stabil bir şekilde ayıramayacağı pratikte yapılan uygulamalar sonrası gözlemlenmiştir. Bu sebeple Chroma Key ile Green Screen efektinin uygulanması noktasında sert ışık, anahtar ışık ve fon aydınlatmasının doğru konumlandırılması ve filtrelendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Öte yandan fon olarak kumaş ve türevi materyallerin kullanılması durumunda mutlaka kırışksız ve düz olmasına özen gösterilmelidir. Nitekim ışıklandırma her ne kadar kusursuz olsa da kırışıklıklar çizgisel gölge oluşturduğundan objenin fondan ayrılması işlemi gölge lekeli bir sonuç verecektir. Pratikte yapılan yüzeysel gözlemler yeşil perdenin yanı sıra stüdyo duvarının parlamayan yeşil boyayla boyanmasını da iyi bir alternatif olarak öne çıkarmaktadır.

Işıklandırmanın yanı sıra çekim işleminin de kusursuz bir efekt uygulaması için anahtar öneme sahip olduğu söylenebilir. Tungsten tipi sıcak ışık kaynaklarının kadrajda sarı tonu, soğuk ışık kaynaklarının da mavi tonu baskın kıldığı gözlemlenebilmektedir. Chrome Key yoluyla Green Screen efektinin doğru bir şekilde uygulanabilmesi için yeşil tonun en canlı haliyle kadraja girmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu sebeple ışık kaynaklarına yumuşatıcı filtreler takılması ve kamerada White Balance (Beyaz Dengesi) ayarının hassas ölçeklerde gerçekleştirilmesi gerektiğinin önemli olduğu söylenebilir. Sıcak ışık kaynaklarının sarı, soğuk ışık kaynaklarının mavi tonu artırması yeşil arka planın farklı bir tonda görünmesine sebep olacağından ve bu durumun chrome key efektinin çalışmasını etkileyeceğinden ötürü beyaz dengesinin (white balance) hassas ölçeklerde gerçekleştirilmesinin büyük önem arz edeceği söylenebilecektir.

5. SONUÇ

Haber, tecimsel televizyon kanallarının yayın akışı içerisinde var olan bir içerik çeşiti olmaktan öte kamu hizmeti olarak değerlendirilen (Şeker, 2013, s. 37), asli ve şekli unsurlarının yasal müeyyideler ve denetleyici kurumlar tarafından belirlendiği bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Sermaye sahiplerinin tecimsel saiklerle rating kaygısını güdeceği “kurgusal” içerikleri olabilsede haber programlarında hiçbir yanıltıcı, yanlış yönlendirici, sansasyonel içeriğinin bulunamayacağı televizyon yayınlarını düzenleyen müktesebatın yanı sıra Türk Ceza Kanunu’nda cezai müeyyideyi gerektiren hususlar olarak ayrıca düzenlenmiştir. Özel hayatın gizliliğinin ihlal edilmesi Türk Ceza Kanunu 134/2. maddede, dolandırıcılık suçu 158/1 (g) maddesinde⁴, suç unsurlarını masumane göstermek 220/8. maddede, müstehcenlik içeren yayınlar 226/2. maddede, halkı askerlikten soğutma ise 318/2. maddede açıklanmış ve hükme bağlanmıştır.⁵ Görüleceği üzere televizyon yayınlarında yasal çerçevenin dışına çıkmak kanala idari para cezası doğurmanın yanı sıra televizyonun mesul müdürü, haber muhabiri ve kameramanı bağlamında “hapis cezasını” gerektirecek müeyyideleri de barındırmaktadır. Dolayısıyla haber bültenlerinin bir kamu hizmeti olduğu ön planda tutularak, yasal ve cezai sorumluluk bilincinde üretilmesi ve yayınlanması gerektiği düşünülmektedir. Ortaya konulan bu çalışmada anlatılan chrome key ve green screen efektleriyle objenin fondan ayrılarak farklı görsellerle bütünleştirilmesi anılan bu kamu hizmeti olgusuna katkı sağlayacağı ölçüde anlamlı olacaktır. Bu efektlerin salt rating kaygısı güdülerek fantezi ögesine dönüştürülmesi yukarıda anılan mevzuatın birine veya birkaçına aykırılık teşkil edebileceği gibi kamu yararı olgusuna da gölge düşürebilecektir. Haberciliğin her evresinde olduğu gibi görsel efekt kullanımlarında da “sorumluluk” ilkesinin anahtar konumda tutulması gerektiği söylenebilir.

⁴ Faizsiz ev, ucuz akıllı cep telefonu, kazandıran yatırım hesabı, kripto para gibi ticari ögeler üzerinden reklam yapıp para toplayarak dolandırıcılık yapan şebekelerin televizyon reklamlarını yoğun bir biçimde tercih ettiği görülmektedir. Bkz. “Thodex olayı, kripto para vurgunu

⁵ Detaylı bilgi için 5237 sayılı güncel Türk Ceza Kanununu tarayınız.
<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5237.pdf>

Chroma Key efektiyle objeyi fondan ayırmak ve farklı mecraları arka plana yerleştirmek hemen hemen her video düzenleme yazılımında var olan bir opsiyondur. Kurumsal yapıların yanı sıra bireysel ve hobi amaçlı yayıncılık yapan kişiler dahi bu efektlerle sanal bir haber stüdyosu kurgulayabilmektedir. Bu noktada esas olan, anılan bu efektlerin “kusursuz” olarak uygulanabilmesidir. Televizyon ve sinema profesyonelleri, izleyici tarafından fark edilebilen chroma key efektlerinin ağır bir kusur olduğu ve derhal ortadan kaldırılması gerektiğini ifade etmektedir (Kanca, 2017, s. 1). Dolayısıyla anılan bu efektlerin haber bültenlerinde kusursuz olarak uygulanması, haberin kamu hizmeti oluşunun gerektirdiği yasal mesuliyet ve kurumsal ciddiyet çerçevesinin dışına çıkmaması (Zindereden, 2020, s. 339) ve fantastik bağlama kaymaması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

- Baca, K. (2015). *TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDE NESNELLİK: SES KAYITLARININ TV HABERLERİNDE ELE ALINIŞI* [Yüksek Lisans Tezi]. SELÇUK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI.
- Bayram, F. (2002). *Yerel Televizyon Haberciliğinin Haber Verme İşlevi Açısından Değerlendirilmesi ve Eskişehir İlinde Bir Uygulama Örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Yerel Televizyon Haberciliğinin Haber Verme İşlevi Açısından Değerlendirilmesi ve Eskişehir İlinde Bir Uygulama Örneği.
- Benli, N. (2019). AÇIK VE UZAKTAN EĞİTİM PROGRAMLARINDA DEKOR TASARIMI; AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ EĞİTİM PROGRAMLARI ÖRNEĞİ. *Kesit Akademi Dergisi*, (18), 71-86.
- Berk, M. E. (2017). DÜNYA SİNEMASINDA GÖRSEL EFEKTİN GELİŞİMİ: TÜRK SİNEMASINDAKİ UYGULAMALARI. *İnif E-Dergi*, 189-209. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/384734>
- Cubitt, S. (2005). *The Cinema Effect*. MIT Press.
- Demirarslan, S. (2020). *Mimarlık Planlama ve Tasarım Alanında Teori ve Araştırmalar* (R. Kasmı & L. Kudumovic, Eds.). Gece Kitaplığı.
- Duyurular. (n.d.). RTÜK. Retrieved May 19, 2022, from <https://www.rtuk.gov.tr/gorsel-isitsel-medyada-ticari-iletisim-mevzuati-ve-uygulamalari/3559>
- Foster, J. (2014). *The Green Screen Handbook: Real-world Production Techniques*. Focal Press.
- Hançerlioğlu, O. (1996). *Felsefe sözlüğü*. Remzi Kitabevi.
- İşcan, H. (2014). *KIRGIZİSTAN'DA MEDYA SEKTÖRÜ'NÜN DEĞERLENDİRMELERİNE GÖRE RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA EĞİTİMİNİN DURUMU* [Yüksek Lisans Tezi]. KIRGIZİSTAN-

TÜRKİYE MANAS ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ İLETİŞİM BİLİMLERİ
ANABİLİM DALI.

- Kanca, A. E. (2017, August 22). *GreenBox Nedir? / Teknoloji*. Milliyet Blog. Retrieved June 4, 2022, from <http://blog.milliyet.com.tr/greenbox-nedir-/Blog/?BlogNo=567715>
- Karadağ, G. H. (2019). KAM SİKER TÜRLERİ AÇISINDAN GENEL KANALLAR İLE HABER KANALLARI KARŞILAŞTIRMASI. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(3), 787-804.
- Kırık, A. M. (2014). *Etkileşimli Televizyon*. Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Konuş, L., Açık, Y., Ayvaz, Ç., & Apaydın, F. (2017.). Bir İnternet Televizyonunda Haberin Üretimi: Ege Üniversitesi Örneği.
- Koroğlu, S. A. (2015). LİTERATÜR TARAMASI ÜZERİNE NOTLAR VE BİR TARAMA TEKNİĞİ. *GİDB Dergi*, (1), 61-69.
- Mitchell, A. J. (2004). *Visual Effects for Film and Television*. Focal.
- Olgun, İ. (2014). *Televizyon program jeneriklerinde, müzik ve hareketli grafik tasarım ilişkisi* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Arel Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı.
- Şeker, M. (2013). TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDE KÜRESEL FORMAT VE HABERCİLİĞE ETKİLERİ. *Selçuk İletişim*, 4(4), 36-44.
- Ramey, K. (2015). *Experimental Filmmaking: Break the Machine*. Taylor & Francis.
- Sözen, M., & Dayı, H. (2013). SİNEMADA IŞIK KULLANIMI VE ÖRNEK BİR ÇÖZÜMLEME. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(1).
- Taştan, Ö. (2014). *Türkiye televizyonlarında haber stüdyolarının mekansal özellikleri üzerine bir inceleme* [Yüksek Lisans Tezi].
- Ültay, E., Akyurt, H., & Ültay, N. (2021). Sosyal Bilimlerde Betimsel İçerik Analizi. *IBAD Journal of Social Sciences*, (10), 188-201.
- Uyguç, Ü., & Genç, A. (2016). *Radyo Televizyon Haberciligi*. Avcıol Yayınları.
- Yıldız, P. (2006). TELEVİZYON STÜDYOLARINDA HAZIRLANAN PROGRAMLARIN ZAMAN VE MEKÂN ENTEGRASYONU VE TÜRKİYE'DEN BİR STÜDYO 'TV-8'ÖRNEĞİYLE ANALİZ ÇALIŞMASI. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 274-294.
- Yılmaz, Ü. (1991). *Renk Psikolojisi* [Yüksek Lisans Tezi]. Anadolu University (Turkey) ProQuest Dissertations Publishing.
- Zindereden, İ. E. (2020). TELEVİZYON HABER BÜLTENLERİNDE GÖRSEL EFEKT KULLANIMININ YARATTIĞI ETİK SORUNLAR. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(1).

Ziaei, M., & Öztürk, F. (2016). SİNEMADA KOSTÜM TASARIM VE UYGULAMA SÜRECİ. *GSF Sanat Dergisi*, 97-108.

Zinderen, İ. E. (2017). *HABER VE GERÇEKLIK İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA ÖZEL EFEKT TEKNOLOJİLERİ* [Doktora Tezi]. İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ GAZETECİLİK ANABİLİM DALI.

URL 1: FOX TV, <https://www.fox.com.tr/fox-haber> adresinden ekran görüntüsü (screen capture) olarak alınmıştır. erişim tarihi: 20.06.2022

URL 2: Habertürk, https://tv.haberturk.com/tum_bolumler/ana-haber-bulteni/685 adresinden alınmıştır. Erişim Tarihi 21.06.2022

URL 3: Dailymotion, <https://www.dailymotion.com/video/x7xdp94> adresinden thumbnail görseli olarak alınmıştır. Erişim tarihi: 30.5.2022

URL 4: ODA TV, <https://www.odatv4.com/guncel/haberturku-karistiran-yazi-aman-aman-kabul-edilebilir-bir-sey-degil-21052101-213690> adresinden alınmıştır. Yayın tarihi: 21.05.2021 Erişim Tarihi: 01.06.2022

URL 5: Wikipedia TR, https://en.wikipedia.org/wiki/Chroma_key adresinden alınmıştır. Erişim Tarihi: 28.06.2022

URL 6: Hürriyet, <https://www.hurriyet.com.tr/video/tgrt-studyosuna-f-16-ve-tank-girdi-40402868> adresinden alınmıştır. Erişim Tarihi: 4 Haziran 2022

URL 7: Roland, <https://proav.roland.com/global/> adresinden alınan ürün kataloğu görselidir. Erişim Tarihi: 15 Haziran 2022

URL 8: Youtube, https://www.youtube.com/watch?v=vHto_Nl_cKw adresinden thumbnail görseli olarak alınmıştır. Erişim Tarihi: 04.06.2022

ISSN: 2757-6000

Öğr. Gör. Dr. Yeşim AKSOY ŞAŞTIM

Uşak Üniversitesi

yesimaksoy52@gmail.com, Orcid: 0000-0002-5277-8012

**SÜLEYMANİYE YAZMA ESER KÜTÜPHANESİNDE MUHAFAZA EDİLEN
03686 NUMARALI KUR'ÂN-I KERİM'İN TEZHİP SANATI BAKIMINDAN
İNCELENMESİ**

ÖZET

Dini, ilmî ve edebî konuları içeren yazma eserler, nesilden nesille aktarılan, yaşayan kültür varlığı olmaları bakımından önemlidir. Kitaba duyulan saygı sanatçıları başta Kur'ân-ı Kerîmler olmak üzere çok sayıda el yazması eseri en güzel şekilde yazmaya ve tezyin etmeye sevk etmiştir. Günümüzde müze, kütüphane ve özel koleksiyonlarda yer alan birçok el yazması eser bilim ve sanat bakımından önem ihtiva etmektedir. Bu kütüphanelerin başında gelen Süleymaniye Yazma Eser Kütüphanesi çok sayıda kıymetli el yazması Kur'ân-ı Kerîmi de bünyesinde muhafaza etmektedir. Çalışmada Süleymaniye Yazma Eser Kütüphanesinde muhafaza edilen el yazması eserler arasında yer alan 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in tezyinatını araştırılmıştır. Bu çalışmada ele alınan el yazması eseri seçerken, daha evvel çalışılmamış olması ve eserin tezyinatında, sayfa düzeninde bulunan farklılıklar belirleyici unsur olmuştur. Kitap sanatları bakımından tahlil edilen Kur'ân-ı Kerîm tezhip sanatı bakımından incelenmiş, esere ait sayfa düzeni, kompozisyon özellikleri, kullanılan motifler ve üslup tahlili yapılarak, hazırlandığı döneme ait özellikleri ortaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Süleymaniye Kütüphanesi, Kur'ân-I Kerîm, Cilt, Tezhip

**EXAMINATION OF THE QUR'AN WITH NUMBER 03686 IN THE
SULEYMANİYE MANUSCRIPT LIBRARY IN TERMS OF ILLUMINATION
ART**

ABSTRACT

Manuscripts containing religious, scientific and literary subjects are important as they are living cultural assets that are passed down from generation to generation. Respect for the book has led artists to write and decorate many manuscripts, especially the Qur'an, in the most beautiful way. Today, many manuscripts in

libraries, museums and private collections are important in terms of science and art. Suleymaniye Manuscript Library, which is one of the leading libraries, also preserves many valuable manuscripts of the Qur'an. In the study, the decoration of the Qur'an with inventory number 03686, which is among the manuscripts preserved in the Suleymaniye Manuscript Library, was investigated. When choosing the manuscript discussed in this study, the fact that it had not been studied before and the differences in the decoration and page layout of the work were the determining factors. The Qur'an, which was analyzed in terms of book arts, was examined in terms of the art of illumination, and the features of the period in which it was prepared were tried to be revealed by analyzing the page layout, composition features, motifs used and style of the work.

Keywords: Suleymaniye Library, Qur'an, Illumination, Binding.

GİRİŞ

Dini, ilmî ve edebî konuları içeren yazma eserler, nesilden nesille aktararak günümüze kadar ulaşmıştır. Kitaba duyulan saygı hattat ve müzehhipleri başta Kur'ân-ı Kerîmler olmak üzere çok sayıda el yazması eseri en güzel şekilde yazmaya ve tezyin etmeye sevk etmiştir. Allah'ın sözü olan Kur'ân-ı Kerîmler cilt, ebru, hat ve tezhip gibi sanatları bünyesinde barındıran kitap sanatları bakımından önemlidir.

Kur'ân-ı Kerîmlerde zahriye tezhibi, serlevha (dîbâce) tezhibi, sûre başı tezhibi, durak tezhibi, satır arası tezhibi (beyne's sûtur), mushaf gülleri ve hâtîme tezhibi bezeme yapılan alanları arasında yer alır (Duran, 2012: 63-64). Zahriye sayfasına yapılan tezhibe zahriye tezhibi adı verilir. Zahriye, boş kalabileceği gibi kitabın müellifi veya kitap sahibi olan kişinin adı ve tarih (temellük kaydı) bu sayfada yer alır (Yılmaz, 2004: 377). Musafalarda tezhip sanatının uygulandığı alanlardan biri de serlevhalardır. Lügatta baş manasındaki Farsça ser ile Arapça levha kelimelerinden oluşan ser-levha yazı başlığı anlamına gelir. Serlevha (dîbâce) adı verilen bu sayfalara yapılan tezhibe serlevha tezhibi denilir (Duran, 2009: 567). Serlevha tezhibi Musafalarda Fâtiha sûresi ve Bakara sûresinin ilk birkaç ayetinin bulunduğu karşılıklı gelecek şekilde iki sayfaya uygulanır (Derman, 1987:65). Sûre başı tezhibi sûrelerin üst kısımlarına yapılır ve bu alanlarda sûrelerin isimleri, âyet sayıları ve kaçınıcı sûre oldukları yazılır (Duran, 2012: 63). Tezyinat alanının ortasına genellikle üstübeç mürekkebi kullanılarak sûrenin adı yazılır (Taşkale, 1997: 112). Musaf gülleri genellikle sûrelerin başladığı sayfa kenarına tezyin edilir, sûrenin adının yazılı olduğu ya da içi boş bırakılan yuvarlak formda süslemeler gül olarak adlandırılır. Güller buldukları yere göre cüz gülü, hizb gülü, aşr gülü, secde gülü gibi isimler alır (Özen, 2004, s. 20). Hâtîme son ve nihayet gibi manalara gelmektedir (Devellioğlu, 1993: 341). Hatime sayfası el yazması kitaplarda hattatın eserini bitirirken sonra yazdığı duaların, yazıldığı tarihin, ya da var ise müzehhibinin belirtildiği son sayfaya isimdir (Yılmaz, 2004: 114). Hatime tezhibi ise Mushafın sonunda hatime duasının, tarihin, hattat ve müzehhibin imzalarının bulunduğu son sayfanın kenarlarına yapılan tezhibe verilen addır (Duran, 2012: 65).

Bugün birçok özel koleksiyon, müze ve kütüphanelerde bulunan Mushaf lar cilt, ebru, hat ve tezhip gibi kitap sanatları bakımından önemlidir. Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesinde 03686 envanter numarası ile yer alan Mushaf cildi, serlevha tezhibi, sûre başı tezhibi, mushaf gülleri, duraklar ve hâtîme tezhibi tezyinat özellikleri açısından ele alınmıştır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Süleymaniye Yazma Eser Kütüphanesinin, Yazma Bağışlar Bölümünde bulunan 03686 envanter numaralı Mushaf kitap sanatları açısından tezyinat özellikleri kapsamında incelenmiştir. Eserin hattatı Dârendevî Şeyh el- Hâc Hasan bin Muhammeddir. 1234/1819 yılında yazılan Kur'ân-ı Kerîmin üslup özellikleri, teknikler, kullanılan motifler ve renkler, ait olduğu dönem içerisinde ele alınarak analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Bu çerçevede eserin kendi dönemindeki yeri ve öneminin belirlenmesi hedeflenmiştir. Yapılan bu çalışma, kitap sanatları bakımından incelenen Mushafın ortaya çıkarılması, gelecek kuşaklara aktarılması, gerek eserlerin gerekse kitap sanatlarında yer alan sanatların yaşatılması bakımından önemlidir.

YÖNTEM

Bu çalışma literatür taraması ile görsel araştırma yöntemleri kullanılarak yapılmıştır. Mushafın cildi ile beraber serlevha, sûre başı, duraklar, güller ve hatîme sayfasında yer alan tezhipler sırası ile incelenmiştir. Çalışmada betimsel modele yönelik bir araştırma yöntemi uygulanarak murakka'da bulunan tezyinat örnekleri, desen tahlili kapsamında incelenerek değerlendirilmiştir.

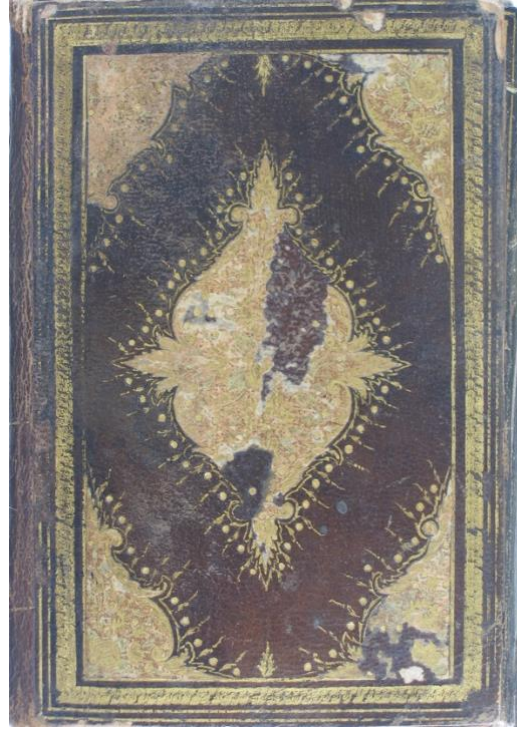
BULGULAR

Süleymaniye Yazma Eserler kütüphanesi Yazma Bağışlar bölümünde muhafaza edilen 03686 envanter numarası ile kayıtlı Mushaf tezyinat bakımından incelenmiştir. Eserlerin cildi, serlevha tezhibi, sûre başı tezhibi, güller, duraklar ve hâtîme sayfasında yer alan bezeme unsurları incelendiğinde döneme ait bilgiler vermektedir. Kitap sanatları bakımından önem teşkil eden eser sayfa düzeni, kullanılan renkler, tasarımlar ve tezyînat özellikleri bakımından 19. yüzyıl batılılaşma dönemi tesiri etkisinde kalmasına rağmen klâsik dönem etkilerininide taşıdığı düşünülmektedir.

Bulunduğu yer	Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi
Bölüm	Yazma Bağışlar
Envanter numarası	03686
Eser adı	Kur'ân-ı Kerîm

Süleymaniye Yazma Eser Kütüphanesinde Muhafaza Edilen 03686 Numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in
Tezhip Sanatı Bakımından İncelenmesi

Hattatı	Dârendevî Şeyh el- Hâc Hasan bin Muhammed
Yazıldığı tarih	1234/1819
Yazı çeşidi	Nesih
Varak sayısı	311
Satır sayısı	15
Ebadı	142 X 95, 90X 50 mm



Görsel 1: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in cildi (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

Kur'ân-ı Kerîm kahverengi deri cilttir. Köşebentler ve şemsede rokoko tarzı gül ve yaprak motifleri kullanılarak zer-ender-zer tekniği ile tezyin edilmiştir. Tığlar belli mesafelerde aralarına nokta olacak şekilde köşebent ve şemseyi çevreleyen havalı (çift tahrir) tekniği ile zamanın zevk ve anlayışına uygun yapılmıştır. Ciltte yekşah tekniğinde yapılmış zencerek bulunmaktadır. Tezyinatı altın 1 mm lik kuzular ile sonlandırılmıştır. Tezyinat alanı üzerindeki altının zamanla aşındığı ve döküldüğü görülmektedir (Görsel 1).



Görsel 2: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in serlevha tezhibi (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

Kur'ân-ı Kerîm de zahriye tezhibi yoktur. 1a ve 2b sayfasında bulunan metnin yazılı olduğu alan ve bu alanı çevreleyen serlevha tezyinatı mürekkep planlıdır. Fâtiha sûresi ve Bakara sûresinin ilk birkaç ayetinin yer aldığı alan daire şeklinde tasarlanmıştır. Nesih hat ile yazılan sûre aralarındaki boşluklara beyne's sütur yapılmıştır (Ayverdi, 2008: 358). Beyne's süturda altın üzerine iğne perdahı uygulanmıştır. Klâsik serlevha formunda yazı alanı genellikle dikdörtgen formda olsa da bu eserin yazı alanı daire şeklinde tasarlanmıştır. Bu özellik sayfa düzeni bakımından klâsikten uzaklaşmış olduğunu göstergesi olarak düşünülebilir. Kur'ân-ı Kerîm h.1234/ m.1819 tarihli olduğunu düşündüğümüzde batılılaşma döneminde etkilerini taşıması kuvvetlidir. Klâsik serlevha tezhiplerinde genellikle yazı alanının iki yanına koltuk tezhibi bulunur fakat bu eserde daire etrafına ¼ ölçülerinde goncagül, penç ve yaprak motifleri ile tasarlanmıştır. Motifler pembe ve beyaz renkte yapraklar ise sülyen ve altınla bezenmiştir. Zeminde lacivert renktedir. Sûrelerin alt ve üst kısmında dikdörtgen formda zemini boyalı klâsik tezhip bulunur. Bu alan pembe renkte cetveller ile çevrelenmiş üzerine kırmızı renkte “+, -” yapılmıştır. Penç, goncagül ve yaprak motifleri kullanılarak yapılan tasarım ½ ölçülerinde planlanmıştır. Yazı alanının zemini altın ile kapatılmış üzeri boş bırakılmıştır. Bezeme alanında dallarla zemin ayrımı yapılmış iç kısmın zemininde altın diğer taraf lacivert

renktedir. Mürekkebin planlı dış pervaz penç, goncagül, rûmi, yaprak motifi ve dallar ile ½ raport (ulama) tasarım yapılmıştır. Tasarımda kullanılan rûmi motifi ve dallarla zemin ayrımı yapılmış, rûmilerin iç zemini altınla doldurulmuştur. Zeminde altın ve lacivert beraber kullanılmıştır. Serlevhanın dış pervazının uzun kenarı tek kubbeli, kısa kenarlar ise yarım kubbeli olup zer-ender-ze tekniği ile tezyin edilmiştir. Altı zemin üzerine iğne perdahı uygulanmıştır. Altın dendanlarla sınırlandırılmış dış pervaz üzerine mavi renkte havalı (çift tahrir) dendan yer alır. Gözün tezyinattan boşluğa geçişini sağlayan tığ motiflerinde lacivert, bordo renkte iki farklı renkte ve tasarımda tığ tezyinatı bulunur (Görsel 2).

Sûre başı tezhipleri tasarımlara göre sınıflandırılarak sekiz grupta incelenmiştir. Sûre başı tezhiplerinin analizi yapılarak aynı tasarıma sahip sûre başı tasarımları sûreleri ile birlikte yazılmıştır.



Görsel 3: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in sûre başı tezhibi (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

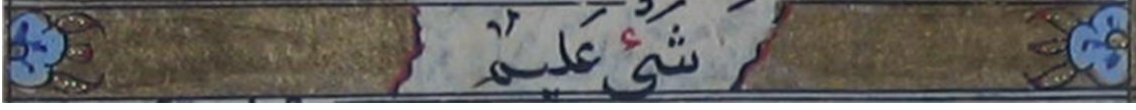
1. Grup: Âl-î İmrân sûresinin baş kısmında bulunan sûre başı tezhibi altın cetvelle sınırlandırılmıştır. Tezyinat ve yazı alanı sülyen dendanlarla ayrılır. Yazı alanı zemini altın ile kaplanmış üzerine sûrenin adı yazılmamıştır. ¼ ebatlarında penç, goncagül ve yaprak motifler kullanılarak simetrik olacak şekilde tasarlanmıştır. Motiflerde sülyen ve beyaz renk kullanılmış beyaz renk üzerine kırmızı renkte kademe atılarak tezyinata canlılık kazandırılmıştır. Zeminde ise lacivert ve bordo olmak üzere iki renk kullanılmıştır. Sûre başı tezhibinde iğne perdahı bulunmaktadır. Âl-î İmrân sûresinin baş kısmına yapılan sûre başı tezhip tasarımıyla En'âm, Tevbe, Mü'mimûn, Ankebût, Lokman, Şûrâ, Muhammed, Fetih, Mülk, Müzzemmil, Mürselât, Nebe', Tekvir ve Târik sûrelerinin başına yapılan sûre başı tezhip tasarımları aynıdır fakat uygulanan renklerde farklılıklar bulunur (Görsel 3).



Görsel 4: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in sûre başı tezhibi (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

2. Grup: Nisâ sûresinin baş kısmına uygulanan sûre başı tezhibi altın cetvelle sınırlandırılmıştır. Tezyinat ve yazı alanı altın dendanlarla birbirinden ayrılır. Yazı alanı zemini altın ile sıvalı olup üzeri boş bırakılmıştır. Bezeme goncagül motifi kullanılarak

½ ölçülerinde ters simetri olarak tasarlanmıştır. Zemin lacivert ve bordo renklerde. Beyaz motifler üzerine tarama yapılarak tezyinata canlılık kazandırılmıştır. Nisâ sûresinin baş kısmına yapılan sûre başı tezhibinin tasarımıyla İsrâ, Tâ-hâ, Mü'min, Mümtehine, Talâk, Tahrim, İnşikak, Tin, Zilzâl ve Kâria sûrelerinin başında bulunan sûre başı tezhiplerinin tasarımları aynıdır (Görsel 4).



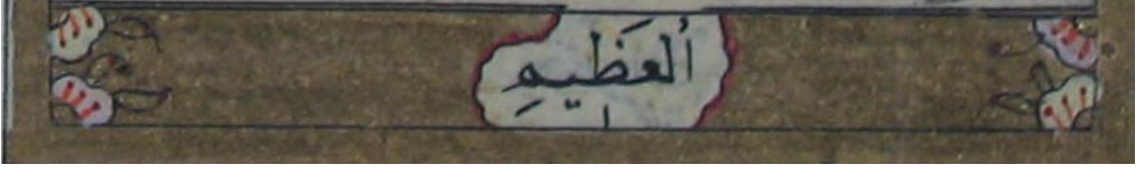
Görsel 5: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in sûre başı tezhibi (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

3. Grup: Mâide sûresinin baş kısmına uygulanan sûre başı tezhibi 1mm'lik altın kuzuyla sınırlandırılmıştır. Yazı alanı ile bezeme alanı altınla sıvanmış ortada dendanlarla çevrilen olanın içine Nisâ sûresinin son ayetinin sonu yazılmıştır. Bezeme penç ve yaprak motifleri kullanılarak ½ ölçülerinde tasarlanmıştır. Penç motifinde mavi renkte boyanmış üzerine lacivert renkte kademe atılmıştır. Yaprak motifleri altın zeminli olup altın üzerinde iğne perdahı yer alır. Nisâ sûresinin baş kısmına yapılan sûre başı tezhibinin tasarımlarıyla A'râf, Hûd, Yusuf, İbrahim, Nahl, Kehf, Meryem, Şuarâ, Neml, Fâtır, Yâsin, Sâd, Zümer, Zuhruf, Duhân, Câsiye, Ahkâf, Zâriyât, Kamer, Rahmân, Cum'a, Münâfikûn, Kalem, Hâkka, Meâric, Nuh, Cin, Meddessir, Kıyamet, İnsan, Abese, İnfîtâr, A'lâ, Gaşiye, Fecr, Beled, Duhâ, Alak, Kadir, Beyyine, Tekâsür, Asr, Fil, Kureyş, Mâûn, Kevser, Kâfirûn, Nasr, Tebbet, İhlâs, Felâk ve Nâs sûrelerinin başına yapılan sûre başı tezhip tasarımı aynıdır. Buda gösteriyor ki Kur'ân-ı Kerimde 53 sûrenin sûrebaşları tasarımları aynıdır sadece motifte renk farklılığı bulunmaktadır (Görsel 5).



Görsel 6: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in sûre başı tezhibi (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

4. Grup: Enfâl sûresinin baş kısmına uygulanan sûre başı tezhibi ½ ölçülerinde tasarım yapılmış, tasarımda penç, goncagül ve yaprak motifleri kullanılmıştır. Motiflerde pembe ve mavi renkler dallarda altın kullanılmıştır. Zemin lacivert renktedir. Enfâl sûresinin baş kısmına yapılan sûre başı tezhip tasarımı ile Ra'd, Hicr, Hac, Nûr, Furkan, Kasas, Rûm, Fussilet, Hucurât, Tûr, Vâkıa, Hadid, Haşr, Saf, Teğabün, Nâzirât, Mutaffifine ve Leyl sûrelerinin baş kısmına yapılan sûre başı tezhip tasarımı aynıdır (Görsel 6).



Görsel 7: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in sûre başı tezhibi (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

5. Grup: Yunus sûresinin üst kısmına uygulanan sûre başı tezhibinin etrafı 1 mm'lik altın cetvel ile çevrilidir. Sûre adının yazılması gereken alana Hûd sûresinin son ayetinin sonu yazılmıştır. Penç motifi kullanılarak $\frac{1}{2}$ ölçülerinde tasarlanan tezhipte motif zemini beyaz renktedir. Tezyinat alanını zemini altınla sıvanmış altın yapraklar üzerine iğne perdahı bulunur. Yunus sûresinin üst kısmına yapılan sûre başı tezhip tasarımıyla Şems ve Âdiyat sûrelerinin başına yapılan sûre başı tasarımı aynıdır (Görsel 7).



Görsel 8: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in sûre başı tezhibi (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

6. Grup: Enbiyâ sûresinin üst kısmına uygulanan sûre başı tezhibinde bezeme ve yazı alanı sülyen dendanlarla ayrılmaktadır. Yazı alanının zemini altınla kapatılmış üzerine sûrenin adı yazılmamıştır. $\frac{1}{4}$ ebatlarında penç, yaprak ve goncagül motifleri kullanılarak simetrik olacak şekilde tasarlanmıştır. Motiflerde sülyen ve beyaz renk kullanılmış beyaz renk üzerine kırmızı renkte kademe atılarak tezyinata canlılık kazandırılmıştır. Zeminde ise lacivert ve siyah olmak üzere iki renk kullanılmıştır. Sûre başı tezhibinde altın zeminli dallar ve yaprakların üzerine iğne perdahı uygulanmıştır. Enbiyâ sûresinin üst kısmına yapılan sûre başı tezhip tasarımı ile Ahzâb, Sebe', Sâffât, Büruc, İnşirâh ve Hümeze sûrelerinin üst kısmında uygulanan sûre başı tezyinatının tasarımları aynıdır (Görsel 3).



Görsel 9: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in sûre başı tezhibi (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

7. Grup: Secde sûresinin üst kısmına yapılan sûre başı tezyinatı $\frac{1}{4}$ oranında penç ve yaprak motifi kullanılarak tasarlanmıştır. Motiflerde beyaz renkte dallar ve yapraklar altın

ile tezyin edilmiştir. Zeminde bordo ve lacivert renkler kullanılmıştır. Yapraklar ve dallarda altın zemin üzerine iğne perdahı uygulanmıştır. Penç motifi üzerine kırmızı renkte kademe atılarak tezyinata canlılık kazandırılmıştır (Görsel 9).



Görsel 10: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in sûre başı tezhibi (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

8. Grup: Kaf sûresinin tezyinatında yazı alanı sülyen dendanlarla bezeme alanından ayrılır. Yazı alanında zemin altın ile sıvalı olup üzerini boş bırakılmıştır. Bezeme goncagül motifi kullanılarak $\frac{1}{2}$ ölçülerinde ters simetri olarak tasarlanmıştır. Motifler beyaz zemin lacivert renklerdedir. Beyaz motifler üzerine renklendirme yapılarak tezhibe canlılık kazandırılmıştır. Kaf sûresinin üst kısmına yapılan sûre başı tezyinatın ile Necm ve Mücadele sûrelerinin üst kısmına yapılan sûre başı tezyinatının desen tasarımları aynıdır (Görsel 10).



Görsel 11: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in gülleri (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

Gül $\frac{1}{2}$ ebatlarında, orta kısmı şaş berk (altı yapraklı) olan penç motifi tasarlanmıştır (Biro; Derman, 1991:47). İçi altınla sıvanmış fakat üzeri boş bırakılmış hiçbir ibare yazılmamıştır. Üst kısmı beyaz renkte katmerli penç motifi şeklinde taç yapraklar üst üste kullanılarak tasarlanmıştır. Mavi tığlar ile gül bezemesi tamamlanmıştır. Gül $\frac{1}{2}$ ölçülerinde orta kısmı basit penç motifi şeklinde tasarlanmış, içi altınla sıvanmıştır. Rûmi motifleri kullanılarak penç motifi oluşturulmuş, iç zemin altın ve lacivert renkte boyanmıştır. Boşluklarda dörtte bir ölçülerinde penç motifi çizilmiş motifler beyaz renktedir. Gül $\frac{1}{4}$ ölçülerinde altı kollu yıldız şeklinde tasarlanmıştır. Gülün orta kısmı altı yapraklı penç

motifi şeklinde içi altın ile sıvanmıştır. Motif zemininde yıldızın bir kolu altın, bir kolu lacivert renkte boyanmıştır. Yıldızın araları beyaz renkte taç yaprakları ile tezyin edilmiştir. Gül çarkifelek penç motifi olarak tasarlanmış, orta kısımda altı yapraklı penç motifi kullanılmıştır. Motifin içi altınla sıvanmış motifte altın, lacivert ve beyaz renkler kullanılmıştır. Güllerin muhtelif alanlarında iğne perdahı uygulanmıştır. Gül ½ ölçülerinde altı yapraklı penç motifi şeklinde tasarlanmıştır. Orta kısmı altınla sıvanmış taç yapraklarında ise beyaz renkte boyanmıştır. Taç yapraklar üzerine kırmızı renkte kademe atılarak tezyinata canlılık kazandırılmıştır (Görsel 11).



Görsel 12: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in gülleri (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

Gül ¼ ölçülerinde on altı kollu yıldız şeklinde tasarlanmıştır. Ortası altı yapraklı penç motifi şeklinde tasarlanmış ortası altın ile sıvanmıştır. Motifler altın ve beyaz renkte boyanmış is mürekkebi ile tahrir çekilmiştir. Kırmızı renkte çizgiler ile tezyinata canlılık kazandırılmıştır. Gül ½ ölçülerinde hatâyî motifi şeklinde tasarlanmış ortası diğer gül motiflerinde olduğu gibi tezyin edilmiştir. Yapraklarda altın lacivert ve beyaz renkler kullanılmıştır. Güle is mürekkebi ile tahrir çekilerek mavi renkte tığlarla tezyinat tamamlanmıştır. On altı kollu yıldız formda tasarlanmış, motif zemininde altın ve lacivert renk kullanılmıştır. Altın zemin üzerine kırmızı gölgelendirme ve muhtelif yerlere iğne perdahı yapılmıştır. Gül taç yaprakları ve rûmi motifi beraber kullanılarak tasarlanmıştır. Ortası diğer güllerde olduğu gibi tezyin edilmiş, zemininde altın ve lacivert renk tahririnde ise is mürekkebi kullanılmıştır. Taç yaprakları beyaz renktedir. Gül ½ ölçülerinde ortası diğer güllerde olduğu gibi tasarlanmıştır. Gülün taç yapraklarında beyaz renk zemininde altın ve lacivert renk, tahririnde ise is mürekkebi kullanılmıştır (Görsel 12). On farklı gül motifi Kur'ân-ı Kerîmin tamamında sadece renklerde farklılık olacak şekilde uygulanmıştır. Tamamının ortası altı yapraklı penç motifi şeklinde ve gülün alt,

üstünde bulunan tığlar birbirinin aynısıdır. Hepsinde taç yaprakların zemini aynı renkte boyamıştır. Güller aynı müzehhibin elinden çıkmışçasına tezyin edilmiştir.



Görsel 13: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in durakları (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

Kur'ân-ı Kerîm'in tamamında yedi farklı durak kullanılmıştır. Farklı olan durakların çoğu serlevha tezhibi içerisinde yer alır. Altı yapraklı penç motifi formunda tasarlanan durakta altın dışında kıvıll kahve renkte kullanılmıştır. ¼ ölçülerinde tasarlanan durağın ortası altınla sıvanmış, yapraklarda yeşil ve kıvıll kahve renkte kullanılmıştır. Yuvarlak formda tasarlanan durağın merkezde bir daire ve o daire ile bağıll altı daire birbiri ile bütünlük olacak şekilde tasarlanmıştır. Altın dışında kıvıll kahverengi ve yeşil renkte kullanılmıştır. Serbest formda tasarlanan durak yuvarlak formda ve diğerr duraklarda kullanılan renklerin aynıları ile tezyin edilmiştir. Üç yapraklı penç motifi formunda tasarlanan durakta altın ve yeşil renkler kullanılmıştır. Altı yapraklı penç motifi olarak tasarlanan durakta altın dışında yeşil renkte kullanılmıştır. Altıgen formda tasarlanan ve eserde en yaygın kullanılan durakta ise zemin altın ile doldurulmuş, is mürekkebi ile tahrir çekilerek sınırlar belirlenmiş ve birleşim yerlerine mavi ve kıvıll renkte noktalar konulmuştu (Görsel 13).



Görsel 14: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'den sayfalar (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

303a-b ve 304a-b numaralı sayfalarda “kıraat imamları” tablosu yer almaktadır. Burada on kıraat imamının isimleri ve seksen rivâyet tarihlerinin tablosu bulunur. Bu

Süleymaniye Yazma Eser Kütüphanesinde Muhafaza Edilen 03686 Numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in Tezhip Sanatı Bakımından İncelenmesi

tabloda yazı alanı dışında kalan alanlara cetvel çekilerek üçgen boşluklar oluşturulmuş, bu boşluklar da yaprak motifleri ile serbest formda tasarım yapılmıştır. Motiflere sulandırma tekniği ile altınla sulandırılıp altınla tahrir çekilmiştir. 304a numaralı varakta aynı şekilde tezyin edilmiş yaprak motifinin yanı sıra goncagül motifi de kullanılmıştır. Altta kalan boşluğa 1. grubta kullanılan sûre başı tezhibinin aynısı uygulanmıştır (Görsel 14).



Görsel 15: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'den sayfalar (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

305a,b ve 307a, numaralı sayfalarda kırat imamları tablosunun devamı yer alır. Sayfa altında kalan boşluğa ¼ ölçülerinde simetrik tasarım yapılmıştır. Halkârîde penç ve yaprak motifleri kullanılmıştır. Altın sulandırma tekniği ile tezyin edilen motiflere altın ile tahrir çekilmiştir. Hatime duası bulunan sayfalarda 3. Grupta yer alan sûre başı tasarımı yapılmış altına hatime duası yazılmıştır. Altta kalan üçgen formdaki boşluklar altın cetvelle çevrelenmiş, penç, goncagül ve yaprak motifleri kullanılarak serbest formda tasarım yapılmıştır. Halkârî tekniği ile tezyin edilmiştir (Görsel 15).



Görsel 16: 03686 envanter numaralı Kur'ân-ı Kerîm'in ketebe sayfası (Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesi)

308a numaralı varakta ketebe kaydı yer almaktadır. Bu alanda yazı üçgen şeklinde bitirilmiş penç, goncagül ve yaprak motifi kullanılarak serbest formda tasarım yapılmıştır. Motifler altınla sulandırılıp yine altınla tahrir çekilmiştir. Motif aralarında kalan boşlukları doldurmak için tirfiller kullanılmıştır.

Sonuç

Bu çalışma tezhip sanatı bakımından ele alınmıştır. Ciltli olan eserde serlevha, sûre başı tezhibi, mushaf gülleri, duraklar, hatime tezhibi analiz edilerek, sayfa düzeni, motif özellikleri, kullanılan renkler bakımından incelenmiştir.

Nisbesinden Dârendelî olduğu anlaşılan hattat Şeyh el- Hâc Hasan bin Muhammed tarafından nesih hat ile yazılan Kur'ân-ı Kerîm Süleymaniye Yazma Eserler Kütüphanesinin Yazma Bağışlar bölümünde 03686 envanter numarasıyla yer almaktadır. 1234/ 1819 yılında yazılan eserin ebadı 142 X 95, 90X 50 mm. dir. Hat kaynaklarında hattat Dârendevî Şeyh el- Hâc Hasan bin Muhammed ile ilgili bir malumâta ulaşamadık.

Eserin tüm sayfaları altın cetveli olup Kur'ân-ı Kerîm de zahriye tezhibi yoktur. Serlevha tezyinatı sayfa düzeni bakımından klâsik dönem etkisi görülse de klâsik dönem serlevhalarının yazı alanı genellikle dikdörtgen formda olur bu eserin yazı alanı hilye-i Şerif'in göbek kısmı gibi yuvarlak tasarlanmıştır. Eser tezyinatında yapılan tasarımlar, tasarımlarda kullanılan motif ve renkler bütünlük arzeder. Kur'ân-ı Kerîm de bulunan yüz on dört sûre başı bezemesi tasarım, desen, motif, form ve teknik olarak

gruplandırıldığında sekiz farklı sûre başı tezyinatı tespit edildi. Musaf güllerinin tasarımları incelendiğinde ise eserde on farklı gül tasarımı bulunmaktadır. Aynı tasarımlar renkleri değiştirilerek eserin tamamında gerekli olan yerlerde tekrarlanmıştır. Duraklarda yedi farklı tasarım kullanılmıştır. Kur'ân-ı Kerîm de bulunan tezhip tasarımlarında penç motifinin hatâyî ve goncagül motiflerine göre daha fazla kullanılması, zerenderzer tekniğinin uygulanması ve iğne perdahının yoğun şekilde uygulanmış olması tezyînatın yapıldığı dönem özelliklerini yansıtmaktadır. Bezemede kullanılan renkler özellikle altın ve lacivertin uyumu motifler ve işçilik bakımından klâsik dönem özellikleri gösterir. Buda gösteriyor ki 1819 tarihli eserde batılılaşma etkisi görülse de kullanılan renkler ve motifler bakımından klâsik dönem etkilerini yansıtmaktadır.

Eserin cildinde bulunan şemsenin üzerindeki altının dökülmesi ve bazı sayfalarda dağılmalar olması nedeniyle restorasyona ihtiyacı vardır. Eserler yazıldığı dönemin tezyinat anlayışı hakkında bilgi vermesi ve tezhip sanatının tarihi sürecini anlamak adına önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Ayverdi, İ. (2008). *Beyne's sütur*. Misalli Büyük Türkçe Sözlük. İstanbul: Kubbealtı Neşriyatı, 1, 358.
- Bırol, İ.,& Derman, Ç. (1991). *Türk Tezyini Sanatlarında Motifler*. Kubbealtı Neşriyatı.
- Derman, F. Ç. (1987). Yazma Eserlerde Tezhip Sanatı. *Fırat Havzası Yazma Eserler Sempozyumu Bildirileri Kitabı*, 65-66.
- Devellioğlu, F. (1993). *Serlevha*. Osmanlıca-Türkçe Lûgat. Aydın Kitapevi Yayınları.
- Duran, G. (2009). *Serlevha*. TDV İslâm Ansiklopedisi, 36, 567-569.
- Duran, G. (2012). *Tezhip Sanatının Kullanım Alanları*. TDV İslâm Ansiklopedisi, 41, 63-65.
- Özen, M. E. (2004). *Türk Tezhip Sanatı*. Gözen Kitap ve Yayın Evi.
- Taşkale, F. (1997). Tezhip Sanatı. *Skylife*, 173, 108-118.
- Yılmaz, A. (2004). *Türk Kitap Sanatları Tabir ve İstılahları*. Damla Yayınevi.