

**İLETİŞİM AÇISINDAN SERAMİĞE
YAKLAŞIM**

Sanatta Yeterlik Tezi

**Ayşegül ÖZEN
ESKİŞEHİR - 1994**

T.C.
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İLETİŞİM AÇISINDAN SERAMİĞE YAKLAŞIM

Sanatta Yeterlik Tezi /

Ayşegül ÖZEN

Anadolu Üniversitesi
Merkez Kütüphane

Eskişehir - 1994

1987	U.G.S.Y.O. Öğretim Elemanları Sergisi	Malatya
1987	Yapı ve Kredi Bankası, Beyoğlu Sanat Galerisi	İstanbul
1987	Yeni Eğilimler Sergisi, Mimar Sinan Üniversitesi	İstanbul
1988	Türkiye İş Bankası Sanat Galerisi, Taksim	İstanbul
1988	Yapı ve Kredi Bankası, Göksu Şubesi	Eskişehir
1988	U.G.S.Y.O. Öğretim Elemanları Sergisi, Palet Sanat Galerisi	Eskişehir
1989	"Art in Crisis" Öğrenci Sergisi, San Francisco	ABD
1990	"California College of Arts and Crafts" Öğrenci Sergisi	ABD
1992	Devlet Güzel Sanatlar Galerisi Karma Sergisi	Bursa
1992	G.S.F. Öğretim Elemanları Sergisi, Kültür Sarayı	Eskişehir
1992	G.S.F. Seramik Bölümü Öğretim Elemanları Sergisi, Devlet Güzel Sanatlar Galerisi	Eskişehir
1993	Ahi Evran Resim Yarışması Sergisi	Kırşehir
1993	5. Mevlana Resim Yarışması Sergisi	Konya
1993	54. Devlet Seramik Yarışması Sergisi	Ankara
1994	Devlet Güzel Sanatlar Galerisi, Beyoğlu	İstanbul
1994	Türkiye İş Bankası Sanat Galerisi, Erenköy	İstanbul
1994	"Atatürk'e Saygı" Öğretim Elemanları Sergisi, G.S.F.	Eskişehir

ÖDÜLLER

1985	Serpocam Seramik Yarışması "Özendirme Ödülü"
1985	Marmara Üniversitesi Resim Yarışması "Başarı Ödülü"
1993	Ege Kültür Vakfı Seramik Duvar Tabakı Yarışması "Mansiyon Ödülü"

YAYINLANMIŞ MAKALE

1993	"Ateşin Toprağa Hükmettiği Sanat", Anadolu Sanat Dergisi, Sayı: 1, s: 157... 163, Eskişehir.
------	--

İLETİŞİM AÇISINDAN SERAMIĞE YAKLAŞIM

ÖZET

'Sanat'ın başlangıcının mağara duvarlarına çizilen insan ve hayvan figürleri olduğu bilinen bir gerçektir. Bu ise, insanın, görsel anlamda çevresini etkisi altına alma isteğiyle başlayan ve gelişen, özellikle günümüzde oldukça sık kullanılan bir kavram olan iletişimden başka birşey değildir.

Aklını kullanabilen ve birçok yeteneğe sahip olan insan, hayvanları ehlileştirdiği, tarımsal hayata ve yerleşik düzene geçtiği Neolitik Çağda, toprak-su-hava ve ateşi uyumlu bir biçimde birleştirerek en ilkel şekillendirme yöntemleriyle, işgörüsünü düşündüğü ilk toprak kapları üretmiştir.

Giderek geliştirilen bu toprak kaplar-çömlekler; malzemesi gereği dayanıklılığı sayesinde nesilden nesile, dokunma ve görsel olarak daha birçok etkili iletişimi sağlayacak olan seramiğin başlangıcı sayılabilirler. Günümüzde de klasik-endüstriyel-özgün başlıkları altında gruplandırılan ve farklı iletişim biçiminin araçları sayılan seramik ürün-eser-yapıtlara yüklenecek olan sorumluluk, usta-tasarımcı-sanatçı tarafından çok iyi bilinmelidir. İletişim açısından bir araç olarak seramiğin toplum üzerinde yaratacağı etkinin ne denli güçlü olabileceğinin unutulmaması gereklidir.

AN APPROACH TO CERAMICS FROM THE VIEWPOINT OF COMMUNICATION

SUMMARY

It is a fact that the beginning of art is human and animal figures drawn on the walls of caves. The desire of human beings to affect their surroundings visually results in communication which is used frequently as a concept today.

During Neolithic Age, people who had a lot of abilities, lead an agricultural life in which they tamed animals. At the same time, they put earth-water-air and fire in harmony and created the very first functional pots by using the most primitive methods.

These clay pots developed through time can be considered as the beginning of ceramics which provides communication through the ages, by touch and seight. Today, ceramics can be subdivided into three groups: classical, industrial and original groups. A ceramic work has a responsibility, given by it's craftsman, to be a medium of communication. It should not be forgotten that the effect of ceramics as a medium of communication with the public can be very powerful.

İÇİNDEKİLER

ÖZGEÇMİŞ	i
ÖZET	iii
SUMMARY	iv
İÇİNDEKİLER	v
ÖNSÖZ	vii
GİRİŞ	1

Birinci Bölüm

SANAT VE İLETİŞİM

1. SANAT	3
1.1. Sanatın Öğeleri	5
1.2. Sanatın Türleri	5
2. İLETİŞİM	6
2.1. Kaynak-Mesaj-Hedef ve İletişim Araçları	8
2.2. İletişim Ortamı ve En Yalın Biçimde Mesajın (İletinin) Aktarılması, Taşınması ve Anlaşılması	9
3. SANATTA İLETİŞİMİN TANIMLANMASI	11
4. SANATTA İLETİŞİMİN AMACI	13

İkinci Bölüm
SERAMİK VE İLETİŞİM

1. SERAMİĞİN TANIMI ve ÇEŞİTLERİ	15
2. BİR ARAÇ OLARAK SERAMİKLE İLETİŞİM	19
3. SERAMİKLE GÖRSEL ve DOKUNMA İLE İLETİŞİM	21
4. SERAMİKLE İLETİŞİM TÜRLERİ	23

Üçüncü Bölüm
SERAMİKLE ETKİLEŞİM

1. ETKİLEŞİM VE İLETİŞİMDE ETKİNLİK	25
2. SANAT ESERLERİNİ DEĞERLENDİRME VE SERAMİKLE ETKİLEŞİM	28
SONUÇ	39
KAYNAKÇA	41

ÖNSÖZ

Tarih öncesi dönemlerden günümüz teknolojik toplumlarına gelene dek varlığını sürdüren ve hızla gelişmeye devam eden bilim alanlarından olan iletişimin hedefi insandır. İletişim, insanla ilgili olan her tür konu ve soruna özgün yaklaşımıyla çözümler sunmuş ve sunmaya devam etmektedir.

Bu çalışmada; insanın seramikle olan ilgisinin iletişim kavramları ve bilimi çerçevesinde yeni bir bakışla ele alınması ve iletişim aracı olarak seramiğin yerinin öneminin kavranması, bundan sonra yapılacak tüm seramik çalışmalara güç katması amaçlanmaktadır.

Konunun araştırılması ve incelenmesinde fakültemiz olanaklarından yararlanmamı sağlayan Güzel Sanatlar Fakültesi Dekanı Sayın Prof.Dr. Engin ATAÇ'a, önemli katkıları ve eleştirileriyle bu çalışmayı yönlendiren Öğretim Üyesi Sayın Yrd.Doç. Saadettin AYGÜN'e, yardımlarından ve önerilerinden dolayı Prof.Dr. Sıtkı M. ERİNÇ'e ve Yrd.Doç. Ekrem KULA'ya, katkılarından ve kaynaklarından yararlanan diğer öğretim elemanlarına, meslekdaşlara ve aileme teşekkürü bir borç bilirim.

GİRİŞ

Yaşamı boyunca insan; korunmak, beslenmek, neslini sürdürmek ve benzeri içgüdüsel ihtiyaçlarını gidermek amacıyla bir takım çabalar ve arayışlar içine girmiştir. Tüm çabalar ve arayışlar bir iç oluşun, sesler, renkler, çizgiler, sözler, biçimler ve araçlar yardımıyla dışa vurulmasıdır. Kısacası, bir insandan diğer bir insana aktarılmak istenen mesajdır bu. Görsel anlamda ilk mesaj mağara duvar resimleriyle iletilmiş bu da 'Sanat'ın başlangıcı olmuştur.

Açıkça görüldüğü gibi sanat ve iletişim adeta içiçe girmiş durumdadır. Birinin diğerinden önce kesin bir başlangıcından söz etmek oldukça zordur. Bu iki kavram insanların olduğu gibi, toplumlarında varlığını sürdürme biçiminde; topluluklara ve dönemlere göre farklılıklar gösteren ekonomik, siyasal, sosyal, kültürel ve benzeri ilişkilerin gerçekleşmesinde önemli bir rol oynar. Günümüzde sanat; türü ve yaklaşımı ne olursa olsun ve hangi tür iletişim aracıyla sunulursa sunulsun, her düzeyde insanın potansiyeli ölçüsünde yararlandığı bir varolandır.

Seramik sanatı da bunlardan biridir. İlk dönemlerde malzemesi balçık, biçimi çanak çömlek benzeri çukur kaplar olan seramik sanatı, hızla gelişen iletişim alanı sayesinde birçok bilim dalıyla ilişkiye girerek iletişimin kaçınılmaz sonucu olan etkileme gücüne ulaşmıştır ve bunu sürdürmeye de devam edecektir.

Birinci Bölüm

SANAT ve İLETİŞİM

1. SANAT

Etiketleri sözcükler olan, kavramlarla düşünürüz. Düşüncelerin bozulmaması, belirsizleşmemesi ve yanıltıcı olmaması için, sözcükler ve onların gerisindeki anlamlar arasında sağlam bağlantı kurulmalıdır. Bu bağlantı sağlam kurulmadığında ise, kavram karmaşasının çıkması olasıdır. Bu açıdan bakıldığında, bizi karmaşaya sürüklemesi olağan kavramlardan sayılan, «sanat» a kısaca değinmek yerinde olur.

Toplum, sanatçı, eser, alıcı kavramlarının bugünkü anlamlarını taşımadığı ilkel çağlarda insan, tasarladığı bütün eserleri belli amaçlarla, belli işlerde kullanmak üzere yapmıştır. “Mağara resimlerinden tutun da çeşitli çağlarda yaptığı eşyada, aletlerde, taş oymalarında, çömleklerde, kumaşlarda büyük bir sanat anlayışı, biçim endişeleri göstermiştir... Salt güzelliğinden zevk alınacak bir sanat eseri kavramı henüz belirmemişti bile” (Moran, 1991, s: 22). İkel çağlarda durum böyle iken, daha sonraki çağlarda; sanatçı, eser, alıcı ve

bunların içinde bulunduğu dış dünyaya topluma yönelik yaklaşımlarla sanatın tanımları yapılmıştır.

Bazı kuramlar, sanat eserinin doğayı ve hayatı tıpkı bir ayna tutarmışçasına yansıttığını savunurlar. Bu kuram Platon'la başlamış ve zamanımıza kadar gelmiştir. Yansıtmacılar; sanatın amacının bilgili, bilge ya da erdemli insan yetiştirmek olduğunu savunur. Bazı kuramlar ise, sanatçıya yönelirler ve onun duygularının anlatımında bulurlar sanatın gizemini.

Ne dış dünyayla ne de sanatçıyla ilgilenir bazı kuramlar da. Alıcı (seyirci, dinleyici, okur) ön plandadır bu kuram için. Sanat, alıcıda haz/zevk uyandırabilmeli ve eğitebilmelidir. Sanat eserine yönelik kuramlarda ise sanat eserini diğer yapıtlardan ayıran özellik, sanat eserine özgü bir yapının var olmasıdır.

Görülüyor ki, sanat üzerine kuramların herbiri ayrı bir tanım önermiştir. "Oysa bugün birçok filozof, sanatın tanımını yapmaya kalkışmanın boşuna bir çaba olduğu inancındadırlar. Güç tanımlanan bir kavram olduğu için değil, tanımlanamaz olduğu için" (Moran, 1991, s: 275).

Bütün bu açıklamalardan sonra sanatın dün de, bugün de gerekli olduğu, yarın da gerekli olacağı kanısından hareketle bu kavramı, insanla birlikte ele almak yerinde olur. Bu bağlamda düşünüldüğünde, "nerdeyse insanla yaşıttır sanat. Bir çeşit çalışmadır. Çalışma ise insana özgü bir eylemdir... İnsan doğal değiştirerek ona üstünlük sağlar. Çalışma doğalın değişmesidir" (Fischer, 1980, s: 17).

1.1. Sanatın Öğeleri

Sanat için yapılan tanımlamalardan da anlaşılacağı gibi sanat alanından söz edebilmek için eser, sanatçı ve alıcının varlığını yani sanatın öğelerini kabul etmek gerekir. “Bu üç öğenin birbirleriyle olan ilişkileri, algılamadan başlayarak değerlendirmeye kadar giden sayısız basamaklar biçiminde, sanat olgusunu var kılar” (Erinç, 1993, s: 5). Sanatçının yaratıcılığıyla, tasarım halinden, tek ve özgün, tamamlanmış bir yaratma ürünü haline dönüşen sanat eseri ve onunla iletişimde bulunan alıcı arasındaki ilişkiler sanat olgusunu ortaya çıkarır.

Bir gerçeklik olan sanat; sanatçı, eser, alıcıdan hareketle tanımlanmaya çalışıldığında ise, bu “belki de, bir tanımlama işleminden çok bir değerlendirme işlemi olabilir” (Erinç, 1993, s: 7).

1.2. Sanatın Türleri

Alet kullanma yeteneği ile başlayan sanat, çağlar boyu insanın, sosyal, ekonomik ve teknik bilgilerinin gelişmesine, kullandığı araçlara ya da izlediği amaçlara göre türlere ayrılmıştır. Sanatı çağdaş yaklaşımla ses sanatı: Müzik, söz sanatı: Edebiyat, şiir, vb., görsel sanatlar: Resim, heykel, mimari, vb., karma biçimler: Tiyatro, dans gibi dört temel tür içinde değerlendirmek gerekir. Türü ne olursa olsun; kullandığı araçları ve hedeflediği amaçlarıyla sanatla birlikte, “insanın, varlık sürdürme biçiminin bir ürünü ve insanın varlık sürdürme biçimindeki gelişmelere göre değişimlere uğrayan insana özgü bir olgu”

(Oskay, 1992, s: 7) olan iletişim ortaya çıkmıştır. Tarih öncesinde mağara duvarlarına çizilen çeşitli insan ve hayvan figürlerinden oluşan ve sanatın başlangıcı kabul edilen resimlerin, büyüsel bir anlam taşıdıkları varsayılabilir gibi, gelecek kuşaklara bilgi aktarımı kaygısının olabileceği de düşünülebilir.

2. İLETİŞİM

İletişim; duymak, görmek, dokunmak gibi bazen birinin, bazen de ikisinin veya üçünün birlikte gerçekleştiği insan etkinliklerinin ve ilişkilerinin tümünü içine alan bir sözcüktür, kavramdır, olgudur. “İletişimin karşılığı olarak birçok Hint-Avrupa dilinde kullanılan ‘komünikasyon’ (communication) sözcüğünün kökü, Latince ‘communicare’ fiilinden türetilmiş olup, başkalarıyla birlikte olma, bağlantı sağlama. bilgiyi ya da haberi paylaşma, yayma, çoğunluğa genelleme, herkesin paylaşmasını ve yararlanmasını sağlama, herkese pay verme anlamına gelir” (Köknel, 1986, s: 36-37).

Türkçe’de de iletişim; bilginin, haberin, kişinin, nesnenin karşılıklı olarak bir yerden başka bir yere taşınması anlamına gelir. İletişim kavramı, kendi içinde, bir «yayımlama» eylemini gösterir ki bu da tek yönlü değildir. Yalnızca «yayım» «yayımlama» eyleminden ibaret olsaydı; «iletim» ya da «iletme» sözcükleri kullanılabilirdi. “Oysa, gönderilenin alınması ve bunlara (olumlu ya da olumsuz) tepki gösterilmesi eylemlerini de kapsadığı için, karşılıklı etkiyi anlatan ‘etkileşim’ sözcüğünde olduğu gibi, ‘iletişim’ sözcüğü kullanılmaktadır” (Şenyapılı, 1981, s: 40).

Kısaca iletişimi; bir kaynaktan çıkan bilginin, haberin karşı alıcıya ulaşması, onda bir etki uyandırması ve bu etkinin kaynağa geri dönmesi süreci olarak tanımlayabiliriz. Süreç bir değişmeyi ya da değiştirmeler zincirini belirtmek için kullanılır. "İletişim olgusu, ilk bakışta sanıldığı kadar yalın bir süreç değildir... Bu bağlamda, en başta açıklığa kavuşturulması gereken kavram, hemen her zaman 'iletişim' kelimesine eşlik eden süreç kavramıdır" (Avcı, 1988, s: 12).

Süreç kavramı, iletişim kavramına paralel olarak, zaman içinde değişim gösteren herhangi bir olay, oluşum veya harekettir ve insanlar arasındaki etkileşim öğelerinin incelenmesi anlamını taşır. Kısaca; kimin, neyi, nasıl, kime ve hangi etkiyle ilettiğinin araştırılmasının kavramsal ve zamansal anlatımı, iletişim süreci olarak tanımlanabilir.

İletişim daima üç öğeyi gerektirir. Kaynak (gönderici), mesaj (bildiri-ileti) ve hedef (alıcı). Kaynak (konuşan, yazan, çizen vb. herhangi bir türde üretim yapmış, yapan, yapmakta olan veya beden-yüz hareketlerinde bulunan) bir birey veya haberleşim örgütü (gazete, yayınevi, televizyon, vb.) olabilir. Mesaj; kağıt üzerine basılmış mürekkep, kaynağın ortaya çıkardığı nesne, ürün, eser, yapıt veya bunlara benzer ve kolayca yorumlanabilecek bir sinyal, hedef ise; bir tek kişi, bir grup, bir topluluk olabilir. Tarih boyunca sürekli olarak iletişim tekniklerini ve araçlarını yaratma ve geliştirme çabasında olan insan, iletişimi, 15. yüzyıldan sonra bilginin çoğunluğa, topluluğa yayılması anlamında kullanırken, 20. yüzyılda da bu sözcüğe, doğa ve insan bilimleri alanı içinde yer vermiştir. Bu bağlamda, iletişimi dar bir çerçevede ele almayı etolojik açıdan hayvanlar arasında da bir iletişimden söz etmek mümkün olmuştur.

2.1. Kaynak-Mesaj-Hedef ve İletişim Araçları

İletişim sürecinin başlıca öğelerinden olan ileti (mesaj) diye anılan bilgi, görüş ya da davranışın hedefe ulaşmasını sağlayan iletişim araçları vardır. “Bir iletinin paylaşılmasını sağlayabilmek, öteki bir deyişle, ‘ileti’yi kaynaktan alıp ‘paylaşması’ istenene iletebilmek için bir ‘kanal’a gerek vardır. İletinin, kaynaktan, paylaşması istenen ya da istenenlere ulaşmasını sağlayan bu kanala ‘araç’ ya da ‘iletişim aracı’ denir.

‘İletişim aracı’ tanımının hemen hemen herşeyi kapsamına alacak ölçüde geniş olduğu belirtilmelidir. Herhangi bir şeyin ‘iletişim aracı’ sayılabilmesi için tek gereklilik ya da tek koşul, iletişimde temel olan iki ilgili arasında, ‘gönderici’ ile ‘alıcı’ arasında bağlantı kurması ve bir ileti ‘taşınması’dır” (Şenyapılı, 1981, s: 42).

Saç ve giyim biçimleri, konuşmalar, gazeteler, televizyonlar, mağara duvarındaki resim ve benzeri örnekleri çoğaltılabilen araçlar, gerek geçmişte gerekse günümüzde bir «ileti» içermişler ve bu bakımdan bir «iletişim aracı» işlevi yapmışlardır. “Dolayısıyla, ‘alıcı’ için bir anlam taşıyan bir iletiyi ulaştıran her şey ‘iletişim aracı’ olarak adlandırılabilmektedir” (Şenyapılı, 1981, s: 43).

Kaynakla alıcı arasında iletinin aktarılmasını, geçmesini sağlayan, ışık ve ses dalgalarından iletişim araçlarına kadar iletiyi aktaran tüm yollar kanal kapsamına girer. “İnsanlararası iletişimde her duyu organına uygun bir kanal vardır. Sözlü iletişimde işitme; mimik ve

jestlerle yapılan sözsüz iletişimde görme, kanal işlevi yapar... Kanal sayısı arttıkça iletişimin etkinliği de artar... Tüm canlılar ve insan iletişimi, fiziksel ve kimyasal kanallarla sağlanır. Fiziksel olanlar, dokunma görme ve işitme duyuları; kimyasal olanlar koku ve tad duyularıyla alınır” (Köknel, 1986, s: 51-52).

Bu açıklamalar doğrultusunda iletişim araçlarını:

- Görsel
- İşitsel
- Görsel-işitsel
- Dokuma ile
- Telekominikasyon
- Kitle İletişim
- Doğal
- Yapay
- Yazılı
- Sözlü
- Sözsüz olarak gruplandırabiliriz.

2.2. İletişim Ortamı ve En Yalın Biçimde Mesajın (İletinin) Aktarılması, Taşınması ve Anlaşılması

İletişimin yapıldığı ve kaynağı, alıcıyı, kanalı değişik biçimde etkileyen ortama «iletişim ortamı» adı verilir. “Bu ortam, sıcak-soğuk gibi doğal, büyük-küçük, aydınlık-karanlık, gürültülü-sessiz gibi fiziksel koşullarıyla da iletişimi etkiler” (Köknel, 1986, s: 53). Bu ortam içinde kaynak, mesajını hedefe (alıcıya) aktarabilmek amacıyla türlü davranış biçimlerinden yararlanır. Bunların en ilkel evcil hayvanlarda ve küçük

çocuklarda rastlanılan iletişim biçimidir ki bu haber vermek olarak ifade edilecektir ve şöyle tanımlanabilir; istediği kişiyi, nesneyi, olayı olduğu gibi göstermek ya da yinelemektir. Bu en yalın biçimde mesajın aktarılmasıdır. Alıcıya kaynaktan çıkan iletinin kanalı geçerek ulaşabilmesi için bir uyaran niteliğindeki fiziksel ya da kimyasal taşıyıcıya gereksinim vardır. "Örnek olarak, konuşma sırasında ses, okunuş sırasında elektromanyetik dalgalar bir yandan sözlü, yazılı bilgiyi taşıırken, öte yandan kulak ve göz için birer uyarıcıdır" (Köknel, 1986, s: 50).

Alıcı için kaynaktan gelen kanalı geçen ileti «girdi» olarak kabul edilir. Kaynaktan gelen, mesajın alıcı için etkili olabilmesi, girdinin uyaran niteliğinde olmasına ve bilginin çözülüp anlaşılmasına bağlıdır. "Bu işlemin olabilmesi için kaynakla alıcının aynı, ortak işaretleri, simgeleri bilmeleri, kullanmaları ve bunlara aynı, ortak anlamları vermeleri gereklidir. Trafik işaretleri arasında kırmızı ışığın 'dur' anlamına geldiğini bilmeyen bir sürücü, karışıklığa ya da kazaya neden olur" (Köknel, 1986, s: 50). Burada alıcının, kırmızı ışık örneklemeyle gönderilen mesajı alabilmesi öğrendiği bir şeydir. Çünkü öğrenmek, iyi bir alıcı ve/veya verici olabilmek için şarttır. Bir başka örnekleme de ise;

"Kavşakta bir trafik polisi düşünelim:

- Üniformalıdır;
- Gelip - gidişleri düzenliyor;
- Bir plan üstünde gara giden yolu gösteriyor bana.

Burada üç ayrı iletişim türü vardır:

- Üniforma bireyin kimliğini gösterir bana;

- Beyaz değneğin devinimleri durmamı buyurur;
- Kent planı yerlerin konumunu belirtir.

İletişim, birinci durumda varlıkla, ikinci durumda eylemle, üçüncü durumda bilgiyle ilgilidir” (Guiraud, 1994, s: 54).

Görüldüğü gibi yaşamımızın bir parçası olan iletişim olgusuyla heran karşı karşıyayız. Ancak, “her ileti, alıcı olabilecek herkese yöneltilmiş değildir. Her alıcı her iletiyi almak zorunda değildir; almak olanağını da bulamaz zaten” (Karasu, 1994, s: 33). Bu bağlamda, konumuz gereği farklı bir iletişim biçiminin aracı olan seramikle, klasik-endüstriyel-özgün gruplandırmaları içinde iletilmek istenen mesajlar çok çeşitli olabilir. Bu durumda da “iletinin yorumu, çözümü, açımı, aynı biçimde, aynı tutumla yapılmaz. Alıcı olarak, çok değişik vericilerin ilettiğini anlayabilmek için yöntemlerimizi çeşitlendirmek, esnek kılmak, her duruma uydurmak zorundayız” (Karasu, 1994, s: 33). Burada artık sanatta iletişim söz konusudur ve ondan söz etmek gereklidir. O halde nedir sanatta iletişim dediğimiz şey.

3. SANATTA İLETİŞİMİN TANIMLANMASI

Her zaman en çok tartışılan, en şaşırtıcı ve aldatıcı bir kavram olan sanatın, “soluk alma gibi bir ritmi, konuşma gibi anlatımsal öğeleri vardır, algılama, düşünme, imgeleme ve bedensel eylemin de katıldığı etkin bir süreçtir” (San, 1979, s: 1).

Tarihin ilk zamanlarında, yiyeceğini toplayan, beslenme gereksinmesini avlayarak gideren yani doğada varolanı tüketmekte olan

insanın, üretime geçmesiyle birlikte kendisini başkalarına ifade etme isteği doğmuştur. Önceleri bireysel düzeyde başlayan bu istek zaman içinde toplumsallaşır. Ancak, insanın yaratıcılığının ürüne dönüşmesi durumuyla ortaya çıkan üretim etkinliği ve bunun eyleme dönüşüp bir ürünün ortaya çıkması sonuç değildir. Sonuçtan söz edebilmek için kaynağı, mesajı, hedefi ile iletişimin gerçekleşmesi gerekir. “Çünkü ürünün aldığı beğeni veya yergi, yaratıcılık çalışmasını gerçekleştirenin bu beğeni ve yergiler etkisi ile yeni süreçlerini, bu süreçlerde onun yeni ürünlerini yaratır” (Levent, 1993, s: 15).

İnsanlar mağara duvarlarına çizdikleri ilk çizgilerle birlikte, sanat denen duygu, tasarı ve güzelliklerin varlığından haberdar olmaları sayesinde sanatla ilgilenmişlerdir. “Bu ilgilenme, doğrudan eser üretme şeklinde olduğu gibi sanatın gelişimi, aşamaları, tarihçesi doğrultusunda kitaplar yayınlama şeklinde de görülmektedir” (Özer, 1989, s: 175).

Sanat ister edebiyat, resim, heykel vb. türde; isterse de klasik, romantik, kübik, post-modern yaklaşımlarda olsun, basit doyuma ulaşma amacından öte, çok çeşitli işlevleri üstlenir. 19. yüzyıla kadar usta-çırak ilişkilerine dayalı bilgilerle süren geleneksel sanat çalışmaları artık yerini başka bir görüşe, sanatın halka ulaşması görüşünü bırakır. “Günümüzün toplumcu düzeninde ise sanat belirli toplumsal gereklere uyma, açık seçik bir aydınlanma ve düşünce yayma aracı olma eğilimini göstermektedir” (Fisher, 1980, s: 239-240).

Özet olarak sanatın, biçim kaygısının yanısıra, toplumsal ilişkilere ışık tutmak, insanları aydınlatmak, bilinçlendirmek, toplumsal

gerçekleri tanıyıp değiştirmelerine yardımcı olmak gibi görevleri olduğu da sıralanabilir. İşte sanat bu görevlerini yerine getirirken iletişim kapsamına giren tüm olanakları kullanma eğilimindedir.

4. SANATTA İLETİŞİMİN AMACI

Tek tek insanların biraraya gelmesinin yeterli olmadığı, insan topluluğu içindeki kurumlar ve ilişkilerden oluşan yapı toplumdur. İletişim, insanlar arasında kurulur. Kaçınılmaz ve gerekli bir toplumsal etkinliktir. Reklam panoları, gazete ve dergi başlıkları, tartışmalar, sergiler ve benzeri durumlar insanı, gönüllüsü olmasa bile iletişimin zorunlu bir parçası haline getirir.

“İletişimin kişi açısından özel amaçları ne olursa olsun temeldeki amacı çevre üzerinde etkin olmak, başkalarında davranış, tutum geliştirmek ve değiştirmektir” (Zillioğlu, 1992, s: 9). İnsanlar arasında simgelerle duygu, düşünce, bilgi biriktirilir ve aktarılır. Bu simgeler sanat ürünleri, eserleri veya yapıtları biçiminde de olabilirler. Temel amacı insanlar arasındaki etkileşimi sağlamak olan “etkili iletişim, kaynağın aktardığı duygu ve düşüncelerin alıcı tarafından kaynağın amacına, beklentisine, isteğine uygun biçimde çözülüp anlaşılması, bunlara uygun biçimde davranışta bulunması demektir” (Köknel, 1986, s: 451).

Sanatta çağdaş anlamda iletişim kavramının amacına ulaştığı en etkili dönem Endüstri Devrimi ve sonrası olarak gösterilebilir. 19. Yüzyılın başlarında endüstriyel gelişmeye paralel olarak güzel sanatlarda, (mimarlık, resim, heykel, grafik) oldukça önemli gelişmeler

görülmeye başlamıştır. “Endüstri çağı toplum çağıdır ve sanatta bu devirde toplumun hizmetine sunulmuş, yaşam biçimini oluşturma görevi üstlenmiştir.” (Anılanmert, 1985, s: 69). Endüstri Devriminin getirdiği bir başka değişiklik ise sanat için sanat görüşü yerine sanatın halka ulaşarak dünya piyasasına daha kaliteli ürünler sunma görevini üstlenmiş olmasıdır.

O halde, 18. yüzyılın getirdiği akıl-aydınlanma çağı ile 19. yüzyılın getirdiği endüstriyel gelişim, iletişimin adeta sonsuz olanaklarıyla birlikte sanata yeni bir anlam kazandırmış bulunmaktadır. Bugün, belirtilen olgulardan hareketle sanatı (bir sanat yapıtını) şöyle tanımlamak belki de çok hatalı olmaz: İçerik ve biçim açısından organik bir bütünlük gösteren ve organik bütünlüğü bir estetik kaygıyla gerçekleştiren, potansiyel alıcısına dönük mutlaka bir bildiri olan ve onlarda, en azından haz yaratan, yapıtlara sanat eseri denir.

İkinci Bölüm

SERAMİK ve İLETİŞİM

Genel olarak sanat ve iletişimin tanımlanması yapıldıktan sonra seramiğin tanımı, çeşitleri ve seramikle iletişim arasındaki bağlantı şu şekilde açıklanabilir.

1. SERAMİĞİN TANIMI ve ÇEŞİTLERİ

Çeşitli batı dillerine az çok değiştirilerek Eski Yunanca'dan aktarılan ve Fransızca, ceramique; Almanca, keramik; İngilizce, ceramic; Rusça, keramika; Türkçe, seramik olarak bilinen bu sözcüğün esas tarihçesi şöyle ifade edilir: "Şarap içilmesi gelenekselleşmiş törenlerde ve şöenlerde, şarap ve büyük olasılıkla diğer başka içkiler, bardak yerine geçmekte olan şekillendirilmiş boynuz kaplardan içilmekteydi.

Yunanca'da boynuz sözcüğünün karşılığı olan kelime 'keramos' olduğundan, keramoslar yerlerini seramik kaplara bıraktıktan sonra da, seramik kaplar bu adla anılmaya başlandı" (Arcasoy, 1983, s: 2).

günlük kaplar olduğu bilinir. Kaplar; siviların da konabileceği içi boş çanak, tabak, testi, küp, kova, vb. şeyler olarak örneklenebilir. Ayrıca taşın yanında pişmiş topraktan da yapılan Ana Tanrıçalar (idoller) genç kız, doğuran kadın ya da yaşlı kadın olarak betimlenir. Yine pişmiş topraktan, heykel ya da yüksek kabartma olarak yapılan hayvan şeklinde adak heykelcikleri de vardır.

Yeryüzünü oluşturan toprak-su-hava ve ateşin ahenkli biçimde biraraya gelmesiyle oluşan ilk kaplar, büyük bir olasılıkla kadınlar tarafından üretilmiş, en basit dekorlama teknikleri olan presleme, tırnaklama ile bezenmiştir. Çarkın da bulunmasıyla seramik sanatı, başlıca koşullarıyla tamamlanmıştır. Günümüze kadar devam eden bu sanattan ve "genel olarak ülkemizde, seramik sözcüğünden kap-kacak, sofraya ve süs eşyası, sağlık gereçleri gibi çeşitli kullanım eşyası anlaşılmaktadır, Hatta 'Seraamik' ve 'Seraamikçi' sözcüğü kentlerde yaşayan küçük kesimin dışında geniş halk kitlelerine pek fazla birşey anlatmadığı gibi, çömlek ya da çömlekçi kavramıyla bağlantı yapıldığında bu sanatın maddesel niteliği tanımlanabilmektedir" (Altan, 1985, s: 10).

İkinci grubu endüstriyel seramik sanatı oluşturur. Özellikle 19. yüzyılda başlayan biçimsel ve teknolojik alandaki gelişmelerin etkisiyle, «sanat sanat içindir» anlayışı, yerini «sanat toplum içindir» anlayışına bırakmış, sanat eserinin biçimi, işgörürlüğü ön planda tutularak, seri üretimdeki kolaylıklar sayesinde geniş halk kitlelerine ulaşabilmesi amaçlanmıştır.

Endüstri Devriminin tüm dünyayı sarıp sarmaladığı bu dönemde, küçük atölyelerde tek tek elle üretilmeye çalışılan seramik ürünler ihtiyaca cevap veremez olmuştur. Seri üretim seramik alanında da zorunluluktur artık, Endüstriyel seramik sanatına bu açıdan bakıldığında hızlı, seri, ucuz maliyetle, iyi kazanç elde edildiği görülmüş ancak bu ucuz, yozlaşmış, çirkin, taklit el sanatları ürünlerinin de ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bununla birlikte, endüstriyel seramik sanatı, sanatın herkes için olduğu gerçeğine farklı düzeylerden bakabilmeyi denemekte "maddenin gerçek yapısından hareket ederek, zorlamadan ulaşabileceği estetik ve biçim arayışına girmektedir" (Galatalı, 1985, s: 97).

⌚ Bugün, günlük kullanım eşyalarından, sağlık gereçlerine; mimari duvar, yer kaplama elemanlarından, elektrik malzemelerine kadar herşey endüstriyel seramik sanatı kapsamı içinde üretilmektedir.

Seramik sanatının üçüncü grubunu oluşturan ve özgün (soyut, serbest) seramik sanatı olarak tanımlanan sanat, tamamen özgür bir anlatım yeğlemektedir. Sanatçının duygu ve düşüncelerinin anlamlaşmasıyla ortaya çıkan özgün seramik eser, toplumun ya da içinde bulunduğu dönemin genel kültürüyle bütünleşerek gelişme gösterir. Özgün seramik bir eser yalnızca biçimle ifade edilmeyip aynı zamanda bu ifade bilgi, deney, yetenek ve klasik temeline dayanan içerikle desteklenmelidir. Sanat eserinde verilmek istenen öz, bütün ayrıntılarından kurtularak konunun biçimle bütünleşmesinden ortaya çıkan içerik aracılığıyla iletilebilmelidir.

Özgün eser ortaya koyan sanatçıya önemli görevler düşmektedir. Bir yandan klasik anlatımı içinde seramik sanatıyla bir yandan da teknolojik gelişmelerin ve yeniliklerin yarattığı endüstriyel seramik sanatı ile kuşatılan sanatçı, eserleriyle ulusal kültürün sınırlarını genişleterek evrensel kültüre ulaşabilmelidir. “Çünkü, bir ulusal kültürün evrensel kültür haline gelebilmesi o ulusun toplumsal yapısını belirleyen toplumsal üretim tarzının evrenselleşmesi demek olduğu kadar, bu egemen üretim tarzına damgasını basan sınıfın dünya görüşünün, kültür anlayışının ve ideolojisinin de evrensellik kazanması demektir” (Çalışlar, 1988, s: 9).

Sonuç olarak, ateşin hükmettiği toprak sanatını klasik anlamda bir obje olarak gören düşüncelere, değişen ve gelişen dünyada yeni seçenekler sunulmaktadır. Yukarıda yapılmaya çalışılan tanımlamalar doğrultusunda seramik sanatı da kendine düşen payı almaktadır. Günümüzde artık seramik çamuru bir hammadde, bir malzeme olarak görülüp pekçok yardımcı malzeme ile desteklenerek kendi niteliklerini diğer malzemelerle de paylaşma yolundadır.

2. BİR ARAÇ OLARAK SERAMİKLE İLETİŞİM

Herhangi birşeyin iletişim aracı sayılabilmesi için tek ve en önemli şartın, gönderici ve alıcı arasında sağlam bir bağlantı kurması ve ileti taşınması olduğu bilinen bir gerçektir. İnsanın sesi, yüz ve vücut hareketleri «doğal»; kültürel birikimine bağlı olarak yaptığı mağara resimleri, yazı, seramik, çanak-çömlek, radyo, televizyon gibi araçlar ise «yapay» iletişim araçlarıdır. “İletişim araçları, toplumda yapılması

istenen değişikliklerde, uygun araçlar seçildiğinde ve diğer koşullar yerine getirildiğinde etkili olabilirler” (Aziz, 1992, s: 52).

Bir olgu, bir varoluş, bir gerçeklik olan sanat; duyu organlarımız aracılığıyla iletişim sağladığımız nesnel bir varlık olarak, sanat yapıtı biçiminde karşımıza çıkar. Seramik sanatına baktığımızda ise, tarih öncesi dönemlerden, günümüze gelene dek seramiğe yüklenen iletilerin farklılıklar gösterdiği bilinen bir gerçektir. Tarih öncesi herhangi bir döneme ait çanak üzerindeki semboller; büyüsel, dinsel ve benzeri mesajları alıcısına iletmişlerdir. Kültürel ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle günümüzde, artık sanatçının dinamik varlığından ve onun yaratıcılığından ortaya çıkan, malzemesi seramik olan sanat yapıtındaki iletilerinse, alıcısına vermek istedikleri mesajların farklı oldukları dikkat çeker.

Bütün bu açıklamalar doğrultusunda seramiğin bir iletişim aracı olarak değerlendirilmesi şöyle yapılabilir. Önceleri deri, yaprak, saz gibi malzemelerle biçim verilip kap-kacak yapılırken, toprağın suyla karışımıyla kolayca şekillendirilebilen bu malzemenin elle, çarkla, kalıba basarak biçimlendirilmesiyle çömlekler ortaya çıkmıştır. Pişirim ve sırlamanın da işin içine girmesi seramik kavramını pekiştirmiştir. Bilgi birikiminden kaynaklanan bu farklılıkların ve değişik tekniklerin geliştirilmesi, nesilden nesile aktarılması seramiğin etkin bir iletişim aracı olduğunu kanıtlamaktadır. “Seramik Sanatı, ancak çağımızda soyut sanat kavramının açıklanabilmesiyle dikkati çekerek, ünlü Resim ve Heykel ustalarının değişik anlatım malzemesi olarak plastik değeriyle popüler nitelikler kazanmıştır (Galatalı, 1985, s: 99). Bu da seramiğin klasik ve endüstriyel yapısıyla bir kullanım aracı olarak kalmayıp,

toplumsal ve kültürel değişme sürecinde özgün boyuta ulaşabildiğine bir örnek teşkil eder.

Seramik; idoller, çömlekler, lahitler, urneler, mühürler, kandiller ve benzeri sanatsal ürünlerle yola çıkıp sanat kuramlarından birisine ve onun amaçlarına yönelerek günümüzde de farklı biçimlerle iletişimini sürdürme çabasındadır. Nedir seramiğin büründüğü bu farklı biçimler? Gerek malzeme olarak bir uzay aracında başlık, torna makinasında keski, tıp dünyasında diş, gerekse bir sanatçının düşüncesinde sanat eserine dönüşebilmesi özelliği ile çeşitli olay, durum, renk ve biçimle ortaya çıkar ve bizde bu farklılıklar karşısında değişik algılama ve davranışlar gösteririz. “İnsanoğlunun en ilkel araçlarla başlattığı kültürel yaşam günümüze değin giderek ivme kazanan bir hızla değişti. Kültürler, toplumlar ve insanlar arası ilişkilerin artan yoğunluğu, bilimsel ve teknolojik buluşların yayılma gücü göz önüne alınacak olursa gelecekte bu sürecin daha da hızlanacağı öngörülebilir” (Zillioglu, 1992, s: 38).

Bu öngörüsten hareketle seramiğin, çanak-çömlek, kil tablet vb. malzemelerle başlayan iletişim aracı olma serüveni günümüzde ve daha sonraki yüzyıllarda da devam edeceğe ve hiç bitmeyeceğे benzer.

3. SERAMİKLE GÖRSEL ve DOKUNMA İLE İLETİŞİM

İletinin, kaynaktan, paylaşması istenen ya da istenenlere ulaşmasını sağlayan kanal (iletişim aracı), belli fiziksel özellikleri olan ve uyardıkları duyu organları açısından işitme, görme, dokunma, koklama, tad almayla ilgili kanallar olarak sınıflandırılabilirler.

“İletişimin gerçekleşebilmesi ve etkili olabilmesinde kanal seçiminin çok büyük önemi vardır. İletişimde ulaşılmak istenen amaçlar, hedefin özellikleri ve zaman, mekan sınırları ya da olanakları kanalın seçiminde temel bir rol oynar. Başka türlü söylersek kime, ne için, neyi iletmek istediğimizle kullanacağımız kanal arasında sıkı bir ilişki vardır” (Zıllıoğlu, 1992, s: 85).

Bilgi arama ve öğrenme isteğini duyu organlarıyla gerçekleştiren insan; varlığını, doğal ve toplumsal çevresindeki iletişimini, görsel ve işitsel olarak diğer duyu organlarına oranla daha çabuk, daha nesnel ve daha gerçekçi bir biçimde sağlar.

Beynin uzantısı gözler aracılığıyla insan, dış dünyayla iletişimde bulunur. Görsel düşünce ve görsel algı, görme olayının ayrılmaz parçalarıdır. Görsel düşüncede, sanatçının amaçladığını yapabilmesi ve yapılanın başkalarınınca da düşünüldüğü gibi anlaşılması söz konusudur. Görsel algıda ise, algısal seçimle saptanmış uyaranlar üzerinde dikkatin odaklaşması önem kazanır. İhtiyaçlar, zihni tutum, ruh hali vb. gibi insanların psikolojik yapıları algıyı belirleyen öğelerdir. Algılamada da en önemli rolü görme yetisi sağlar. Bu açıdan bakıldığında da görsel iletişimin ne denli önemli bir rol oynadığı ortaya çıkar. Günümüze gelene dek iletişim araçları yaratma çabasında olan insan “yaklaşık beş bin yıl önce yazıyı bulduğunda insanlık serüveninin tarih öncesi dönem ve tarihi çağlar olarak ayrılmasına neden olacak bir ölçütün de mucidi olduğunu bilmiyordu... Yazı, yalnız bir iletişim tekniği ve aracı olarak değil, insanın simgesel düşüncesinin ulaştığı bir aşama olarak da toplumsal/kültürel değişme sürecinde belirlenen uzun bir arayış ve deneme çabasının ve bu çabanın sonucu olan birikimin

belli toplumsal ve tarihsel koşullar çerçevesinde ortaya çıkardığı bir üründür” (Zılhoğlu, 1992, s: 3).

Yazının kilden tabletler üzerine yazılıp, yine kilden zarflar aracılığıyla bir yerden başka bir yere taşınabilirliğini kolaylaştırmakla seramik sanatının görsel bir iletişim aracı haline gelmesi, ilginç bir örnek olarak gösterilebilir.

Bunun yanısıra seramik sadece görsel bir iletişim aracı olmakla kalmayıp aynı zamanda dokunma duyusuyla da hissedilen bir oluşumdur. İlk dönemde yapılan kaba görünüşlü seramikler yüzeyleri perdahlanıp pürüzsüz hale getirilmiş, çeşitli dekorlarla bezenerek hem göze hem de dokunma duyusuna hitap eder olmuştur. Kulp ve tutamak gibi işlevselliği artırıcı elemanlarında dokunma duyusu ile rahat kavranır biçimde tasarlanma endişeleri, seramiğin dokunarak da iletişimde bulunulan bir malzeme olduğunu kanıtlar niteliktedir.

Yüzyıllar boyunca nesilden nesile bozulmadan kalabilme özelliğiyle, ateşle pekiştirilmiş topraktan yapılan her tür seramik eseri ülkelerarası hatta kıtalararası taşınarak, görsel ve dokunma ile bir iletişim aracı olabilme özelliğini pekçok yolla (ticari eşya, ülkeyi tanıtıcı hediye, bağış, sergi, vb.) sürdürmüş ve sürdürmektedir.

4. SERAMİKLE İLETİŞİM TÜRLERİ

İletişim türleri belirlenirken kaynağın durumu, iletişim aracının niteliği ve özelliği, alıcının sayısına göre kişisel ya da kişisel olmayan diye iki grup altında toplamak mümkündür.

Küçük bir topluluğun ya da iki kişinin görüşmesi «yüz-yüze» ilişki niteliğindedir. Bu genel tanımın seramikle olan ilişkisinde görsel ve dokunma ile iletişimde bulunan alıcının teke-teke ilişkisinden söz edilebilir. Kişisel olmayan iletişim türünde ise mesajlar, gazete, radyo, televizyon, kitap, konferans, sergi vb. etkinlikler aracılığıyla yani araçlarla alıcıya ulaştırılır. “Kuşkusuz iletişim olgusunda, ister kişilerarası olsun, ister iletişim araçları yolu ile olsun, kimin kime ulaştığı önemlidir” (Aziz, 1982, s: 37).

Kaynaktan çıkacak iletinin alıcıya ulaşması ve onun tarafından algılanması sağlandığı varsayılsa bile, sosyo-kültürel açıdan ve evrensel ölçütler bakımından iletinin nasıl bir yanıt getireceğini yordamak için alıcının o andaki toplumsal ortamını, grup ilişkilerini ve kendisini biliyor olmak gerekir. Bu bağlamda düşünüldüğünde de seramik sanatı örneklemeyle seçilen grup ve yine buna bağlı olarak seçilen iletişim türü ile sağlam ve etkili olarak mesajı alıcıya ulaştırmak ve istenen cevabı almak mümkün olabilir. Bu da etkileşimin kapsamına girer.

Üçüncü Bölüm

SERAMİKLE ETKİLEŞİM

Sanat, seramik ve iletişimle ilgili gerekli açıklamalardan sonra, konu gereği, seramikle etkileşimi ve bu etkileşimin değerlendirilmesini ele alarak sonuca aşmak gerekir.

1. ETKİLEŞİM VE İLETİŞİMDE ETKİNLİK

İletişim; nesnelere, insanları ve içinde yaşadıkları tarih dönemindeki hayat tarzını öğreten, gereksinimlerini gideren ve varlığını sürdürebilmek için gelişen ve değişen insana özgü bir olgudur, bir bilgi alışverişidir. Gerçek ve doğru anlamda bir iletişimde söz konusu olan şey, kaynak ile alıcı arasındaki iletişimdir. Kaynaktan çıkan işaret ve simgelere alıcı tarafından yapılan yorumlar, tepkiler ve yanıtlarsa yansıma geri iletişim-geriye bildirim (feed back) olarak adlandırılır. Olumlu yada olumsuz, sözlü yada yazılı veya bu anlatım türü dışındaki biçimlerle ortaya çıkan yansımalar, kaynağa ulaşma süreleri açısından da ele alındığında (yüz yüze-teke tek iletişimde) geçikmesiz, yada geçikmeli olarak sınıflandırılabilirler. Bu da iletilerin aldığı tepkiler

doğrultusunda amaçlara uygun ve etkili bir yapı kazanmasını sağlar. “İletişim sürecini başlatan kaynak, alıcıda belli amaçları gerçekleştirmek için ileti gönderir. Bu amaçlar; alıcıda yeni bir tutum geliştirmek, alıcıda var olan herhangi bir tutumu pekiştirmek ya da şiddetini arttırmak, hedef alıcının var olan tutumunu değiştirmek (olumlu tutumu olumsuz ya da olumsuz tutumu olumlu hale getirmek) tir” (Yüksel, 1989, s:42).

İletişimde etkileşim demek, iletenin alıcıya ulaştıktan sonra, o anda bir davranış değişikliğine yol açması, bu değişikliğin kaynağa dönerek onun da davranışını değiştirmesi demektir. Kısaca etkileşim, iki iletişim birimi arasındaki bilgi, haber alışverişinden oluşan davranış değişikliğidir. “İlk olarak etki ve etkililik arasında bir ayırım yapabiliriz. İlk sözü edilene tasarlanmış olsun olmasın kitle iletişim araçlarının işleyişlerinin doğuracağı sonuçları, ikincisi ise geniş izleyici topluluklarının (Audience) ilgisinin çekilmesi ya da görüş ve davranışlarının etkilenmesi gibi belirlenmiş amaçları sağlama yeteneğini anlatmaktadır. Her iki konu da önemli olmakla birlikte her birinin değerlendirilmesi farklı öğelerle bağlantılıdır” (Alemdar-Kaya, 1983, s:46).

Kaynağın amaçlanan etkileşimi sağlaması isteniyorsa, eğitici, yol gösterici, uyarıcı gücü ile etkin bir mesaj ve araçla uygun bir ortamda alıcıya ulaştırılması gerekir. Ayrıca hem kaynağın hem de hedefin ortaklaşa sahip oldukları şeyleri ifade eden işaretlerle alıcının ihtiyacına uygun gereksinimlerini giderici olması onda tepki uyandırması da önemlidir. Kullanılan simgeler arasında çelişme ve tutarsızlık olmamasına dikkat edilmelidir. “Kaynaktan aktarılan bilgiye,

alıcı ya da alıcıların 'evet' demesi için, kaynağın güvenilirliği önemli bir etkidir" (Köknel, 1986, s: 466). Kaynağın güvenilirliği ise, konunun açık-seçik ortaya konulabilmesi, içten anlatım, alıcının yada alıcıların durumuna göre iletişim biçiminde ve yönteminde değişmeler yapabilmesiyle sağlanır. "Kaynağı güvenilir ileti ile, kaynağının güvenilirliği düşük ileti arasındaki kısa dönemdeki farkın, uzun dönemde ortadan kalkmasını güvenilirliği düşük kaynağın bu niteliğinin zamanla unutulmasına bağlayan bazı iletişim bilimciler buna uyutucu etki (sleeping effect) demektedir" (Oskay, 1992, s:89).

Kısaca iletişim sürecinde iletinin başarılı olabilmesi için; anlatma biçiminin, içeriğinin, imgeleme, tasarlama, düşünme ve mantık aşamalarından geçirilmesi ve denetlenmesi gerekir.

Yukarıda açıklananlar doğrultusunda hazırlanan ve alıcıya ulaştırılan mesaja bazen insanlar şu veya bu nedenle «hayır» yanıtını vermek eğilimindedirler. Bu durumda da zaten iletişimden ve onun etkinliğinden söz etmek yerinde olmaz. "Bütün canlılar gibi, insanda doğa ile etkileşimde bulunarak varlığını sürdürür. Diğer canlı türlerinden farklı olarak yalnızca insan, doğa ile etkileşimde araya kültürünü koyar. Araç ve gereçlerden, bu araç ve gereçleri kutsayan değerlerden, bu araç ve gereçlerle iş yaparken başvurulan örgütlenme biçimlerinden, iş görme ve işin eşgüdümlemesine ilişkin yöntemlerden, iş bölümünün yarattığı insanlar arasındaki farklılaşmaları haklılaştırmayı ve kuramsallaştırmayı amaçlayan açıklama ve inançlardan oluşan kültür, insanın doğa karşısındaki etkinliğini artırır" (Oskay, 1992, s:7). "Kültür, insanın evren karşısındaki, doğa karşısındaki, insanlık karşısındaki davranışlarını belirleyen duygu,

düşünce ve bilgilerin toplamı. Eğitim, kişilerde istenilen davranışlar yaratma süreci; ya da 'kasıtlı kültürleme'. İletişim ise, insanın yarattığı simgeler yoluyla, bulduklarını, bildiklerini, düşündüklerini biriktirip başkalarına aktarması; dolayısıyla 'olmazsa olmaz' bir unsur. Başka değişle, hayatın her anında, her evresinde varolan iletişimde bulunmak, etkileme yada etkilenmenin ta kendisi ki buna, ele aldığımız bağlama göre eğitim, kültürleme, yönlendirme diyoruz" (Güçhan, 1989, s:129).

Sonuç olarak kültür ve iletişim sayesinde bir kuşaktan diğere toplum mirasının geçmesi sağlanmış olur.

2. SANAT ESERLERİNİ DEĞERLENDİRME VE SERAMİKLE ETKİLEŞİM

Birçok olay, durum, renk ve biçim karşısında aynı algılama, tutum ve davranış özellikleri gösteren insanlar arasında gerçekleşen iletişim süreci içinde, kaynağa belli bir yöntem ve amaçla yüklenecek ileti; hedefi olan alıcısının toplumsal çevresini, inançlarını, kullandığı dilini ve benzeri durumlarını bilmekle daha etkili hale gelir. Seramikle etkileşim ele alındığında da bu böyledir. En yalın tanımıyla; kaynak ile alıcı arasındaki bilgi alışverişinden sonra her iki tarafta gerçekleşen bilgi, tutum ve davranış değişikliği olarak tanımlanabilen etkileşimin; klasik, endüstriyel ve özgün seramik sanatı başlıkları altında ele alınan, üretilen nesnelere, ürünler ve yapıtlarla teke tek ya da iletişim araçları aracılığıyla yapıldığında farklılıklar göstermesi doğaldır. Kaynaktan gelen mesajla iletişimde bulunan alıcı, kendi kültürüne göre kabul ettiği ve sanat eseridir dediği şeyi değerlendirmeye başlar.

Alıcı, yapıtın sanat eseri olup olmadığına karar verirken, içine girdiği türüne göre kurallarına uyup uymadığına teknik eleştiri ile, kendisinin hoşlanıp hoşlanmadığına psikolojik eleştiri ile yaklaşır. Burada sanatçının duygusunu aktaran bir araç niteliğinde olan yapıtla sıradan alıcısı arasında oluşan özel ilişkiden dolayı yapılan değerlendirme «değer atfetme» şeklinde olur.

Eleştirmen ve uzman alıcıların bir akıma, okula ve kurama göre, belli ölçüler ve ilkeler doğrultusunda yapıta yaklaşımları güzel-hoş gibi yargılarla değerlendiriliyorsa estetik; toplumsal değerlere ve kendilerinin ideolojilerine yanıt veriyorsa sosyolojik (toplumsal) eleştiri ile olur. Burada, göreceli değerlendirme yani «değer biçme» söz konusudur.

“Sanat yapıtının kendi içinde değerlendirilmesi bu ölçütlerle (biri, birkaçı ya da hepsi ile) yapıldıktan ve o yapıt ‘sanat’ olarak kabul edildikten sonra, ikinci basamak; o yapıtın ne kadar sanat yapıtı olduğu üzerine bir yanıt bulmak olacaktır” (Erinç, 1993, s:8). En son basamak olan bu yaklaşımda artık suje haline geçen alıcı, yapıta; dünyaya bakış, gelecek hakkında beklentiler, insan ve insana bağlı değerlerin bulunup bulunmadığını anlamak için felsefi eleştiri ile yaklaşır. Eserin dışına çıkmadan, sanatçının neyin üzerinde durduğunu yani ele aldığı konu nedir ve bunu da ne ölçüde başarmıştırın cevabını vermek eseri anlamaktır. Eserin kendi alanındaki özel yerini belirlemek, insan ve dünyamız için anlamının ne olduğunu göstermek, önemini ortaya koymak, doğru bir değerlendirme yapmak «değerini bulmak» için şarttır. Bu aşamaların tümünü geçen daha önce üzerinde durulmamış, değişen dünyada değişmeyen insan yapısını yeni bir biçimde anlatan eser, yerini ve değerini kazanır.

Bu açıklamalar doğrultusunda alıcılara iletiler veren kaynak niteliğinde ve malzemesi seramik olan bir yapıtın değerlendirmesi nasıl yapılabilirin yanıtı verilmeye çalışıldığında da şu durumların karşımıza çıkması olasıdır. İletişim aşamasında seramiğin klasik ve endüstriyel anlamda vermek istediği mesaj ile özgün anlamda vermek istediği mesaj arasında farklılıklar olabilir.

Öncelikle, seramiğin klasik ve endüstriyel anlamda düşünöldüğünde, kullanılabilirliği ön plana gelir. Ucuz ve seri üretilebilmesi, mümkün olduğunca geniş kitlelere ulaşması istenir. Yani beklenti yapıtın ergonomik olmasıdır. Ergonomi “çalışma çevresi ve içerdiği tüm sistemleri, insanın psiko-fizyolojik ve sosyo-kültürel tüm kapasite ve üretimiyle uzlaştıırarak üretimde verimliliğe ulaşmayı amaçlayan uygulamalı bir sistemdir” (Toka, 1978. s:3). Bu konu biraz daha açılmaya çalışıldığında da bu tür seramiklerin iletişim kuramlarına göre üretilmeleriyle başarıya ulaşabileceği anlaşılır. Nedir bu iletişim kuramları?

Seramikler, tasarımcısı veya ustası tarafından, alıcının dikkatini çekecek bir tarzda biçimlendirilmeli, ortak-yaşam deneyimlerinin ürünleri olmalı, bireysel gereksinimleri gidermeli, en uygun medya ile alıcıya ulaşmalı, bilgi düzeyini yükseltmeli, değer, tutum, beklenti ve davranış kalıplarına ters düşmeyecek tarzda olmalıdır. Tekniğe egemenlik, çoğaltma tekniğine uygun tasarımlar, renk ve biçim duyarlılığını da unutmamak gerekir. Bütün bu tasarım ve iletişim ilkelerinin klasik ve endüstriyel seramik sanatı bağlamında en iyi örneklerine, tarih öncesi dönemlerden başlamak üzere rastlanmaktadır.

Toplumlararası iletişimde çok önemli bir rol oynayan ticari ilişkiler sayesinde birçok şeyin, (alım-satımlarda, değiş-tokuşlarda veya hediye edilme yoluyla) bir yerden başka bir yere taşınarak alıcılarını, etkisi altına aldığı bilinen bir gerçektir. Örneğin; Asur Ticaret Kolonileri Çağında “Asurlu tacirlerin Anadolu sanatının gelişmesinde, onun yeniden biçimlenmesinde büyük etkileri olmuştur...

Çanak-çömlek, bu çağda çarkın tekamülü ve yeni şekillerin ortaya çıkması ile büyük bir gelişme sağlamıştır. Tek renkli kaplar perdahlı ve ayna gibi parlak astarlıdır. Perdahlama onlara madeni bir görünüş kazandırmıştır. Denilebilir ki, bu çağda bu teknik, gelişiminin en yüksek noktasına erişmiştir” (Temizer, 1975, s:60-61). O zamana kadar elde şekillendirilen basit geometrik motiflerle süslü, deve tüyü renkli ve kırmızı hamurlarla yapılmış, geniş ağızlı çömlekler, iri vazolar, küpler, gaga ağızlı testiler ile benzerlerine rastlanan Anadolu seramik eserlerinin ticari ilişkiler sayesinde birçok kültürlerden etkilenerek biçim, teknik, renk vb. bakımlardan çok büyük gelişmeler gösterdiği bir gerçektir.

Bu sadece Mezapotamya-Anadolu etkileşimi örneğiyle kalmayıp, tarihi gelişimi içinde çeşitli ülkelerin birbirleriyle etkileşimi örnek olarak gösterilebilir. Erken dönem Kore, Çin, Japon porselen ve yüksek pişirimli çömlek formları, biçimleri ve sırları; ünlü ustalar tarafından resimlenmiş (dekorlanmış) Girit, Yunan, Etrüks vazoları; Güney ve Orta Amerika yerlilerinin güzel, zengin çömlek biçim ve desenleri; İslam Mimari seramikleri, çok renkli duvar çinileri ve mavi-beyazları, 18. yüzyıl başlarında yapılan Avrupa porselenleri, Alman tuz sırlı

seramikleri ve daha birçok seramik örneği, yüzyıllar boyu birbirini etkileyerek, günümüze dek gelmişlerdir. Böylece iletişimde kaçınılmaz sonuç olan etkileşimle her geçen gün klasik ve endüstriyel anlamda yeni seramikler ortaya çıkmıştır.

Çömlekçi çarkında üretilen çanak çömleklerden, Roma Uygarlığında kullanılan terra-sigilata kırmızı seramiklere, Çin porselenlerinden, Alman seramiklerine, evlerde kullanılan sofrta mutfak malzemelerinden, bina yapımında kullanım kiremit, tuğla fayans, şömine vb. yardımcı malzemelere, sağlık için gerekli tıp malzemelerinden, çeşitli sanayi dallarında kullanılan izolasyon malzemelerine ve seramiği oluşturan oksitlerin ayrıntılı incelenebilmesiyle yeni kullanma alanlarına kadar; yapıldıkları dönemlere, kullanım yerlerine, fiziksel kimyasal teknolojik özelliklerine ve etkileme gücüne göre seramiği her yerde görmek mümkündür. Bu da seramiğin sınırları aşan, uluslararası bir dokuya sahip olduğunun kanıtıdır.

Görüldüğü gibi, toplum yaşamındaki gereksinmelere sosyo-kültürel ve felsefi yapıya göre, sürekli değişen gelişen renk, desen, çizgi gibi biçimlendirme öğelerinin dengesi, düzenlenmesi ve bunların iyi seçilmesi yerinde kullanılması işlev, biçim ve estetiğin aralarındaki bağlantıların iyi belirlenmesiyle, alıcının ihtiyaçlarının karşılanması; eğitici uyarıcı gücüyle alıcılarda tepki uyandırmasıyla güvenilir bir kaynak haline gelen seramikle, değişik şekillerde etkileşim sağlanmış olur.

Şu halde aşağıdaki örnelemeye, klasik ve endüstriyel seramik sanatı bağlamında yaklaşarak yaşanması olası tehlikelerden kaçınılması gerekir.

“Popüler ikonların işlevi, temelde, eski çağlardaki ikonları ile benzer yanlara sahiptir. Fakat bazı özellikleri yenidir. Örneğin çok ucuzdurlar, çok yaygındırlar, özgün gibi görünmekte, fakat her yerde aynı özü taşımaktadırlar. Çünkü ucuz olabilmeleri için, bunlar da seri imalatla üretilmektedirler. Seri imalata yönelmenin gereğinin nedeni ise, meta olarak ucuza imal edilmelerini de aşmaktadır. Çağdaş toplumdaki egemenliğin, geniş katılmalarla işlerli kılınan bir kültürel hegemonya ile sürdürülmekte oluşu ile ilgilidir. Bunda da, farklılaşmalar olsa bile, ikon’un özü aynı kalmaktadır. Örneğin, aynı İsa ikonunun nikelajlısı, bakırı, tenekesi yapılmaktadır. Ya da aynı burç, aynı amuletin pahalısı, ucuzu vb. yapılmaktadır. Fakat, kendisi de bir meta olan herhangi bir ikon’u alıp kendi ikon’u yapacak olan kişi, bu seri imalat ikona değişik bir boya sürmekte, ufak-tefek biçim değişikliği yapmakta böylece, onu bireysel ve ‘özgün’ bir ikona dönüştürmektedir. Başka bir yeniliği ise ikonların ömürlerinin eski ikonolojideki ikonların ömürlerine oranla çok daha kısa oluşları, kendilerine kalıcı bir saygı gösterilmemekte oluşudur. Çünkü, günümüzde bu konuda değişmeyen ikon’un kendisi değil, ikon’a olan gereksinimdir.

Bu yüzden, en ünlü şampiyonlar, en çılgın müzik parçaları, en çekici giyim tarzları, en çarpıcı ‘amulet’ ler kısa bir sürede yeniliğini yitirmekte; yerlerine hemen başka ikonlar bulunmaktadır. Eskiyen ikonlar, üzerinde yoğun bir emek, bir beceri bir kültür biriktirimi de

bulunmadığı için; hızla 'çöpe' atılmaktadır" (Alemdar-Kaya, 1983, s:192-193).

Sonuç olarak; klasik ve endüstriyel seramik sanatı adına yapılacak biçimlerin, farklı işlevlere yönelik, seri, ucuz ve estetik kaygılar içinde, işlev-malzeme ilişkisinin çok sağlam kurularak tasarlanması gerekir.

19. yüzyıla gelinceye kadar sanatın, bilgili, bilge ya da erdemli insanlar yetiştirmek, alıcıda haz/zevk uyandırmak ve eğitmek gibi toplumsal işlevlerinin bu yüzyıldan sonra değişerek "insanla doğa arasına giren endüstri dünyasını tasarlayıp ona biçim vermek ve bu aradünya insanının yaşam üslubunu oluşturmak görevlerini üstleniyor" (İpşiroğlu, 1991, s:73) olmasıdır. Endüstri çağının başlamasıyla sanat adına üretimde bulunan kişiler, makinaların hızına yetişemez olmuşlardır. Sosyal ve kültürel yaşamda meydana gelen değişmelerle artık alıcılar da, farklı şeyleri beğenmektedirler. Ne yazık ki bu arada patlak veren dünya savaşları pek çok şeye olduğu gibi seramik çalışmalarına da ket vurmuştur. Kimyagerlerin, seramik gövde ve sır üzerine yaptıkları araştırma-geliştirme çabalarının sonucunda 19. yüzyılın 4. çeyreğinde 20. yüzyılın başlarında seramik okulları kurulmuştur. Bunların başında 1919 da Almanya'da kurulan ve Bauhaus adıyla anılan mimarlık okulu; yaratıcı gücün en iyi şekilde değerlendirilmesini amaç edinmiş, endüstriyel ve el becerisine dayalı klasik seramik sanatı arasında yeni bir anlayışı geliştirmiştir. Çömlekçinin, kişisel girişimleri ve etkileşimleriyle ortaya koyduğu az sayıdaki özel veya küçük parçaların, tasarımcı tarafından yeniden düzenlenerek, makinalarla binlercesinin üretilmesi planlamıştır.

“20. yüzyılın başındaki bu gelişme, yalnızca seramikle uğraşan kişileri değil, aynı zamanda da duygularını anlatmak için mükemmel bir malzeme olan seramiği, tesadüfen bulan uluslararası düzeyde ün yapmış ressamaları, heykeltıraşları ve mimarları da etkilemiştir” (Storr-Britz, 1980, s:17). Chagall, Leger, Matisse, Miro, Picasso, Nay ve Laeuger bunların arasında sayılabilir. Bu sanatçılar farklı düşüncelerle yaptıkları duvar karoları, kap-kacak biçimleri ve dekorasyon seramik malzemeleriyle yepyeni bir seramik sanatının da öncüleri olmuşlardır. Hiçbir geleneğe bağlı kalmadan, ne Asya ne Avrupa çömleklerinden etkilenmeden, geçmiş ve geleceğin sentezini kişisel deneyimleri ve yaratıcı güçleriyle birleştiren bu öncü kişiler seramiği yeni ve bilinmeyen bir biçimde ortaya koymaya çalışmışlardır. Bu tür seramikler ne çanak-çömlek, ne mimari eleman ne de başka bir adla anılabilmektedir artık. Bu da gösteriyor ki: 19. yüzyılda başlayan endüstri devrimiyle birlikte geniş kitlelere yayılan, bir iletişim aracı olarak daha da güçlenen seramiğin, sınırsız şekillendirme, teknolojik ve benzeri imkanlarıyla, sanatçıları da etkilemiş ve alışagelmış yapısının dışında özgün eserler olarak yeni bir biçim kazanmasına yol açmıştır.

Aynı yüzyıllarda ortaya çıkan, geniş kitleleri etkisi altına alan, Pop Art, Opt Art, Happening ve benzeri birçok akım, sanat türlerinden hangisine yönelirse yönelsin yeni tanımlamalar getirmiştir. Klasik ve endüstriyel seramik sanatı tanımlamalarına bu dönemlerde bir yenisi daha eklenmiştir: Özgün (serbest, soyut) seramik sanatı. Seramiğin diğer türlerinde olduğu gibi bu tür içinde başlangıç noktasını tarih öncesi dönemlere kadar götürüp, ilk özgün seramik eserlerin örneklemesi idoller üzerinde yoğunlaştırılabilir. Denilebilir ki; sanatçının hayal gücünün, yeteneğinin, duygularının, seramik

malzemeye hiçten başlayan doğaçlama bir biçimlendirme (nokta, çizgi, düzey, hacim) ya da doğada görünenin ardındaki sorunların kişisel üslupla biçimlenerek ortaya çıkarılmasıdır özgün eserler.

Klasik ve endüstriyel anlamda yapılmış çalışmalar hiçbir ilgisi olmayan, tamamen yepyeni özellikleri olan özgün seramikler, sıklıkla sürprizlerle dolu, eğlendirici, hicivle yüklü, bazı zamanlarda şok edici, acaip ve utanç vericidirler. Bütün bunlar iletişim aracı olan seramiğe, sanatçının düşüncelerinin ve karşılaştırmalarının bir mesaj olarak yüklenmesiyle ortaya çıkar. Bu mesaj, gerek klasik ve endüstriyel seramik sanatı bağlamında yarar amaçlayan biçimlendirmeler şeklinde olsun; gerekse, özgün seramik sanatı bağlamında tinsel gereksinimlere hitaben biçimlendirmeler şeklinde olsun; bütün bunlar alıcıya haz/zevk veren ve onda estetik duygu ve heyecan uyandırabilmek amacıyla yüzeyleri, kenarları ve açılarını ile net tanımlanabilen geometrik (düzgün) form veya yüzeyleri kenarları düzgün olmayan, görsel algılamada oyalamalar ve belirsizlikler yaratan organik (düzgün olmayan) formlar olarak ulaşırlar. Alıcı; tasarım aşamasında gözün uyarılması ve zıt olan formların uyumlu bir denge içinde, soyut nitelikteki güçlerin yani özün yakalanıp, görünenin ardındaki kavramların sosyo-kültürel yapıya, çağa ve bölgelere göre farklılıklar göstererek ortaya konulduğu biçimle iletişimde bulunur.

Alıcı, sanatçısını görmeden, tanımadan, bilmeden onun yapıtlarını aracılığıyla biçim, ışık, renk gibi görsel, ses gibi işitsel uyarıları alır ve esere yüklenmiş olan ilgisini çeken simgeleri çözümlenmeye çalışır. Bu aşamada, "sanatçının kişiliğinin, zamanın ve yerin önemli rolü yoktur. Böyle olduğu için de müzeleri dolaşırken adını bilmediğimiz ne zaman

yaşadığından habersiz olduğumuz sanatçıların yaptığı tabloların, heykellerin karşısında hayranlıkla durulur, yüzyıllar önce bestelenmiş 'Nevekara' ya da 'Carmina Burana' soluk kesilerek dinlenir" (Köknel, 1986, s: 447).

Sanatçı; ister klasik, ister modern, ister kübik isterse post-modern akım veya akımlardan herhangi biri içinde, bugünün ve yarının dünyasına bakarak, malzemesi ne olursa olsun; evrensel biçim dilini yakalamak çabasında olmalıdır.

Konu gereği tüm çabaları özgün seramik sanatı çerçevesinde oluşturan sanatçının eserleriyle iletişimde bulunan alıcı veya suje "soyut denilen bu yapıtlara baktıkça, bunları canlı, somut varlıklar olarak görmeğe başlayacaktır. Doğaya paralel düzeyde özgün bir yaşamı olan bu varlıklar, ona başka başka yüz ifadeleriyle güleç, somurtkan, gergin ya da öfkeli görünecektir. Doğal yaratıklardan ayrılan, fakat evrensel-oluşumu sürdüren bu sanat varlıkları, ortada bulunanı (görünen nesnelere) yinelemeyecek, daha doğmamış olandan, olası dünyalardan haber verecekti yaşama yeni bir şey katacak, onu zenginleştirecekti" (İpşiroğlu, 1991, s: 71).

Sanatçının bilgi, deney ve yeteneğiyle ifade bulan, topluma ve dünyaya mesajı olan bu tür sanat eserlerinden çıkan iletilerin, çözülüp anlaşılması ve yanlış yorumlara yol açmaması için alıcının, belli bir potansiyele sahip olması gerekir.

Açıklanmaya çalışıldığı gibi, gerek klasik ve endüstriyel gerekse özgün seramik sanatıyla iletişimde bulunan alıcının, çok çeşitli

faktörlerden kaynaklanan değerlendirmelerindeki farklılıklar olağandır. Örneğin “size bir ‘sinyal’ gelince ne oluyor? Bunun bir işaret şeklinde geleceğini hatırlayınız. Eğer bu işareti daha önceden öğrenmiş bulunuyorsanız, o’nun ile birlikte, belli tepî (response) veya tepilerde bulunmayıda öğrenmişsinizdir. Bunlara bizim dilimizde aracı tepiler denilir, çünkü mesaj ile sizin sınırsel sisteminizde mesaja karşı yapılan şey arasında ara-buluculuk yapmaktadırlar (mediate). Bu tepiler, işaretin sizde ifade etmekte olduğu anlam diye kabul edilmelidir. Bunlar, daha önce söylediğimiz gibi denemelerle öğrenilirler, fakat organizmanızın içinde bulunduğunuz andaki durumdan da etkilenir, değışirler. Örneğin, eğer açsanız bir resimde iyi pişmiş bir ızgara et resmi görünce, tıkabasa doygun olduğunuz zamana benzemeyen bir tepide bulunursunuz” (Oskay, 1985, s: 105-106).

Bütün bu açıklamalardan da anlaşılacağı gibi üretilen iletilerle kimlerin iletişimde bulunduğunu gösterir örnek çalışmalar ve araştırmalar yapılması olasıdır. Ancak alıcı ile kaynak arasındaki etkileşimin nerede başlayıp nerede bittiğini belirlemek; en basit iletilerin bile alıcıların nereye kadar ve ne ölçüde etkilediğini saptamak son derece güçtür. İletişimin bütününü inceleyip yargıya varmak yeterli olmayacağı gibi bir takım yanılgılara düşülmesi de olağandır. Böyle bir durum karşısında yapılan değerlendirmeler kesinlikle «eksik» ya da «yetersiz» olacaktır.

SONUÇ

Doğayla yaşamın etkileşimi sonucunda ortaya çıkan sanat, bireyi dolaylı ya da dolaysız etkiler. Bu etki ise iletişim olgusundan başka birşey değildir.

İletişim olgusu seramik sanatı bağlamında düşünüldüğünde ise; çömlekçinin, tasarımcının veya sanatçının dünyada ve nesnelere aradığını ürünüyle, eseriyle, yapıtıyla yansıtmaya çalışması; izleyicininse özlem duyduğu şeyi bunlarda bulabilmesidir. İnsanlar arasındaki en güçlü ve etkili iletişim sanatla sağlanır.

Seramiği, iletişim bağlamında bir duyuş, bir görüş ve anlayışla görsel bir anlatım aracı olarak tanımak ve kavramak gereklidir. İletişim araçlarının kişiler, gruplar, toplumlar ve ülkeler arasında; haber ve bilgi sağlama, toplumsallaştırma, güdüleme, tartışma ortamı hazırlama, eğitme, kültürün gelişmesine katkıda bulunma, eğlendirme, birbirlerini tanıma ve anlamasını sağlayacak bir ortam yaratarak bütünleştirici bir rol oynadıkları bilinmelidir.

Tüm bunlar gözönünde bulundurularak gönderdiği iletinin izleyicideki etkilerinin, kısacası izleyici-eser etkileşiminin nerede başlayıp nerede bittiğine, nereye kadar ve ne ölçüde etki yaptığını belirlemek son derece güç olmasına karşın, kendine özgü görsel anlatım biçimiyle klasik-endüstriyel-özgün seramik sanatı, doğal gelişim süreci içinde hızla gelişen iletişim bilimiyle yakın ilişkisi sayesinde yeni ürünlerini yaratma imkanını bulacaktır.

KAYNAKÇA

ALEMDAR, Korkmaz;

KAYA, Raşit.,

Kitle İletişimde Temel Yaklaşımlar,
(Savaş), Ankara 1983.

ALTAN, Özdemir.,

"Tülin Ayta ve Seramik Sanatı", **Boyut Plastik Sanatlar Dergisi**, (Sayı: 29), İstanbul 1985.

ANILANMERT, Beril.,

"Seramik Eğitiminde Yeni Yönelimler", **Türkiye'de Sanatın Bugünü ve Yarını**, (Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Y., 1), Ankara 1985.

ARCASOY, Ateş.,

Seramik Teknolojisi, (Marmara Üniversitesi Y., Sayı: 457), İstanbul 1983.

AVCI, Nabi.,

İletişim Düşüncesinin Gelişimi: Eğitim-Öğretim Boyutlarıyla Bir Model Denemesi, (Anadolu Üniversitesi Y. No: 304, Açıköğretim Fakültesi Y., No: 136) Eskişehir 1988.

AZİZ, Aysel.,

Toplumsallaşma ve Kitleleşme İletişim,
(A.Ü. S.B.F. ve Basın Yayın Yüksekokulu
Basımevi), Ankara 1982.

BRONOWSKI, Jacob

(Çev: A. Göker),

İnsanın Yükselişi, (V Y.), Ankara 1987.

ÇALIŞLAR, Aziz.,

Ulusal Kültür ve Sanat, (Cem Y.),
İstanbul 1988.

ERİNÇ, Sıtkı M.,

"Sanata Giriş", **Sanata Giriş ve Estetik,**
(Anadolu Üniversitesi Y., No: 580,
Açıköğretim Fakültesi Y., No: 274)
Eskişehir 1993.

FISCHER, Ernst.,

(Çev. C. Çapan),

Sanatın Gerekliliği, (Sanat ve Toplum
Dizisi: 1, E Y.,) İstanbul 1980.

GALATALI, Atilla.,

"Eleştirim", **Türkiye'de Sanatın Bugünü
ve Yarını,** (Hacettepe Üniversitesi, Güzel
Sanatlar Fakültesi Y., Sayı: 1), Ankara
1985.

GUIRAUD, Pierre.,

(Çev. M. Yalçın),

Gösterge Bilim, (İmge Kitabevi), Ankara
1994.

- GÜÇHAN, Naci., "Televizyonun Toplumsal ve Kültürel Etkileri", **Kurgu 5**, (Açıköğretim Fakültesi İletişim Bilimleri Dergisi: 5, Anadolu Üniversitesi Y., 320, Açıköğretim Fakültesi Y.: 141), Eskişehir 1989.
- İPŞİROĞLU, Nazan-Mazhar., **Sanatta Devrim**, (Remzi Kitabevi), İstanbul 1991.
- KARASU, Bilge., **Ne Kitapsız Ne Kedisiz**, (Metis Y.), İstanbul 1994.
- KÖKNEL, Özcan., **İnsanı Anlamak**, (Altın Kitaplar Y.), İstanbul 1986.
- LEVENT, Tamer., "Özerk Sanat Kurumu" (Milliyet Sanat, sayı: 324) İstanbul 1993.
- MORAN, Berna., **Edebiyat Kuramları ve Eleştiri**, (Cem Y.), İstanbul 1991.
- OSKAY, Ünsal., **Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş**, (Ankara Üniversitesi, Basın-Yayın Yüksekokulu Y., No: 7) Ankara 1985.
- OSKAY, Ünsal., **İletişimin "ABC"si**, (Simavi Y.) İstanbul 1992.

- ÖZER, Atila., "Karikatür Sanatı", **Kurgu 6**, (Açıköğretim Fakültesi İletişim Bilimleri Dergisi: 6, Anadolu Üniversitesi Y., No: 354) Eskişehir 1989.
- SAN, İnci., **Sanatsal Yaratma, Çocukta Yaratıcılık**, (Türkiye İş Bankası Kültür Y., No: 181), Ankara 1979.
- STORR-BRITZ, Hildegard., **Contemporary International Ceramics**, (DuMont Buchverlag), Köln 1980.
- ŞENYAPILI, Önder., **Toplum ve İletişim**, (Turhan Kitabevi), Ankara 1981.
- TEMİZER, Raci., **Anadolu Medeniyetleri Müzesi**, (Dönmez Ofset), Ankara 1975.
- TOKA, Cemil., **İnsan-Araç Bağıntısında Tasarım İlkeleri**, (İ.D.G.S.A. Y., No: 03, Yeterlilik Tezi) İstanbul 1978.
- YÜKSEL, Ahmet Haluk., "İletişim Süreci ve Sistem Yaklaşımı Açısından İletişim Sürecinin İncelenmesi" **Kurgu 6**, (Açıköğretim Fakültesi İletişim Bilimleri Dergisi No: 6, Anadolu Üniversitesi Y., No: 354, Eskişehir 1989.
- ZILLIOĞLU, Merih., **İletişime Giriş**, (Anadolu Üniversitesi Y., No: 632, İletişim Bilimleri Yüksekokulu Y., No: 6) Eskişehir 1992.