



**ÜRÜN TASARIMINDA HEDİYELİK EŞYA
OLARAK CAMIN YERİ VE ESKİŞEHİR'E
YÖNELİK UYGULAMA ÖRNEKLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

Özlem VARAL

Eskişehir 2023

**ÜRÜN TASARIMINDA HEDİYELİK EŞYA OLARAK CAMIN YERİ VE
ESKİŞEHİR'E YÖNELİK UYGULAMA ÖRNEKLERİ**

Özlem VARAL

YÜKSEK LİSANS

Cam Anasanat Dalı

Danışman: Doç. Dr. Selvin YEŞİLAY

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Güzel Sanatlar Enstitüsü

Nisan 2023

*Bu tez çalışması BAP Komisyonunca kabul edilen 2203e012 no.lu proje
kapsamında desteklenmiştir.*

ÖZET

ÜRÜN TASARIMINDA HEDİYELİK EŞYA OLARAK CAMIN YERİ VE ESKİŞEHİR'E YÖNELİK UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Özlem VARAL

Cam Anasanat Dalı

Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Nisan 2023

Danışman: Doç. Dr. Selvin YEŞİLAY

Cam antik dönemlerden beri sanatsal ürünlerden hediyelik eşyalara, mimariden sofa eşyalarına, takıdan tıbbi ürünlere kadar çeşitli malzemelerin yapımında kullanılmıştır.

“Ürün Tasarımında Hediyelik Eşya Olarak Camın Yeri ve Eskişehir’e Yönelik Uygulama Örnekleri” adlı çalışmada kültür aktarımında turistik hediyelik eşyanın farklı kültürlerdeki önemi araştırılmış ve dünyadaki cam üretici firmaların cam eşya üretiminde yaptığı ürünler incelenmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda Eskişehir ili için özgün hediyelik eşya tasarımlarının yapılması amaçlanmıştır.

Dört bölümden oluşan bu çalışmanın birinci bölümünde ürün tasarımı dikkat edilmesi gereken unsurlar, ürün tasarımı tasarımcının rolü ve kullanıcı merkezli tasarımların ürün yaratımına etkileri araştırılmıştır.

İkinci bölümde ise, hediye kavramı ve kültürünün dünyadaki önemine değinilmiştir. Turistik hediyelik eşya tasarımı dikkat edilmesi gereken unsurlar araştırılarak farklı ülkelerdeki piyasada bulunan uygun fiyatlı turistik hediyelik eşya tasarımlarından örnekler verilmiştir.

Üçüncü bölümde, hediyelik eşya ve ürün tasarımı önde gelen firmalar araştırılmış ve bu firmaların ürettiği cam ev eşyaları ve hediyelik cam eşya tasarımları incelenmiştir.

Dördüncü bölümde, Eskişehir’in tarihi ve kültürel yapısından yola çıkarak Eskişehir’e yönelik hediyelik eşya örneklerinin tasarım ve üretim süreci aktarılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Ürün tasarımı, Hediye, Hediyelik eşya tasarımı, Cam ürün tasarımı, Eskişehir.

ABSTRACT
**THE PLACE OF GLASS AS A SOUVENIR IN PRODUCT DESIGN AND
PRACTICES ON THE SAMPLE OF ESKİŞEHİR**

Özlem VARAL

Department of Glass
Anadolu University, Graduate School of Fine Arts, April, 2023
Advisor: Doç. Dr. Selvin YEŞİLAY

Glass has been used in the production of various materials since ancient times, from artistic products to souvenirs, from architecture to tableware, from jewelry to medical products.

In this study titled "The place of Glass as a gift in product design and practices on the sample of Eskişehir" had examined the value of touristic souvenirs related to cultural transmissions. Different cultures reviewed with products of glass manufacturers around the world examined. Consequence of the research lead to design unique souvenir production exclusive to Eskişehir.

In the first part of this study, which consists of four parts, the factors to be considered in product design and the effects of designer and user-centered designs on product design are investigated.

In the second part, the importance of gift concept and culture in the world is mentioned. Elements to be considered in the design of tourist souvenirs have been researched. Examples of affordable tourist souvenir designs in the market in different countries are given.

In the third part, the leading companies in gift and product design were researched and the glassware and souvenir glassware designs produced by these companies were examined.

In the fourth chapter, it is aimed to create original and design products that will reflect Eskişehir based on the historical and cultural structure of Eskişehir.

Keywords: Product design, Gift, Souvenir design, Glass product design, Eskisehir.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın yürütülmesi aşamasında değerli tez danışmanım Doç. Dr. Selvin YEŞİLAY'a, tez sürecinde yardımlarını esirgemeyen Prof. Mustafa AĞATEKİN hocama ve Ahmet Fuat GÖKMEN'e, fikir danıştığım arkadaşlarım Yağmur ÇELİK, Tuğba KURT, Deniz KÜÇÜKBALLILAR'a, tez çalışmasına vermiş olduğu maddi destekler için Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi'ne ve hayatımın her alanında olduğu gibi ve tez çalışmalarım sürecinde de her zaman yanımda olan canım aileme sonsuz teşekkür ederim.



ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı” ile tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Özlem VARAL

İmza

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
TEŞEKKÜR	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ.....	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	x
GÖRSELLER DİZİNİ	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. ÜRÜN TASARIMI.....	2
1.1. Ürün Tasarım Süreci	3
1.2. Tasarımcı Odaklı Ürün Tasarımı	6
1.3. Kullanıcı Odaklı Ürün Tasarımı	8

İKİNCİ BÖLÜM

2. HEDİYE KAVRAMI.....	13
2.1. Dünya’da Hediye Kültürü	14
2.2. Türkiye’de Hediye Kültürü.....	15
2.3. Hediyelik Eşya Tasarımında Dikkat Edilmesi Gereken Nitelikler.....	16
2.4. Turistik Hediyelik Eşyalar	19

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. HEDİYELİK EŞYADA CAMIN YERİ	23
3.1. Dünya’da Cam Sektöründe Ürün Tasarımı	26
3.1.1. Steuben Glass.....	28

3.1.2. Iittala Glass.....	31
3.1.3. Daum Glass.....	33
3.1.4. Lalique Glass	33
3.1.5. Orrefors Glass	35
3.1.6. Holmegaard Glass	37
3.1.7. Kosta Boda Glass	39
3.2. Türkiye’de Cam Ürün Tasarımı.....	41

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN KİŞİSEL UYGULAMALAR.....	48
4.1. Eskişehir’in Kültürel yapısı ve Turistik Özellikleri.....	49
4.2. Eskişehir İlinde Mevcut Hediyeelik Eşyalar	60
4.3. Kişisel Uygulamalar Atölye Çalışmaları.....	62
4.3.1. Kibele.....	63
4.3.2. Şato	65
4.3.3. Pipo.....	68
4.3.4. Han Antik Kenti.....	70
4.3.5. ÇiBörek	72
4.3.6. Yazılıkaya	75
4.3.7. Buharlı Lokomotif.....	77
SONUÇ	79
KAYNAKÇA.....	81
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 1.1. Tasarım süreci aşamaları ve yorumlama eyleminin karşılıklıkları	4
Tablo 1.2. Tasarım süreci evreleri.....	5
Tablo 4.1. Eskişehir Tarihi ve Kültürel yapıları	51



ŞEKİLLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1.1. Kullanıcı merkezli tasarım süreci.....	10
Şekil 2.1. Turistik hediyelik eşyanın üretiminden satışına kadar geçen süreç	17
Şekil 2.2. Turner ve Reisinger'in turistler için hediyelik eşyanın 3 önemli özelliği	18
Şekil 2.3. Li ve Cai için hediyelik eşya alışverişinin 5 önemli özelliği	19



GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Görsel 1.1. (a) ‘Hot Bertaa’ su ısıtıcısı (b) Juicy Salif Limon sıkacağı tasarımı	8
Görsel 2.1. Behiç Ak tasarımı	20
Görsel 2.2. (a) Patara deniz feneri, (b) Alacahöyük, (c) Göbeklitepe figür, (d) Peribacaları mumluk	21
Görsel 2.3. Kibrit Kutusu, Çanta Tasarımı, Rosa Linke ve Lydia Keßner, Bauhaus Atelier	22
Görsel 2.4. (a) Görsel Heathrow T2’de WH Smith için hediyelik eşya (b) Görsel 100’den fazla Londra merkezli sanatçı, tasarımcı ve yapımcı ile iş birliği içinde oluşturulan özel Battersea ürünleri	22
Görsel 3.1. Tell el-Amarna’da bulunan, kil tabletinden oluşan Amarna mektupları.....	23
Görsel 3.2. Roma Unguentarium örnekleri	24
Görsel 3.3. Prag şişesi	25
Görsel 3.4. Prag şişesindeki oyulmuş sahne	25
Görsel 3.5. Roma dönemine ait akik taşlı cam yüzük (M.S 4-5 yy)	26
Görsel 3.6. Rousseau, Mine tekniği ile yapılmış vazo	27
Görsel 3.7. Louis Comfort Tiffany, Favril cam ve bakır üzerine mine (emaye)	27
Görsel 3.8. (a) Pavel Hlava tasarlanmış cam vazo (b) John Hutton tarafından tasarlanmış granül vazo (c) Franz Burkert tarafından tasarlanan parfüm şişesi	28
Görsel 3.9. Corning Glass Center’ın bir parçasını oluşturan fabrikada Steuben camı yapan günümüz ustaları	29
Görsel 3.10. Steuben Aurene Vazo	30
Görsel 3.11. Steuben tarafından yapılan cam kâse	30
Görsel 3.12. Haçlılar Kasesi.....	31
Görsel 3.13. (a) Müzik notalarının resmedildiği müzik sevenler için tasarlanmıştır (b) Değişen piyasayı vurgulayan dönen kaideye sahip hediyelik eşya tasarımı	

(c) Eric Hilton tarafından tasarlanmış deniz fenerinin güçlü ışını vurguluyor (d) Noel hediyesi	31
Görsel 3.15. (a) Aino Aalto tarafından yapılan tasarım (b) Oiva Toikka tarafından tasarlanan kâğıt ağırlığı	32
Görsel 3.16. Oiva Toikka'nın ikonik Birds by Toikka kuğu ve Baykuş tasarımı	32
Görsel 3.17. 1895-1910 tarihleri arasında üretilmiş Art Nouveau tarzı Cameo Vazo, Fransa	33
Görsel 3.18. Cattleya Orkide 1903-1904 tarihlerinde yapılmış, Oyma fildişi, boynuz, altın, altın üzerine emaye	34
Görsel 3.19. René Lalique'in Parfüm tasarımı	35
Görsel 3.20. (a) Bacchantes kasesi, Bacchus rahibelerinden esinlenerek yapılmıştır (b) Yunan mitolojisindeki tarım ve hasat tanrıçası Demeter'in Poppy motifinden esinlenen aydınlatma (c) Kiraz çiçekleri motifile oyulmuş, Japon kiraz ağaçlarının ("sakura") çiçek açmasını çağırıştırır. Sevgi ve barışın simgeleyen Muhabbet Kuşu heykeli ile süslenmiştir	35
Görsel 3.21. Gate ve Hald gral ve bardak seti tasarımları	36
Görsel 3.22. Edvin Öhrström'a ait Ariel çalışmaları	37
Görsel 3.23. (a) Yeni yıl hediyesi bir kar tanesini andırır ve asimetrik bir kesme kristal motifine sahiptir (b) Mumluk, düğünler, yıldönümleri veya doğum günleri için tasarlanmıştır (c) Carat koleksiyonu, Orrefors'un dünyaca ünlü olduğu geleneksel kesme camı	37
Görsel 3.24. (a) Peter Svarrer'in Cocoon vazo tasarımı, (b) Baharın parlak renklerinden ilham almış ev hediyesidir. İlkbaharda toprakta filizlenmeye hazırlanan tohumları simgeliyor (c) Per Lütken, 1955'te ki tasarımı	39
Görsel 3.25. (a) Ulrica Hydman Vallien tarafından tasarlanan arkadaşlık kadehi (b) Ulrica Hydman Vallien tarafından tasarlanan Caramba vazo (c) Sara Woodrow tarafında tasarlanan You and Me coupé (d) Mutluluk, Kjell Engman'ın tasarımı	40
Görsel 3.26. Gordion cam kâsesi	41

Görsel 3.27. Kronoloji, Türk Cam Sanatının Gelişimi	42
Görsel 3.28. Nakkaş Osman tarafından yapılan minyatür	43
Görsel 3.29. (a) Topkapı Sarayı Müzesi Hamam kafesinden esinlenilmiş (b) Selimiye Cami Hünkâr mahfili çinilerinden esinlenilmiş (c) 19.yy'a ait Sultan Abdul Azizin Kızı Münire yazı kutusundan esinlenilmiştir	43
Görsel 3.30. (a) Gülabdan Beykoz işi gülsuyu şişesi (b)Laleden Beykoz işi vazo.....	44
Görsel 3.31. Sarı- Şeffaf çizgili Çeşm-i Bülbül, Kapaklı Sûrahi, Osmanlı-Beykoz, Millî Sarayları Koleksiyonu	45
Görsel 3.32. Cumhuriyet dönemi Türk cam sanatı örneği, Yapım Yusuf Görmüş	46
Görsel 3.33. (a) 1934'te, Mustafa Kemal Atatürk'e hediye edilmiş cam şekerlik, Paşabahçe Cam Fabrikası'nın kuruluşuyla ilişkili çok özel bir üründür (b) Önder Küçükerman'ın paşabahçe için yaptığı tasarım, 1978	46
Görsel 3.34. Kesme tekniği, Paşabahçe 1984 koleksiyonu.....	47
Görsel 4.1. Matrakçı Nasuh tarafından çizilen Eskişehir minyatür	48
Görsel 4.2. Demiryolunun kente ulaşmasının ardından, tarihi Odunpazarı yerleşkesi dışında gelişen modern kent dokusu ve tren garı	49
Görsel 4.3. (a) Yazılıkaya, (b) Bitmemiş Anıt	51
Görsel 4. 4. Aslanlı Mabet'in üçgen alınlığı	52
Görsel 4.5. Kurşunlu Külliyesi Kurşunlu Külliyesi	52
Görsel 4. 6. Han Antik Kentinde arkeolojik kazılar sonucu çıkarılan kalıntılar.....	53
Görsel 4.7. Alemşah kümbeti.....	53
Görsel 4.8. Alemşah kümbetinin üstünde işlenmiş desen	54
Görsel 4.9. Himmet Baba türbesi seramikler	54
Görsel 4.10. Odunpazarı evleri	55
Görsel 4.11. Müzede sergilenen eserler	56
Görsel 4.12. (a) 24000 tipi Lokomotifte ait makinist kabini, (b) Türkiye'nin ilk yerli otomobili, (c) 2200 tipi Lokomotif.....	57

Görsel 4.13. (a) Cengiz Topel heykeli, (b) Görsel, F-104G Av Önleme ve Bandırma Uçağı (c) Grumman S-2, denizaltı savunma uçağı.....	57
Görsel 4.14. Atatürk ve ailesi.....	58
Görsel 4.15. Lületaşı pipo denemeleri	59
Görsel 4.16. (a) Sivri Hisar cebesi (b) Görsel Sivrihisar incili küpe	59
Görsel 4.17. (a) Korsan gemisi (b) Görsel Masal şatosu ve gölet	60
Görsel 4.18. (a) Aktaş Lületaşı Atölyesine ait lületaşı kolye (b) Görsel Aktaş lületaşı atölyesine ait lületaşı tespihler.....	61
Görsel 4.19. Odunpazarı Kurşunlu Cami ve Külliye'sinde bulunan sıcak cam atölyesi	61
Görsel 4.20. Sorkun köyünde Açık Ateşte Pişirim tekniğı uygulaması örneğı	62
Görsel 4.21. Sorkun Çömleğı	62
Görsel 4.22. Kibele figürünün 3D yazıcı baskısı	63
Görsel 4.23. Kibele tasarımı.....	64
Görsel 4.24. Dijital çizim ve 3D yazıcı baskı model	65
Görsel 4.25. Camdan üretilerek yapılan Masal Şatosu cam.....	66
Görsel 4.26. Masal Şatosu çalışmasına ait kutu ambalajı	67
Görsel 4.27. Ham halde işlenmemiş lületaşı.....	68
Görsel 4.28. Lületaşı ve cam kullanılarak üretilmiş pipo	69
Görsel 4.29. Pipoya ait kutu ambalajı	70
Görsel 4.30. Çalışmanın modelleme kalıp ve fırınlama aşamaları	70
Görsel 4.31. Eskişehir'de yer alan Han Antik kenti.....	71
Görsel 4.32. Aljinat kalıp aşaması ve fırınlama aşaması	72
Görsel 4.33. Camdan yapılmış Çibörek	73
Görsel 4.34. Çibörek kutu ambalajı	74
Görsel 4.35. İllüstratör çizim ve lazer kesim	75
Görsel 4.36. Silikon kalıp ve fırınlama aşaması	75

Görsel 4.37. Yazılıkaya çalışmasının ön ve arka yüzeyleri	76
Görsel 4.38. 3D modelleme ve silikon kalıp.....	77
Görsel 4.39. K2200 adlı Lokomotif alışması	78



GİRİŞ

Bir ürün tasarımı her zaman bir fikir ve gereksinim ile başlar. Bu fikir ortaya atıldıktan sonra değerlendirilir ve bazı aşamalardan geçtikten sonra fikir geliştirilir ve uygulanır.

Antik dönemlerden beri cam sanatsal ürünlerden hediyelik eşyalara, mimariden sofa eşyalarına, mücevherden tıbbi ürünlere kadar çeşitli malzemelerin yapımında kullanılmaktadır. 18. yüzyılda sanayi devriminin başlamasıyla gelişen seri üretimin yaygınlaşması birçok sektörde olduğu gibi, cam eşya tasarımı da etkilenmiştir. Makinaların üretimde kullanılmasıyla cam yaşamın birçok alanına yayılmış ve cam fabrikalarının sayısı artmıştır. Böylelikle seri üretime daha uygun cam ürünler üretilmiştir.

Her kültürde ve toplumda görülen hediyeleşme geleneği antik çağlara kadar dayanır. Hediyeleşme ve hediyelik eşya; kişi, toplum, kültür ve zamana göre değişiklik gösterir. Bazı kültürlerde hediye vermek önemli bir yere sahipken bazı ülkelerde ise saygısızlık olarak algılanmaktadır. Hediyelik eşyalar özellikle o bölgeye ait yöntemlerle ve bölgedeki küçük atölyelerde el sanatları ile üretilmiş ise bölgenin tanınmasına ve ekonomisine katkı sağlamaktadır.

Turistik ziyaret esnasında o bölgeye ait yerel yöntemler ile üretilmiş ve bölgenin kültürünü aktaran, özgün, fonksiyonel ve uygun fiyatlı bir ürün hediyelik eşya olarak satın alınmaktadır. Türkiye’de üretilen hediyelik eşyalar araştırıldığında anahtarlıktan masa süsüne, kolyeden nazar boncuğuna, tişörtten çantalara kadar çok geniş bir alana sahip olduğu görülmektedir. Diğer şehirlerde olduğu gibi Eskişehir’de hediyelik eşya üretiminde ve tasarımında özgün ürün sayısı oldukça azdır. Çoğunlukla hediyelik eşya olarak tespih, magnet, kupa, kolye, bileklik, küpe, lületaşı, pipo ve biblolar satılmaktadır.

Yapılan araştırmalara bağlı olarak Eskişehir iline özgü, kentin kültürünü aktaracak ve tanıtımında etkili olabilecek hediyelik eşya tasarım önerileri sunularak, tasarım ve üretim detaylı bir şekilde aktarılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. ÜRÜN TASARIMI

Gelişen dünya ile birlikte tasarım kavramının anlamının değiştiği ve alanının hızla genişlediği görülmektedir (Akdemir, 2017). Tasarımın tarihsel sürecini incelediğimizde, dönemsel olarak değişen ve gelişen sanat tarihinin alt bölümü olarak yer verilmiştir. Fakat tasarım tarihi, mevcut gelişmelerin üstüne zamanla yenilerinin eklendiği, her yeni adımın elde bulunanın anlamını değiştirdiği bir süreçtir (Turgut, 2016). İlk tasarım ürünleri yemek araçları olan tabak, kaşık ya da kendini savunmak için bıçak, ok gibi araçlar olmuştur. Önceki dönemlerde ürün tasarımlarında, fiziksel ihtiyaçları karşılamaya yönelik tasarımlar yapılıyordu fakat ilerleyen çağlarda ruhsal ihtiyaçları karşılayan ürünler tasarlanmıştır. Günümüzde ise kullanıma yönelik ihtiyaçlar bir ürünü tasarlarlarken belirleyici etkenlerdir (Yüksel, 2018).

Tasarım kavramı; 554 sayılı Endüstriyel tasarımların korunması hakkında Kanun hükmünde kararnamede “Bir ürünün tümünün veya bir bölümünün şekil, çizgi, biçim, doku, malzeme, renk veya esneklik gibi insan duyuları ile algılanan çeşitli unsur veya özelliklerinin oluşturduğu bütünü ifade eder.” şeklinde açıklamıştır (Yazıcıoğlu, 2019). Krippendorff tasarım sözcüğünü Latin *designare* kelimesinden geldiğini düşünmektedir. Bir şey yapmak, bir simge ile onu önemli, diğerlerinden farklı hale getirmek, sahibiyle ve kullanıcısıyla ile olan ilişkisini tayin etme olarak ifade etmiştir (Kandemir, 2018). Heskett’e göre ise tasarım sözcüğünü; özüne indiğimizde, doğada örneği bulunmayan yollardan çevremizi biçimlendirip oluşturmaya, gereksinimlerimize hizmet etmeye ve yaşamlarımıza anlam katmaya yarayan insana özgü bir yetenek olarak tanımlamaktadır (Toprak, 2016).

İlk çağlardan bu yana çok fazla tasarım ürünü yer almaktadır. İngiltere’de Sanayi devriminin ortaya çıkması ve 1760-1860 yılları arasında buhar gücünün keşfedilmesi ile makineleşmeye geçilmesi dönemin tasarım anlayışını yeniden şekillendirmiştir. Bu durum modern tasarım sürecini başlatmıştır ve kısa süre içerisinde yeni üretim yöntemlerine uygun tasarımlar yapılmaya başlanmış, toplu üretim ve kullanıcıya hızlı ulaşım sayesinde üretim hız kazanmıştır (Doğan ve Asar, 2019). Örneğin 1820’lerde buharla çalışan dokuma tezgâhı ile üretim yapan bir kişi, elle dokuma yapan bir kişinin ürettiği ürünün yirmi katını üretebilmektedir (Karabacak ve Dilmaç, 2021).

Tasarımcılar, yaşadığımız alanın büyük bir kısmını hatta milyonlarca insanın yaşam alanını ve ihtiyaçları olacak gereksinimlerini biçimlendirmektedir. Endüstriyel toplumda bütün tasarımın temeli sorunu çözme adımı ile başlar. Temel aşama, ihtiyacı ve sorunu belirlemek ardından çözüm önerisi bulmak ve öneriyi test etmektir. Problem çözme sosyal yaşamda ve tasarım aşamalarında sık kullanılan yöntemlerden biridir. Ürün tasarımı yaparken toplumun, çevrenin ve insanın gereksinimlerini iyi bir şekilde analiz etmek gerekir. Yeni bir ürün tasarımı yaparken ürünün malzemesi, işlevselliği, insan sağlığına ve güvenliğine, uygunluğuna, maaliyetine, üretim olanaklarına, sunumuna ve hedef kitlenin özelliklerine dikkat edilmelidir.

1.1. Ürün Tasarım Süreci

Tasarım, ürünün ortaya çıkış sürecinde, proje, çizim ve modelleme gibi aşamaların tümünü kapsar. Tasarım aşamasında tasarımcı duygularını, düşüncelerini ve hayal gücünü ortaya koyar (Çırakoğlu, 2018). Bir tasarım yaparken temel aşama ihtiyacı veya problemi belirlemek ardından probleme dayalı çözüm önermek ve önerilen çözümleri test etmektir. İyi geliştirilmiş bir tasarım, kullanıcının fizyolojik, sosyo-kültürel ve psikolojik ihtiyaçlarına karşılık verebilmelidir (Rodop, 2017). Müşterilerin ürünü algılaması, üretim maliyeti, ürünün satış fiyatı, firmanın karı, üretimde kullanılan malzemeler, üretim yöntemi gibi etkenlerin temelleri ürünün tasarlanması sırasında atılmaktadır (Kağnıcıoğlu, 2002). Tasarımın her basamağı bir önceki ve bir sonraki adımıyla bağlantılıdır. Tasarlama sürecinin aşamaları ve izleyeceği yol araştırmacının fikirleri ile şekillenip çeşitlenmektedir (Yabanigül, 2021)(Tablo 1.1).

Tablo 1.1. *Tasarım süreci aşamaları ve yorumlama eyleminin karşılıklıkları (Meryem Nurefşan 2021)*

Referans	Tasarım Süreci Aşamaları	Yorumlama Biçimleri
Goldschmidt (1988)	Tanım, Bağımsız Girdiler, Fiziksel, Form	Yorumlama
Schön (1987)	Yapma, Görme	Yansıtma
Lawson ve Dorst (2009)	Formüle etme, Hareket etme, Temsil, etme, Değerlendirme, Düzenleme	Değerlendirme
Dewey (Kızılkaya ve Aşkar, 2009)	Öneriler, Problem, Hipotez, Biçimleme, Nedenleme, Test etme	Yansıtma Düşünme
Verstijnen ve diğ. (1998)	Birleştirme, Zihinsel İmgelem, Dışsallaştırma, Yeniden Yapılandırma	Keşfetme
Cramer-Petersen ve Ahmed-Kristensen (2015)		Akıl Yürütme
Araştırma (Yabanigül, 2021)	Tasarım problemi, Tasarımın sınırları, Tanımlı bilgi, Ön bilgi, Zihinsel temsil, Oynayarak tapma, Fiziksel temsil, Tasarım önerisi, Tasarım sonucu	Yorumlama, Keşfetme, Akıl Yürütme, Yansıtma

Ürün tasarımı bir sorunun tespit edilmesi ile başlar ve tasarımın her basamağında mantıklı bir süreç uygulanarak bir sonraki basamağa geçilir (Tablo 1.2).

Tasarım sorunun belirlenmesi aşamasında şunlara dikkat edilmelidir;

- Sorunun kaynağı ve nedeni araştırılmalıdır.
- Bu sorundan doğrudan veya dolaylı etkilenenler belirlenmelidir
- Bu sorunu çözmek için mevcut teknik/teknolojik olanaklar belirlenmelidir
- Bu sorunu çözmek için gereken süre belirlenmelidir.
- Bu çözümün neticesinden sonra modellenmelidir (Ertem 1999).

Tablo 1.2. *Tasarım süreci evreleri (Gümüş,2007)*



Durum saptama: Tasarımın fikrinin ortaya çıkmasını etkileyen unsurlardandır. Geliştirmek veya değiştirmek istenen durumlar belirlenir. Sorun tespit edilirken önemli olan nitelikler, endüstri ürünü ve sanat eseri tasarımı için farklı değerlendirilir. Endüstri ürününde problem, tasarım sürecinin başlangıcında çözümlenirken; sanat yapıtı tasarımında, sanatçının tasarım sürecinin başında tanımladığı bir problem olsa da eser tamamlanana kadar bu problem devam edebilir (Özdemir, 2010).

Analiz: Araştırma ve bilgi toplama aşamasıdır. Bu aşamada araştırmalar toplanır ve değerlendirilir. Tasarımcı benzer problemlerin çözümünde kullanılan yöntemleri detaylı inceleyip, bilgiler toplar.

Tanımlama: Bu aşamasında ne, ne için, nasıl, ne ölçüde gibi tasarımın işlevsel sorularına cevaplar aranır ve tasarım probleminin tanımını oluşturulup bir yöntem belirlenir. Sorunun temeline inilerek asıl nedenler tespit edilir ve çözüm arayışında amaç netleştirilir (Gümüş, 2007).

Fikir geliştirme: Yapılan değerlendirmelerin neticesinde fikir geliştirilir ve bu geliştirilen fikirler sonucunda tasarım yapılır (Altıparmakogulları, 2013).

Eleme aşaması: Üretilen çözümlerden işe yaramayanlar çıkartılır. Tasarım sorununun çözümleri arasından en iyi çözüm belirlenir ve uygulama aşamasında somut hale gelir. Tasarım eyleminde ulaşılan durum ve etkisi, değerlendirme aşamasında incelenir. Edinilmiş bilgiler tanımlanarak yorumlanır, proje irdelenir (Gümüş, 2007).

Dieter Rams'in iyi tasarım prensiplerini 10 maddede açıklamıştır.

1. İyi tasarım yenilikçidir: Teknolojik gelişmeler yeni fikirler sunmaya olanak sağlamaktadır.
2. İyi tasarım ürünü kullanışlıdır.
3. İyi tasarım ürünü estetikdir, göze hitap eder: Tasarlanan ürünün estetik kalitesi, ürünün bir parçasıdır.
4. İyi tasarım ürünü anlaşılır yapar. İyi tasarım ürünün kendiliğinden anlaşılmasını sağlar.
5. İyi tasarım mütevazıdır: Tasarım hem sade hem tarafsız olmalıdır.
6. İyi tasarım dürüsttür: Tasarım, bir ürünün maddiyatını ve işlevini olması gerekenden daha fazla göstermemelidir.
7. İyi tasarım uzun ömürlüdür: Modaya ayak uydurmaz, devamlılığını korur.
8. İyi tasarımın her bir detayı bütünlük içinde olmalıdır: En ufak bir detay bile keyfi olmamalıdır.
9. İyi tasarım çevre dostudur: Üretiminde ve kullanımında doğal kaynaklara zarar vermemelidir.
10. İyi tasarım mümkün olduğunca az tasarımdır: Önemli olan noktalar üzerinde yoğunlaşılmalıdır (Yücel, 2010).

Ürün geliştirme ve tasarlama süreci içerisinde ürünün kullanabilirliği, fonksiyonları ve tüketicinin talepleri, pazar içerisinde değişen trendler, maddi kaygılar ön plana çıkmaktadır (Tunç ve Ceylan, 2021).

Yeni tasarımlardan beklenen özellikler şu şekilde açıklanabilir:

Yeni tasarım, daha “yararlı ve güvenli” olmalıdır

Yeni tasarım, daha “kolay” kullanılmalıdır.

Yeni tasarım, çevreye “daha uyumlu” (ya da uyumsuz) olmalıdır.

Yeni tasarım, kullanıcıya “kişisel seçim” imkânı sağlamalıdır.

Yeni tasarım, “zamana açık” (ya da kapalı) olmalıdır.

Yeni tasarım, “belli bir süre boyunca aksamadan” kullanılabilmelidir (Bohur 2007).

Her bir tasarım süreci soyuttan somuta doğru aşamalarla ilerledikçe netlik kazanır. Bu aşamalar ürünün kullanabilirliğine, işlevselliğine, tasarımına, sektöre ve ihtiyaca göre değişiklik gösterebilir.

1.2. Tasarımcı Odaklı Ürün Tasarımı

Tasarımcının tasarıma yaklaşım prensibi, problem ve çözüm bulma odaklı olarak sürekli hareket içindedir. Tasarımcının tasarıma bakışı, kazandığı pratik ve teorik bilgiler

ile doğrudan ilişkilidir. Teorik bilgi, alanın genel bilgi ve kurallarını kapsarken; pratik bilgi bu kuralların örnekler üzerinde uygulanmasıdır (Yabanigül, 2021).

Friedman tasarımcının tasarımdaki sorumluluğunu şöyle açıklar: “Tasarımcı problemleri ortaya çıkaran bir analizci, problemlerin çözümüne yardımcı olan bir sentezci, çözümün sağlanması için gereken yetenekleri anlayabilen, farklı yeteneklerden oluşan takımı yönetebilen bir lider ve çözüm sonrasında doğru problemin çözüldüğünden emin olmak için geriye dönük analiz yapabilen bir eleştirmendir” (Taştan, 2014).

Roger Mart’in tasarımcı için “düşünüş, analitik düşünme ile sezgisel düşünmenin verimli bir karışımıdır” şeklinde yorum yapmıştır. Tasarımcının amacı kullanıcının gereksinimleri doğrultusunda sağlıklı, güvenli, konforlu ve estetik olarak tasarladıkları ürün ile iyi bir kullanıcı tecrübesi yaşatmaktır (Akbulut ve Uluçay, 2018).

1960’larda tasarımcının görevi farklı bir yöne doğru ilerlemiştir. Toplumun refah seviyesinin artması ile tasarım artık bir ihtiyaç olmak yerine, başkalarını etkilemek için kullanılmaya başlandı. Sir Terrence Corran bu durumu ‘1960’ların ortalarında insanların ihtiyaçlarının bitip, ihtiyacın isteğe dönüştüğü garip bir dönem olmuştur. Bu dönemde de tasarımcılar daha çok ihtiyaca uygun ürünler yerine isteğe dayalı ürünler üretmişlerdir.” şeklinde ifade etmiştir (Öç, 2013).

Kimi tasarımcılar kullanıcıların istekler ve ihtiyaçlarından çok kendi fikirlerine önem vermektedir. Bu durumda ürünün tasarlanmasında ve kullanımındaki temel ölçüt, ürüne yüklenen anlamdır (Akbulut ve Aydın, 2018). Örneğin nesne, kullanım amacından uzaklaştırılarak asıl işlevinden tamamen ya da kısmi olarak vazgeçilmiş bir sanat eserine dönüştürülür (Babadağ, 2016). Buna Philippe Starck’ın ‘Juicy Salif’ limon sıkacağı ve ‘Hot Bertaa’ su ısıtıcısı tasarımları örnek olarak verilebilir. Philippe Starck’ın ‘Juicy Salif’ ve ‘Hot Bertaa’ tasarımları asıl işlevinden az da olsa vazgeçilmiş ve heykelsi bir yapı tasarlanmıştır. Estetiğin ön planda olduğu fakat işlevsel olarak kullanıma uygun olmayan tasarıma sahiptir (Görsel 1.1).



(a)



(b)

Görsel 1.1. (a) 'Hot Bertaa' su ısıtıcısı (b) Juicy Salif Limon sıkacağı tasarımı (http-1)

1960'lı yıllarda teknolojik gelişmeler ve seri üretimin gereklilikleri nedeniyle, insan ihtiyaçları doğrultusunda tasarımcıların yalnız kendi isteklerini merkeze alarak tasarım yapmalarının mümkün olmadığı anlaşıldı (Bayazıt, 2004).

Tasarımcı, ürünün tasarlama sürecinin ilk basamağından son basamağına kadar her aşamasına müdahale edebilir ve değiştirebilir. Tasarım, tasarımcının yaratıcılığıyla orijinal kimliği elde eder. Tasarımcı, dünyasının birikimleri ile ürün hakkında sahip olduğu ve araştırıp elde ettiği bilgileri sentezlemesi ile ortaya yeni bir ürün çıkarır. Buda, tasarımda yaratıcılık, işlevsellik ve estetik aşamada kendini göstermesi ile olasıdır (Önlü, 2010).

1.3. Kullanıcı Odaklı Ürün Tasarımı

Kullanıcıların ihtiyaçlarını anlamak, ürünün kullanılabilirliğini artırmak ve kullanıcı deneyimini iyileştirmek için tasarımcılar, kullanıcılarla sık sık etkileşimde bulunur ve geri bildirimleri dikkate alır. Kullanıcı odaklı tasarım kavramı 1980 yılında Norman ve Draper'in yazdığı 'User-Centered System Design: New Perspectives on Human-Computer Interaction'' başlıklı kitabın basımından sonra yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Yalman ve Yavuz, 2017).

Yeni bir ürün tasarlarken, ürünü kimin ve ne amaçla kullanacağını bilmek önemli bir unsurdur ve bu anlayış olmadan insanların memnun kalacağı aynı zamanda kolay kullanabileceği bir ürün ortaya çıkarmak çok olası değildir. Tasarlanan ürün ne olursa

olsun, bir kullanıcı kitlesi bulunmaktadır ve kullanıcının bu üründen verim alması sağlanmalıdır.

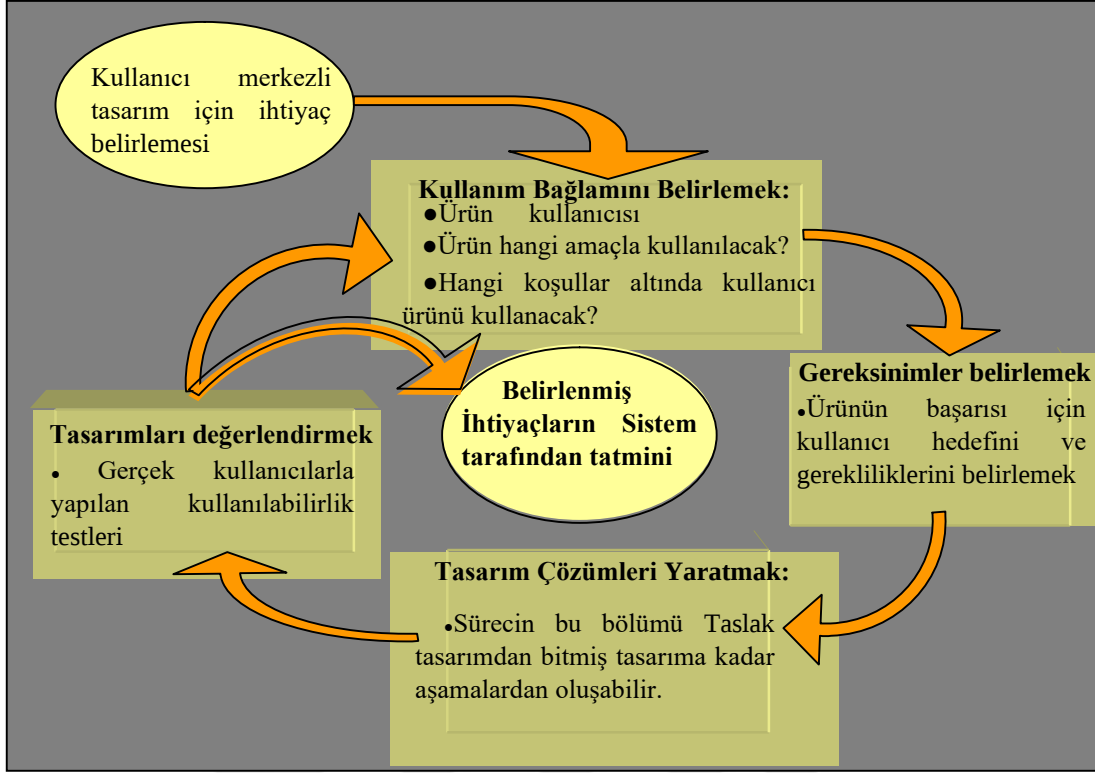
Tasarımcılar, insanlara hizmet eden, insanların günlük hayatını kolaylaştıran ve yaşama değer katan, tasarımıyla daha iyi bir yaşam kalitesi sağlayan ürünler yaratmayı hedefler. Bu ürünler sadece günlük kullanılan objeler ve makineler ile sınırlı değildir. Aynı zamanda bilgi ürünleri, posterler, kırtasiye malzemeleri, dergiler, tekstil, moda ve mücevher tasarımı gibi ürünlerde bunun bir parçasıdır (Hammer, tarihsiz, s.1).

Toros ‘‘Elizabeth Sanders 1992 yılında yayınlanan yazısında, pazara çıkan yeni ürünlerin yüzde seksenin kısa bir süre içinde beklentileri karşılamamaya başladığını ve bu başarısızlığın, tüketici istek ve ihtiyaçlarını anlamadan, hatalı varsayımlar ile tasarım yapılmasından kaynaklandığını dile getirir. O gün için, geleneksel kabul edilen pazarlama araştırmalarının yetersizliğine dikkat çeken Sanders, deneyimlere dayanan iç görüşü ve anlayışı kavrayabilmek için kullanıcıların tasarım sürecine katılması gerektiğinin’’ altını çizer (Toros, 2020).

Kullanıcılar ürünlerin pragmatik (faydacı) ve hedonik (duygusal) olmak üzere iki temel özelliğini algırlar. Pragmatik özellikler, ürünün kullanışlılığıyla ilgili iken, hedonik özellikler, kullanıcının psikolojik ihtiyaçları ile bağlantılıdır (Kuru, 2015).

Kullanıcı merkezli tasarım; baştan tasarlanan ya da geliştirilen bir ürünün kullanıcısının fizyolojik ve bilişsel sınırlarını belirlemek ve buna yönelik kullanıcının ihtiyaçlarının karşılamak için uygulanan bir tasarım yöntemidir (Şekil 1.1.).

Sade kullanıcı-odaklı tasarım yöntemlerinin ürün tasarım süresini uzattığını öne sürmüştür. E-Design tasarım bürosunda yürütülen bir projede tasarım süresinin 3 yıl sürdüğünü ve bu geçen süre içerisinde kullanıcılar, evde ve gruplar içinde gözlenmeler, kullanıcılar ile görüşmeler ve testler gibi birçok metotlar kullanıldığı belirtmiştir (Oygür, 2006).



Şekil 1.1. Kullanıcı merkezli tasarım süreci (Öztürk, 2008)

Kullanıcı merkezli ürün tasarımında dikkat edilmesi gereken hususlar;

- Yararlılık
- Teknik Yeterlilik
- Kullanılabilirlik
- İkna edicilik
- Grafik Tasarım (Akbulut ve Aydın 2018).

Bir kullanıcıyı ürünü almaya ya da kullanmaya teşvik eden etken diğer ürünlerden farklı özellikler taşımasıdır. Bu özellikleri kullanıcı, deneyimleyerek, görerek, etrafındaki kullanıcılardan ya da iletişim araçlarından öğrenir. Böylelikle tasarlanan ürünün başarı derecesi ve diğer ürünlerden farklılığı kullanıcı tarafından algılanır.

Özetle ürün için en önemli olan nokta, o ürünün kullanıcının ihtiyaçlarını karşılayacak ve böylelikle kullanıcı memnuniyetini artıracak şekilde nasıl tasarlanabileceğini keşfetmektir.

Tüketicilerin açısından ürünler, nitelikten daha çok fayda grubu olarak algılanmaktadır.

Seth (2005: 383), tüketici için ürün faydalarını sekiz gruba ayırmıştır. Bunlar şu şekildedir;

1. Fonksiyonel Fayda
2. Sosyal Fayda
3. Duygusal Fayda
4. Epistemik Fayda
5. Estetik Fayda
6. Hedonik Fayda
7. Durumsal Fayda
8. Bütüncül (Toplam) Fayda (Bacaksız, 2013)

Fonksiyonel fayda: Tüketicilerin fiziksel olarak bir üründen bekledikleri faydalar fonksiyonel fayda olarak nitelendirilir (Çakır, 2007). Örneğin; televizyonun ekran görüntüsü, renklerin canlılığı ürünün fonksiyonel faydasını gösterir.

Sosyal Fayda: Toplumda oluşan statü, sosyal sınıf gibi gruplar ile ilişkilendirilebilir (Bacaksız, 2013). Örneğin; gösterişli ürünler tasarım kıyafetler, marka takılar ve pahalı hediyeler gibi örnekler çoğunlukla sosyal faydayı sağlamaktadır.

Duygusal Fayda: Duygusal fayda kullanıcı ile ürün arasındaki bağ ile oluşur. Tüketici ürünü satın alırken üründen duygusal fayda sağlamayı da istemektedir. Örneğin; yılbaşı ağaçları, şükran günü hindileri veya tat, koku, gibi anılarını harekete geçiren duyguları kapsamaktadır (Bacaksız, 2013).

Epistemik Fayda: Ürünlerin merak uyandıran, onları çekici kılan ve bilgi edinme arzusunu yaratan yönleri ile ilgilidir. Araştırma, yenilik bulma, çeşitlilik yaratma gibi tüketim davranışları örnek verilebilir. (Bacaksız, 2013).

Estetik Fayda: İnsanlar bazen görsel haz veren, duyguları tatmin eden, farklı tasarımları ürünleri ürünün fonksiyonelliğe tercih eder. Estetik fayda sübjektiftir ve alıcıya göre farklılık gösterir. Kellaris ve Kent'e göre tasarımcılar ürünün şekli, boyutu, hızı, oranı, malzemesi, rengi, süslemesi ve dokusu gibi özellikleri birbiriyle ilişkilendirilip dengesinin kurulmasını sağlar (İlhan ve diğerleri, 2022).

Hedonik Fayda: Hedonizm, genellikle duygular aracılığıyla memnun olmayı ifade eder. İnsanlar hem olumlu hem de olumsuz farklı duygular dener. Hedonik faydada, tüketiciler ürün seçerken duyduğu hazlar bazen faydacı nedenlere göre daha baskındır. (Türk, 2018).

Durumsal Fayda: Alıcının satın alma kararları ve içinde bulundukları duruma göre değişiklik göstermektedir. Durumsal etkiler, belirli bir zaman içerisinde ve gözlemlenen mevcut davranış üzerinde görünür ve sistematik etki yaratan tüm faktörlerdir. Bu nedenle, satın alma ortamıyla ilişkili geçici baskılardır. Örneğin daha önce alınan bir ürünün tekrar alınmak istenmesiyle fiyatının artmış olması tüketicinin kararını değiştirmekte önemi rolü vardır. Durumsal fayda, ürünlerin özel durumlarda durumsal ihtiyaçları karşılama kapasitesinden kaynaklanan faydasıyla ilgilidir. Bir ürün fiziksel ve sosyal olaydan önceki varlığında durumsal değer kazanmaktadır. Durumsal faydalar özel bir tüketim durumunun profilinde ölçümlenmektedir (Quliyev, 2012).

Bütünsel Fayda: Ürünün bütünüyle, tutarlılığı ve uyumluluğudur. Bütünsel fayda çoğu zaman talep karşılığında ortaya çıkar. Örneğin; giysi, mobilya ve gıda tüketiminde fark edilir. Bütünsel fayda, bir ürünün kombinasyonundan kaynaklanan “sinerjinin bir sonucudur (Quliyev, 2012).

İKİNCİ BÖLÜM

2. HEDİYE KAVRAMI

Hediye, bir kişiye sevgi, takdir, teşekkür, kutlama veya başka bir nedenle verilen bir armağandır. Hediye vermek, ilişkileri güçlendirmek, mutlu etmek veya bir kişiye değer verildiğini göstermek için yaygın olarak kullanılan bir davranıştır. Hediye, pek birçok kültürün evrensel bir parçası olması sebebiyle, sosyoloji, antropoloji, ekonomi, psikoloji ve pazarlama gibi farklı alanlardaki araştırmacılar tarafından detaylı şekilde incelenmektedir. Genel olarak yorumda bulunursak hediye; birini sevindirmek, mutlu etmek, onurlandırmak, bir şeyleri kutlamak, karşılıklı veya anı olarak verilen armağandır (Arkant, 2013). Yapılan araştırmalar sonucunda hediye, ilkel toplumlardan günümüze kadar geldiği anlaşılmaktadır. Toplumlar değiştikçe ve geliştikçe hediye kavramı da değişime uğramıştır.

Hediye sözcüğü, Türk Dil Kurumu'nun açıklamasında; birini sevindirmek, mutlu etmek için verilen armağan olarak geçmektedir. İngilizlerde; *gift, present*, Fransızlarda; *cadeau, present*, Ruslarda; *padarok*, Azerilerde; *armağan, yadigâr*, Başkurlarda; *bülak, yadkar*, Kazaklarda *sıy, sıylık*, Kırgızlarda *belek*, Özbeklerde *savga, armugan*, tatarlarda *bulak, yadkar, küçtanah*, Uygurlarda *armağan, sogat, hadiya* olarak karşımıza çıkmaktadır (Sakarya, 2006).

Hediye; toplumsal ilişki sisteminde; bireysel ilişkilerin bir simgesi; yükümlülükler dayatıcısı; ilişkilerin pekiştiricisi; geleneksel toplumlarda yardımlaşmanın, cömertliğin sosyalleşmenin simgesini ve toplumsal ilişkilerin temelini oluştururken modern toplumlarda ise; soğuk çıkar hesaplarının aracısı, piyasa ve devletin ardındaki görünmeyen sistem, sosyal ilişkilerin kurucusu, yenileyicisi ve güçlendiricisi, bazen bir araç bazen ise bir amaç olarak ifade edilmektedir (Uzun, 2013) (Özdemir, 2008).

Hediye tarihi, kültürel geçmişi açısından incelendiği zaman; kişi, toplum, zamana ve ortama göre değişiklik gösteren her toplumda, sosyal ilişkilerin kurucusu, yenileyicisi, pekiştiricisi ve sosyo-ekonomik ve psikolojik açımları bakımından ele alınan bir kavramdır (Tomak, 2014).

Davies vd.' ne göre hediye; bir kimsenin beklentisi olmaksızın fakat karşılık beklentisiyle bir kimseyle ilişkisinde değişim sağlayabilmek adına sosyal veya psikolojik iyilik yapmasıdır. Belk ve Coon 'a göre hediye ise; "gönüllü olarak başka bir gruba veya bireye verilen ürün veya hizmet" olarak tanımlanmaktadır (Doğan, 2017).

F. John Sherry'nin 1983 yılında yazdığı makalede ‘‘hediye’yi antropolojik olarak incelemiş ve bu incelemeler sonucunda; hediye’nin bireysel ya da kurumsal gruplarla olan ilişkilerde, hediye’nin fiyatı, kalitesi gibi faktörlerin; ilişkiyi kurmak, sürdürmek, ilişkideki yakınlığı değiştirmek ya da ilişkiyi kesmek konusunda hediye’nin etken olduğunu’’ belirtmiştir (Özegen, 2019).

‘‘Wolfenbarger (1990), hediye vermeyi kişisel çıkar elde etme, saf bir fedakârlık veya toplum ve sosyal normlara uyma gibi motivasyonlara ve alıcının zevk ve mutluluğunu üst düzeye çıkarmak ve alıcıya karşı sevgiyi ifade etmek için hediye vermeye yönelen fedakârlık ile vericilerin kendine hizmet amaçlı, kişisel zevklerini ve tatmin olma duygularını en üst düzeye çıkarmak için hediye vermeleri gibi agonistik motivasyonlarla ilişkilendirmiştir’’ (Şeker ve Cömert, 2020). Bu nedenle, hediyelik eşya satın almak sadece bir boş zaman faaliyetinden daha fazlasıdır. Aksine, duygusal ve psikolojik faktörler tarafından motive edilir (Shtudiner ve diğerleri, 2019).

Sonuç olarak, hediye vermek, insanlar arasındaki ilişkileri güçlendiren, mutluluk ve sevgi dolu anlar yaratan bir eylemdir. Özenle seçilen bir hediye, karşı tarafa değer verildiğini hissettirir ve özel bir bağ oluşturabilir.

2.1. Dünya’da Hediye Kültürü

Her ülkenin ya da bölgenin kendi kültürlerine ait çeşitli özel günleri ve hediyeleşme dönemleri vardır. Hediye verme aslında, insanın doğasının ayrılmaz bir parçası ve evrensel bir ritüelidir (Akgül ve İnci, 2017).

Her topluluk, yaşadığı şartlara bağlı olarak kendi yaşantısını, dilini ve kültürünü geliştirmiştir. Hediye verme, tüm kültürler ve tarihin tüm dönemleri için sembolik bir değişim ritüelinin bir parçasını oluşturur (Anton, Camarero ve Gil, 2013). İtalyanlar, İspanyollar ve Türkler gibi yüksek bağlamlı ülkeler hediye vermeyi zorunluluk olarak görmektedirler. Bu ülkelerde hediye vermek daha duygusal ve daha anlamlı bir eylemdir. Fakat Amerika Birleşik Devletleri, Almanya ve İsviçre gibi düşük bağlamlı kültürlerde hediye verme isteğe bağlı olan bir eylemdir (Erdemli ve Demir, 2018).

Hediye verme ve hediye alma Antik Mısır, Roma ve çok daha eski dönemlerde günümüze kadar gelen ve hâlâ devam eden insanlığın ortak geleneklerinden biri haline gelmiştir (Çetin ve diğerleri, 2019)

Arkaik toplumlar hediye verme zorunluluğunu iki nedene bağlar. ‘‘Vermeyi reddetmek, davet etmeyi ihmal etmek, almayı reddetmek gibi davranışlar savaş ilanı

demektir. Ayrıca hediye vermenin bir diğer nedeni de kişinin buna zorunlu olması ve alıcının, verici konumundaki kişiye ait her şey üzerinde bir tür mülkiyet hakkına sahip olmasıdır” (Önal, 2008).

Çağatay hanlar geleneklerine göre, hükümdarlara dokuz çeşit hediye sunulurken hediyelerin yanında dokuz tane de köle verilirdi. Şirvanşah’ lar 1386’da Timur’a bağımlı olduklarını göstermek için hükümdara sekiz çeşit hediye sunmuştur, Timur yollanan hediyelerin ne için bir tanesinin eksik olduğunu sormuş ve buna karşılık olarak Şirvanşah İbrahim, “Dokuzuncu benim.” cevabını vermiştir (Ünyay, 2018).

Batı Okyanusu tarafında yaşayan ilkel topluluklarda yapılan antropolojik araştırmalar sonucunda tüccarların ticaret yaparken dinsel törenler eşliğinde karşılıklı hediye verdiklerini aynı zamanda hediye bir tür ticari güven sağlama aracı olarak görülmektedir. Kuzeybatı Amerika yerlilerinde ise kabile şefinin mal varlığının neredeyse tümü kabile üyeleri ile ziyafet ile paylaştığı hediye geleneğinin de ekonomik ve toplumsal bir güç olduğunu söylenebilir. Eski Grek ve Roma kültürlerinde özellikle düğün, çocukluk ve erişkinlik dönemlerinde hediye olarak daha çok para veriliyordu. Bunun dışında Roma’da hediye vermek ve almak Roma’da rüşvet olarak değerlendirilip bunu engellemek için M.Ö. 204’te bir yasa çıkarılmıştır (Köse, 2015).

Çin kültüründe ise; Yeni yılında ve düğün merasimlerinde para dolu kırmızı zarflar, hediye edilir. Ayrıca verilmesi yanlış anlaşılan hediyeler vardır. Bunlar; saat, şemsiye, bıçak, makas, mendildir. Örneğin; saat ölümü çağrıştırmaktadır bu nedenle saat kötü şans demektir.

Özetle kültürler arasında hediyeleşme davranışında farklılıklar olduğunu gözlemleyebiliriz. Hediyeleşme bazı ülkelerde önemliyken ve değerliyken, bazı ülkelerde rüşvet olarak görülebilmektedir. Hediyeleşme ile insanlar, duygu ve düşüncelerini ifade etmekte, iletişim kurmakta veya var olan iletişimi güçlendirmektedir.

2.2. Türkiye’de Hediye Kültürü

Türkler her dönemde ve yörede hediye kavramına önem vermiş insan sevindirmeye itina etmiş bir topluluktur. Türk toplumlarında hediyeleşme Göktürklerden itibaren görülmektedir ve Çin kaynaklarından öğrenilen bilgiye göre diplomatik ilişkilere dayanan ilk hediyeleşmeler Çin İmparatorluğu ile 611-759 yılları arasında yapılan ticari amaç doğrultusunda meydana gelmiştir. Köktürk (Göktürk) harfli Yenisey yazıtlarında altın Maşrapa üzerindeki yazıtta ‘begilükkümüştbertimiz (Armağan gümüşünü verdik)’

şeklinde yazı yer almaktadır (İleri ve Aysever, 2021). Hediyeinin kültürümüzdeki geçmişini incelediğimiz zaman gerek Göktürklerde gerekse Selçuklularda hediye vermenin bir gelenek haline geldiği ortaya çıkmıştır (Yıldırım ve Pirende, 2019). Eski Türkler, o dönem kullandıkları takvime göre yeni yıla 21 Mart'ta girer ve hem yeni yıla girmeyi hem de kış mevsiminin bitip baharın gelmesini kutlarlardı. Hediyeleşme de aradaki dostluk ve sevgi bağlarını güçlendirmede törenin önemli bir parçası haline gelmiştir (Dingeç, 2009).

Türk kültüründe çeşitli hediyeleşme türleri vardır:

1. Artut: At ya da ata benzer armağan olup beylere veya büyüklere verilen hediyeye denir.
2. Belek: Bir yerden başka bir yere gönderilen hediyeye de denir.
3. Bıçış: Büyüklere konukluğa, düğüne gidenlere verilen ipekli kumaştır.
4. But: Biri tarafından gönderilen hediyeyi getiren kişiye verilen bahşıdır.
5. Eşük: Hanlardan biri öldüğü zaman mezarının üstüne serilmek için gönderilen ipek kumaştır.
6. Kumara: Uzağa giden bir adamın çocuklarına bıraktığı eşyaya verilen addır.
7. Singüt: karşılıksız verilen hediyedir.
8. Tanğuk: Hakanlara sefer ve benzeri zamanlarda yemek ve ipek kumaş gibi şeylerden verilen hediyedir (Aydemir 2014).

Hediye verme geleneğinin, Türk kültüründe önemli bir yere sahip olduğu Osmanlı Dönemi seyahatnamelerinde anlatılmaktadır. “XVIII. yüzyılda Türkiye’ye gelen Baron de Tott, Türklerin erdemlerini anlatırken toplumda hediyeleşmeye son derece önem verildiğini ifade etmekte, konuklara ikramdan kaçınılmadığını gerbet, sarısabır, çubuk, tatlı, kahve sunulup gül suyu ve başka güzel kokular hediye edildiğini bildirmektedir (Yücel, 2010)

Türk toplumunda hediyeinin önemini vurgulayan deyimlerde yer almaktadır. “Yarım elma gönül alma” veya “Çam sakızı çoban armağanı” gibi deyimler Türk toplumunun hediye alıp vermeyi önemseyişinin işaretidir (Güzay, 2014).

2.3. Hediyeelik Eşya Tasarımında Dikkat Edilmesi Gereken Nitelikler

Hediyeelik eşyalar genel olarak turizm sektörü altında ele alınır. Hediyeelik eşyalar; turistler için anı, hatırlatıcı, kanıt, hafıza, temsil işlevi üstlenir, turistlerin tatil anılarını canlı tutmasına, sosyal bağların, kişiler arası iletişimin güçlendirmesine, sevdiklerini mutlu etmesine katkı sağlar, etrafında saygınlık ve statü kazandırması, seyahat tatminini

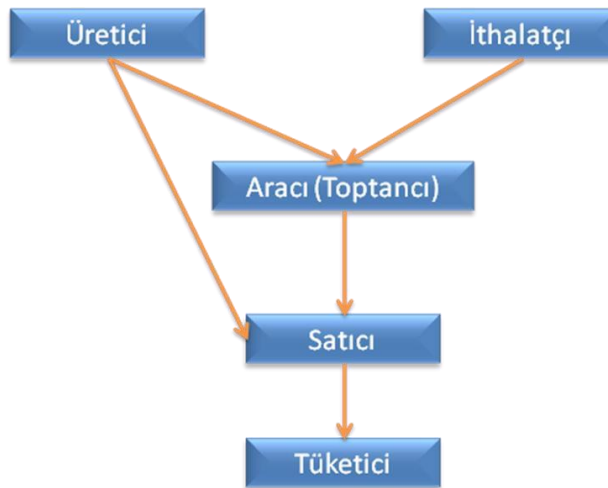
artırabilmesi ve önemli bir kültürel dekoratif eşya olmasından dolayı birçok avantaj kazandırır (Nas ve Kandemir, 2021).

Turistik Hediyeelik eşya tasarımlarına baktığımızda; genellikle birbirine benzeyen ürünler üretilmektedir. Özgün tasarımların olmayışı sebebiyle alıcılar kalitesi düşük, standart ve geleneksel kimlikten uzak, hediyeelik eşyalar almak zorunda kalmaktadır.

Hediyeelik eşyalar, turistik perakendecilik sisteminin önemli bir parçasıdır ve dünya genelinde birçok insan bunların üretim, dağıtım ve satış alanı ile ilgilenmektedir. Mallarını küresel olarak dağıtabilen küçük ölçekli üreticiler ve daha büyük geniş kapsamlı üreticiler, hediyeelik eşya üretiminin ana yapısını oluşturur. Küçük ölçekli üreticiler genellikle geleneksel yöntemler kullanan ve el sanatları gibi yerel olarak üretilen öğelerle ilişkilendirilirken, daha geniş kapsamlı üreticiler küreselleşmiş, gelenekselden uzak, başka yerde de karşımıza çıkan ve özgünlükten yoksun 'ucuz' hediyeelik eşyalarla ilişkilendirilir (Anastasiadou ve Vettese, 2019).

Hediyeelik eşya işletmeleri piyasada üstünlük kazanabilmesi için zanaatkar/tasarımcılar tarafından, geleneksel, renk, form ve malzeme seçimini göz önünde bulundurmalı ve sürdürülebilir, işlevsel ve geri dönüşüme elverişli ürünler tasarımları yapılmalıdır (Samoğlurothman, 2021).

Hediyeelik eşyanın üretiminden satışına kadar olan süreç, üretici ve ithalatçıdan başlamakta ve tüketicinin ürünü satın almasıyla sona ermektedir (Şekil 2.1).

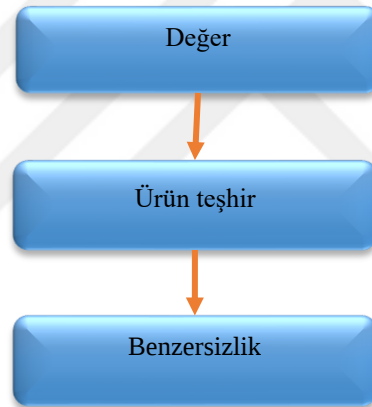


Şekil 2.1. Turistik hediyeelik eşyanın üretiminden satışına kadar geçen süreç (Yanar,2012)

Turist bir bölgeyi ya da ülkeyi ziyaret ettiği zaman, tarihi ve turistik yerleri gezmek ve ziyaret edilen bölgenin yöresel gelenek ve göreneklerini yansıtan, taşınması kolay ve işlevsel olan turistik bir objeyi satın almak ister (Yanar, 2016). Graburn (1976), turistler tarafından tercih edilen hediyelik eşya ürünlerinin özelliklerini; kolayca taşınabilen, ucuz, temizlenebilen ve kullanılabilir olması şeklinde sıralamıştır (Yılmaz ve Akay, 2018).

Wilkins (2011), araştırmasında hediyelik eşya tercihinde kişileri harekete geçiren motivasyonları üç grupta sınıflandırmıştır. Bunlar; başkaları için hediye almak, seyahat anıları için ve seyahatin kanıtı olması için hediyelik eşya almaktadır (Kurnaz ve Tanrısevdi, 2018).

Turner ve Reisinger kültürel hediyelik eşya satın alan turistler için üç önemli ürün özelliğine değinmişlerdir (Şekil 2.2).



Şekil 2.2. Turner ve Reisinger'in turistler için hediyelik eşyanın 3 önemli özelliği

Li ve Cai's ise araştırmasında, hediyelik eşya alışverişinin beş özelliğini belirtmiştir (Şekil 2.3).



Şekil 2 3. *Li ve Cai için hediyelik eşya alışverişinin 5 önemli özelliği*

Değer özellikleri, hediyelik eşyanın hediye olarak benzersizliğini, figürasyonunu ve uygulanabilirliğini ifade ederken, mağaza özellikleri mağaza içi hizmet ve hediyelik eşyanın satın alındığı mağazanın konumu ve atmosferi ile ilgilidir. Toplanabilirlik özelliği, hediyelik eşya kalitesini ve yolculuğun hatırası olarak kültürel anlamını ifade eder. Teşhir özellikleri, hediyelik eşyanın ambalajını, işçiliğini ve fiyatını gösterir. Son olarak, işlevsellik ise hediyelik eşyanın yararlılığı ile ilgilidir (Björk, 2017).

2.4. Turistik Hediyelik Eşyalar

Hediyelik eşya genellikle önemli günlerde alınsa da günlük hayatın her anında hediye satın alınabilir ama burada bahsedilen konu turistik hediyelik eşyalar olacaktır.

Anderson ve Littrell hediyein, bir anıyı hatırlatan somut bir neyse olduğunu öne sürdü. Hediyelik eşyalar sahibinin turizm deneyiminin daha sonraki zamanlar da hafızasında canlandırabilmesi sağlar. Hediyelik eşyaları eşsiz hale getirebilecek ancak tasarımcıların yaratıcılığını gerektiren, turizm yerlerini göstermek, ürüne deneyimi hatırlama ve belirli bir yerle bağlantı kurma kapasitesi verir (Hu, 2018). Bir şehrin, ülkenin, kültürünü yansıtmak ve tanıtmak için hediyelik eşyalar önemli yer tutmaktadır.

Sahip olunan kültürler, sosyal ve ekonomik durumlar çeşitli nesnelerin hediyelik eşya sayılmasına sebep olmuştur. Bu ürünler arasında farklı kumaşlar, değerli doğal taşlar, mücevher, topraktan yapılmış olan kaseler ya da kaplar veya hayvan figürleri yer

almaktadır (Ayırıcı, 2020). Hükümetin sıkı kontrolü altında olan ülkelerde, örneğin; Kore’ de hediyelik eşya alışverişinin ve hediyelik eşya işletmelerinin gelişimiyle ilgili az sayıda araştırma bulunmaktadır. Kuzey Kore’de bulunan çoğu hediyelik eşya mağazaları hükümet tarafından işletilmektedir ve ziyarete gelen turistlerin belirli bir hediyelik eşya mağazalarından alışveriş yapmasına izin verilmektedir. Kuzey Kore’ye özgü hediyelik eşyalar arasında el yapımı bebekler, hanbok ve propaganda posterleri bulunmaktadır (Yılmaz, 2018).

Hediyelik eşyalar, o bölgenin yerel yöntemlerle üretildiği zaman, o bölgeye veya kültüre ait değerleri aktarmaktadır. Hediyelik eşyalar, turistik aktivelerin başında gelir. Swanson ve Horridge’ye göre hediyelik eşya, evrensel olarak turizmle ilişkili olan ve ticari olarak üretilen ve turistlerin deneyimlerini hatırlatmak için satılan objelerdir (Akyürek ve Özdemir, 2019). Bölgeye ait hediyelik eşya alımında önemli olan bir diğer kriter ise kimlik bilgisidir. Çünkü ürünün kimliği müşteriye satın aldığı ürünün kalitesi, hammaddesi, ürünün adı, ürünün üretim teknikleri, üretildiği bölge, ürünün ölçüleri, ağırlığı, motif ve desen özellikleri, ürünün fiyatı, üretici firma adı, kullanım alanı ve ürünün temizliğinin nasıl yapıldığı hakkında bilgi verir (Yanar ve Tağu, 2014).

Turistik hediyelik eşyalar bir şehrin tanınmasında, kültür aktarımında ve markalaşmasında önemli bir yer tutar; örneğin Türkiye’nin cam ürün üreticisi Paşabahçe şehir konseptli ürünler piyasaya süren firmalar arasındadır (Görsel 2.1). Aydın Boysan, Abidin Dino, Alev Ebuuzziya, Latif Demirci Behiç Ak, Selçuk Demirel gibi isimler de İstanbul için ürünler tasarlamıştır (Gül, 2016).



Görsel 2.1. Behiç Ak tasarımı (Gül, 2016)

Paşabahçe’nin şehir konseptli farklı şehirleri konu aldığı ürün tasarımları da bulunmaktadır (Görsel 2.2).



(a)



(b)



(c)



(d)

Görsel 2.2. (a) Patara deniz feneri, (b) Alacahöyük, (c) Göbeklitepe figür, (d) Peribacaları mumluk
(http-2)

Şehirler coğrafi özellikleri, tarihi mekanları, yemek kültürü ve geleneksel kıyafetleriyle ön plana çıkar. Kent kültürüne dair hediyelik eşyalar tarihi ve arkeolojik mekânlarda, kent merkezinde, el sanatları çarşılarında, müzelerin hediyelik eşya mağazalarında, gar ve terminallerde satılmaktadır. Turistler gittikleri şehirlerde hediye alırken genellikle hediyelik obje üzerinde, kentin geleneksel ve kültürel değerlerini taşıyan motifler, desenler olmasına dikkat eder. Bu durum kent kimliğinin ön plana çıkmasını sağlar.

Yabancı ülkelerden örnek olarak Almanya'nın Weimar kenti verilebilir. Bauhaus-Universität Weimar'ın, Weimar 1999 ile ortaklaşa yürüttüğü bir proje, Almanya'nın Weimar kenti, Bauhaus Okulu öğrencileriyle ortak yürüttükleri Geleneksel hediyelik eşya yelpazesi, Tasarım Fakültesi öğrencileri tarafından tasarlanmaktadır (Görsel 2.3). Ortaya çıkan ürün tasarımları daha sonra bölgesel şirketlerle iş birliği içinde geliştirilir. Bölgesel kaynakları araştırırken, Fırıncılardan ciltçilere, camdan seramik fabrikalarına, cam aparat üreticilerinden tornacılara ve şapka yapımcılarından bıçak kesicilere kadar Thüringen'deki farklı şirketlere bir dizi keşif seferi başlar.

Uluslararası tasarımcıların önderliğinde Bauhaus Üniversitesi'nin daveti üzerine, seçilen firmaların atölyelerinde, fırınlarında ve laboratuvarlarında ilk atölye çalışmaları 1997 yazında başlamıştır. Siegfried Gronert, hediyelik eşya tasarımı için bazı kurallar belirtmiştir. Üreticinin fiyat sınırı, tasarımınızın kalitesi için bir kriter değildir. Belirli bir turist grubunun kurgusu, tasarımınızın kalitesi için bir kriter değildir (http-3).



Görsel 2.3. Kibrit Kutusu, Çanta Tasarımı, Rosa Linke ve Lydia Keßner, Bauhaus Atelier (Gürkan, 2016)

Globalleşen dünyada satın alma deneyimi, internet olmak üzere, birçok farklı alanlarda meydana gelmektedir. Hediyeelik eşya tasarımında, yenilikçi bir iş modeli örneği, “Londra, 2014 de açılan We Built This City mağazasıdır. Londra Carnaby’de bulunan pop-up mağazası aynı zamanda dünya çapında sevkiyat yapan bir e-ticaret mağazası olarak satışa başlamıştır. Mağazada şu an yaklaşık 250 Londralı sanatçı, tasarımcı ve yapımcının çalışmalarını yer alıyor (Görsel 2.4). Lansmandan bu yana, hobi sanatçıları ve yeni mezun olmuş yetenekler, köklü sanatçılar ve kült isimler dahil olmak üzere toplamda 700'den fazla yetenekli yaratıcı tasarımcılar ile çalışmıştır. Bugüne kadar sanatçı, tasarımcı ve yapımcılar tarafından yönetilen ve organize edilen çok çeşitli yaratıcı atölyeler, ustalık sınıfları ve canlı sanat sergileri düzenlenmiştir (http-4).



(a)



(b)

Görsel 2.4. (a) Görsel Heathrow T2’de WH Smith için hediyeelik eşya (b) Görsel 100’den fazla Londra merkezli sanatçı, tasarımcı ve yapımcı ile iş birliği içinde oluşturulan özel Battersea ürünleri (http-5)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. HEDİYELİK EŞYADA CAMIN YERİ

Cam keşfinden bugüne kadar Antik dönemlerden beri birçok uygarlığın tarihinde karşılaştığımızı çıkmıştır. Cam günlük kullanım eşyası, sanat malzemesi, aksesuar ve bazen de değerli bir hediye olarak insan hayatında en çok kullanılan malzemelerden biri olmuştur. Camın günlük hayatta bu kadar yer almasının en önemli nedeni, Suriye ve Filistin’de geliştiği düşünülen üfleme tekniğinin bulunmasıdır. Üfleme tekniği, farklı biçimlerde ve daha seri cam üretilmesini sağlamıştır (Uçkan, 2008).

Bazı cam hediyelik eşyalar şunlar örnek verilebilir:

Cam süs eşyaları: Camdan yapılan süs eşyaları, Noel süsleri, yılbaşı süsleri

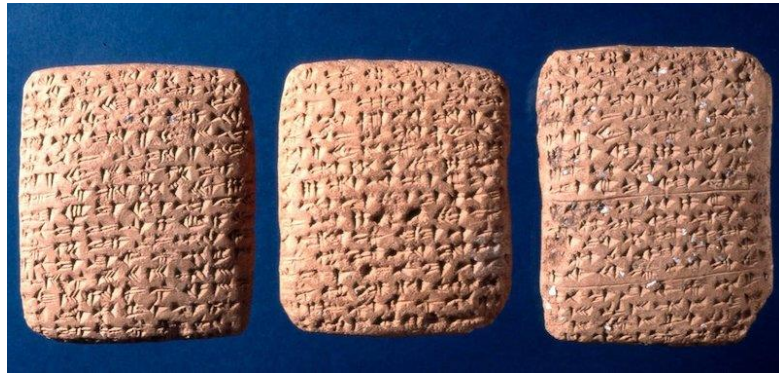
Cam biblolar: Hayvanlar, bitkiler veya diğer nesneler gibi çeşitli şekillerde yapılabilir.

Cam vazolar: Cam vazolar, çeşitli boyutlarda ve şekillerde üretilebilir ve bazıları geleneksel, el yapımı cam işçiliği teknikleri kullanılarak yapılır.

Cam takı: Cam takı, renkli cam boncuklar ve diğer cam parçalarının kullanıldığı bir takı tarzıdır.

Cam bardaklar: Cam bardaklar, özellikle yerel içecekler için popüler bir turistik hediyelik eşya seçeneğidir

İlk alışverişler takas veya ihtiyaçlara yönelik olarak hediyelik eşyalar ile yapılmıştır. Amarna mektuplarında (Görsel 3.1) Mısır firavunu IV. Amenhotep’in kardeşinden cam istemesi, selamlama hediyeleri arasında saf camın geçmesi, Mısır firavununun Sur kentinden cam getirilmesi ve Abi-Milku’nun firavuna 100 şekel ağırlığında cam göndermesi gibi gelişmeler yer almaktadır (Sosl, 2022).



Görsel 3.1. Tell el-Amarna’da bulunan, kil tabletinden oluşan Amarna mektupları

Hediyelik eşyalar modern bir kavram değildir. Antik çağ boyunca varlıklarını sürdürmüştür. Antik dönemlerde cam hediyelik eşyalara unguentariumlar örnek verilebilir (Görsel 3.2). Unguentariumlar ölünün yakınları ve kiralık ağlayıcılar tarafından içine gözyaşı doldurularak mezarlara bırakılan ölü hediyesi olarak bilinmektedir (Eker, 2018). Unguentariumlar literatürde fusiform ve bulbous formları olmak üzere iki ayrı tipte tanınmaktadır (Demir, 2020).

Unguentariumun V.R. Anderson-Stojanić, Unguentariumun Klasik Dönem’de bilinen ve sıklıkla mezar ritüellerinde kullanılan “lekythos” formundan türediğini düşünür. Unguentariumun diğer işlevi ise, mezar başında düzenlenen ritüel sırasında cesedin bozulmasından kaynaklanan kötü kokuların önlenmesi için kullanıldığı içerisinde kokulu yağların bulunduğu mezar hediyeleri olduğu düşünülmektedir (Erten, Favro ve Özyıldırım, 2013).

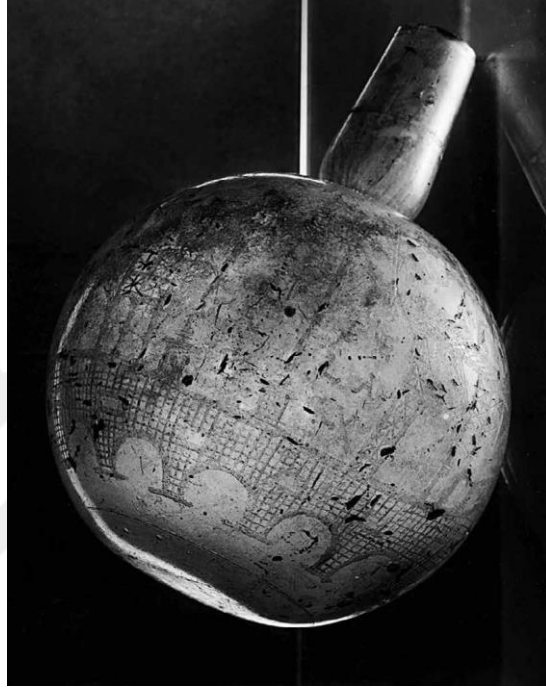


Görsel 3.2. Roma Unguentarium örnekleri (Gribetz, 2021)

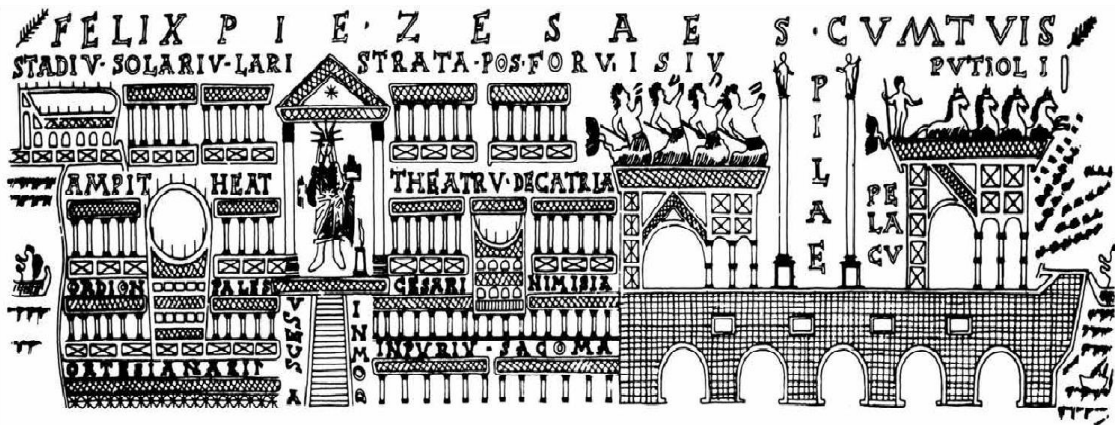
Birçok farklı kültürde ve tarihsel dönemdeki medeniyetler önemli anıları fiziksel bir objeyle yakalamaya çalışmışlardır. Antik dönem hediyelik eşyaya diğer örnek ise, Üçüncü yüzyılın sonlarında ve dördüncü yüzyılın başlarında Geç İmparatorluk döneminde Campanian’ın Puteoli ve Baiae şehirleri için üretilen bir dizi oyulmuş cam şişe verilebilir. Şişeler üzerinde Puteoli ve Baiae’de bulunan anıtlara görsel olarak yer verilmiştir (Görsel 3.3).

Şişelerin gövdeleri, Puteoli veya Baiae’yi temsil eden görüntüler ve yazıtlardan oluşan sahneler taşıyor. Bu yazıtlar muhtemelen şişeleri kişiselleştirmek için alıcıların

isteğiyle eklenmiştir. Prag şişesine eklenen omuz yazıtında "FELIX PIE ZESAES CVM TVIS" (sevdiklerinizle birlikte yaşayabilirsin) yazıyor (Görsel 3.4). Yazılı "FELIX" kelimesinin altında, bir stadyumun görüntüsü olan "STADIV (m)" yazısı yer alır. Stadyumun altındaki yazıtta, "AMPHITHEAT (rum)" yazıtıyla gösterilen ve yine birleşik perspektifte temsil edilen bir amfiteyatro bulunmaktadır (Popkin, 2018).



Görsel 3.3. Prag şişesi (Popkin, 2018)



Görsel 3.4. Prag şişesindeki oyulmuş sahne (Popkin, 2018)

Roma Dönemi'ne ait cam ürünler günlük kullanılmalarının dışında ölümlerin yanında mezarlara hediyeleri olarak koyulmaktadır (Güvenir, 2021). Roma Dönemi'ne ait en çok çıkarılan mezar hediyeleri küpeler, yüzükler, taşlar, bilezik ve kolyelerdir (Görsel 3.5).



Görsel 3.5. Roma dönemine ait akik taşlı cam yüzük (M.S 4-5 yy) (Güvenir, 2021)

Erimtan Müzesi arşivine göre, cam; ilk üretilme başlangıcından seri üretime geçene kadar olan süre de sadece hükümdarların arasında birbirine gönderdikleri değerli hediyelik eşyalar olarak görülmekteydi. M.Ö. 1. yy' da cam üfleme ve şekillendirme tekniğinin geliştirilmesi ile seri üretilebilir hale gelmiştir. Bu durum camı, özel bir hediye olmaktan çıkararak halkın da ulaşabildiği günlük kullanım eşyası haline getirmiştir (Gündüz, 2017).

3.1. Dünya'da Cam Sektöründe Ürün Tasarımı

Yapılan araştırmalara göre Dünya'da camcılık tarihi Batı Asya'da başlamış, fakat hem endüstriyel hem de sanatsal alanda en büyük değişimi Sanayi Devrimi sonrasında yaşamıştır. Sanayi Devriminin olumlu yanları birçok alanda etki gösterse de makine üretimleri sanatsal alanda başarısız olmuş ve geleneksel üretim ile çalışan ustaların alanları giderek azalmıştır. Bu duruma tepki olarak İngiltere'de başlayan Arts and Crafts Movement ve Art Nouveau akımları gibi çeşitli sanat akımları ortaya çıkmıştır. Böylelikle el sanatı özelliğine sahip resim, mimari, seramik alanında olduğu gibi cam alanında da yeniden bir hareketlilik oluşmuştur (Birinci, 2019). Art Nouveau döneminde Avrupa bölgesinden cam alanında çalışan sanatçılara Fransa'dan François Eugène Rousseau,

Emile Gallé ve Daum Kardeşler, Amerika bölgesinden ise Louis Comfort Tiffany, örnek gösterilebilir (Görsel 3.6) (Görsel 3.7) (Sevim ve Turan, 2019).



Görsel 3.6. Rousseau, Mine tekniği ile yapılmış vazo (Ağatekin, Turan, 2019)

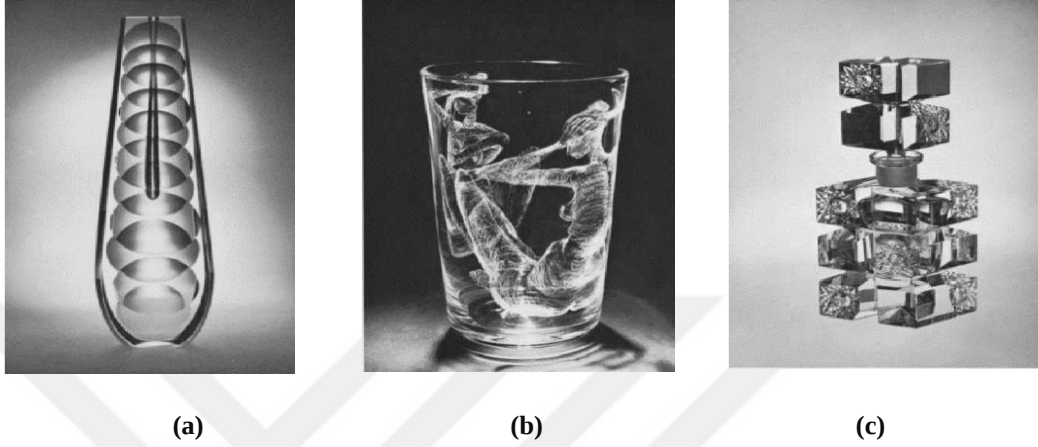


Görsel 3.7. Louis Comfort Tiffany, Favrile cam ve bakır üzerine mine (emaye) (Süsveren, 2015)

1940'ların sonlarında bazı Amerikalı zanaatkarlar, camı sanat malzemesi olarak görmeye başladı. Camın sanatsal bir ifade biçimi olarak kullanılmaya başlaması ile cam sanatçıları, teknik açıdan donanımlı fırınlar olmadığı için tasarımlarını cam fabrikalarına bağımlı olarak sürdürdüler (Karşlıoğlu, 2007).

Dünyadaki ilk uluslararası cam sergisini Corning Cam Müzesi “Glass 1959” adı altında düzenledi. 1.814 adet cam malzeme ile üretilen nesnenin sergilendiği ilk uluslararası çağdaş cam sanatı sergisiydi. Tasarım, teknik ve kullanılan cam malzemeler açısından, benzersiz, el yapımı parçalar ve 1955'ten beri üretilen 23 ülkeden 173 cam üreticisi tarafından seri üretilen dekoratif nesneler sergilenmiştir (Yatır, 2020). Çalışmaların %90 'ı fabrika üretimi, %10 'u ise sanatçı ve cam ustaları tarafından üretilen

sanatsal çalışmalardan meydana geliyordu (Görsel 3.8). 1979’da tekrar “New Glass” (Yeni Cam) adı altında bir sergi daha düzenledi. Bu serginin %90 ’ı çağdaş cam sanatçılarının eserlerinden, %10’u ise fabrika üretimi ürünlerden oluşmaktaydı (Karşlıoğlu, 2007).



Görsel 3.8. (a) Pavel Hlava tasarlanmış cam vazo (b) John Hutton tarafından tasarlanmış granül vazo (c) Franz Burkert tarafından tasarlanan parfüm şişesi (Yatır,2020)

Hediyelik eşya olarak cam işlemlerinin popülerleşmesi daha yeni bir olgudur. 19. yüzyılın sonunda, Avrupa ve Amerika’da cam sanatı, özellikle de seramik ve metal işçiliği ile birlikte, ev dekorasyon ve hediyelik eşya sektöründe popüler hale geldi. Camdan yapılmış biblolar, vazolar, bardaklar, kandiller, heykeller ve daha pek çok şey, özel gün hediyesi olarak verilebilen popüler ürünlerdir. Bu başlık altında ele alınan fabrikalar geçmişte ve günümüzde cam eşya, hediyelik eşya ve ürün tasarımında dünya sektöründe ön planda olmasına dikkat edilmiştir.

3.1.1. Steuben Glass

İrlandalı bir göçmen olan Thomas Gibbons Hawkes, 1880’de kendi firması’nı açmadan önce Corning ‘deki J. Hoare and Company’nin kesim atölyesinde çalışmıştı. Thomas Gibbons Hawkes cam yapımı işinde başarılı olduktan sonra, 1903’te Steuben Glass Works adlı ikinci bir şirket kurmuştur (Myers, 2009).

Frederick Carder gençken babasının sahip olduğu bir çömlekçi stüdyosunda çalışmıştı ancak oradaki yapılan işler ne hırsını ne de sanatsal eğilimlerini tatmin etmedi ve Brierley Hill’in eski bir cam imalat işletmesi olan Stevens ve Williams’ta çalışmaya

başlamıştır. Carder 1903'te yeni bir cam fabrikası yöneticiliğini yapmak için Steuben Glass' ta çalışmaya başlamıştır. Bununla birlikte, çok geçmeden, şeffaf cam yapımı ve ev tipi cam eşyalar tasarlama görevini monoton bulmuştu ve bu yüzden renkli cam, özellikle yanardöner etkiye sahip olanlarla denemeler yapmıştır. Kısa süre sonra popüler hale gelen çeşitli renklerde vazolar ve abajurlar üretmeye başladı. Bu tür üretim, Amerika Birleşik Devletleri I. Dünya Savaşı'na girene kadar devam etti. Bu sürede Steuben cam işleri hükümet tarafından lüks olarak görülmüştür. 1918'de Steuben, Corning Glass'ın bir bölümü olmuştur (Görsel 3.9). Carder, 1919'da sanat yönetmenliğine atanmasından sonra savaşın sona ermesiyle birlikte daha serbest tasarımlar üretilmesine izin verilmiştir. Ünlü Aurene camının ve dekoratif camların üretimine yeniden başladı (Haden, 1972). Carder 1932'de Corning Glass Works'ün sanat yönetmeni seçildi ve Carder'e bir stüdyo atölyesi verilerek çeşitli cam yapım teknikleri denemiştir (Görsel 3.10).



Görsel 3.9. *Corning Glass Center'in bir parçasını oluşturan fabrikada Steuben camı yapan günümüz ustaları (Haden, 1972)*



Görsel 3.10. *Steuben Aurene Vazo (Akgül, 2019)*

1947 yılında Amerika Birleşik Devletleri adına Başkan ve Bayan Truman tarafından Atlıkarınca kasesi ve Audubon Tabakları, Kraliçe Elizabeth'e düğün hediyesi olarak verilmiştir (Görsel 3.11).



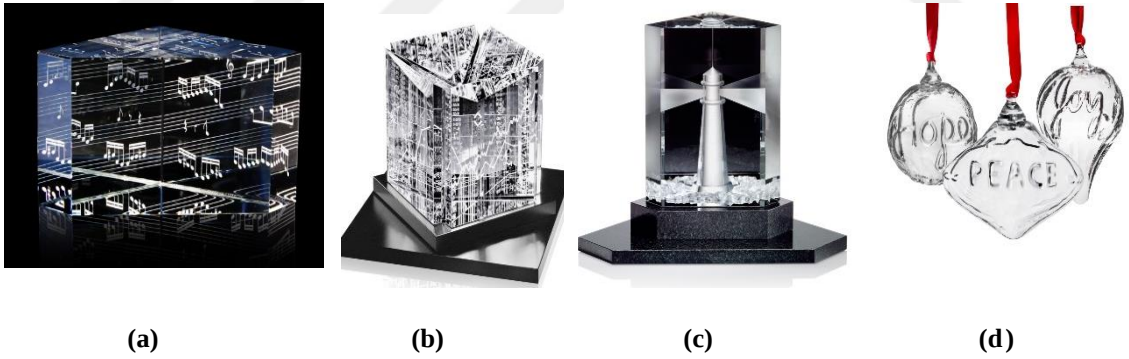
Görsel 3.11. *Steuben tarafından yapılan cam kâse (http-6)*

1981 yılında ise Steuben Glass tarafından üretilen kâse, Prens Charles ve Prenses Diana'nın düğünü için Başkan ve Bayan Ronald Reagan tarafından hediye edilmiştir (Görsel 3.12).



Görsel 3.12. *Haçlılar Kasesi* (<http-7>)

Steuben Glass'ın Crystal Studies serisindeki on iki tasarım, Steuben'in tasarım yönünü değiştirmiştir. Yapılan ürünler işlevsel amaçtan bağımsız parçalar hem prizmatik formlar üzerine gravürler hem de serbest heykelsi tasarımlar mevcuttur (Görsel 3.13). Steuben geniş ve çeşitli sofrta takımları, vazolar, kaseler ve diğer kullanışlı nesneler üretmeye devam ederken, bunun yanında tamamen dekoratif parçalar, şirketin camın potansiyelini bir heykel aracı olarak kullanmaya da başlamıştır (<http-8>).



Görsel 3.13. *(a) Müzik notalarının resmedildiği müzik sevenler için tasarlanmıştır (b) Değişen piyasayı vurgulayan dönen kaideye sahip hediyeelik eşya tasarımı (c) Eric Hilton tarafından tasarlanmış deniz fenerinin güçlü ışını vurguluyor (d) Noel hediyesi* (<http-9>)

3.1.2. Iittala Glass

Iittala, cam işler üreten tanınmış bir Fin tasarım şirkettir. Petrus Magnus Abrahamsson tarafından 1881'de Finlandiya'da kurulmuştur. Başlangıçta, eczane camı, şişeler ve yağ şişesi camları üretti. 1930'ların ortalarında Aino Aalto'nun "Aino Aalto" cam eşyaları ve 1936'da Alvar Aalto, ilk kez 1937 Paris Evrensel Fuar'ında sergilenen en ünlü nesnesi olan Aalto vazosu tasarımlarıyla cam sanatında öncü oldu (Vierimaa, 2011).

Iittala ve Nuutajärvi 1988 yılında birleşerek yeni bir şirket kurdular. Nuutajärvi, otomatik preslenmiş cam üretimine devam etti, ancak el yapımı serilerin üretiminde uzmanlaştı. 2007 yılında, Fin şirketi Fiskars tarafından satın alındı. Iittala hala cam üretiyor olsa da Nuutajärvi 2014 yılında kapandı (Holmér, Koivisto, ve diğerleri 2020).

Iittala firmasının, ev hediyesinden noel hediyesine kadar hediyelik eşya koleksiyonu bulunmaktadır (Görsel 3.14).



(a)



(b)

Görsel 3.14. (a) Aino Aalto tarafından yapılan tasarım (b) Oiva Toikka tarafından tasarlanan kâğıt ağırlığı (<http-10>)

Iittala firmasının ön planda olan tasarımcısı Oiva Toikka ev hediyesi olarak ikonik Birds by Toikka tasarımını 1972'de yaptı (Görsel 3.15). Üfleme tekniği uygulanarak yapılan cam kuşların her birinin kendine has özellikleri vardır, bu da onları, ev ve düğünler için ideal hediyeler haline getirir. Zamansız Whooper kuğu, evliliğin sonsuz bağını simgeleyen bir hediyedir.



Görsel 3.15. Oiva Toikka'nın ikonik Birds by Toikka kuğu ve Baykuş tasarımı (<http-11>)

3.1.3. Daum Glass

Daum, 1878'de Jean Daum tarafından Fransa'nın Nancy kentinde kurulan bir kristal cam stüdyosudur. 1906'da Daum, eski bir Mısır cam döküm yöntemi olan p  te de verre tekniğini yeniden canlandırdı ve bu yöntemi geliştirdi. İlk yıllarında Auguste (1853–1909) ve Antonin Daum (1864–1931) kardeşler tarafından yönetilen, şirket, Art Nouveau döneminde ün kazandı ve daha sonra Art Deco tarzını başarıyla benimsedi. Başlangıçta Daum, pencereler, saatler ve sofa takımları gibi g  nl  k amaçlar için cam işler üretti, ancak Gall 'nin Paris'teki 1889 Evrensel Fuarı'nda (Eyfel Kulesi'nin inşa edildiği uluslararası vitrin) elde ettiği başarı, Daum kardeşlerin sanat alanına yönelmesine neden oldu (<http-12>). 1893'te, Chicago'da düzenlenen Dünya Kolombiya Sergisi'nde Art Nouveau tarzındaki Cameo cam örneklerinden oluşan muhteşem koleksiyonlarını sergilediler (Görsel 3.16). Bu onlara çok değerli bir marka itibarı ve uluslararası ilgi kazandırdı (<http-13>).



Görsel 3.16. 1895-1910 tarihleri arasında üretilmiş Art Nouveau tarzı Cameo Vazo, Fransa (<http-14>)

3.1.4. Lalique Glass

Ren  Lalique, 1876'da zanaatk r ve kuyumcu Louis Aucoc'un yanında çırak olarak çalıştı. Paris'teki  cole des Arts D coratifs'teki derslere katılırken mücevher yapım tekniklerini bu dönemde öğrendi. Daha sonra iki yıl daha eğitimine devam ettiği İngiltere'ye gitti. 1885 yılında Ren  Lalique, Jacta, Cartier ve Boucheron gibi bazı büyük mücevher evleri için bağımsız bir tasarımcı olarak tanındıktan sonra, Paris'te Place Gaillon'da kuyumcu Jules Destape'nin atölyesini devraldı. 1887'de Lalique, Rue du Quatre-Septembre'de iş kurdu. 1888'de, Antik  ağ ve Japonizm'den esinlenerek ince

işlenmiş altından ilk parure'lerini tasarladı ve parçalarına yenilikçi malzemeler ekleyerek mücevher yapım geleneğinden koptu (Miller, 2003). Önceden, camı sadece yedek malzeme olarak kullanılıyordu. 1890'larda Rue Royale atölyesinde cam deneylerine başladı ve mücevherlerine önemli bir malzeme olarak camı dahil etti (Lalique, 1981). Camı altın ve değerli taşları, emaye ve camın yanı sıra yarı değerli taşlar, sedef, fildişi ve boynuzla birleştirdi (Görsel 3.17).



Görsel 3.17. *Cattleya* Orkide 1903-1904 tarihlerinde yapılmış, Oyma fildişi, boynuz, altın, altın üzerine emaye (Lalique, 1981)

Üçüncü atölyesini Paris'te Rue Thérèse'de açtı. 1905'te René Lalique, Place Vendôme'da bir dükkân açtı ve burada sadece mücevherlerini değil, Rambouillet yakınlarında olan Clairefontaine'deki atölyesinde hazırlanmış cam objeleri de sergiledi. Parfümcü François Coty, René Lalique'in tasarımlarından o kadar etkilendi ki, ondan yeteneğini parfüm endüstrisi için kullanmasını istedi (Görsel 3.18). O andan itibaren Lalique, parfüm sektörü için parfüm şişesi tasarımları üzerine yoğunlaştı ve kendini tamamen daha endüstriyel cam üretimi tekniklerine adanmıştı. Güçlü ve tarihi bir cam yapım geleneğine sahip olan bölgenin kalbinde, Alsace'deki Wingen-sur-Moder'de Verrerie d'Alsace cam fabrikasını kurdu (http-15).



Görsel 3.18. René Lalique'in Parfüm tasarımı (<http-16>)

Lalique Glass günümüz de sanat objeleri, aydınlatma armatürleri, mobilyalar, mücevherler, ev aksesuarları ve ev tekstili gibi ürünler üretmektedir (Görsel 3.19).



(a)

(b)

(c)

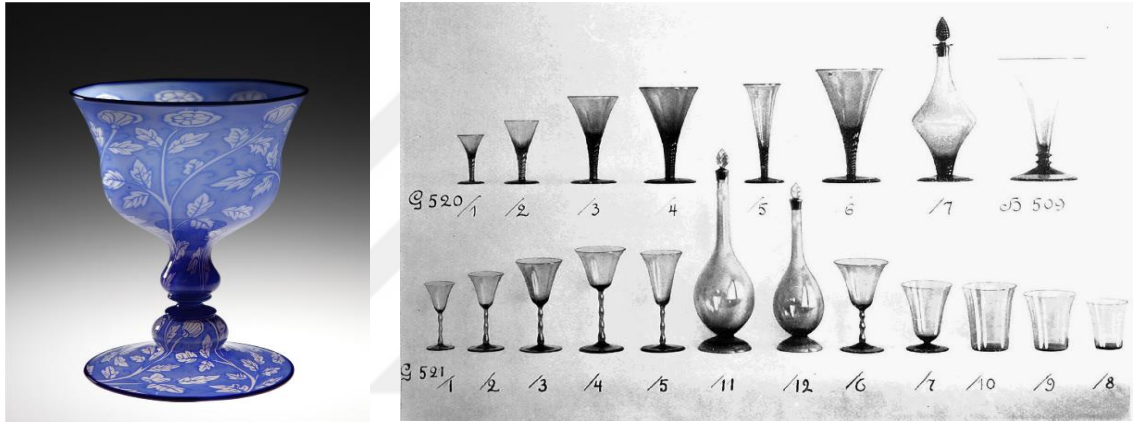
Görsel 3.19. (a) Bacchantes kasesi, Bacchus rahibelerinden esinlenerek yapılmıştır (b) Yunan mitolojisindeki tarım ve hasat tanrıçası Demeter'in Poppy motifinden esinlenen aydınlatma (c) Kiraz çiçekleri motifiyle oyulmuş, Japon kiraz ağaçlarının ("sakura") çiçek açmasını çağırıştırır. Sevgi ve barışın simgeleyen Muhabbet Kuşu heykeli ile süslenmiştir (<http-17>)

3.1.5. Orrefors Glass

Orrefors 1898'de August Samuelson tarafından kuruldu ve 1910'larda büyümeye başladı. 1913'te Orrefors, Albert Johan Ekman tarafından satın alınınca bardak, vazo ve diğer ev eşyalarını üretmeye başladı.

Orrefors'taki usta cam üreticisi Knut Bergqvist tarafından Graal tekniğinin geliştirilmesi üzerine Gate ve Hald, büyük beğeni toplayan benzersiz Graal parçaları

tasarladı. Sanat ürünlerinin yanı sıra, içme bardağı setleri gibi cam endüstriyel ürünler de tasarladılar (Görsel 3.20). Böylece hem sanatçı hem de tasarımcı kimliğine sahip oldular. Ayrıca kristal cam üzerine gravürü için tasarımlar ürettirler. Lüks malların yanı sıra, günlük kullanım için ürünler üretmeleriyle kuzey Avrupa'daki diğer ülkelere öncülük ettiler (Davison, 1989). Yenilikçi cam tasarımları ve teknikleri Paris'teki 1925 Exposition des Arts Décoratifs et Industriels Modernes'te ve 1930'da Stockholm sergisinde sergilendi. Bu sergilerin ideolojik arka planı işlevselci olsa da sergilenen dekoratif sanatların estetiği daha gelenekseldi. Bu sergilerin başarısı ve etkisi, diğer İskandinav ülkelerindeki cam sanatçılarına ilham kaynağı oldu (Holmér, Koivisto, ve diğerleri 2020).



Görsel 3.20. Gate ve Hald gral ve bardak seti tasarımları (Davison, 1989)

Edvin Ohström Graal tekniğinin farklı bir çeşidi olan Ariel tekniğini geliştirmiştir (Görsel 3.21). Edvin, Orrefors'un bu zor teknik için tasarım yapan sanatçılarından en saygı değer olanlarından biriydi. Orrefors'un "Ariel" camının tasarımcısıdır (Opie, 1991).



Görsel 3.21. *Edvin Öhrström'a ait Ariel çalışmaları (Hasdemir, 2011)*

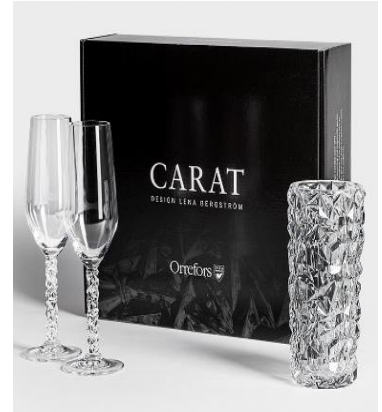
Orrefors cam fabrikası'nın ürün ve hediyelik eşya ürün yelpazesi, kristal bardak takımı, bar takımı, vazolar, kristalden heykeller ve aydınlatma ürünlerinden oluşmaktadır (Görsel 3.22). Orrefors'taki cam fabrikası 2012'de kapanmıştır.



(a)



(b)



(c)

Görsel 3.22. (a) *Yeni yıl hediyesi bir kar tanesini andırır ve asimetrik bir kesme kristal motifine sahiptir* (b) *Mumluk, düğünler, yıldönümleri veya doğum günleri için tasarlanmıştır* (c) *Carat koleksiyonu, Orrefors'un dünyaca ünlü olduğu geleneksel kesme camı* ([http-18](http://18))

3.1.6. Holmegaard Glass

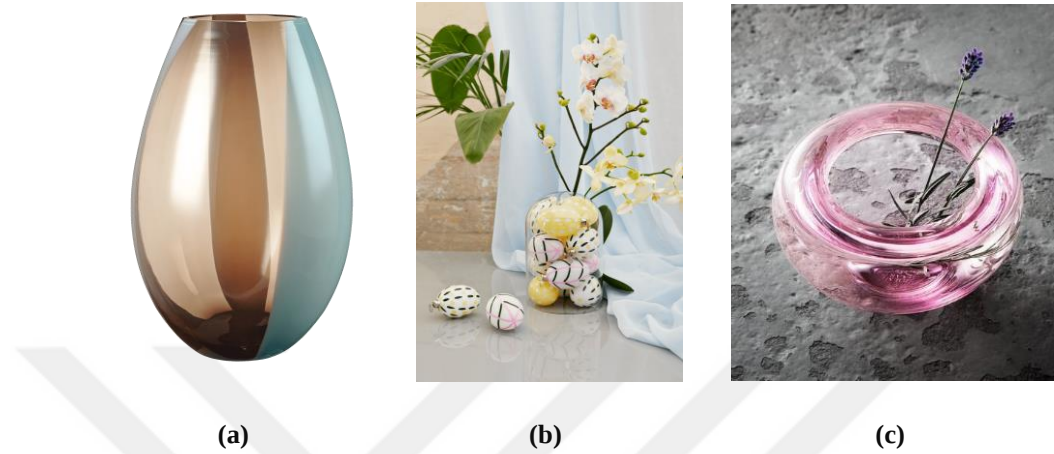
Danimarka'da cam endüstrisinin tarihi, 1825 yılında Holmegaard Glasworks ile başladı. Holmegaard Glasworks, bir sanat yönetmeni ile çalışan ilk cam firmasıydı. Cam

tasarımına yönelik gelişmeler Danimarka'daki diğer cam fabrikalarında da denenmiş, ancak düşük bir başarı elde edilmiştir (Holmér, Koivisto ve diğerleri, 2020).

1925'te Jacob E. Bang Holmegaard Glass' ta çalışmaya başladı ve 1928'den itibaren sanat yönetmeni olduğu Holmegaard'ı büyük bir çapa harcayarak ekonomik krizinden çıkarıp yeni bir çağa taşıdı. Bang, Holmegaard'da 15 yıl boyunca cam fabrikasının tüm bölümlerinde büyük bir üretim yaptı. 1928'de sanatsal lider olarak atandı ve o zamandan beri Temmuz 1941'e kadar cam işlerinde tasarımdan sorumluydu. Holmegaard için yapılan cam çalışmaları uluslararası sergilerde ve Milano Trienali'nde çeşitli ödüller kazanan az sayıda Danimarkalı tasarımcılar arasındadır (Bruun ve Outzen, 2020). 1928'de "Købestævnet" (Ticaret Fuarı) ve Barselona (1929), Brüksel (1935), Paris (1937) ve New York'taki (1939) dünya fuarlarında altın madalya kazandı. 1942'de Per Lütken Holmegaard'da tasarımcı olarak çalışmaya başladı. İlk başta, geçmiş stillerin varyasyonları olan camlar tasarladı ancak zamanla kendi stilini oluşturdu. Camın doğal maddeselliğini denedi, Holmegaard'ın üretimini en çok satan parçalarla yeniledi, Danimarka içki bardaklarında ve Danimarka cam kültüründe yeni moda oluşturdu. Yarattığı tarz Holmegaard'ın tarzı oldu. 1970'lerde ve 1980'lerde, firmanın önemli tasarımcıları Jacob E. Bang'in oğlu Michael Bang (1942-2013), Sidse Werner (1931-1989) ve Torben Jørgensen (d. 1945) idi. 1965'te Holmegaard, diğer Danimarka cam fabrikaları Kastrup, Fyens ve Hellerup ile birleşti. 1973 petrol krizi Kastrup ve Hellerup fabrikaların kapanmasına yol açtı. Bu firmaların her ikisi de 1968'den beri sadece şişe ve ambalaj camı üretmişti. Fyens fabrikası 1990 yılında üretimi durdurmak zorunda kaldı. O zamana kadar, Holmegaard Glassworks Danimarka'daki son cam fabrikasıydı ve her türlü endüstriyel şişenin yanı sıra sanat ürünler de ortaya çıkardı. 1985 yılında Holmegaard, halihazırda birçok tanınmış Danimarka markasını temsil eden Royal Scandinavia ile birleşti (Holmér, Koivisto ve diğerleri, 2020).

Holmegaard Glassworks'ün 2008 yılında iflas etmesinin ardından marka, Rosendahl Design Company'ye satıldı. Rosendahl, cam koleksiyonunu 2010 yılında Güneydoğu Danimarka Müzesi'ne bağışladı ve Holmegaard camını çok daha küçük ölçekte üretmeye devam etti. Danimarka'daki cam üretiminin kültürel mirasını kutlamak için yeni bir cam müzesi olan Holmegaard Works'ü kurarak tüm cam koleksiyonunu, 200 yıl boyunca üretildiği fabrika tesislerine geri getirdi (Bruun ve Outzen, 2020).

Bugün Holmegaard ev ve hediyeelik eşya olarak çeşitli tasarımcılarla iş birliği yapmakta ve şarap bardakları, bira bardakları ve diğer cam ürünlerini tasarlamaktadır (Görsel 3.23).



Görsel 3.23. (a) Peter Svarrer'in Cocoon vazo tasarımı, (b) Baharın parlak renklerinden ilham almış ev hediyesidir. İlkbaharda toprakta filizlenmeye hazırlanan tohumları simgeliyor (c) Per Lütken, 1955'te ki tasarımı (<http-19>)

3.1.7. Kosta Boda Glass

Kosta Boda 1742'de Anders Koskull ve Georg tarafından kurulan bir İsveç cam yapım şirkettir. Bugün, Kosta Boda İsveç'in en büyük cam ihracatçısıdır ve 30'dan fazla ülkede acenteleri ve distribütörleri bulunmaktadır. Uluslararası pazar, şirketin cirosunun yüzde 50'sini oluşturuyor (Eriksson ve Sven, 2010).

Småland'ın yoğun ormanlarının ortasında, önemli yolların kesiştiği bir alanda yer almaktadır. Bunun sebebi ise fırınları ısıtmak için sınırsız odun bulunmasından kaynaklanmaktadır. Kurucuları Anders Koskull ve Georg Bogislaus Stael von Holstein'in soyadlarının birleşmesiyle Kosta adını almıştır. Üretimin ilk döneminde, pencere camı, şişeler ve içme bardakları üretiliyordu, aynı zamanda, asil ve kraliyet müşterileri için ürünler de ürettir. 1989'dan beri Orrefors Kosta Boda, AB'nin bir parçasıdır. Kosta Boda'nın temel değerleri yenilikçi, tutkulu, sanatsal, gayri resmi, renkli, eğlenceli, güven dolu, kişisel hediyeler üretmektir (Persson, 2016).

Kosta Boda'nın vizyonu: "Çevrelerini ve hayatlarını cam ve cam sanatıyla aydınlatmak isteyen tüm dünyadaki tüketiciler için bariz bir seçim olacağız."

Kosta Boda'nın iş fikri: "İş konseptimiz hem özel hem de kamusal kullanım için geniş, çekici ve yüksek kaliteli bir yardımcı ve sanat camı yelpazesi geliştirmek, üretmek ve satmaktır (Persson, 2016).

1742'de Kosta Boda ve 1898'de Orrefors olmak üzere farklı zamanlarda kurulmuş olmakla birlikte, iki cam fabrikası 20. yüzyılın büyük bir bölümünde birbirine rakiplerdi (Westman, 2009). Çünkü her ikisi de İsveç cam üretiminde ön saflarda yer aldı. Yine de hem Orrefors hem de Kosta Boda, ayrı ayrı, 20. yüzyıl boyunca başarılı olan güçlü markalar oluşturmayı başardı. Onlarca yıllık rekabetin bir sonucu olarak hem Orrefors'un hem de Kosta Boda'nın markaları, birbirinin farkındalığıyla şekillendi (Fridjonsson ve Mersmann, 2009).

Kosta Boda, sanatsal cam üretimini 20. yüzyılın başında yeni bir yöne taşımış olsada, 1980'lerde sanatını Orrefors'unkinden (Westman, 2009) farklılaştırma çabasına rağmen iki şirket de sanatsal cam endüstrisinin aynı rekabet alanı içinde kaldı. Bu durum 1990 yılında Orrefors'un Kosta Boda'yı satın almasıyla değişti. Her biri ayrı marka kimliğine sahip iki güçlü markayı sürdürmek ve geliştirmek amacıyla aynı şirket bünyesinde, Orrefors Kosta Boda olarak stratejilerini eşit bir şekilde yaratmayı hedefledi (Fridjonsson ve Mersmann, 2009). Firma 1997 yılında Royal Scandinavia Of Denmark tarafından alındı, 2005'te bir İsveç Firması olan New Wava Group'a satıldı.



Görsel 3.24. (a) Ulrica Hydman Vallien tarafından tasarlanan arkadaşlık kadehi (b) Ulrica Hydman Vallien tarafından tasarlanan Caramba vazo (c) Sara Woodrow tarafında tasarlanan You and Me coupes (d) Mutluluk, Kjell Engman'ın tasarımı ([http-20](http://20))

2019 yılında Pazar lideri, kendi ürünlerini Orrefors ve Kosta Boda markaları altında pazarlayan Orrefors Kosta Boda AB'dir. Modern tarzda zarif, özel kristal ile ünlü olması,

ürünlerde çeşitli renkler ve sanatsal özgürlüğü, liderliğin sebeplerindendir. Orrefors Glassworks 2013 yılında kapanmıştır ve şu an cam üretimi Kosta'da devam etmektedir (Holmér ve diğerleri, 2020).

3.2. Türkiye’de Cam Ürün Tasarımı

Cam, keşfedildiği zamandan bu zamana kadar hem endüstriyel nesne hem de sanatsal olarak sıklıkla kullanılan bir malzeme olmuştur. Camın keşfedilişinden Sanayi Devrimine kadar geçen sürede cam daha çok bireysel ve küçük atölyelerde üretiliyordu. Sanayi Devrimi ile diğer alanlarda olduğu gibi cam alanında da üretim teknikleri ve biçimleri değişerek fabrikalaşma ortaya çıkmıştır (Küçükerman, 1985).

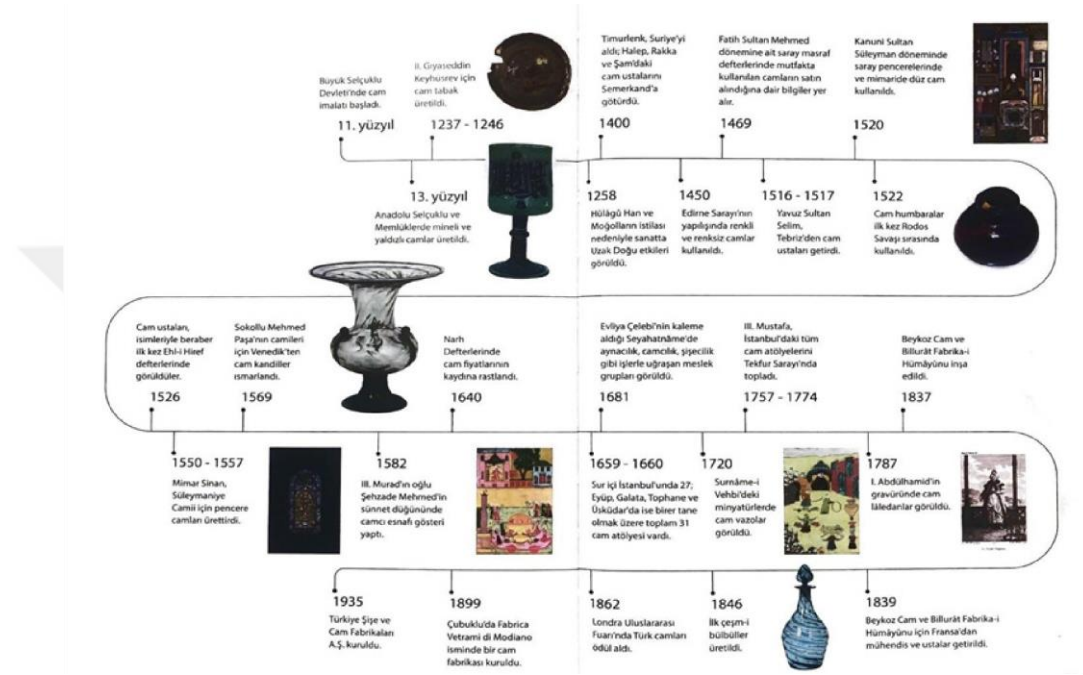
Anadolu'da en erken dönemli cam eser, MÖ 8. Yüzyıl sonlarına doğru orta Anadolu'da Frig Krallığı'nı başkenti Gordion'daki P Tümülüsünde çıkarılmıştır. Bu eser, merkezden otuz iki adet çevreye doğru açılmış çiçek yaprağı ile dekore edilmiş olan kâse, kesme yöntemiyle bezenmiş ve ince ve renksiz camdan yapılmıştır (Görsel 3.25). Asur ve Fenike bölgesinde bulunmuş olan kaselere benzemektedir. Bu eser Asur Kraliyet sarayında yaşamış bir prens, hediye olarak yollanmış bir eser olarak değerlendirilmelidir (http-21).



Görsel 3.25. Gordion cam kâsesi (http-22)

Türklerde cam endüstrisinin gelişimi, Selçuklular dönemine kadar uzanmaktadır. O dönemdeki cam işçiliğinin en güzel örnekleri 1965-1966 yılı Kubâd-Abad Sarayı

kazılarında bulunmuş ve kazılarda pencere camları, cam kadehler, şişeler ve tabaklar çıkarılmıştır (Görsel 3.26). Kazılar sonucunda Selçuklu cam ürünlerinin hem elde hem de çarkta yapıldığı düşünülmektedir. Anadolu Selçukluları oyma ve kesme tekniklerinin yanı sıra perdahlı kûfi, nesih yazılı, geometrik şekilli, insan ve hayvan figürlü, kıvrık dal motifli bezemeler yapılmıştır (Yücel, 1977).

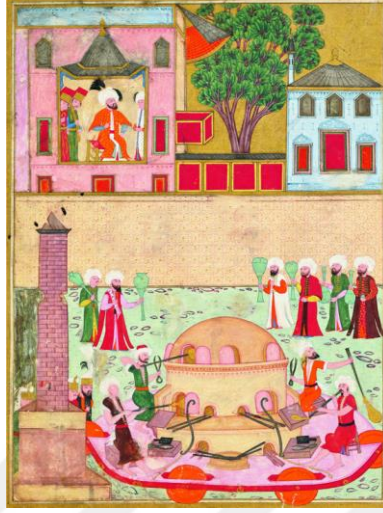


Görsel 3.26. Kronoloji, Türk Cam Sanatının Gelişimi (İğne, 2021)

Osmanlı cam sanatı ise Sultan Abdülmecid zamanında yapılan Beykoz Cam ve Billurât Fabrika-i Hümayûnu'nda üretilen ürünlerle hız kazanmış, fabrikada o dönemin gereksinimini karşılayacak ürünler üretilmiştir. Hicri 21 Muharrem 1263 (1845-6) tarihli Takvîm-i Vekâyî gazetesinde billur fabrikası ile ilgili gösterişli cam işlerin üretildiği ve bu cam eserlerin devletin ileri gelen kişilerine hediye edildiğinden söz edilmektedir (Yıldız ve Canıyılmaz, 2021).

Padişah III. Murat Dönemi'nde, Padişah'ın oğlu Şehzade Mehmet'in sünnet düğününü anlatan minyatürde, o dönemlerde de cam işçiliğinin yapıldığı anlaşılmaktadır. 16. yüzyılda Nakkaş Osman tarafından yapılan minyatürde camcı ustaları, padişah huzurunda geçit töreni yaparken betimlenmiş ve minyatürün alt kısmında tekerlekli bir seyyar cam fırını tasvir edilmiştir (Görsel 3.27). Kullandıkları cam işleme aletleri,

günümüzdeki cam şekillendirme aletleri ile hemen hemen aynıdır. Camcı esnaf bilgi ve hünerlerini cam eşya üretip, padişaha hediye ederek göstermektedirler (Karşlıoğlu, 2007).



Görsel 3.27. Nakkaş Osman tarafından yapılan minyatür (Yıldız, Canıyılmaz, 2021)

18. yüzyılda Levni ise III. Ahmet'in çocuklarının sünnet törenini anlatan minyatür yapmıştır. Betimlenen minyatürlerde, Türk camının, daha çok üst kesimlere yani saray ve çevresi, için üretildiği anlatılmaktadır (Karşlıoğlu, 2007).

Şu anki Topkapı Sarayı Müze Mağazası'nda da Osmanlı tarihini anlatan ve Topkapı sarayının mimarisinden esinlenilerek yapılan hediyelik eşyalar mevcuttur (Görsel 3.28).



(a)



(b)



(c)

Görsel 3.28. (a) Topkapı Sarayı Müzesi Hamam kafesinden esinlenilmiş (b) Selimiye Cami Hünkâr mahfili çinilerinden esinlenilmiş (c) 19.yy'a ait Sultan Abdul Azizin Kızı Münire yazı kutusundan esinlenilmiştir (Fotoğraf: Özlem Varal)

17.-19. yüzyıllarda Türk cam üreticiliği; İstanbul merkezli olmak üzere Beykoz, Paşabahçe, Eğri Kapı Tekfur Sarayı çevresi, Eyüp, Balat, Ayvansaray, Bakırköy, Çubuklu ve İncirköy mevkiinde toplanmıştır (Nas, 2016). Bu atölyelerde, Türk ustalar, yurt dışından getirtilen cam ustaları ile çalışmış ve bununla birlikte cam alanında gelişmeler yaşanmıştır. Aynı zamanda İtalya ve Avrupa ülkelerinden cam eşya ithal edilmiştir. 19. yüzyılda, III. Selim tarafından (1807), cam işçiliğini öğrenmek için İtalya'ya gönderilen Mehmet Dede isimli bir Mevlevi, orada bir süre çalıştıktan sonra İstanbul'a geri dönmüş ve sanayi merkezi olarak bilinen Beykoz'da bir cam atölyesi kurmuştur (Onur, 2007). Bu atölyede üretilen camlar Mehmet Dede tarafından geliştirilen üretim teknikleriyle yapılmış olan sürahi, gülabdan, laledan, bardak, vazo gibi eserlerdir (Görsel 3.29). Bu atölye de üretilen camlar 'Beykoz Camları' ya da 'Beykoz İşi Cam Eşya' olarak isimlendirilmiştir. Beykoz camcılığı her ne kadar yabancı ülkelere öğrenilen tekniklerin ve yabancı cam ustalarının bilgileriyle gelişme gösterse de üretilen cam ürünlerinde Türk kültürünün izleri görülmektedir (Ertaş, 2018).



(a)



(b)

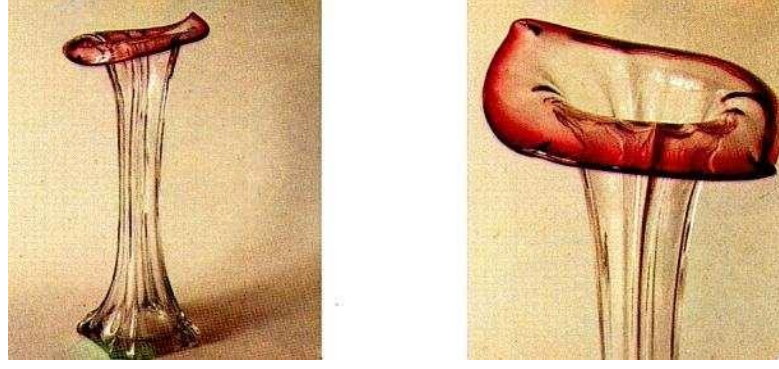
Görsel 3.29. (a) Gülabdan Beykoz işi gülsuyu şişesi (b) Laleden Beykoz işi vazo (Ertaş, 2018)

Mehmet Dede tarafından kurulan atölyede yapılan cam çeşitlerinden diğeri ise Çeşm-i Bülbül'dür. Çeşm-i Bülbül, genellikle düzenli aralıklarla, çizgi şeklindeki mavi ve beyaz renklerden oluşur. Prof. W. E. S. Turner'in incelemelerine göre, bu çizgileri Türk işçiliğinin özelliği olarak tanımlanıyor (Görsel 3.30). N. R. Büngül'ün açıklamasına göre; İtalyan mamulleri Türk Çeşm-i bülbüllerine göre kalınca yapılıyordu (Bayramoğlu, 1996).



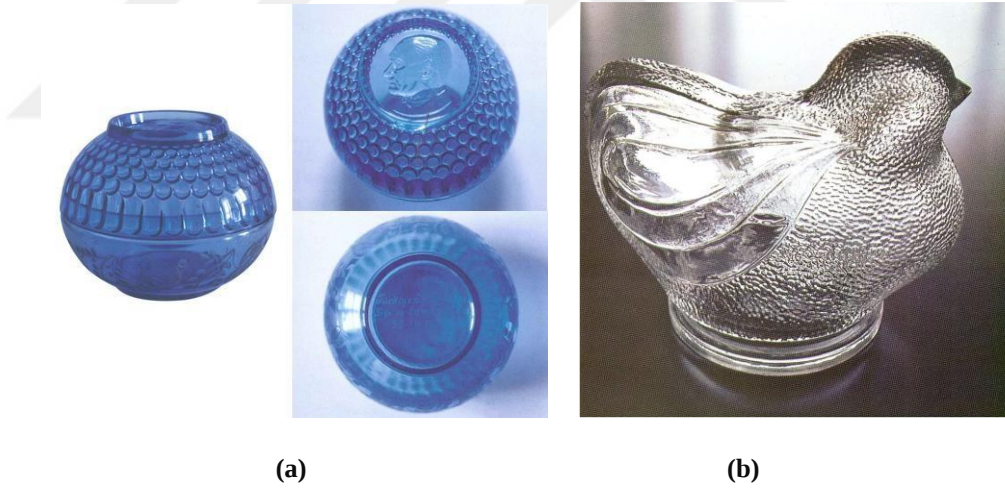
Görsel 3.30. *Sarı- Şeffaf çizgili Çeşm-i Bülbül, Kapaklı Sürahi, Osmanlı-Beykoz, Milli Sarayları Koleksiyonu (Yıldız, Canıylmaz, 2021)*

1930'da Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı (BBYSP) uygulanmaya başlandı. Bu planın amacı; ülkenin tüketim ihtiyacını karşılamak ve fazla olan ihtiyacı yurtdışına ihraç etmektir. Cumhuriyet dönemindeki önemli cam ustaları arasında Yusuf Görmüş, özellikle serbest şekillendirme uygulaması açısından ön planda olan bir ustadır (Küçükerman, 1985). 1931 yıllarında Varna'daki evinin alt katında bulunan cam atölyesinde üretimler yapmıştır (Görsel 3.31).



Görsel 3.31. Cumhuriyet dönemi Türk cam sanatı örneği, Yapım Yusuf Görmüş (Yazar, Aslan, 2013)

Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk'ün direktifleri doğrultusunda 1934 Yılında cam sanayisinin kuruluş görevi İş Bankasına verilmiştir (Birici, 2019). Türkiye'de cam sanayisini kurmak ve geliştirmek üzere faaliyete geçen Türkiye Şişe Cam A.Ş.'nin amacı ısıya dayanıklı cam, ev eşyası ve laboratuvar camları üreterek ülkenin cam ihtiyacını karşılamaktır (Görsel 3.32).



(a)

(b)

Görsel 3.32. (a) 1934'te, Mustafa Kemal Atatürk'e hediye edilmiş cam şekerlik, Paşabahçe Cam Fabrikası'nın kuruluşuyla ilişkili çok özel bir üründür (b) Önder Küçükerman'ın paşabahçe için yaptığı tasarım, 1978 (Küçükerman, 1985)

Atatürk, Fabrikada kesme kristal cam üretiminin yapılmasını ister ve fabrika müdürü Adnan Berkay'a bulunduğu direktifler doğrultusunda kesme kristal cam imalatına başlanır (Görsel 3.33).



Görsel 3.33. *Kesme tekniği, Paşabahçe 1984 koleksiyonu (Küçükerman, 1985)*

1957 yılında Şişecam'ın Paşabahçe fabrikası ve Beyoğlu'nda küçük bir dükkânda mağazası açılmıştır (Esi, 2011). 2000'li yıllardan sonra Şişecam yurt dışında da faaliyet göstermeye başlamıştır. Teknolojik gelişmeleri sektöre uyarlama, ürün yelpazesini geniş tutma, dünya pazarlarına açılma konusunda hızlı bir gelişme göstermiştir (Karagöz, 2021). Paşabahçe'deki Şişe ve Cam Fabrikası Anonim Ortaklığı'nın çabalarıyla Türk cam işleri yeniden ele alınmış, Avrupa'daki benzerlerinden aşağı kalmayan dayanıklı, güzel örnekler piyasaya sürülerek kendine büyük bir pazar bulmuştur (Yücel, 1977). Günümüzde Türkiye'de cam ürün tasarımı ve hediyelik eşya ürünler hem fabrikalarda hem geleneksel yöntemlerle üretilen küçük bireysel atölyelerde hem de belediyelerle bağlantılı olarak açılan atölyelerde farklı teknikler kullanılarak üretilmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN KİŞİSEL UYGULAMALAR

Eskişehir, eski dönemlerde Yunanca Dorylaion, Latince Dorylaeum olarak adlandırılan bir yerleşim alanıydı (Kalay ve Karahan, 2018). Eskişehir'e ait en eski buluntular Paleolitik (MÖ. 40.000- 12.000) ve Mezolitik (MÖ. 12.000-10.000) dönemlere kadar uzanır. Matrakçı Nasuh tarafından çizilen 1537 tarihli Beyan-ı Menazil-i Seferi Irakeyen adlı eserde yer alan minyatür (Görsel 4.1) Eskişehir yerleşimi ile ilgili günümüze ulaşan ilk belgedir (Yalçın, 2021).



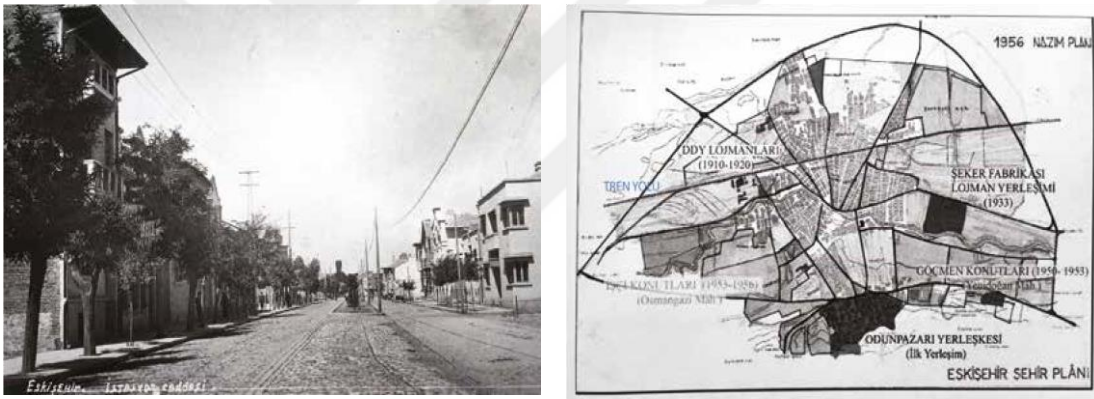
Görsel 4.1. Matrakçı Nasuh tarafından çizilen Eskişehir minyatür (Yalçın, 2021)

Eskişehir'deki ilk yerleşimlerin izleri Tunç Çağı'na kadar uzanmaktadır. Tunç Çağında Eskişehir, Hititlerin egemenliği altında belli bir süre yönetilmiştir (Üsküdar, Çakır ve Temizkan, 2014). Yaklaşık olarak M.Ö 1200 yıllarında Anadolu'ya inen Frigler, Hitit Devleti'nin yıkılmasıyla Anadolu'yu içine alan Gordion merkezli Frigya Krallığı'nı kurmuşlardır (Ülger, 1997). Frig döneminde bu şehir, Kimmer istilaları sırasında yıkılmış ve Lidya Kralı Kroizos'un egemenliği altına girmiştir. Daha sonra Pers'ler M.Ö 546'da kral yolunu izleyerek Lidya'nın merkezine ulaşmışlar ve şehri ele geçirmişlerdir (İşcan, 2006). Daha sonra MÖ. 334'te Büyük İskender'in egemenliği altına girmiş ve Roma'nın ikiye bölünmesiyle Bizans egemenliği altına girdi. 1289'da Anadolu Selçukluları

Eskişehir'i OsmanGazi'ye vermiştir. Oğlu Orhan Gazi döneminde Karamanlıların eline geçen Eskişehir'i, I.Murad yeniden Osmanlı topraklarına katmıştır (Sarı, 2019).

İlerleyen yıllarda önemini kaybetmeye başlayan Eskişehir demir yolu ağının ulaşması (Görsel 4.2) ile 19 yy. sonu 20. yy. başlarında tekrar gelişmeye başlamıştır (Bayer, 2020).

Huart 1892 yılında yayınladığı eserinde bu gelişmeyi ayrıntılı bir biçimde anlatarak yaklaşan, demiryolu çalışmalarının şehri şimdiden değiştirmeye başladığını, Porsuk çayının kıyısında Bizanslılar döneminde yapılmış kemerli iki köprünün sağında ve solunda yeni binaların yapıldığını, bunlar arasında mutfaksız ve yemeksiz iki odalı bir tür hanın da yer aldığını, Porsuk'un karşı kıyısında ise kenar mahalle benzeri bir yerleşim sahasının geliştiğini burada da bir Avusturyalının demiryolu işçileri için lokanta açtığını belirtmektedir (Ertin, 2018).



Görsel 4.2. Demiryolunun kente ulaşmasının ardından, tarihi Odunpazarı yerleşkesi dışında gelişen modern kent dokusu ve tren garı (Özkurt, s.39, 2017)

4.1. Eskişehir'in Kültürel yapısı ve Turistik Özellikleri

Kültürel miras varlıklarının, geçmiş, günümüz ve gelecek arasında bağ kurulmasını sağlama özelliği, çok iyi yönetilmelerini zorunlu kılmıştır (Tören, Konak ve Demiral tarihsiz, s.70). Eskişehir sahip olduğu tarihi yapısı, kültür ve sanat etkinliğinin fazla olması, eğlence hayatının hareketliliğiyle Türkiye'nin en çok ziyaret edilen şehirlerinden birisi haline gelmiştir.

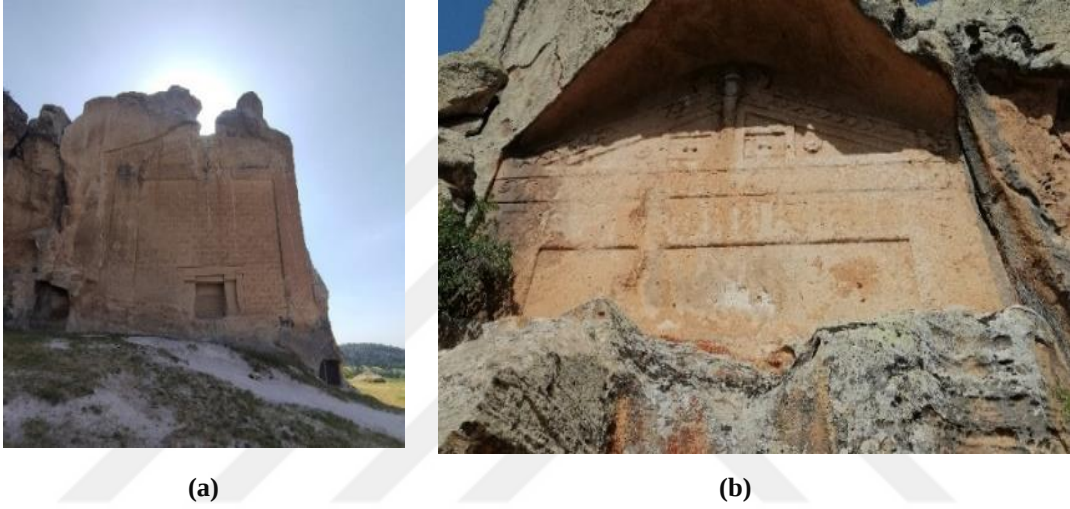
Aşağıdaki tabloda Eskişehir'e özgü en çok ön planda olan, turistler tarafından en çok ziyaret edilen tarihi ve kültürel yapılar yer almaktadır (Tablo 4.1)

Tablo 4.1. *Eskişehir Tarihi ve Kültürel yapıları*

Eskişehir Tarihi ve Kültürel Yapıları	
MÜZELER	Arkeoloji müzesi, Modern Sanat Müzesi, Pessinus açık hava müzesi, Anadolu Üniversitesi Cumhuriyet Tarihi müzesi, Anadolu Üniversitesi eğitim karikatürleri müzesi, Anadolu Üniversitesi çağdaş sanatlar müzesi, Çağdaş cam sanatları müzesi Lületaşı müzesi, Devlet demiryolları müzesi, Havacılık müzesi İnönü savaşları karargâh müzesi. Seyitgazi bor ve etnografya müzesi, Balmumu Müzesi
TARİHİ VE KÜLTÜREL YAPILAR	Antik kentler: Pessinus (Ballıhisar), Midas (Yazılıkaya), Midaion (Karahöyük), Nakoleia (Seyitgazi), Han. Dini Yapılar: (Alaeddin Cami, Kurşunlu Cami, Sivrihisar Ulu Cami, Sivrihisar Kurşunlu Cami, Hızır Bey Mescidi, Hamam Karahisar Ulu Cami, Gökçeyayla Kilisesi, Eski Kilise. Kaya mezarları: Anıtsal Phrygia Kaya Mezarı, Gerdek kaya Kaya Mezarı, Aslanlı Mabnet, Hamamkaya Kaya Mezarı, Seyircek (Büyük yayla) Nekropolü. Türbeler ve Kümbetler: Üryan Baba Türbesi, Şeyh Edebalı Türbesi, Şeyh Şehabeddin Sühreverdi Türbesi, Seyyid Battal Gazi Türbesi, Sücaeddin Veli Baba Türbesi, Kümbet Baba (Himmat Baba) Kümbeti, Melik Gazi Türbesi, Elveren Türbesi, Alemşah Kümbeti, Yunus Hoca Kümbeti. Hamamlar: Erler Hamamı, Alçık Hamamı, Hüsrev Paşa Hamamı, Selçuklu hamamı, Sücaeddin hamamı, Gavur hamamı, Çardak hamamı Tarihi odunpazarı evleri
GELENEKSEL EL SANATLARI	Lületaşı işlemeciliği, Sivrihisar Cebesi ve incili küpe işlemeciliği, Alpu savat işlemeciliği, Kilim dokumacılığı, Çömlekçilik
YÖRESEL YİYECEKLER	Balaban köfte, Çibörek, Haşhaşlı gözleme, Met helvası, Leplebi kurabiyesi

Eskişehir’de hem geçmişi hem de bugünü içinde barındıran kültürel zenginliklerin yoğun olduğu bir kenttir. Tezin bu bölümde tez de Eskişehir’e ait başlıca kültürel ve tarihi yapılar yer alacaktır.

Frig Vadisi Anıtları: Yazılıkaya ve çevresinde bulunan bu kaya anıtlarının bazıları Sümbüllü Anıt, Bahşeyiş Anıtı, Areyastis Anıtı, Yazılıkaya ve Bitmemiş Anıttır (Görsel 4.3). Yüzeyleri genelde geometrik bezemelerle donatılan kaya anıtlarının çatıları üçgen alınlık, bunun ucunda akroter, üçgen alınlıkta destek kirişinin sağ ve sol kenarında simetrik kepenk, alt yanlarda farklı biçimlerde bezenmiş desteği anımsatan bireyler, ortadaki nişe bir kapı görünümü verilmesi ile kutsal odası bulunan gerçek bir tapınağa giriş sağlamak istenmiş izlenimi verilmektedir (Çağlar, 2002).



Görsel 4.3. (a) Yazılıkaya, (b) Bitmemiş Anıt (Fotoğraf: Özlem Varal)

Midas kentinde Roma ve Bizans dönemlerine dayanan kaya mezarları da bulunmaktadır. Gerdek Kaya Anıtı, Kümbet Frig yerleşkesinde ve Aslanlı Mabet Frig kaya anıt mezarları, en önemli örnekler arasındadır.

Aslanlı Mabet: Üstünde bitki motifleriyle, biri iri, biri ufak dış kesimiyle, ortası kalkan motifi ve kalkanın iki yanı boğa kabartmalarıyla süslenmiş üçgen alınlık bulunmaktadır (Görsel 4.4). Alınlığın altındaki yüzeyde ortadaki bir Kraterin iki yanında birbirine bakan iki aslan kabartması bulunmaktadır ve bu bir Roma çağı mezar cephesidir (Işıklar, 2008). Haspels'in mezarın arka odasının Frig Döneminde inşa edildiği, ön odasının ise Roma Döneminde inşa edilmiş olabileceği düşünülmektedir (Toruk, 2014).



Görsel 4. 4. Aslanlı Mabet'in üçgen alınlığı (<http-23>)

Kurşunlu Külliyesi: Eskişehir Odunpazarı ilçesinde yer alan külliye 1525 yılında Kanuni Sultan Süleyman'ın veziri Çoban Mustafa tarafından yaptırılmıştır (Atıcı ve İnceoğlu, 2018). Külliye, içerisinde bulunan caminin kubbesinin kurşunla kaplı olmasından dolayı ‘‘Kurşunlu’’ adıyla anılmaktadır (Yılmaz, 2017). Külliye'nin, içerisinde cami sıbyan mektebi, imaret kervansaray, tabhane ve şadırvan yer almaktadır (Görsel 4.5).



Görsel 4.5. Kurşunlu Külliyesi Kurşunlu Külliyesi (Fotoğraf: Özlem Varal)

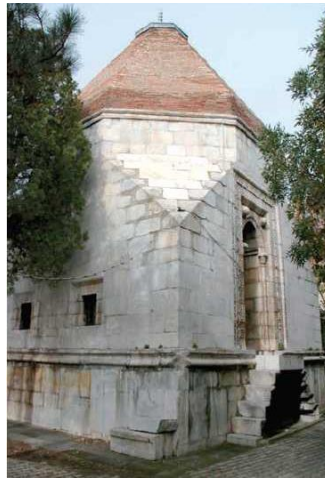
Han Antik kenti: Han ilçe merkezinde Roma ve Bizans dönemine ait Han Antik Kenti bulunmaktadır (Görsel 4.6). Bu yeraltı yerleşimi, doğal kayalıklar oyularak yapılmıştır (Aşılıoğlu ve Memlük, 2010). Tekli ve oda tipinde yüzden fazla mezar tespit edilmiştir. Burada kat kat mekanlar ile mekanları birbirine bağlayan koridorlar bulunmaktadır. Üç odalı gömü odasının girişi güneydoğudadır. Oda duvarının üstünde rozet, baklava dilimi, fiyonk, yaprak ve fırladık motifleri yer alır. Yeraltı galerilerinin ne zaman ve ne amaçla yapıldığına dair tarihi ve arkeolojik veri elde edilememiştir. Han antik kentinde çıkarılan arkeolojik eserler, bu bölgenin Roma İmparatorluğu Dönemi'nde

gelişmiş olduğunu, Bizans Dönemi'nde de özellikle askerî açıdan önemini arttırarak bir stratejik merkeze sahip olduğunu gösterir (Üsküdar, 2021).



Görsel 4. 6. *Han Antik Kentinde arkeolojik kazılar sonucu çıkarılan kalıntılar (http-24)*

Alemşah Kümbeti: Kümbet, Melikşah tarafından 728 yılında, şehit olan kardeşi Sultan Şah için bir camii ve bir medrese yaptırılmıştır (Saliha, 2019). Yapının taç kapısını kuşatan dıştan ikinci bordürdeki geometrik süsleme arasında, “S” şeklinde uzayan bir kıvrım dalın uçları aslan başları ile sonlanır (Yazar, 2007). Türbe sekizgen köşeli gövdeye sahip olup özenle işlenmiş mermer taşlarından inşa edilmiştir (Görsel 4.7). Üstü tuğladan yapılmış sekiz köşeli piramit form ile kapatılmıştır. Üst mekâna iki taraftan merdivenle çıkılır ve detaylı süslemeye bir kapıdan girilir (Görsel 4.8). Bir duvarında mihrap olan bu yapının altında mezar odası yer almaktadır (İnceoğlu, 2013).



Görsel 4.7. *Alemşah kümbeti (http-24)*



Görsel 4.8. *Alemşah kümbetinin üstünde işlenmiş desen (Yazar,2007)*

Kümbet Baba (Himmet Baba) Külliyesi: Türbe dıştan sekizgen içten daire şeklinde iki katlı bir yapıdır 14. yüzyılın başlarına tarihlendirmektedir. Kime ait olduğu bilinmeyen iki mezar yer almaktadır. İçten kubbe ile örtülü kümbet, dışarıdan külâh ile örtülmüştür (Öztürk, 2008). Eskişehir Seyitgazi ilçesinde bulunan Himmet Baba Türbesi’ndeki seramikler devşirme mimari parçaların yüzeyindeki yuvalara yerleştirilmiştir (Görsel 4.9). Girişin bulunduğu doğu cephede iki, hemen yan kanattaki kuzeydoğu cephede ise bir adet firuze sırlı çanak kullanılmıştır (Köse, 2021).



Görsel 4.9. *Himmet Baba türbesi seramikler (http-25)*

Eskişehir ve çevresi, termal su zenginliği açısından da oldukça zengin bir şehirdir. Evliya Çelebi, Seyahatname eserinin üçüncü cildinde Eskişehir sularının sıcak olduğunu ve bu sıcak su kaynakları üzerinde kagir yapıların inşa edildiğini belirtmiştir. Örnek olarak Seyitgazi İlçesi Selçuk Hamamı Osmanlı döneminde yaptırılmış, Cumhuriyet döneminde restore edilmiştir. Şu an da Bor ve Etnografya Müzesi olarak kullanılmaktadır.

Odunpazarı evleri: Frigler dönemine kadar uzanan Eskişehir'in iki farklı yerleşim yeri olduğu bilinmektedir. Bunlardan biri Türklerin gelmesiyle oluşan Odunpazarı Bölgesi'dir (Atıcı, 2017). Bölgenin kuruluşuyla ilgili bir rivayete göre: Kente ilk yerleşmeye gelenler, üç koyun ciğerini birer sırığın üzerine yerleştirerek, bu sırıkları, Şarhöyük, Porsuk kenarı ve Kurşunlu Camiinin bulunduğu yerlere dikerler. Şarhöyük ve Porsuk kenarına konulan ciğerler hemen bozulurken Kurşunlu Camii'nin yakınına yerleştirilen ciğerlere bir şey olmaz. Böylece en temiz havanın burada olduğuna karar verilerek, buraya yerleşilir (Erşan ve Demirarslan, 2020). Odunpazarı Evleri genellikle iki katlıdır (Görsel 4.10). Evlerin alt katları genel de depo, çamaşırlık, odunluk, mutfak gibi servis mekanları, üst katları ise yeme, yatma, dinlenme ve oturma gibi amaçlarla temel yaşam alanı olarak kullanılmaktadır (Coşkun, 2021).



Görsel 4.10. Odunpazarı evleri (Fotoğraf: (Fotoğraf: Özlem Varal)

Çağdaş Cam Sanatları Müzesi: 2007 yılında hizmete giren Çağdaş Cam Sanatları müzesi Türkiye'nin ilk ve tek cam sanatları müzesidir (Özsöz, 2018). Müze de müzenin devamlı koleksiyonunu sergilemek için 2 tane sergi alanı bulunur ve bunların dışında

geçici eserlerinin bulunduğu 1 tane daha sergi salonu bulunmaktadır (Görsel 4.11). Girişteki avlunun tavanında ise camdan yapılmış avize bulunmaktadır. Çağdaş Cam Sanatları müzesinin kuruluşu hikayesi şöyledir: Camda Sanatsal Yansımalar sergisini oluşturan, 2005 yılında toplanan Türk cam sanatçılarının çalışmaları ve Murano Cam Müzesi koleksiyonu, İstanbul'da Dolmabahçe Sarayı'nda sergilenmiştir. Bu serginin ardından sonra 2007 Yılında Eskişehir'de Anadolu Üniversitesi Kütüphanesinde Cam Tutkusu sergisi açılmıştır. Dolmabahçe Sarayında sergiye katılan sanatçıların çoğunun eserleri bu sergide de yer almıştır. Cam Tutkusu sergisini, Eskişehir Büyükşehir Belediye Başkanı Yılmaz Büyükerşen'de gezmiştir. Yılmaz Büyükerşen'de Odunpazarı'ndaki Konaklardan birini müze binası olarak tahsis eder (Akder, 2008).



Görsel 4.11. Müzede sergilenen eserler (Fotoğraf: Özlem Varal)

Türasaş Devrim Arabaları Müzesi: Türasaş müzesi koleksiyonunda bulunan eserlerin sergilenmesi amacıyla 2018 tarihinde açılmış. Açık ve kapalı olmak üzere iki alandan oluşan müze Türkiye'nin ilk yerli Devrim Otomobili, Buharlı Lokomotif, 2200 tipi Lokomotif, 24000 tipi Lokomotif a ait makinist kabini ve Karakurt Türk lokomotifi sergilenmektedir (Görsel 4.12).



(a)

(b)

(c)

Görsel 4.12. (a) 24000 tipi Lokomotif'e ait makinist kabini, (b) Türkiye'nin ilk yerli otomobili, (c) 2200 tipi Lokomotif (Fotoğraf: Özlem Varal)

Eskişehir Hava Müzesi: 1988 yılında ağırlıkla, 1. Hava İkmal ve Bakım Komutanlığı elinde bulunan uçakların restore edilerek sergilenmesi sonucu müze haline gelmiştir (Erdemli, 2011). Müzenin açık alanında, çeşitli tip ve modellerde sivil ve savaş uçakları ayrıca bir adet polis helikopteri yer almakta, kapalı mekanında ise pilot giysileri, rozetler, maket uçaklar ve uçak motorları sergilenmektedir. Açık alanda MIM-14 Nike Hercules, hava savunma füzesi, denizaltılara karşı etkili olan Grumman S-2, denizaltı savar bulunmaktadır (Görsel 4.13).



(a)

(b)

(c)

Görsel 4.13. (a) Cengiz Topel heykeli, (b) Görsel, F-104G Av Önleme ve Bandırma Uçağı, (c) Grumman S-2, denizaltı savunma uçağı (Fotoğraf: Özlem Varal)

Balmumu Müzesi: 9 Mayıs 2013 tarihinde halka açılmış olan Balmumu Heykel Müzesi'nde başta Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk olmak üzere, Atatürk'ün aile fertlerinin (Görsel 4.14). Kurtuluş Savaşı komutanlarının, Osmanlı Devleti

padişahlarının, yerli ve yabancı birçok siyasetçi, gazeteci, aktör ve sanatçıların heykellerine yer verilmiştir (Aydın, 2015).



Görsel 4.14. Atatürk ve ailesi (Fotoğraf: Özlem Varal)

Geleneksel El Sanatları insanoğlunun varlığından itibaren tabiat şartlarına bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Geleneksel el sanatları ortak kimlik, duygu ve aidiyet duygusu gibi özellikleri ile kendisini gösteren kültürel miras ve bu mirasın kodlarıyla oluşan kültürel belleğin bir unsurudur (Arioğlu ve Atasoy, 2015). Kültürün öğelerinden olan el sanatları bölgeye göre değişen önemli bir faktördür. Eskişehir’de geçmişten günümüze kadar devam etmekte olan gelenekse el sanatları şunlardır:

Lületaşı işlemeciliği: Lületaşı sepiyolit olarak bilinen bir madendir. Bu maden, “Eskişehir Taşı”, “Aktaş”, “Beyaz Altın” olarak bilinir. Almanca’da “meerschau” kelimesiyle anılır (Algan, 2015). Dünyada Kenya, Bosna, Moravya, Kırım, İspanya, Eğriboz, Sisam, Madagaskar ve Avusturya gibi farklı ülkelerde az miktarda lületaşı yatakları da bulunmaktadır. Fakat en çok ve en kaliteli lületaşı Eskişehir’de çıkarılmaktadır (Gümüşsoy, 2013). Lületaşından pipo, sigara ağızlığı, kolye, bilezik, küpe, tesbih ve değişik süs eşyaları yapılmaktadır (Görsel 4.15). Bunların dışında toz olarak leke çıkarma işlemlerinde, elektrik sanayinde katalizör yapımında, otomobil sanayinde yakıt temizlemede, füze ve diğer uzay araçlarının başlık iç kapaklarının yalıtımında da kullanılmaktadır (Özdemir ve Dudaş, 2012).

Lületaşının keşfedilişiyle ilgili bir rivayete göre: Bir gün çobanın biri koyunlarını otlatırken bir köstebeğin toprağın altından beyaz taşlar (lületaşı) çıkardığını görür ve taşı alır çakısıyla yontmaya başlar. Taşın yontulmasıyla güzel bir peri kızı ortaya çıkar ve birden dile gelip: “Yapma, canımı acıttın insanoğlu.” diye bağırır ve köstebeğin kazdığı yerden tekrar toprağın altına girmiş. Çobanda peri kızının peşinden bu deliği kazmaya başlamış. Lakin kazdığı bu

derin çukurlukta yorgunluk ve açlıktan ölür. Bu kazılan kuyuda ilk lületaşı kuyusu olmuştur (Taşlıgil ve Şahin 2011)



Görsel 4.15. *Lületaşı pipo denemeleri (Fotoğraf: Özlem Varal)*

Sivrihisar Cebesi ve incili küpe işlemeciliği: Cebeler, 22 ayar altın telin örülmesiyle üretiliyor. Bileklik, küpe, yüzük ve gerdanlık gibi çeşitleri olan telkâri el sanatı ürünüdür (Kurtulmuş, 2013). Hristiyan geleneklerine dayanan incili küpenin orijinali, İsa ve on iki havarisine gönderme yapılarak on iki inciden üretilmektedir (Görsel 4.16). Ancak şu an üretilen küpelere baktığımızda on iki 'den daha az inci ile üretilir (Küçük, 2010). Cebe ustası Metin Altay; Sivrihisar ilçesinde eskilerden cebe ustalarının cebelerini satmak için “Her gelinin kolunda cebe olmalıdır.” diyerek ve halk bu sözü bir adet olarak kabullenerek, bu kültürü halen devam ettirmektedirler (Afzoonkhiavi, 2019).



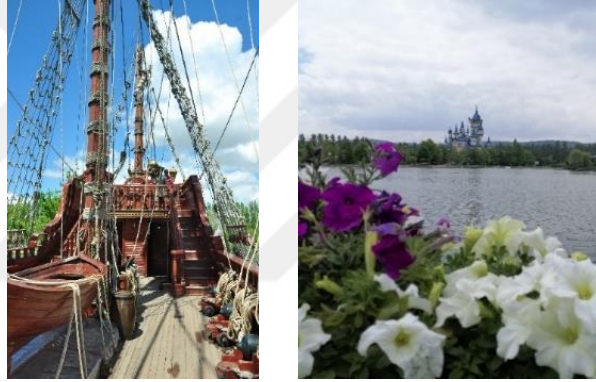
(a)



(b)

Görsel 4.16. (a) Sivri Hisar cebesi (b) Görsel Sivrihisar incili küpe (http-26)

Bilim Sanat ve Kültür Parkı: Eskişehir’de 2009 yılında, yaklaşık 400 bin metrekarelik bir alanı kaplayan ilin en büyük temalı parkı olma özelliğine sahiptir (Oğuz ve Timur, 2020). Parkta açık hava konser alanı, Masal Şatosu, Bilim Deney Merkezi, uzay evi, korsan gemisi, gölet, hayvanat bahçesi ve akvaryum, çocukların bilimsel deneyler yapabileceği basit makinelerin bulunduğu parklar, Minyatür parkı yer almaktadır (Görsel 4.17). Masal Şatosunda bulunan kuleler Şatoda bulunan kuleler; Galata Kulesi, Burgulu Kule, Sindrella Kulesi, Kız Kulesi, Adalet Kulesi, Ulu Kule, Çan Kulesi ve Yivli Kuledir (Gülhan, 2019). Bilim Deney Merkezinde; ses deneyleri, basınç deneyleri, yeryüzü deneyleri, optik deneyleri, denge-mekanik deneyleri bulunmaktadır. Ayrıca animatronik dinozor bölümü, üç boyutlu sinema odası, Türk-İslam Âlimleri bölümü ile konuşan bilim adamları portreleri de yer almaktadır (Burkut, 2018).



(a)

(b)

Görsel 4.17. (a) Korsan gemisi (b) Görsel Masal şatosu ve gölet (Fotoğraf: Özlem Varal)

4.2. Eskişehir İlinde Mevcut Hediyeelik Eşyalar

Geçmişten günümüze gelen değerler, bazı uygulama ve inanışlar toplulukların ve toplum içerisinde yaşayan bireylerin manevi kültür değerlerini oluşturmaktadır (Şenel ve Kılıç, 2020). Eskişehir, Türkiye’de kültürel ve tarihi mirasıyla ünlü bir şehirdir. Şehirde birçok yerel el sanatları ve hediyeelik eşya seçeneği bulunmaktadır. Eskişehir’e özgü Yöresel El Sanatları arasında Magnet, biblo ve seramik gibi ürünler bulunmaktadır.

Eskişehir ili için hediyeelik eşya deyince ilk akla Lületaş geliyor. Esnaf sarayı, çukur çarşı, haller gençlik merkezin, en fazla Odunpazarı ilçesindeki Atlıhan Çarşısı’nda Lületaş satılmaktadır. Malzeme olarak işlenmesi ve şekillendirilmesi oldukça kolay olduğundan dolayı çok çeşitli objeler yapılabilir ve dönüştürülebilir (Görsel 4.18). Türkiye’nin lületaş ile ünlü bir şehridir. Lületaş, şehrin sembolü haline gelmiş ve çeşitli

hediyelik eşyalarda kullanılmaktadır. Lületaşından yapılmış tespihler, küpeler, kolyeler, bilezikler gibi takıları veya süs eşyalarını bulabilirsiniz.



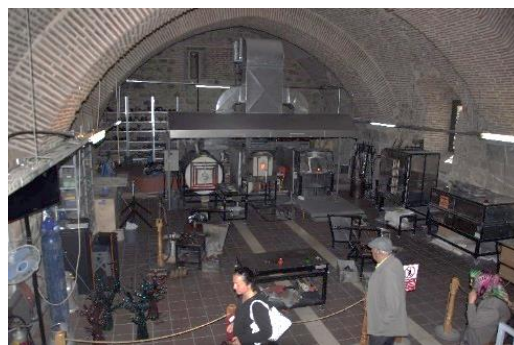
(a)



(b)

Görsel 4.18. (a) Aktaş Lületaşı Atölyesine ait lületaşı kolye (b) Görsel Aktaş lületaşı atölyesine ait lületaşı tespihler (Sevim, Çınar, 2019)

Eskişehir cam sanatları konusunda da gelişmiş ve ilerlemiş bir şehirdir. Osmanlı dönemine kadar dayanan cam sanatıyla uğraşan ustalar, çeşitli, bardak, kolye, yüzük, küpe ve kentin özelliklerini taşıyan ve yöresel minyatür objeler üretmektedir. Eskişehir’e gelindiğinde, şehir merkezinde el işi cam objelere ve hediyelik eşyalara rastlamak mümkündür. Kurşunlu Camii ve Külliyesinde Sıcak Cam Üfleme Atölyesi de canlı olarak camlara nasıl şekil verildiği izlenebilir (Görsel 4.19).



Görsel 4.19. Odunpazarı Kurşunlu Cami ve Külliye’sinde bulunan sıcak cam atölyesi (Fotoğraf: Özlem Varal)

Sorkun Çömleği: Sorkun köyünde üretilen Eskişehir’e ait yöresel hediyelik eşyadır. Sorkun çömleği neolitik dönemdeki yapım tekniğiyle çamurun şekillendirilip Açık ateşte

yüksek sıcaklıkta pişirilmesiyle üretilir (Görsel 4.20). 500'e yakın çömleğin aynı anda pişirildiği zemine ilk önce kurutulmuş saman ve odun talaşı serpilir. Saman ve odun talaşının üzerine tek sıra halinde çömlekler ters şekilde yerleştirilir ve içlerine saman koyulur (Görsel 4.21). Ürünler piştikten sonra koydukları samanlardan kayıç yüzerleri siyahlaşır (Başkiran, 2012).



Görsel 4.20. Sorkun köyünde Açık Ateşte Pişirim tekniği uygulaması örneği (Başkiran, 2012)



Görsel 4.21. Sorkun Çömleği (<http-27>)

4.3. Kişisel Uygulamalar Atölye Çalışmaları

Her ülke coğrafi yapısı, tarihi ve ekonomik yapısı vb. gibi etkenler dolayısı ile farklı kültürel özelliklere sahiptir. Hediyeelik eşyalar doğası gereği bu farklı kültürel özelliklerin yansıtılması ve sonraki nesillere aktarılması bakımından önem arz etmektedir.

Çalışmada ilk olarak, uygulama aşamasında tasarımların hangi tekniklerle üretileceği ve camla birlikte ne tür malzemelerin kullanılacağı belirlenmiştir. Seri

Üretimde kullanılabilecek teknikler seçilmiştir. Tasarımlar 3D modelleme ve 2 boyutlu çizim programları kullanarak çizilip modellenmiştir. Üretim sırasında CNC makinası, 3D yazıcı, cam döküm ve cam fırınları kullanılmıştır. Cam şekillendirme tekniği olarak açık alevde şekillendirme, sıcak cam üfleme ve fırın teknikleri uygulanmıştır.

4.3.1. Kibele

Kibele'nin bolluğu ve bereketi getireceğine inandıkları için onun adına ritüeller geliştirmiş ve tapınaklar yapmışlardır. Kibele, Anadolu için bereketi ve bolluğu temsil eden ve kendisine tapınılan bir tanrıça haline gelmiştir (Bozok, 2022). Görsel 4.23'de görülen alışma, Eskişehir kazılarında ıkarılan Kibele formundan esinlenilerek yapılmıştır. Kibele'nin arkeolojik kazılar sonucunda elde edilen bulgulara göre uzun elbiseli ve yüksek başlıklı olarak tasvir edildiği görülmektedir. Bolluk ve bereketi temsil ettiği için tasarımıda mor renk tercih edilmiştir. Üretim aşamasında, seri üretime uygun olabilmesi için 3D model üzerinden silikon kalıp alınmıştır (Görsel 4.22).



Görsel 4.22. Kibele fiğrnn 3D yazıcı baskısı

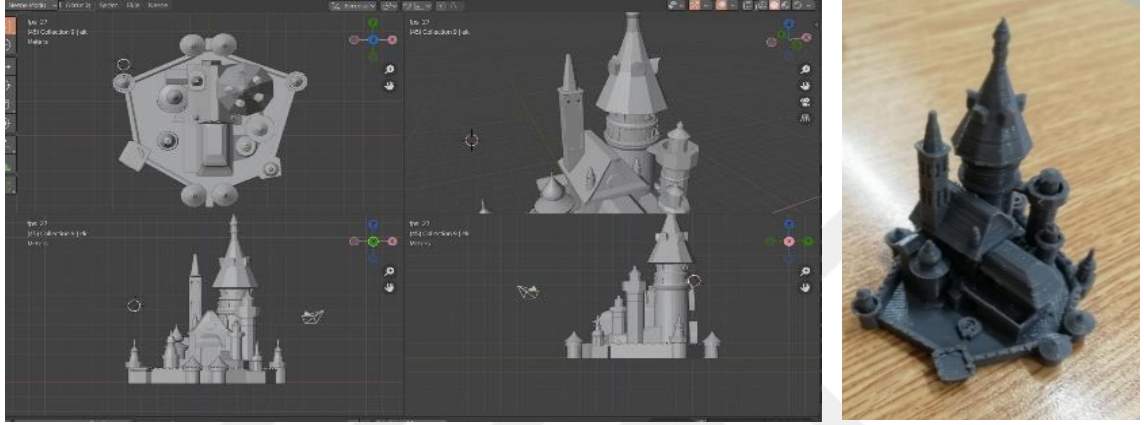


Görsel 4.23. Kibele tasarımı

Künye Bilgisi	
Adı	Kar küresi
Yöre adı	Eskişehir-Frig bölgesi
Uygulanan Teknik	Kalıba döküm- Sıcak cam üfleme
Renk	Şeffaf
Hammadde	Cam-Ahşap
Bölgeyle bağlantısı	Frig ana tanrıçasıdır, toprak ve bereketi sembolize eder.

4.3.2. Şato

Görsel 4.24'te görülen çalışma Eskişehir Sazova parkında bulunan Masal Şatosu'ndan esinlenilerek tasarlanmıştır. Şatonun üretim aşamasında dijital ortamda 3D modellemesi çizilmiştir (Görsel 4.23). Elde edilen model üzerinden alçı kuvars kalıp alınarak kalıba döküm tekniği uygulanmıştır. Dıştaki küre formu ise sıcak cam üfleme tekniği ile üretilmiştir.



Görsel 4.24. *Dijital çizim ve 3D yazıcı baskı model*



Görsel 4.25. Camdan üretilerek yapılan Masal Şatosu cam

Künye bilgisi	
Adı	Masal şatosu
Yöre adı	Eskişehir
Uygulanan Teknik	Kalıba döküm
Renk	Turkuaz
Hammadde	Cam
Bölgeyle Bağlantısı	Sazova parkında bulunan şato



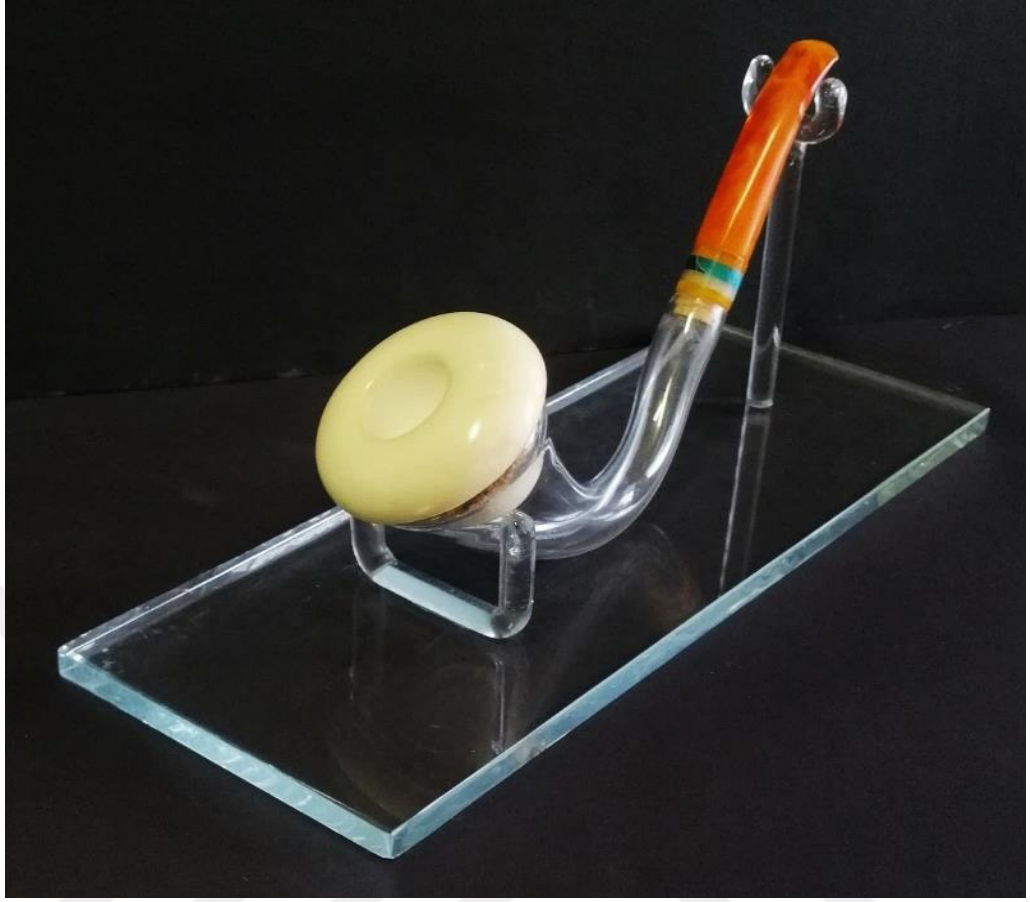
Görsel 4.26. *Masal Şatosu çalışmasına ait kutu ambalajı*

4.3.3. Pipo

Görsel 4.28'deki çalışma Dünya rezervlerinin büyük bir bölümünün Eskişehir'de bulunduğu Lületaş ve cam malzemelerinin bir arada kullanılması sonucu üretilmiştir. Lületaşının nemi ve gazı içinde tutma özelliği bulunmaktadır. Lületaş; pipo, sigara ağızlığı ve bunların nikotin ve zifir emici bölümlerinin yapımında kullanılır. (Özdemir ve Dudaş, 2012). Bu nedenle çalışmada piponun baş bölümünün lületaşından yapılması tercih edilmiştir. Cam olan bölümü ise Borosilikat cam kullanılarak açık alevde şekillendirme tekniği ile üretilmiştir.

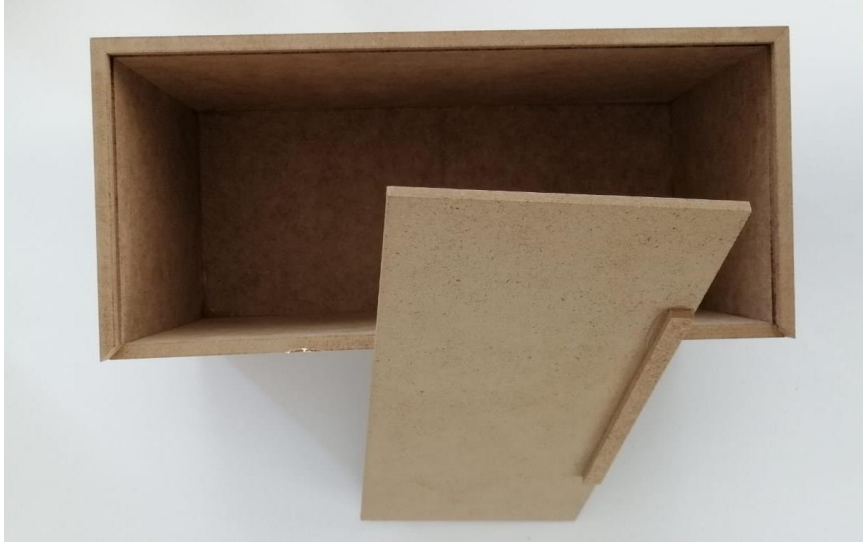


Görsel 4.27. *Ham halde işlenmemiş lületaş*



Görsel 4.28. Lületaş ve cam kullanılarak üretilmiş pipo

Künye bilgisi	
Adı	Pipo
Yöre adı	Eskişehir
Uygulanan Teknik	Açık Alev Üfleme-Torna Şekillendirme
Renk	Şeffaf
Hammadde	Cam- Lületaş
Bölgeyle Bağlantısı	Lületaş Eskişehir de çıkarılan hammadde



Görsel 4.29. *Pipoya ait kutu ambalajı*

4.3.4. Han Antik Kenti

Görsel 4.31'deki çalışma Eskişehir'de Han Antik Kenti'nde çıkarılan tarihi kalıntılar baz alınarak tasarlanmıştır. Teknik olarak Core Casting tekniği kullanılmış ve tarihi kalıntı hissini vurgulamak için amber renginde cam tercih edilmiştir.



Görsel 4.30. *Çalışmanın modelleme kalıp ve fırınlama aşamaları*



Görsel 4.31. *Eskişehir’de yer alan Han Antik kenti*

Künye bilgisi	
Adı	Han Antik Kenti
Yöre adı	Eskişehir
Uygulanan Teknik	Core Casting
Renk	Amber
Hammadde	Cam
Bölgeyle Bağlantısı	Eskişehir’de Han Antik kentinde bulunan kalıntı

4.3.5. Çi börek

Bir şehri temsil eden unsurlar arasında o şehre özgü yiyecekler de yer almaktadır. Eskişehir’i temsil eden birçok yiyecek varken bunların hiçbiri somut bir hediyelik eşyaya ya da objeye dönüştürülmemiştir. Bu yüzden bu çalışmada Eskişehir’in yöresel yiyeceklerinden olan çibörek ele alınmıştır. Coğrafi işaret olarak 2012 yılında tescil ettirilen çibörek, bugün Eskişehir’in temel gastronomik ürünü haline gelmiştir. Çi börek Kırım Tatar yemeğidir. Kıpçak, Tatar Türkçesinde “şı”, “çı”, “lezzetli” anlamına gelmektedir. Börek ise Kıpçak Türkçesinde “içerisine et doldurulmuş hamur parçaları” demektir (İlbay, 2020).



Görsel 4.32. Aljinat kalıp aşaması ve fırınlama aşaması



Görsel 4.33. Camdan yapılmış Çibörek

Künye bilgisi	
Adı	Çibörek
Yöre adı	Eskişehir
Uygulanan Teknik	Kalıpla şekillendirme
Renk	Amber
Hammadde	Cam
Bölgeyle Bağlantısı	Eskişehir'e özgü yöresel yiyecek



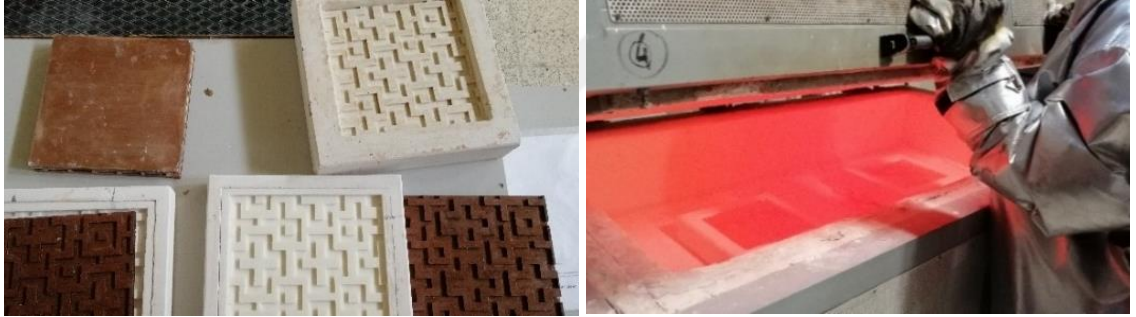
Görsel 4.34. *Çibörek kutu ambalajı*

4.3.6. Yazılıkaya

Yazılıkaya Eskişehir'in Han ilçesinde yer almaktadır. Bu çalışma Yazılıkaya anıtının üstündeki rölyeflerden esinlenilerek yapılmıştır. Desen 21x21 cm İllüstratör programında çizilmiştir. Desenin lazer kesimi yapıp silikon kalıbı alınmıştır. Çalışmada mavi ve amber renkli çek kristal camı kullanılmıştır.



Görsel 4.35. İllüstratör çizim ve lazer kesim



Görsel 4.36. Silikon kalıp ve fırınlama aşaması



Görsel 4.37. Yazılıkaya çalışmasının ön ve arka yüzeyleri

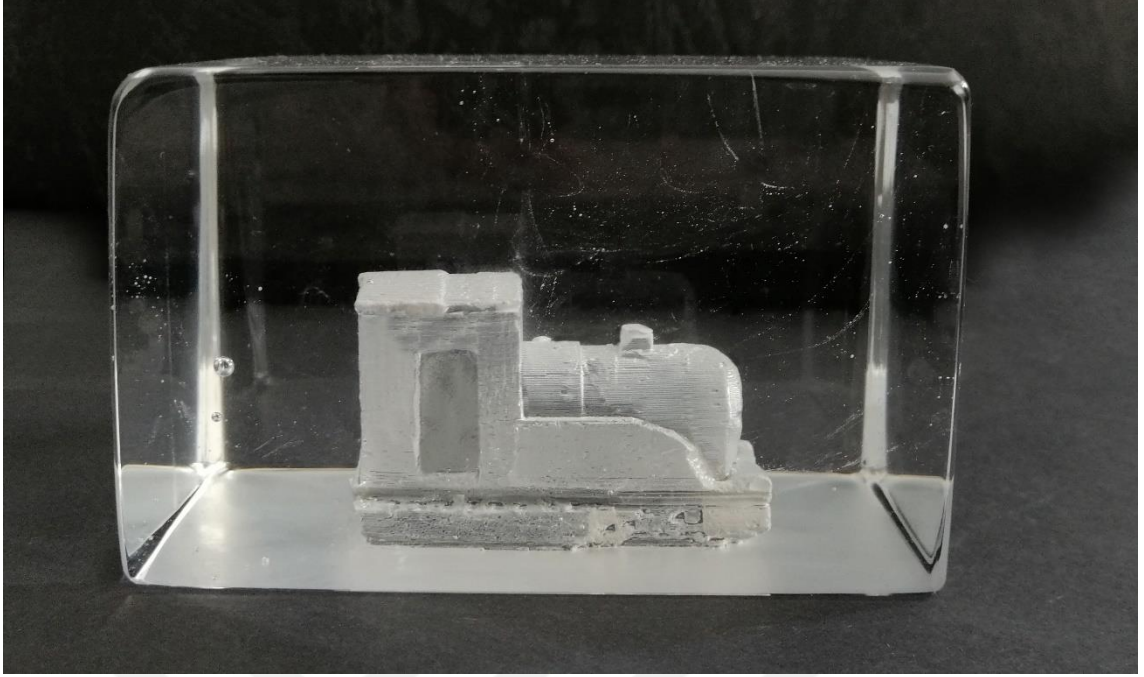
Künye bilgisi	
Adı	Yazılıkaya
Yöre adı	Eskişehir
Uygulanan Teknik	Kalıba Döküm
Renk	Mavi- Amber
Hammadde	Cam
Bölgeyle Bağlantısı	Eskişehirde bulunan antik bir kalıntı

4.3.7. Buharlı Lokomotif

Bu çalışma Tlomsaş Müzesi'nde sergilenen K2200 adlı buharlı lokomotif konu alınarak yapılmıştır. K2200 nolu buharlı lokomotif Tlomsaş Eskişehir tesislerinde Türk mühendisleri ve işçileri tarafından üretilmiştir (<http-28>). Uygulamanın ilk aşamasında lokomotifin dijital ortamda 3D modellemesi yapılarak baskısı alınmıştır. Seri retilmesi için silikon kalıbı alınmıştır ve ardından alçı kuvars kalıbı alınarak içine bir buçuk kilo şeffaf ek camı eritilmiştir.



Görsel 4.38. 3D modelleme ve silikon kalıp



Görsel 4.39. K2200 adlı Lokomotif çalışması

Künye bilgisi	
Adı	Buharlı Lokomotif
Yöre adı	Eskişehir
Uygulanan Teknik	Core Casting
Renk	Şeffaf
Hammadde	Cam
Bölgeyle Bağlantısı	Eskişehir’de üretilen lokomotif

SONUÇ

Camın hediyelik eşya olarak kullanımı, 19. yüzyılın sonlarından itibaren popüler hale gelmiştir. Bu dönemde, Avrupa ve Amerika'da cam işlemeciliği, ev dekorasyonu ve hediyelik eşya sektöründe büyük ilgi görmeye başlamıştır. Turistik hediyelik eşyalar bir şehrin markalaşmasında ve tanınmasında önemli bir yere sahiptir. Turistik hediyelik eşyalara dünya genelinde bakıldığında zaman her ülkenin kendine özgü hediyelik eşyalarının bulunduğu görülmektedir. Eskişehir ilinde ise özgün, kaliteli, Eskişehir'in kültürünü ve tarihini yansıtan nitelikte yeni hediyelik tasarımlarına ihtiyaç duyulduğu görülmektedir.

Bu çalışmada, cam kullanılarak tasarlanmış hediyelik eşyaların üretimi üzerine odaklanılmıştır. Cam sanatında hediyelik eşya üretimi için çeşitli teknikler ve malzemelerle özgün hediyelerin elde edilebileceği saptanmıştır.

Cam ürün tasarımında önde gelen firmalar araştırılmış ve tasarladıkları ürünlerin hangi teknikle üretildiği ve konu olarak neleri ele aldıkları incelenmiştir. Geçmiş dönemlerde Türkiye'de üretilen cam ürünler incelendiğinde en yoğun üretimin Osmanlı döneminde gerçekleştiği görülmektedir. Günümüzde, cam hediyelik eşyalar popülerliğini korumaktadır. Camdan yapılan biblolar, vazolar, süs eşyaları, takılar ve daha pek çok farklı ürün, özel günlerde hediye olarak tercih edilmektedir. Cam sanatçıları da özgün tasarımlarını ve el işçiliğini kullanarak, kişiye özel hediyelik eşyalar üretmektedirler. Günümüzde müzelerin hediyelik eşya dükkanlarında satılan cam ürünlere baktığında Osmanlı döneminde üretilen ürünlerden izler taşımaktadır.

Sonuç olarak, cam sanatında hediyelik eşya üretimi oldukça popüler hale gelmiştir ve bu alanda büyük bir pazar bulunmaktadır. İşletmelerin müşterilerin tercihlerine uygun ürünler üretmeleri ve kaliteli ürünler sunmaları, başarılı bir satış stratejisi için önemlidir. Cam sanatında hediyelik eşya üretimi için farklı tekniklerin ve malzemelerin kullanılabilmesi ve bu ürünlerin müşterilerin ilgi ve taleplerine göre kişiselleştirilebileceği sonucuna varılmıştır.

Çalışma kapsamında ülkemizde, farklı ülkelerde üretilmiş hediyelik eşyalar hediyelik eşyalar incelenerek Eskişehir'e özgü camdan hediyelik eşyalar yapılmıştır. Ayrıca cam, farklı malzemelerle bir arada kullanılarak da tasarımlar üretilmiştir.

Hediyelik eşyanın barındırması gereken özellikler göz önünde bulundurularak ele alınan konular ile ilgili turistik hediyelik eşya tasarımlarının eskizleri çizilmiş ve farklı teknikler kullanılarak üç boyutlu cam ürünlere dönüştürülmüştür.

Uygulamalarda cam malzeme kullanılarak hem sanatsal hem de seri üretime uygun ürünler, çeşitli yöntemlerden ve aşamalardan geçerek üretilmiştir.

Elde edilen sonuçların, cam sanatında hediyelik eşya üretimi için yeni fikirlerin geliştirilmesine ve sektördeki işletmelerin müşteri taleplerine daha uygun ürünler sunmalarına destek olabileceği düşünülmektedir.



KAYNAKÇA

- Afzoonkhiavi, Samira. (2019) Cebe Örne Sanatı ve Metin Altay'ın Cebe Sanatına Katkıları.. 41.
- Akbulut, D, ve Aydın G. (2018). Ürün Tasarımında Kullanıcı - Tasarımcı İlişkisi, Anlamlılık ve Katılımcıların Örnek Ürünlere Yaklaşımları, Innovation And Global Issues, Congress Book İçinde, Düzenleyen: Prof. Dr. Nurettin Bilici , Ragıp Pehlivanlı ve Karlygash Ashırkhanova, 384.
- Akdemir, N. (2017) Tasarım Kavramının Genil Çerçevesi: Tasarım Odaklı Yaklaşımlar Üzerine Bir İnceleme, Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırması Dergisi.
- Akder, F. (2008) Eskişehir Çağdaş Cam Sanatları Müzesi, Anadolu Sanat Dergisi, No. 19 15.
- Akgül, D, ve Varinli İ. (2017) Hedonik (Hazcı) Tüketicinin Özel Günlerdeki Alışveriş Kültürü Üzerindeki Etkisi ve Ülkelerarası Karşılaştırmalı Bir Araştırma, U.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 10, No. 2: 13.
- Algan, E (2015) Eskişehir'de Lületaş, Sanat ve Tasarım Dergisi, s.1.
- Altıparmakogulları, Telek Ceyda. (2013) Kullanılabilirlik Kavramı, Tasarım Süreci İçindeki Yeri ve Benzer Tasarım Yaklaşımları İle İlişkisi, İzmir, Ocak, s.76.
- Anastasiadou, Constantia, ve Sam vettese (2019). From Souvenirs To 3D Printed Souvenirs". Exploring The Capabilities Of Additive Manufacturing Technologies İn (Re)-Framing Tourist Souvenirs, Nisan, s.429.
- Anton, Carmen, Carmen Camarero, ve Fernando Gil. (2013) The Culture Of Gift Giving: What Do Consumers Expect From Commercial And Personal Contexts? Journal Of Consumer Behaviour.
- Arioğlu, İ.E, ve Aydoğdu Atasoy Ö. (2015) Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Geleneksel El Sanatları ve Kültür ve Turizm Bakanlığı, Journal Of Turkish Studies. s.112.
- Arkant, S. (2013)Hediyelik Eşya Kapsamında Manisa Markasının Yaratılması, İzmir, 90.
- Aşlıoğlu F, ve Yalçın M. (2010) Frig Vadisi Kültür Mirası Alanlarının Belirlenmesi ve Değerlendirilmesi, Ankara Üniversitesi Çevrebilimleri Dergisi,: 190.
- Atıcı, E. (2017) Eskişehir Odunpazarı Evlerinin Cephe Dili Üzerinden İncelenmesi, Sanat Tarihi Dergisi, s.7.

- Atıcı, E. ve İnceoğlu, M. (2018). Eskişehir Kurşunlu Külliyesi'nin Göstergebilimsel Yaklaşımla Yorumlanması, Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi. Kayseri. s.1234.
- Aydemir, A. (2014) Divanü Lûgati't-Türk'e Göre İnsanlar Arasındaki İlişkilerde Nezaket, Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi, s.30.
- Aydın, A. (2015) Yapay Zekâ Arama Algoritmaları Kullanılarak Mobil Rehber Uygulaması Geliştirilmesi, Temmuz, s.8.
- Ayırıcı, Ç. (2020) Hediye Takası ve Refah Devleti, Bursa, s.7.
- Babadağ, M. (2016) Sanatın Tasarım Üzerine Düşen Gölgesi, 11 Temmuz
- Bacaksız, P. (2013) Ürün Tasarımının Tüketicinin Ürüne Yönelik Tutumları Üzerine Etkisi: A Markası Tüketicileri Üzerine Bir Uygulama, Eskişehir, s.40-41.
- Başkıran, H. (2012) Türkiye'de; Sorkun Köyü, Gökeyüp Kasabası, Uslu köyünde Açık Ateşte Pişirim ve Konu Üzerine Yeni Bir Öneri, Sanat ve Tasarım Dergisi 2, s.109.
- Bayazıt, N. (2004). Tasarımı Keşfetme: Tasarım Araştırmalarının Kırk Yılı, İtü Dergisi, Mart s,3-15.
- Bayramoğlu, Fuat. (1996) Türk Cam Sanatı ve Beykoz İşleri.
- Birici, A. (2019) Cam Füzyon Şekillendirme Tekniği ve Kişisel Uygulamalar, s.9.
- Björk, P. (2017) Relative Contributions Of Souvenirs On Memorability Of A Trip Experience And Revisit Intention: A Study Of Visitors To Rovaniemi, Finland, İskandinav Konaklama ve Turizm Dergisi, Temmuz, s.3-4.
- Bohur, E. (2007). Tasarım Ekonomisi, s.20.
- Bozok, B. (2022). Çağdaş Türk Sanatında Tanrıça Kibele ve Umay Ana. *Pearson Journal*, 7(20), 167–179.
- Bruun, M. B. ve Outzen S. (2020) Glass From Scandinavia: The Emergence Of A Regional Design Tradition, *Journal Of Glass Studies*, 165.
- Burkut, E. B. (2018) Bilim Merkezlerinin Mekânsal Tasarım-Kullanım Bağlamında İncelenmesi: Konya Bilim Merkezi Örneği, Konya, s.1021.
- Çırakoğlu, H. (2018) Hand Arts And Industrial Design, New Trends And Issues Proceedings On Humanities And Social Sciences, s.52.
- Coşkun, R. (2021) Kentsel Kültürel Mirasın Korunması ve Turizmle İlişkisi: Eskişehir Odunpazarı Örneği, Bilecik, s.45.

- Çağlar, D. (2002) Antik Çağda Eskişehir, Frigya İçinde, Yazan Nejat İşcan, 3. Eskişehir: İşcan Yayınları
- Çakır, G. (2007) Marka Seçim Sürecindeki Boyutlar Açısından Tüketicilerin Markalı Ürün Satın Alma Tercihleri ve Bir Uygulama, s.35.
- Çetin, A., Özdiğer N.S, Ceylan S., ve Arğun F.N. (2019) Turistlerin Hediyelik Eşya Tercihleri ve Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Pamukkale Örneği, Journal Of Tourism And Gastronomy Studies, s.1591.
- Davison, S. (1989) Conservation And Restoration Of Glass.
- Demir, A. (2020) Giresun Müzesi'nde Bir Grup Pişmiş Toprak Unguentarium, Arkeoloji Dergisi, 131.
- Dingeç, E. (2009) Osmanlı Sarayında Eski Bir Türk Geleneği: Yeni Yılda Hediyeleşme.
- Doğan, V. (2017) Hediyeleşme Motivasyonları Üzerine Bir Ölçek Geliştirme: Kültürel Ve Durumsal Karşılaştırma, Eskişehir, s.5.
- Yararel Doğan B. ve B. Asar, T. (2019) Endüstri Devrimi İle Başlayan Yeni Dönem Yaratıcılık Düşüncesi ve Tasarımda Cinsiyet Kimliği, s.54
- Eker, F. (2018) Antikçağ'da Cam Kap Formlarının Kullanımı Üzerine Bir Deneme, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, s.1258.
- Erdemli, M.G. (2011) Düünden Bugüne Türk Havacılık Tarihi ve Eskişehir, Eskişehir.
- Erdemli, Ö, ve Güner Demir T. (2018) Öğretmenlik Meslek Etiği Açısından Hediyeleşme: Örnek Olay Ekseninde Değerlendirme, Yyü Eğitim Fakültesi Dergisi, s.615.
- Erşan, R R, ve Demirarslan D. (2020) Tarihi Yapılarda Sürdürülebilirlik İlkesi Bağlamında Eskişehir Odunpazarı Evleri, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 21, Haziran, s.195.
- Ertaş, A. (2018) Ankara Etnografya Müzesi Koleksiyonunda Bulunan Beykoz İş Cam Eserleri Üzerine Araştırma, Akademik Sanat; Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi, s.115.
- Ertem, H. (1999) Endüstri Ürünleri Tasarımı Açısından Ambalajın İncelenmesi ve Ambalaj Tasarım Yöntemi İçin Bir Model Önerisi, İstanbul, s.133.
- Erten, E. Favro D. ve Özyıldırım M. (2013). Seleucia Ad Calycadnum. 3 Cilt. İstanbul: Olba Kazısı Yayınları.
- Esi, E. (2011) Türk Cam Sanayisinde Paşabahçe'nin Yeri, Firmada Tasarım Çalışmalarının Başlangıcı ve Bugünü, Kasım, s.30.

- Fridjonsson, Sylvia, ve Emma Mersmann. (2009). Associating Brands To Nations: Why And How?: A Case Study Of Orrefors Kosta Boda, s.17.
- Gül, F. E. (2016) Kültür Nesneleri Üzerinden Kentlerin Markalaşması ve İzmir Uygulaması, İzmir, s.140.
- Gülhan, Mertcan. (2019) Turizm Açısından Tema Parkların Ekonomik Etkileri: Sazova Parkı Örneği, Konya, s.68.
- Gümüş, E. (2007) Tasarım Süreci ve Bilgisayar, Şubat, 5.
- Gümüşsoy, E. (2013) 1830-1914 Arası Eskişehir Lületaşı Madeni İle İlgili Bazı Tespitler, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, s.69.
- Gündüz, E. (2017) Cam Sanatında Saydamlığın Eser Anlamına Etkisi, İstanbul,. s.8.
- Güvenir, Ö. (2021) Arkeoloji ve Arkeometrinin Çağdaş Cam Sanatına Yansımaları, Mayıs. s.52.
- Güzay, A. (2014.) Türk Devlet Geleneğinde Hediyeleşme, Kayseri, Ağustos 7.
- Haden, H. J. (1972) The Glass Of Frederick Carder By Paul V. Gardner, Technology And Culture 13, s.656.
- Hammer, Prof. Dr. Norbert. (tarihsiz), Was İst Design? Was Bringt Design? Was Kostet Design.
- Holmér, Gunnel, Kaisa Koivisto, Susanne Outzen, ve Mette Bielefeldt Bruun. (2020) Scandinavian Glass From Sweden, Finland, And Denmark, Journal Of Glass Studies, s.13.
- Holmér, Gunnel, Kaisa Koivisto, Susanne Outzen, ve Mette Bielefeldt Bruun. (2020) Scandinavian Glass From Sweden, Finland, And Denmark, Journal Of Glass Studies, s.179.
- Holmér Gunnel, Kaisa Koivisto, Susanne Outzen, ve Mette Bielefeldt Bruun. (2020) Scandinavian Glass From Sweden, Finland, And Denmark, Journal Of Glass Studies, 1s.71.
- Hu, Yiqiu. (2018) Souvenir, Authentic+Sustainable –A Guide For Designers,. 13.
- İlbay, B. (2020). Eskişehir’e Seyahat Eden Yerli Turistlerin Çibörek Tüketim Gündülerinin Belirlenmesi, GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences, 2 (2)
- İleri, B. ve Ezgi A. (2021) Hediyelik (Hatıra) Eşya Tasarımı: Hatay Arkeoloji Müze Mağazası İçin Bir Uygulama, İdil Dergisi, Nisan, s.567.

- İlhan, E., Togay Aİ, Güneş S. ve A.G.Z N. (2022) Börekçi. Mobilya Ürün Örneği Üzerinden Estetik Beğenin Değerlendirilmesi İçin Yöntem Arayışı, Tasarım Kuram, Kasım, s.16.
- İnceoğlu, M. (2013), Sivrihisar’da Sürdürülebilirlik Üzerine Üç Mimari Proje. Sosyal Bilimler Dergisi 8, No. 3, s.142.
- Işıklar, T. (2008) Frig Yontu Sanatı ve Etkileşimleri, s.23.
- Kağnıcıoğlu, C. H. (2002) Ürün Tasarımında Kalite Fonksiyon Yayılımı, s.178.
- Kandemir, Ö. (2018)Tasarım Kavramında Yaşanan Öze Dönük Paradigma Değişimi ve Mekân Tasarımına Yönelik Açılımları, Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi 8, s.118
- Karabacak, P. ve Dilmaç, S. (2021), 1851 Yılı ve Sanayi Devrimi Sonrası Endüstride Seri Üretim Bağlamında Tasarımın Rolü, s.36
- Karagöz, U. (2021) Türkiye Cam Sektörü Rekabet Gücünün Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi Kullanılarak Analizi, s.46.
- Karşlıoğlu, F. A. (2007)1950’den Günümüze Cam Heykel Sanatı.
- Köse, D. (2015)Tarihsel Boyutuyla Türkçe- Çince Deyim ve Atasözlerinde Hediyelenmenin Kültürlerarası İlişkisi, Tarihin Peşinde Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, No. 1, s.55.
- Köse, G. G. (2021)Anadolu Mihraplarında Seramik Çanak Kullanımı, Bursa, s.20.
- Kurnaz, H. Akyurt, ve Tanrısevdi A. (2018) Hediyelik Eşya Satın Alma Davranışında Kültürel Özellikler: Hediyelik Eşya Satıcıları Açısından Bir İnceleme, Journal Of Travel And Tourism Research, s.3.
- Kurtulmuş, Z. (2013) Eskişehir İli Geleneksel El Sanatları, Eskişehir İli Halk Kültürü Değerleri İçinde, Düzenleyen: Metin Ekici, s.88.
- Kuru, A. (2015)Teknolojik Ürünlerde Kullanıcı Deneyimi Üzerine Bütünsel Bir Model, Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi, 570.
- Küçükerman, Ö. (1985) Cam Sanatı ve Geleneksel Türk Camcılığından Örnekler. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları,
- Lalique, R. (1981) Catalogue Des Verreries De René Lalique.
- Miller, Fallon Lee. (2003) Master Artist And Jeweler Rene Lalique, s.3.
- Myers, Susan H. (2009) The Smithsonian Institution And American Glass Manufacturers, 1917–1929, s.177.

- Nas, E. (2016) Türk Halk Resminde Eklektik Bir Üslup: Camaltı Resimler, Millî Folklor, s.97.
- Nas, E, ve Kandemir M. (2021). Hediyeelik Eşyaların Bir Kültür Objesi Olarak Değerlendirilmesi: Konya Örneği, Motif Akademi Halkbilimi Dergisi 14, No. 35: s.1094.
- Oğuz, Y. E., ve Beybala Timur. (2020), Temalı Parklarda Müşteri Deneyimi, Memnuniyet ve Tekrar Ziyaret Niyeti: Sazova Bilim, Sanat ve Kültür Parkı Üzerine Bir Çalışma, Social Mentality And Researcher Thinkers Journal, s.420.
- Olçay Uçkan, Yelda Bediya (2008) Cam Tarihine Genel Bir Bakış, Anadolu Sanat Dergisi, No. 19, s.101.
- Onur, Burcu Akbulut (2007) Osmanlı İmparatorluğu Cam Sanatı ve Çeşm-i Bülbüller, İstanbul, s.30.
- Opie, Jennifer Hawkins. (1991) Scandinavian Ceramics And Glass İn The Twentieth Century The Journal Of The Decorative Arts Society, No. 15, s.39.
- Oygür, I. (2006) Endüstriyel Tasarımcı-Kullanıcı İlişkisinin Türkiye Bağlamında İncelenmesi, s.54.
- Öç, B. (2013) Sürdürülebilir Tasarım: Ürün Tasarımı ve Üretimi Temelinde Malzemelerin Geri Dönüştürülmesi Bilinci, s.73.
- Önal, S. (2008) Edebi Metinlere Yansıyan Yönüyle Osmanlı Toplumunda Hediyeleşme, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 11, No. 1 s.105.
- Önlü, N. (2010) Tasarımda Yaratıcılık ve İşlevsellik Tekstil Tasarımındaki Konumu Journal Of Graduate School Of Social Sciences, s.93.
- Özdemir, M., ve Dudaş N. (2012) Eskişehir İli'nde Lületaş İşletmeciliği ve Üretilen Ürünler, Art-E Sanat Dergisi, s.5.
- Özdemir, N. (2008) Türk Hediyeleşme Geleneği ve Medya, s.468.
- Özdemir, S. (2010) Çağdaş Heykelde Tasarım Süreci, s.36.
- Özegen, E. B. (2019) Hediyein Uygunluğunun ve Hediye Verilen Ortamın, Hediye Deneyilen Memnuniyete, Sosyal İlişkiye ve Hediye Karşılık Verme İsteğine Olan Etkisi, s.2.
- Özsöz, F.M. (2018) Şehir Pazarlamasında Bir Marka Şehir Şehir Pazarlamasında Bir Marka Şehir, Usobed Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, s.29.
- Öztürk, B. (2008). 14. Yüzyıl Anadolu Kümbetlerinde Kripta Problemi, İstanbul, s.82.

- Popkin, Maggie L. (2018) Urban Images İn Glass From The Late Roman Empire: The Souvenir Flasks Of Puteoli And Baiae, s.433.
- Quliyev, Oqtay. (2012) Gösteriş Tüketimi ve Tüketim Tarzlarının İncelenmesi: Azerbaycan Örneği, s.31.
- Sakarya, C. I. (2006) Türk Kültüründe Hediyeleşme Geleneği ve Hediyeler, Ankara, s.4.
- Samoğlurothman, R. (2021) Müze Mağazalarındaki Tasarım Ürünlerin Markalaşmaya Etkileri, s.64.
- Sevim, S, ve Turan N. (2019) Ülkemizdeki Cam Sanatı Eğitimi ve İstihdam Sorunlarının Araştırılması: Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Cam Bölümü Örneği, Sanat ve Tasarım Dergisi, s.236.
- Shtudiner Z., Klein G, Zwilling M, ve Kantor J. (2019) The Value Of Souvenirs: Endowment Effect And Religion, Annals Of Tourism Research 74, s.17.
- Şeker, A., ve Cömert Y. (2020) Tüketicileri Hediye Satın Almaya Yönelten Motivasyonlar, Cilt 4. No. 4. s.25.
- Şenel, E., ve Kılıç İ. (2020) Eskişehir'in İlinde İnanç Turizmi Üzerine Bir Değerlendirme: Odunpazarı Örneği, Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, s.3874.
- Taşlıgil, N., ve Şahin G. (2011) Doğal ve Kültürel Özellikleri ile Lületaş, s.439.
- Taştan, N. (2014) Duygusal Değer Bağlamında Kullanıcı Merkezli Yaklaşımların Endüstriyel Tasarım Eğitiminde Tasarım Sürecine Etkileri, s.11.
- Tomak, A. (2014) Kültürel Bir Değer Olarak Hediye Geleneği ve Ekslibris, Uluslararası Ekslibris Dergisi 1, s.32.
- Toprak, M. (2016) Grafik Tasarım Öğretiminde Göstergebilimsel Çözümlemenin Kullanılması: Kitap Kapağı Üzerine Örnek Çözümlemeler, Düzenleyen: Nurettin Bilici, Ragıp Pehlivanlı ve Neşe Yılmaz. Eskişehir, s.8.
- Toros, S. (2020) Kullanıcı Merkezli Tasarım ve Konsept Geliştirme:Oyuncak Tasarımı Vaka Çalışması, Tasarım Kuram Dergisi, Temmuz, s.111.
- Toruk, Ferruh. (2014), Frig Vadisi'nde Bir Yerleşim:Frig Vadisi'nde Bir Yerleşim Araştırma Dergisi, No. 10 , s.90.
- Tören, Emrullah, Nazmi Konak, ve Gül Nur Demiral. Eskişehir'in Kültürel Miras Varlıklarının Korunmasında Kamu Kurumlarının Rolü, Tarih Yok. 70.
- Tunç, N. S., ve Ceylan Ö. (2021) Moda ve Tekstil Tasarımında Sürdürülebilir Ürün Tasarımı ve Ted 10 Stratejilerinin Uygulanması. Sanat ve Tasarım Araştırmaları Dergisi, s.272.

- Turgut, Doç. Özden Pektaş. (2016) Tasarım Tarihi Eğitiminde Yeni Yöntem ve Yaklaşımlar, Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi 5, Haziran, s.206.
- Türk, Z. (2018) Hedonik ve Faydacı Tüketim Eğiliminin Plansız Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma, Uluslar Arası Toplum Araştırmaları Dergisi, s.856.
- Uzun, E. S. (2013) Bayezid'in Şehzadelerine Gönderdiği Armağanlar, History Studies Dergis 5, No. 4, s.236.
- Ünyay, Açıkgöz F. (2018) Osmanlı Devleti'nde Pîşkeş (Xvii. Yüzyıl), Journal Of Turkish Studies, s.291.
- Üsküdar, Ş. (2021) Eskişehir'in Kültür Turizmi Potansiyeli ve Yerli Turistlerin Buna İlişkin Algıları Üzerine Bir Araştırma, Eskişehir, s.43.
- Vierimaa, Noora. (Nisan 2011) Lasien İskunkestävyyden Testausmenetelmä, s.8.
- Yabanigül, M. N. (2021) Tasarım Sürecinde Ölçme Aracı Olarak Yorumlama ve Biçimleri, Journal Of Computational Design 2, No. 1, s.49.
- Yalman Z., ve Yavuz C. (2017) Ürün Tasarımı Eğitiminde Tasarım Sürecinde Kullanıcı Araştırmalarının Yeri, International Journal Of, s.6.
- Yanar, A. (2016) Kültürel Kimliğin ve Coğrafi İşaretin Turistik Hediyeelik Eşyada Kullanımı: Türkiye Örneği, Sosyal Bilimler, s.260.
- Yanar, A., ve Özkan S. T. (2014) Burdur İline Ait Coğrafi İşaretlerin Belirlenmesi ve Özgün Turistik Hediyeelik Eşya Tasarım Önerileri, Art-E Sanat Dergisi, s.37.
- Yatır, S. Y. (2020). Glass Museums: Exhibition Design And Spaces For Contemporary Glass Art In The 'Glass Age, s.33.
- Yazar, Dr. Turgay. (2007) Ortaçağ Anadolu Türk Mimari Bezemesinde Vakvak Üslubu, Bilig Dergisi, No. 42 s.6.
- Yazıcıoğlu, Prof.Dr.Yahşi. (2019) Endüstriyel Tasarım..
- Yıldırım, E. ve Pirende G. (2019) Hediye Satın Alma Davranışının A ve B Tipi Kişilik Özelliği Açısından İncelenmesi, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi 15, No. 1, s.311.
- Yıldız, Y. ve Canıyılmaz G. (2021) Osmanlı Devleti'nde Cam İmalatı Ve Beykoz Cam ve Billur Müzesi, Milli Saraylar Sanat Tarih Mimarlık Dergisi, No. 21: s.36.
- Yılmaz, O. ve Akay B. (2018) Turistlerin Seyahat Motivasyonlarının Hediyeelik Eşyalara Yönelik Tutumları ve Satın Alma Niyetleri Üzerindeki Etkisi, Mayıs. s.25.

- Yılmaz, S. (2017) Klasik Osmanlı Dönemi Menzil Külliyesi Örneği: Eskişehir Kurşunlu Külliyesi, Bursa, s.68.
- Yücel, E. (1977) Türk Sanatında Cam İşleri Türk ve İslam Eserleri Müzesinden Bazı Örnekler, Türk Etnografya Dergisi, s.35.
- Yücel, M. (2010) Seramik Hediyelik Eşya Üretiminde Tasarım ve İşlev Analizi, Çanakkale, s.5.
- Yüksel, İ. (2018) Endüstriyel Seramik Tasarımı ve Üretimi Sürecinde Problem-Çözüm Odaklı Yaklaşımlar, Ulak Bilge Dergisi 6, No. 28, s.1247.

İnternet kaynağı

- http-1: <https://www.starck.com/hot-bertaa-p2068> (Erişim tarihi: 02.01.2023)
- http-2: <https://www.pasabahcemagazalari.com/> (Erişim tarihi 15.03.2023)
- http-3: https://www.uni-weimar.de/projekte/souvenir/e_prj.html (Erişim Tarihi: 09.09.2022)
- http-4: <https://www.webuilt-thiscity.com/> (Erişim Tarihi: 11.09.2022)
- http-5: <https://www.webuilt-thiscity.com> (Erişim Tarihi: 11.09.2022)
- http-6: <https://steuben.com/since-1903> (Erişim Tarihi: 03.09.2022)
- http-7: <https://steuben.com/since-1903> (Erişim Tarihi: 03.09.2022)
- http-8: <https://steuben.com/since-1903> (Erişim Tarihi: 03.09.2022)
- http-9: <https://www.steuben.com/product/holiday-ornament-gift-set> (Erişim Tarihi: 03.03.2022)
- http-10: <https://www-iittala-com.translate.goog/> (Erişim Tarihi: 19.02.2023)
- http-11: <https://www-iittala-com.translate.goog/> (Erişim Tarihi: 19.02.2023)
- http-12: <https://www.1stdibs.com/creators/daum/furniture/> (Erişim Tarihi: 22.02.2023)
- http-13: https://www.sabrinamontecarlo.com/en/6_daum (Erişim Tarihi: 22.02.2023)
- http-14: https://www.1stdibs.com/furniture/dining-entertaining/glass/daum-nancy-artnouveau-cameo-vase-bleeding-heart-decor-france-1895-1900/id-f_27119962/ (Erişim tarihi 22.02.2023)
- http-15: <https://www.Lalique.Com/En/World-Of-Lalique/Lalique-Timeline>. (Erişim tarihi 22.03.2023)
- http-16: <http://www.antikalar.com/cam-sanati-rene-lalique> (Erişim Tarihi: 12.09.2022)
- http-17: <https://www.lalique.com/> (Erişim tarihi: 17.03.2023)

http-18: <https://www.orrefors.us/products/carat-carat-3-piece-gift-set-600002> (Erişim tarihi:15.02.2023)

http-19: <https://www.rosendahl.com/> (Erişim tarihi 13.03.2023)

http-20: <https://www.kostaboda.com/> (Erişim tarihi 07.02.2023)

http-21: <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44945/anadolu-antik-camlari.html> (Erişim tarihi 11.03.2023)

http-22: <https://www.penn.museum/sites/gordion/articles/artefactual-evidence/glass-at-gordion/> (Erişim tarihi:19.03.2023)

http-23: <https://www.kulturportali.gov.tr/medya/fotograf/fotodokuman /4186/aslanli-mabet-solon-mezari> (Erişim Tarihi: 15.10.2022)

http-24: <https://eskisehir.ktb.gov.tr/TR-157693/han-yeralti-yerlesimi-han.html> (Erişim tarihi: 16.10.2022)

http-25: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/eskisehir/gezilecekyer/alemsah-kumbeti-sivrihisar> (Erişim tarihi: 16.10.2022)

http-26: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/eskisehir/kulturatlasi/sivrihisar-cebesi-ve-incili-kupesi-2009> (Erişim tarihi:13.06.2022)

http-27: <https://eskisehir.ktb.gov.tr/TR-149938/sorkuncomlegi.html> (Erişim tarihi 11.12.2022)

http-28: <http://devrimarabasi.com.tr/hakkimizda/> (Erişim tarihi 11.04.2023)