Uluslararası Toplumsal Bilimler Dergisi

Dizinler

Her veri tabanından dergilerin dizin güncelliği kontrol edilmelidir. DergiPark sorumluluk almamaktadır.

Diğer Dizinler

- MLA
- CrossRef
- Index Copernicus
- ResearchBib
- Türk Eğitim İndeksi
- Eurasian Scientific Journal Index
- WorldCat
- Directory of Indexing and Impact Factor
- Sindex
- CiteFactor
- ASOS

- Dergi Ana Sayfası
- Hakkında
- Amaç ve Kapsam
- Makale Gönder
- Dergi Kurulları
- İstatistikler
- Yazım Kuralları
- Etik İlkeler ve Yayın Politikası
- Ücret Politikası
- Dizinler
- Arşiv
- İletişim
- Hakkımızda
- Yayın Etiği

TOBİDER

International Journal of Social Sciences

ISSN:2587-2591
DOI Number:http://dx.doi.org/10.30830/tobider.sayi.15.26

Volume 7/3
2023 p. 460-482

SERAMİK SOFRA EŞYALARININ TARİHSEL GELİŞİMİ VE GÜNÜMÜZDEKİ ESTETİK YÖNELİMLERİ

HISTORICAL DEVELOPMENT OF CERAMIC TABLEWARE AND CURRENT AESTHETIC TENDENCIES

Selin GENÇTÜRK*

Efe TÜRKEL**

ÖZ

Seramik kaplar, tabaklardan çaydanlıklara kadar uzanan çeşitli nesnelerde bulunan form ile fonksiyon arasındaki hassas dengeyi her zaman gözeterek tasarlanmış ve binlerce yıl süren bu tasarım yolculuğunda arketip unsurlar ışığında günümüz standartlarına ulaşmıştır. Bu nesneler aynı zamanda, sanat ve mühendisliğin birleştiği, endüstriyel tasarım prensiplerinin günlük yaşama mükemmel bir şekilde entegre edilmesini sağlayan çoklu disiplini temsil eder.

El yapımı seramikten endüstriyel imalata geçişte yemek kültürü tasarımı, tasarım da yemek kültürünü oluşturmuştur. Bu kültürel alışverişin ışığında, renk ve malzeme arasındaki karmaşık etkileşim, endüstriyel tasarımın ele aldığı temel problemlerden biridir. Günümüzde, porselen ve stoneware gibi malzemelerle üretilen formlar, kimi zaman tasarımcıların yaratıcı vizyonlarını ifade etmek için kullandıkları biçimlere dönüşürken, renk paletleri ve sırlama teknikleri gibi unsurlar da tüketici tercihleri ve kültürel hassasiyetlerle etkileşime girmektedir.

Ayrıca, endüstriyel tasarım alanında çağdaş trendler ve yenilikler incelendiğinde; kullanıcı deneyimini geliştiren ergonomik fikirlerden, modern çevre bilincine uygun sürdürülebilir uygulamalara kadar tasarımcıların, sofra gereçleri estetiğinin geleceğini şekillendirmeye devam edeceği görülmektedir. İster yerel üreticiler tarafından elle üretilsin, isterse fabrikalarda seri üretim şeklinde gerçekleştirilsin, seramik sofra eşyası estetiği, tasarım bilimi ve felsefesi açısından kullanılan materyal ve renk özellikleriyle, gündelik kullanıcı alışkanlıkları oluşturan veya ikonik

* Dr. Öğr. Üyesi, Yaşar Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi / Endüstriyel Tasarım Bölümü, E-mail: selin.gencturk@yasar.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4644-3072, İzmir, Türkiye.

** Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Seramik ve Cam Bölümü, Seramik Anasanat Dalı, E-mail: efe.turkel@deu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0042-954X, İzmir, Türkiye.

nesnelerin tasarlanmasına yol açan, popülerliğini yitirmeyecek ve her zaman güncelliğini koruyacak bir alandır. Bu çalışmada aynı zamanda günümüz tasarım biliminin ele aldığı sürdürülebilirlik, markalaşmada modern yönelimler ve temel pazar analizleri gibi başlıklara da değinilmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Seramik, Sofra Eşyası, Endüstriyel Tasarım, Estetik, Renk, Malzeme*

ABSTRACT

In this study, the aesthetics of ceramic tableware discussed from its historical aspects and industrial design perspective. Ceramic pots have been designed by always considering the delicate balance between form and function found in various objects ranging from dishes to teapots, and have reached today's standards in the light of archetypal elements in this design journey that lasted for thousands of years. These objects also represent the multi-discipline where art and engineering merge, allowing the principles of industrial design to be perfectly integrated into everyday life. The journey into the aesthetics of ceramic tableware begins with an examination of its historical evolution.

In the transition from handmade ceramics to industrial manufacturing, food culture created design, and design created food culture. In light of this cultural exchange, the complex interaction between color and material is one of the fundamental problems addressed by industrial design. Today, forms produced with materials such as porcelain and stoneware sometimes turn into forms used by designers to express their creative visions, while elements such as color palettes and glazing techniques interact with consumer preferences and cultural sensitivities.

Additionally, when contemporary trends and innovations in the field of industrial design are examined; From ergonomic ideas that improve user experience to sustainable practices in line with modern environmental awareness, it seems that designers will continue to shape the future of tableware aesthetics. Whether produced manually by local producers or mass produced in factories, the aesthetics of ceramic tableware is a field that will not lose its popularity and will always remain up-to-date, with the material and color characteristics used in terms of design science and philosophy, creating daily user habits or leading to the design of iconic objects. In this study, topics such as sustainability, modern trends in branding and basic market analysis, which are addressed by today's design science, will also be touched upon.

Keywords: *Ceramics, Tableware, Industrial Design, Aesthetics, Color, Material*

Giriş

Endüstriyel tasarım alanında, seramik sofra eşyaları, form ile fonksiyon arasındaki hassas dengeyi mükemmel bir şekilde yansıtan nesneler bütünü olarak öne çıkmaktadır. Bu nesneler, sade tabaklardan karmaşık tasarımlı çaydanlıklara kadar uzanan yelpazesiyle, yemek deneyimleri alanında sanat ve mühendisliğin sorunsuz bir şekilde birleştiğinin bir kanıtı olarak insanlığa hizmet eder. Bu konu özelinde incelendiğinde, tarih boyunca ergonomi, malzeme seçimi ve imalat süreçleri gibi teknik ve düşünce odaklı tasarım faktörleri hem işlevselliği hem de estetiği artırmak için özenle kullanılmıştır.

Seramik sofra eşyalarının tarihsel evrimine baktığımızda; el yapımı ilk seramik kaplardan itibaren estetik ve işlevsellik kavramına yönelik temel prensiplerin onu yapanlar tarafından gözetildiğini görebiliriz. Bu tarihsel bakış açısı, tasarım nesnesinin belki de yapıldığı dönemin yemek kültürünü şekillendirmede oynadığı temel rolü de açıkça gösterir.

Seramik sofra eşyaları estetiğini temel olarak incelendiğimizde, renk ve malzemenin karmaşık etkileşimini keşfederiz. Bu, endüstriyel tasarımın da vazgeçilmez kuralları arasındadır. Malzeme seçiminin, zarafetin temsilcisi olan porselen mi yoksa rustik çekiciliğiyle bilinen gözenekli bünyelerden mi olacağı, kimi zaman tasarımcıların yaratıcı vizyonlarını ortaya koyacakları bir mücadele arenasını da temsil eder niteliktedir. Renk paletleri, sırlama teknikleri ve yüzey dekorlarının titiz bir şekilde tasarlanması, bilinçli tüketicinin tercihleri ile örtüşmek zorundadır. Bu tasarımlar aynı zamanda gelişen gastronomi ve mutfak sanatları alanıyla da biçimsel ve işlevsel bir uyum içinde olma çabasındadır. Yeme içme kültürü ve güncel yönelimler seramik sofra eşyalarının malzeme, renk ve tasarım özelliklerinin sürekli olarak yenilenmesine yol açmıştır.

1. Seramik Sofra Eşyalarının Üretim ve Teknik Özellikleri Açısından Tarihsel Gelişimi

Seramik kaplar, insanlık tarihinde benzersiz bir yere sahip olup hem pratik hem de sembolik rolleri yerine getirmişlerdir. Seramik malzeme zaman içinde, basit figürlülerden karmaşık sanat eserlerine kadar evrim geçirmiş ve eski uygarlıkların yaratıcılığını ve hayal gücünü yansıtmışlardır. Seramik kapların atası olan bu figürler, günümüzden yaklaşık olarak 32.000 yıl önce üretildiler. Bu erken seramikler, çoğunlukla pratik işlevler yerine ritüel veya dekoratif amaçlar için kullanılırken, seramik kaplar için gerçek anlamda günlük kullanım için tasarlanmış seramiklerin ortaya çıkışı yaklaşık olarak 19.000 yıl önce gerçekleşmiş ve bu çıkış özellikle Güney Çin ve ardından Japon adalarında gözlemlenmiştir. Seramik kapların daha sonra günümüzden yaklaşık olarak 14.000 yıl öncesine tarihlenerek Rusya'nın doğu bölgelerine ve Doğu Sibirya'ya ulaştığı görülmektedir. Bu kaplar 450 ila 700°C arasında değişen sıcaklıklarda pişirildiği için balçık ve otlardan yapılan harçlarla ateşte kurutularak yapıldıkları tahmin edilen erken örneklerine göre daha dayanıklı hale getirilerek günümüze kadar korunarak gelebilmişlerdir. Seramik kapların yaygınlaşması için 7-8 bin yıl daha geçmesi gerekmiştir. Buluntular üretimin Güney Doğu Anadolu ve Mezopotamya'ya kaydığını göstermektedir. İlk seri üretim örnekleri ise M.Ö. 6600 yıllarında yine Mezopotamya'da gözlemlenmiştir. M.Ö. 6900 – 6000 yılları arasındaki seramik üretiminin olduğu bu dönem seramikli Neolitik dönem olarak da bilinir (Yoleri, 2023, s. 64). Seramik sofra takımlarının tarihsel gelişiminin incelenmesi, multidisipliner bir yaklaşım gerektiren çok yönlü bir çalışmadır. Arkeolojik bulgulardan, sanatsal geleneklerden, üretim tekniklerinden ve tasarım evriminden yararlanarak incelenmesi gereken kapsamlı bir konudur. Bu kompleks araştırma alanına yemek yemenin duyusal ve duygusal deneyimlerini de eklediğimizde seramiğin bir sanat formuna dönüştüğünü de görebiliriz. Bu işlevsel ve psikolojik odaklı başlangıçlara ek olarak, yaklaşık olarak 9.000 yıl önce

başlayan göçebe yaşam tarzından yerleşik yaşama geçişte, seramik kapların evriminde kritik bir rol oynamıştır. Bu geçiş, tarımın yaygınlaşması ve gıda işleme gibi ekonomik ve sosyal faktörler tarafından itilen bir dönüşüme işaret ediyordu. Bu dönüşüm de saklama kaplarına olan talebi artırarak seramik kapların pratik araçlar olarak gelişmesini hızlandırmış ve seramik sofra takımlarının ilk örneklerine dair nihai gelişimin temelini atmıştır. Bu dönem örnekleri yüksek derecede pişirimler gerçekleştirilemediği ve buna uygun çamur bünyeleri tasarlanamadığı için nispeten mukavemeti düşük ve gözenekli bünyelerden oluşmaktadır.

En erken örnekleri veya geç neolitik dönem itibariyle olsun seramik kap kacakların üzerleri sembolik unsurlar içeren ancak düzensiz pek çok çizgisel kazıma, baskı ve renklendirme çabasından ibarettir (Gibbs, 2013, s. 74). Bunun haricinde M.Ö. 5000 yıllarına ait dekorlu sofra kaplarına da Çatalhoyük'te rastlanır (Cooper, 2002, s. 12). Ancak burada Halaf seramiklerinin diğerlerinden ayrılmış olduğunu görürüz. Kil kalitesi bu dönem yine düşük olsa da bezemeler ve renklendirmelerin sistematik olarak geliştiğini, erken dönem örneklerinde bile seramiklerin iç veya dış yüzeyindeki motiflerin belirli bir düzen içerisinde ağızdan gövdenin yarısına kadar ya da seramiğin tamamını kapsayacak şekilde polikrom (çok renkli) uygulandığını görebiliriz. Bu özellikleriyle de bir üslup yaratarak sadece işlevselliğiyle değil seramikteki estetik algıya hitap ederek ticari olarak dolaşım sağlayan erken örneklerin belki de en iyileridir (Kocaispir, 2020, s. 420-421).

Seramik sofra takımlarının tarihsel evrimi, bin yıllara yayılan ve geniş bir stil, teknik ve kültürel etki yelpazesini kapsayan olağanüstü bir yolculuktur. Bu yolculuk, yalnızca sanatsal ifadeyi değil aynı zamanda teknoloji, ticaret ve kültürel alışverişteki ilerlemeleri de tarihsel perspektiften görmemize olanak tanır. Mezopotamya'da geliştirilen ve Uruk döneminde kullanılmaya başlayan hızlı çark tekniği ile seramik sofra eşyası üretimi hız kazanarak yine aynı bölgede ve ahşap, pişmiş toprak veya su kabağı gibi basit organik formların kullanımı ile farklı form çeşitliliğinde ve belirli standartlarda üretilmeye başlanmıştır (Yoleri, 2023, s. 67). Ege – Akdeniz havzasında ise Kıbrıs, Kiklad Adaları, Yunanistan ve İtalya'daki seramik üretim merkezleri M.Ö. 1500'den itibaren daha rafine çamurlar, daha gelişmiş formlar, daha kontrollü pişirim teknikleriyle döneminin en estetik ve teknik açıdan üst seviyede seramiklerini üretmişlerdir.

Seramik çamurlarındaki bariz teknik gelişmeler ise yine Hindistan, Mezopotamya ve Mısır'da görülen, M.Ö. 4000'li yıllara dayanan ve günümüzde fayans veya Mısır Pastası ismiyle bilinen ve 'kendinden sırlı' olarak da tanımlanan çamur reçetesi ile başlar. Geç dönem İslam seramiğinde bu çamurlar en üst seviyede geliştirilp kullanılmaya başlanmıştır. Ama belki de asıl büyük gelişme Shang hanedanlığı Dönemi'nde gerçekleşen sırlı yüksek dereceli pekişmiş bünyeli (stoneware) seramiklerin M.Ö. 1600 tarihlerinde üretilmesiyle gerçekleşir. (Cooper, 2002, s. 29-54). Çin, seramik üretiminde uzun ve başarılı bir tarihçeye sahiptir ve yüzyıllar boyunca yüksek sıcaklıkta sırlı seramiklerin üretiminde önde gelen bir konumda bulunmuş, sonunda gerçek porselenin

gelişimine yol açmıştır. Yüksek sıcaklıkta sırlı seramiklerin başarılı üretimi öncesinde, M.Ö. 1700-1027 Shang ve M.Ö. 1027-221 Zhou hanedanları döneminde proto-porselenler olarak anılan ve günümüzde stoneware olarak da bilinen bünyeleri üretildi (Min Yina, 2011, s. 1-2). Seramik sofra eşyalarında yaygın olarak kullanılan ve ilk örnekleri Mısır ve Mezopotamya'da görülen, buna karşın Çin'de üretilen seramiklere göre düşük dercelerde pişen kurşun sırlı seramikler ise M.Ö.100 yılında Doğu Akdenizde ve Anadolu'da teknik olarak geliştirilmiş, Roma İmparatorluğu döneminde Avrupa ve Asya'da üretimi oldukça yaygınlaşmıştır (Cooper, 2002, s. 52-53).

Özellikle Antik ticaret yolları ağı olan İpek Yolu, kıtalar arasında seramik sofra geleneklerinin ve seramik tekniklerinin değişimini kolaylaştırdı. Çin 9. Yüzyıldan itibaren Ortadoğu'ya porselen ihraç etmekteydi. Avrupa'nın porselenle ilk buluşması da Marco Polo'nun Çin'e seyahatiyle başlamıştır. 1295'te Venedik'e dönüşünde yanında getirdiği porselen parça Avrupa'daki kayıtlı ilk porselen eserdi. 16. yüzyıla kadar porselen Avrupa'da zengin sınıf için ithal edilen ve krallıkların envanterinde kendisine yer bulan bir eşyaydı. Umut Burnu'nun keşfiyle beraber Avrupa'nın Türkiye, Suriye ve İran üzerinden porselene ulaşımı daha kolay hale geldi ve ticaret hacminin artmasıyla kullanımı yaygınlaştı. Çin porselenleri ve İslam seramikleri de bu tarihi ticaret yolu boyunca birbirlerinin stil ve tekniklerini etkileyerek gelişti (Coutts, 2001, s. 63-65). Devamında ise; Avrupa'ya 17. ve 18. yüzyılların en güzel ve en zarif porselenlerinin çoğu Doğu Hindistan Ticaret Şirketi aracılığıyla Japonya'dan gelmeye başlamıştır. Ming Hanedanlığı'nın yıkılmasıyla Çin'de porselen üretimi neredeyse durmuş, savaş nedeniyle atölyelerin çoğu kapanmıştır. Avrupa, kaliteli porselen yapmayı Çinlilerden ve Korelilerden öğrenen Japonya'ya yüzünü çevirmiştir. Japonya ile Batı arasındaki ilişki ve karşılıklı etkileri, sadece sanat ve tasarım tekniği ve üslup alışverişi açısından değil, kültürel olarak da zengin bir etkileşime dönüşmüştür (Impey, 1984, s. 685-697).

Avrupa'da en başarılı deneme, 1673 yılında Fransa'da Rouen ve St. Cloud'da yapılan yumuşak hamur porseleniydi. Bunlar mavi-beyaz porselenlerdi (Impey, 1984, s. 691-693). Sert hamur porseleni (gerçek porselen), Walter von Tschirnhausen ve asistanı Johann Böttger tarafından 15 Ocak 1708'de Dresden yakınlarındaki Meissen'de ilk kez yapıldı, ancak bu porselen, Çin'deki Yixing'in eski bukkaro ware'ine benzer kızıl bir gövdeydi. Bu gövdenin mükemmelleşmesi 1715'te Böttger tarafından gerçekleştirildi (Cox, 1944, s. 642-680). Bundan sonraki süreçte çalışanların ticari sırları satmalarıyla birlikte porselen Avrupa'da farklı merkezlere yayılmaya başladı. Bu süreçte sert bünyeli porselenler İngiltere'de ancak 1768'de, William Cookworthy'nin 1712'den 1722'ye kadar Çin'den gönderilen Pere d'Entrecolles tarafından ayrıntılı olarak porselen üretimini anlatan mektuplar aracılığıyla nasıl yapılacağını keşfettiğinde üretildi (Impey, 1984, s. 690-691). Aynı tarihlerde okyanusun karşı kıtasındaki Amerika'da Andrew Duché de Georgia'da bulduğu kil yatağı sayesinde 1738 yılında porselen üretmeyi başardı (Cooper, 2002, s. 223).

Vincennes Porselen Fabrikası ise Meissen porselenlerini taklit etmek amacıyla kuruldu. Fransız Kralı XV. Louis, bu fabrikanın 1752'de ortaklarından biri oldu ve 1756'da Sévres'e taşındı. Daha sonra Vicennes-Sévres olarak anılacak bu fabrika 1759'da Kral'ın kişisel malı haline geldi. Bu fabrikanın porselenleri özellikle resimli süslemeleri ve altın işlemeleri ile dikkat çekiyordu, ancak Sévres'nin Avrupa seramik tasarımına en büyük katkısı, lüks altın işlemeli zengin zemin renklerinin geliştirilmesiydi. Bir süre sonra Sévres, Avrupa'nın yemek ve tatlı servislerinin tedarikçisi haline geldi, bu da diğer Avrupa fabrikalarının bu ürünleri yumuşak veya sert porselenler olarak kopyalamaya başlamasına yol açtı. Sévres porselenlerinin başarısı, Avrupa'da lüks bir yemek servisi olarak yer bulmasını mümkün kıldı ve uluslararası alanda servet ve iyi ahlakın bir işareti olarak kabul edildi ve ayrıca konuklarını etkilemek isteyen zengin insanların tercihi haline geldi. 19. yüzyılın başlarında, Sévres, aynı dönemde İngiltere'de de görülen neo-klasik tarzda sert hamur porselenler üretmeye başladı. Böylece uluslararası anlamda sofra eşyalarının markalaşma süreci de görünür hale geldi (Coutts, 2001, s. 105-139). Avrupa'daki ticari girişimler ve teknolojik yenilikler, seramik sofra takımlarının bünyelerini geliştirerek porselenin bünye olarak en kaliteli versiyonu olan İngiliz Bone-China'ya kadar uzanan bir yolculuğa dönüştü.

Seramik sofra eşyalarının evrimi aynı zamanda onların malzemelerini, üretim yöntemlerini ve estetik olanaklarını şekillendiren teknolojik yeniliklerle iç içe geçmiş durumdadır. Bunlara etki eden temel faktörlere kısaca bakacak olursak pişirim yöntemleri ve fırın teknolojisinin de bunların en başında geldiğini görmekteyiz. Fırın teknolojisinin gelişimi, seramik üretiminde devrim yaratan çok önemli bir ilerlemeydi. Antik Çin'in yukarı çekişli fırınları gibi ilk fırınlar, çömleklerin pişirilmesi için kontrollü ortamlar sağlıyordu. Pişirme sıcaklıkları ve atmosferlerindeki ustalık, çömlekçilerin daha güçlü, dayanıklı ve estetik niteliklere sahip seramikler üretmesine olanak tanıdı. Fırınlar, Orta Çağ Avrupa'sında sıcaklık kontrolünü ve sır tutarlılığını iyileştiren aşağı çekişli fırının kullanıma sunulması da dâhil olmak üzere zamanla gelişti. Bunu seramik sırlarının, boyalarının ve emayelerinin gelişimi de izledi. Seramiğe fiziksel ve kimyasal koruyucu özellikler kazandıran ve dekoratif unsurlar barındıran sırların formülasyonu da teknolojik ilerlemenin bir diğer önemli alanı oldu. Seramiğe dair tüm bu teknik gelişmeler dünya üzerinde yaygınlaşmaya başladığı gibi Endüstri Devrimi de bu süreci hızlandırmıştır. Teknolojinin gelişmesiyle insan dolaşımının artması ve mesafelerin kısalması sonucunda farklı ülkelerin sofra kültürleri de bu dolaşıma girmiştir. Sunumlar, geleneksel yemek sunumlarından küresel sunumlara dönmeye başlamış ve sunum esnasında renk, dekor, doku ve form gibi faktörler tüketimin artması sebebiyle büyük önem kazanmıştır (Parlak, 2021, s. 327).

2. Seramik Sofra Eşyalarının İkonlaşma ve Markalaşma Süreci

18. yüzyılda iyi modellenmiş ve dekorlanmış figürlerin resmedildiği yemek servislerini üreten Meissen fabrikasının ünü, onu Avrupa'nın en önde gelen porselen üreticisi olarak tanınmasını sağladı. Sévres porselenlerinin öncülüğünde ise sofra eşyalarında lüks algısı ve markalaşma süreci başladı. En başında dekoratif stil olarak ihraç Japon porselenlerini

taklit ederek ilerleyen bu süreçte Avrupa'daki üreticilerin kendi stillerini oluşturmasıyla markalaşma ve sofra eşyalarının ikonik birer unsura dönüşmesi de başlamış oldu. Bunda, 18. yüzyılın ortalarında, Barok'un popülaritesinin azalması, daha hafif ve daha hassas Rokoko tarzına yönelik artan bir ilginin oluşması da etkili oldu. Porselen sofra eşyalarının üzerinde figüratif eserler resmedilirken belki de ilk kez bu kadar belirgin biçimde, kullanıcın duygusal dünyasına yönelik ruh hali, kasvetli, neşeli, renkli ve kırılgan görünümlü dekorlar üretilmeye başlandı (Cooper, 2002, s. 164). Özellikle sanatçı François Boucher'in Vicennes'te yaratmış olduğu etki sayesinde Meissen'den farklı olarak Avrupa çapında saraylardan talep görecek süslü ve zengin dekorlu sofra eşyaları üretilmeye başlandı. Devamında Neo-Klasizmin etkisi altına giren Avrupa'da Limoges, Fransa porselen endüstrisinin merkezi haline geldi ve buradaki fabrikalarda ağırlıklı olarak sofra eşyası üretimi yapıldı. Yine 18. Yüzyılın ortalarında İtalya ve İspanya'daki porselen fabrikaları krallıkların hamilikleri ile kuruldu ve bunlar da Meissen ve Vienna porselen fabrikalarına rakip olma niyetindeydi. Özellikle Napoli'de üretilen sofra eşyaları Napoli manzaralarında görülen renk tonlarında, özenle çizilmiş çiçek ve dallar, romantize edilmiş köylü figürleri, Vezüv Dağı tasvirleri ve çağdaş gravürlerden kopya desenleriyle ön plana çıkmıştır. Klasik üsluptaki motiflerde ise fistolar, floral desenler, Pompei parşömenleri gibi desenleri ön plana çıkıyordu. Yine aynı dönemde kurulan ve 1779 yılında Danimarka Kraliyet Porselen Fabrikası adını alan Kopenhag'daki porselen fabrikasında ise belki de Avrupa'nın en geniş kapsamlı porselen koleksiyonu projesine başlanmıştı. Flora Danica olarak bilinen bu koleksiyon Rus II. Catherine için yapılmış olup neredeyse ikibin parçadan oluşan muhteşem bir akşam yemeği servisiydi ve ismini bitki ve çiçek tasarımlarının kapsamlı ve aslına sadık kalınarak çoğaltıldığı desenlerden alıyordu. Avrupa'daki diğer porselen fabrikaları 18.yüzyılın sonlarına doğru İsveç, Hollanda, Belçika, İngiltere, İrlanda ve Rusya'da da açılarak sofra eşyası üretimine başladı. Ancak bunlar arasındaki en yenilikçi üretim belki de ana kıtadan farklı olarak İngiltere'de gerçekleşmiştir (Cooper, 2002, s. 171-173). İngiltere'de başlangıçta yumuşak porselen olarak adlandırılan pek çok yeni gövde reçetesi geliştirilmesinin yanısıra Bone China ismi verilen, ışık geçirgenliği yüksek, her türlü dekor tekniğine uygun, üretim sürecinde az fire veren ve Avrupa'daki diğer rakiplerine göre daha düşük maliyetlere üretilebilen bünye reçetesinin kullanılmasıyla birlikte orta ölçekli atölyelerde porselen üretimine başlanmıştır. Bu durum da aslında yarım yüzyıla yayılan fakat porselen sofra eşyasındaki hem üretime hem de dekorlamaya yönelik teknik gelişmelerin daha hızlı ilerlemesini sağlayan bir süreç olmuştur. Ancak bu süreçte tüm sofra eşyaları sadece porselenden üretilmemiştir. Porselen bir seramik bünye çeşididir ve teknik anlamda sofra eşyasında kullanılan diğer bünyelere göre daha yüksek teknik donanım gerektirmektedir ve o dönemde maddi olarak erişimi zor olduğu için de algı olarak daha seçkin bir kimliğe sahiptir. Özellikle Birleşik Krallık'taki sanayileşme süreci ve devamındaki Endüstri Devrimi'nin etkileri sonucunda çömlekçilik olarak anılan bu eylem porselen endüstrisinin sayesinde sıradanlık kimliğinden sıyrılarak zanaat ve sanatın birlikte ilerlediği, felsefi kuramları olan daha yüksek bir disipline dönüşmüştür. Bu duruma, eş zamanlı olarak seramik üreticileri arasında gelişen bir inovasyon ruhunun da katkısı vardır.

Teknolojideki ilerlemeler ve küresel ticaret ağlarının genişlemesi, seramik sofra eşyalarının üretimi ve dağıtımı için yeni olanaklar yaratmış, üreticiler, sırlama teknikleri, renk paletleri ve dekoratif motiflerle denemeler yapmaya ve seramik malzeme ile elde edilebileceklerinin sınırlarını zorlamaya başlamıştır.

Bu gelişimin arkasındaki temel itici güçlerden biri de, ana pazar olan Avrupa'da geçmişe olan ilginin artması olmuştur. Onsekizinci yüzyılın başlarından itibaren çeşitli tarihsel sanat akımları, üslupları ve teknikleri de dahil olmak üzere geçmişe karşı artan bir hayranlık belirmiştir. Tarihsel tasarım estetiğini yeniden canlandırmaya ve yeniden ziyaret etmeye yönelik bu ilgiye yönelik olarak sanatçılar ve zanaatkarlar, fikir edinmek için eski uygarlıklara ve tarihi Avrupa sanatına bakarak daha önceki dönemlerden ilham almışlardır. Yine bu dönemde çanak çömlek seramiğine olan ilginin yeniden canlanması, kültürel bağlamda da verimli bir zemin bulmuştur. Bu dönem bir sonraki yüzyılın sonlarında, el işi, zanaatkarlık ürünlerinin değerini seri üretilen ürünlerden daha fazla vurgulayan Arts and Crafts hareketinin gelişmesine de hazırlık niteliğindedir. Pek çok sanatçı ve zanaatkar bu hareketin ilkelerini benimsemiş ve seramikler, bu hareketin işçilik, güzellik ve tarihsel ilham vurgusuyla mükemmel bir şekilde uyum sağlamıştır. Arts and Crafts akımının temel prensiplerini yansıtan öncül ürünler olarak da Wedgwood seramiklerini görmek mümkünüdür. Wedgwood'un eserleri, yemek yenecek tabaklara, sergilenecek vazolara, artırılacak ya da yükseltilecek zevke ve elde edilecek servete sahip olma duygusuna yönelik hizmet etmiştir. Aynı zamanda proto-kitlesel üretimin yoğun ve dikkate değer bir versiyonunu yaratmıştır (Popp, 2016, s. 106).

Wedgwood'un dönemin önemli entelektüellerinden Thomas Bentley ile kurduğu ortaklık ise seramik emtianın ticari değeri üzerinde kalıcı bir iz bırakacaktı. Yüksek kalitede el işçiliği, doğal malzemelerin kullanımı, sanatın günlük yaşamın bir parçası olarak entegrasyonu, estetik ve tasarımın detaylı olarak vurgulanması onun ürettiği seramiklerin en önemli özellikleriydi ve bu açıdan da Arts and Crafts'ın kurucuları olan John Ruskin ve William Morris'in söylemleriyle uyum içindeydi ve iyi bir örnek oluşturmuştu. Wedgwood-Bentley iş birliğinin pazarlama stratejileri, yalnızca fiyatlandırma veya markalaşma gibi geleneksel unsurları değil, aynı zamanda tüketici kültürünün gelişimine önemli katkılarda bulunan devrim niteliğindeki teknikleri içeriyordu. Wedgwood'un kullanıdığı bu ileri pazarlama yöntemleri şunlardı: ürün farklılaştırma, markalaşma, sınırlı dağıtım, sürekli moda değişimleri, doğrudan reklam, piyasa bölümlendirmesi ve farklı alım gücüne sahip müşterilere yönelik ürün çeşitlendirmesi. Wedgwood, ürünlerini üst sınıf ve soylulara tanıtmak için Londra'da bir mağaza açmanın önemini kavradı ve bu amaçla 1765 yılında Portland House'ı açarak, en çarpıcı ürünlerin sergilendiği bir tür "mağaza-galeri" olarak yaklaşık yirmi yıl boyunca hizmet verdi. Mağazadaki ürün sunumları, sanatsal seramiklerin henüz popüler olmadığı bir dönemde, pişmiş toprak ürünlerini ilgi çekici gösteri nesneleri olarak teşhir etmenin ilk örnekleriydi ve bu sergilerin küratörleri Thomas Bentley ve tabii ki Josiah Wedgwood'tu (Yılmaz, 2012, s. 261-262).

Endüstri Devrimi sonrasında 1860'lardan itibaren İngiltere'de ortaya çıkan Arts and Crafts hareketi, sanat ve zanaatın bir arada olmasını vurgulayarak seramik eşya üretiminde de benzersiz bir yaklaşımın doğmasına yol açtı. Kitlesel üretim yerine zanaatkârlık üzerine odaklanan bir tavrı benimseyerek İngiltere'den Kıta Avrupa'sına ve oradan da tüm dünyaya yayıldı. Bu hareket, basitleştirilmiş fonksiyonel tasarımları teşvik etmek amacıyla yerel malzemelerin doğal kullanımı ve bireysel işçiliğin yeniden tesis edilmesi fikri üzerine odaklandı ve üreticiden tüketiciye kadar çok sayıda destekçi kazandı (Cooper, 2002, s. 252). Bu akımın devamında, yirminci yüzyılın hemen başında, Uzakdoğu'daki Mingei Hareketi, Almanya'da Bauhaus'un kurulumu, kökenleri Fransa'ya uzanan Art Nouveau ve Art Deco akımlarının da ortaya çıkmasıyla tüm tasarım alanlarında olduğu gibi seramik sofra eşyası üretimi de küresel ölçekte büyük bir değişime uğradı. Özellikle Soetsu Yanagi'nin teorisyeni olduğu kabul görülen, Bernard Leach ve Shoji Hamada'nın bu süreçte birlikte olduğu Mingei Hareketi, ilerleyen yıllarda Leach'in Japonya'dan İngiltere'ye dönüşüyle birlikte stüdyo çömlekçiliği ya da diğer adıyla stüdyo seramikçiliği kavramının doğmasını sağladı.

Leach pre-modern kap geleneğinin ilk Batılı kuramcılarından biridir. Üretici, kullanıcı ve gelenek arasındaki ilişkiyi ele alarak yapmış olduğu seramiklere yansıtmış, bunları da teorik olarak kitaplaştırarak kapitalist sistemin dayattığı yeni dünyaya karşılık geleneksel olanın ifade ve ruhunu koruyarak sanat nesnesine dönüşmüş seramik kapların seri üretimin, kitle kültürünün, teknik ve entelektüel iş bölümünün hızlı gelişimi dışında var olabileceği fikrini savunmuştur (Roberts, 2013, s. 261-262). Leach çömlekçinin yaşadığı dönemin, onun kültürü ve ulusal karakteristiği eserleri üzerinde büyük rol oynadığını ve Endüstri Devrimi'nin bu samimiyete yönelik tüm entelektüel çabayı tasarlanacak ürünün faydacılığı ve üretimine yönelik konulara doğru saptırdığını ifade etmiştir. Bu proseslerin tasarımcının çalışma zevkini, araştırma yöntemlerini sınırlayıcı nitelikte olduğunu ve yapılan iş ne kadar kaliteli olursa olsun ürünün rekabetçi piyasada işverenin ve pazarlamacının direktifleri ve ucuza kaçan beğenileri doğrultusunda üretildiğini belirtir (Leach, 1969, s. 15-17).

Modernizmle birlikte zanaatın akademik alana yayılması ve devamında Bauhaus gibi sanat ve zanaatın aynı süreçte ele alındığı akademilerin de yaygınlaşmasıyla beraber başlayan Endüstriyel Tasarım kavramı tüm ürünlerde oluğu gibi seramik sofra eşyalarının tasarım ve üretim süreçlerini de ele alarak ürünlerde duygusal ve zihinsel tasarımın birlikte hareket etmesi gerekliliğini savunmaktadır. Bu açıdan baktığımızda seramik sofra eşyalarının tasarımında duyusal ve duygusal tasarımın önemi ortaya çıkmaktadır.

3. Seramik Sofra Eşyalarında Duyusal ve Duygusal Tasarımın Önemi

Sofra eşyası tasarımında estetiğin önemi, salt görsel çekiciliğin sınırlarını aşarak yemek deneyiminin kalbine kadar uzanmaktadır. Tat ve koku, gastronominin yadsınamayacak derecede hayati bileşenleri olsa da görsel boyut da genel yemek deneyimini geliştirmede aynı derecede önemli bir rol oynamaktadır. Sofra takımının estetiği, yalnızca yemeğin nasıl algılandığını değil, aynı zamanda yemek sırasında uyandırılan ortamı ve duyguları

da derinden etkileyebilir. Günümüzdeki sofra takımlarındaki estetik yönelim mutfak sanatları dünyasında, bir yemeği sanatsal bir deneyime dönüştürme özelliğiyle ön plana çıkmaktadır. Dikkatle seçilmiş sofra eşyaları renk, şekil, doku ve tasarım hususlarını dikkate alarak basit bir yemeği çoklu duyulara hitap eden bir şölene dönüştürebilir. Bu dönüşüm, sofra takımı seçiminin derinden kökleşmiş değer ve gelenekleri yansıtabileceği kültürel geleneklere kadar uzanmaktadır.

Bir yemek deneyiminin nasıl algılandığı birçok yöne bağlıdır ve insanlar bir yemeği deneyimlemek için görme, duyma, koklama, tatma ve dokunma gibi tüm duyularını kullanır. Bu beş duyu aynı anda uyarılır ve birbirleriyle etkileşime girererek yemek deneyimlenir. Bir yemek deneyimin psikolojik olarak ele aldığımızda ise; herkesin kendine özgü duyguları olduğundan modern tasarımın güçlü duyguları özetlemeye ve rafine etmeye dikkat ettiği görülür. Farklı insan gruplarının ruhsal ihtiyaçlarını karşılamak için duygusal ürünler tasarlamaya daha fazla önem verir estetik algı perspektifinden bakıldığında duygular etkili olmaya başlar. Tasarımcılar model, kompozisyon, renk, malzeme ve yüzey dokusu gibi unsurlar aracılığıyla ürünlere duygu katmak ve iyi kullanıcı deneyimleri için duygusal rezonans oluşturmayı amaçlamaktadır (Zhang, 2019, s. 1-6). Yiyecek sunumunun yemeği beğenmeye olan etkisini inceleyen ve yemeğe yönelik sunum estetiğinin esas olarak incelendiği "It tastes as good as it looks! The effect of food presentation on liking for the flavor of food - Göründüğü Kadar Tadı da Güzel! Yiyecek Sunumunun Yemeğin Lezzetini Beğenmeye Etkisi[1]" başlıklı ampirik bir çalışmada da daha iyi sunulmuş bir yemeğin denekler üzerinde her zaman daha lezzetli algılandığı belirtilmektedir (Debra vd., 2014, s. 33).

Seramik sofra eşyalarının tasarımında, gıda inovasyonunda tüketici odaklı bir yaklaşımın benimsenmesi son derece önemlidir. Geleneksel olarak, seramik sofra eşyalarının sadece işlevselliği gözetilerek üretildiği düşünülse de, günümüzde tüketici tercihlerinin ve deneyiminin tasarımın merkezine yerleştirilmesi gerekmektedir. Sofra eşyalarının tasarımı sadece estetik değil, aynı zamanda duyusal özellikleri de içermelidir. Tadı, dokusu, kokusu ve görünümü gibi duyusal faktörler, yemeklerin nasıl algılandığı ve tercih edildiği konusunda etkilidir. Bu nedenle, seramik sofra eşyalarının gıda algısı ve tatmin seviyeleri üzerindeki etkilerini anlamak için araştırmalar yapılmalıdır. Örneğin, tabakların boyutu, şekli, rengi ve malzemesi, sunulan yemeklerin nasıl algılandığını ve tüketicilerin tercihlerini nasıl etkilediğini inceleyen çalışmalar tasarım sürecine ışık tutabilir.

Ayrıca, seramik sofra eşyalarının sunum şekli de göz ardı edilmemelidir. Gıda sunumu, yemeklerin çekiciliğini artırabilir ve tüketicilere ilginç ve özel bir deneyim sunabilir. Bu nedenle, seramik sofra eşyalarının tasarımında sunumun nasıl optimize edilebileceği üzerine düşünmek önemlidir. Rekabetin yoğun olduğu pazarlarda, seramik sofra eşyalarının tüketicileri etkilemek ve tercihlerini kazanmak için özgün ve çekici

[1] Debra A. Zellner, C. R. (2014, February 17). It tastes as good as it looks! The effect of food presentation on liking for the flavor of food. Appetite, 31-35. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2014.02.009

deneyimler sunması gerekmektedir. Tasarım ekibi, tüketicilerin beklentilerini anlamak ve duyusal deneyimlerin yanı sıra estetik tepkileri de dikkate alarak tasarım konseptleri geliştirmelidir. Tasarım sürecinin ilk aşamalarında, tasarım ekibi seramik sofra eşyalarını kullanacak olanların düşünce ve tercihlerini derinlemesine anlamaya çalışmalıdır. Bu aşamada, nitel yöntemler, odak grup tartışmaları, derinlemesine görüşmeler ve projektif teknikler gibi araçlar kullanılarak tüketicilerin duyusal ve estetik beklentileri anlaşılabilir. Ayrıca, büyük veri analizi gibi nicel yöntemler, tasarım sürecinde tüketici davranışlarının ve tercihlerinin anlaşılmasına katkı sağlayabilir.

Tasarım sürecinin sonraki aşamalarında, farklı seramik sofra eşyası tasarım konseptleri oluşturulduktan sonra, bu konseptler potansiyel kullanıcılardan gelen önerilerle değerlendirilmelidir. Nicel yöntemler, tasarımın son halini şekillendirmek ve tüketici beklentilerine daha iyi cevap verecek ürünleri tasarlamak için kullanılabilir.

Tüm bunlara genel olarak baktığımızda ise, seramik sofra eşyalarının tasarımında gıda inovasyonu ve tüketici odaklı bir yaklaşımın benimsenmesi, hem estetik hem de duyusal özelliklerin tasarımın merkezine yerleştirilmesini gerektirir. Bu yaklaşım, tüketicilerin beklentilerine daha iyi uyum gösteren ve daha tatmin edici bir yemek deneyimi sunan seramik sofra eşyalarının geliştirilmesine katkı sağlayacaktır (Schifferstein, 2015, s. 27-31).

Sofra eşyalarında estetiğin takdir edilmesinde kişisel tercihler de önemli bir rol oynamaktadır. Bireyler genellikle kişisel duyarlılıkları ve tercihleriyle örtüşen belirli sofra takımı tasarımlarına yönelirler. Sofra takımı seçiminin bu kişiselleştirilmiş yönü, sofra takımı seçme eylemini, kullanıcı açısından son derece etkileyici ve yaratıcı bir çaba haline de getirmektedir. Bu da araştırmacı ve tasarımcıları sofra eşyaları üzerinde renk, biçim, işlev ve ana akım yönelimler konusunda yapılacak seçimlerin belirli duyguları nasıl uyandırabileceği üzerine ve yemekten alınan zevkin nasıl artırılabileceğine yönelik psikolojik ve karmaşık ilişkiyi araştırmaya yöneltmektedir.

3.1. Sofra Eşyalarında Estetik

Estetik, herhangi birinin gözünde oluştuğu, kişide hoş duygular uyandıran bir kavram olarak karşımıza çıkar (Tekel, 2015). Estetik kavramı ile sofra kültürü birlikte ele alınır. Günümüzde hazırlanan yemekler kadar servisinde kullanılan araçların sofra sunumunda çok önemli olduğu bilinmektedir. Geçmişte yalnızca yemekleri koymak için kullanılan sofra eşyaları zaman içerisinde kültürel bir öğe ve estetik unsur taşıyan bir araç olarak kendini göstermeye başlamıştır (Bülbül v.d., 2016). Beslenme ve eşyaların kullanımı arasındaki ilişki desen, form ve renk anlayışı ile sofralara estetik duruşu kazandırmaktadır (Görsel 1). Estetik ürünler ve mutfak kültürü birleşerek sofraya ahenk kazandırılması amaçlanır. Aynı zamanda geleneksel kalıplarla alışıla gelen ürünler tüketim kültürünün bir parçası olarak yeniden tasarlanır (Aslan, 2016).



Görsel 1. *Feeling good inside*, 2023 yılı Göz desenli kobalt sunum tabağı

Sofrada yemek, tüketici tarafından tek başına gıda olarak yorumlanmaz bunun yanında haz ve estetik unsurları öne çıkar. Tüketici sofraya önem ve anlam yükleyerek duyularına ve kültürüne hitap eden estetik ürünlerin arayışına geçer. Öte yandan şefler, geçmişten günümüze kadar estetik algısını benimseyen sofralar üzerinde çalışırlar. Yemeğin görsel sunumu ile servis edilene kadar olan hikayesi, tüketicinin yemekle bağ kurmasını hedefler. Yemeğin karakteri ile kullanılan eşyanın malzeme ve tasarımı sofrada görsel bir şölen yaratılması için ahenkli bir dil oluşturur (Barthes, 1997).

3.2. Sofra Eşyalarında Renk ve Malzemenin Tüketici Tercihlerine Etkisi

İnsanlığın var oluşundan bu yana yeme aracı olarak kullanılan ürünler; kültür ve geleneklere bağlı olarak değişkenlik göstermiştir. Kişisel beğeniler de süreç içerisinde sofra eşyalarının tasarımını etkileyerek özgün tasarım arayışına sebep olmuştur. Zaman içerisinde tüketicilerin yemek yemeden önce ilk dikkat ettikleri unsurların başında sofra eşyalarının şekil, malzeme, renk, boyut gibi görsel özellikleri gelmeye başlamıştır (Erzincan v.d., 2021). Pazarda rekabetin kızışması ile, bu görsel unsurlar dikkate alınarak yapılan özgün tasarımlar, ürüne katma değer kazandırarak ürünleri ayrıcalıklı hale getirmektedir. Buna ilaveten, tüketici algısının doğru yönetildiği sofra eşya üretiminde farklı alternatifler sunulması (renk, şekil, malzeme, boyut) rekabet avantajı elde edilmesini sağlar (Bozoğlu, 2019).

Sofra eşya tasarımında, tüketici algısında farkındalık yaratmak adına renk ve doku bir bütünlük oluşturur (Mwangi, 2010). Tüketicilerin yemek yeme gereksinimlerini, görsel hazza dönüştüren en önemli unsurların başında kullanılan tabağın rengi gelmektedir (Görsel 2).



Görsel 2. *The Mia*, 2023 yılı Limoncello pasta tabağı

Bunun yanında, yemeklerin sunumunda sofra eşyalarında renge önem verilmesinin amacı, yenilen yemeklerin tüketici tarafından sağlıklı ve çekici olarak algılanmasını sağlamaktır. Ayrıca rengin; lezzet, kalite, tat gibi duyusal algılamaların tüketici üzerinde yönlendirici bir etkisi bulunmaktadır (Görsel 3).



Görsel 3. *Chakra*, 2023 yılı Cruise yemek tabağı

Sofra eşya tasarımı sırasında planlı bir şekilde kullanılan renk, tüketicileri etkilemenin önemli unsuru olarak göze çarpmaktadır (Haykır, 2021). Yiyeceklerin sunulduğu tabak rengi ve kompozisyonu, yiyeceklerin tüketiciler tarafından iyi ya da kötü olarak algılanmasında farklılık gösterir. Öte yandan, tabakta kullanılan renkler, tüketici zihninde sıra dışı bir yiyecek algısı oluşmasına sebep olabilir (Zellner vd., 2010). Aynı zamanda teknolojik gelişmeler sayesinde, farklı renk alternatifleri ile tüketicinin beğenisine sunulmaktadır (Balyemez, 2018). Buna paralel olarak hammadde çeşitliliği ve teknik özelliklerle dekorlama, sırlama, şekillendirme ve pişirme aşamaları sayesinde seramik eşyaları, uzun ömürlü vazgeçilmez bir malzeme haline getirmektedir (Erzincan vd., 2021). Tüm zamanların malzemesi olarak bilinen seramik; dekor, renk ve formlarla yoğrularak geleneksel olma özelliğini sürdürmektedir. Bulunduğu zamana göre değişimler yaşayarak, güncel form ve desenlerle daha da ötesi farklı materyallerle tasarlanarak tüketicinin dikkatini çekmeyi başarmaktadır (Parlak ve Şekerci, 2022).

4. Endüstriyel Tasarım Seramik Sofra Eşyalarında Tüketici Tercihleri ve Pazar Trendleri

Endüstriyel tasarım tüketicinin istek ve ihtiyaçlarına yönelik; estetik, fonksiyonel ve seri üretime uygun yenilikçi ürünlerin ortaya çıkarılmasıdır. Bu özgün ve marka değeri taşıyan ürünlerin çıkarılması, rekabetçi pazar ortamında önemli sektörlerden biri olan seramik sofra eşya tasarımları ile mümkündür (Eryılmaz, 2020). Tüketicilerin yemekle ilgili davranışlarının nasıl etkileneceği konusunda servis edilen sofra eşyaları belirleyici bir role sahiptir. Tüketiciler seramik sofra takımlarını seçerken, satın alma kararlarını ve tercihlerini etkileyen çok sayıda faktör devreye girer. Ayrıca, kullanılan tabağın renk, boyut, şekil gibi görsel özellikleri tüketicilerin dikkat ettiği unsurlar olarak bilinir. Bu bağlamda görsel estetik, tüketicilerin ürün satın alma ya da ürünü değerlendirme sürecinde önemli bir etkendir. Kültür, çevresel psikoloji, yemek korkusu, sanatsal esinlenme ve duyguların aktarımı gibi etkenler sofra eşya tasarımını ve tüketicilerin tercihleri arasındaki dengeyi kurmaktadır. (Haykır, 2021). Yemek yiyen tüketicinin ilgisini; kendi tarz arayışı ile uyumlu, yemek sunumunu tamamlayan sofra eşyaları çekmektedir.

Sofra eşyalarında işlevsellik oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Pratik, kolay temizlenebilen, uzun ömürlü ve içindeki yemeğin amacına uygun olarak tasarlanan eşyalar tüketiciler tarafından tercih edilmektedir. Özellikle endüstri ile özdeşleşmiş tüketim kültürüne uygun tasarlanan seramik sofra eşyaları, geleneksel ve modern eşyaların ortaya çıkmasına olanak sağlamaktadır (Görsel 4). Mutfak kültürünün gelişmesi, pazar talebine cevap veren seramik ürün çeşitliliğinin artmasına ve yeni üretim biçimlerinin benimsenmesine olanak tanır (Hasan ve Canduran, 2022).



Görsel 4. *Paşabahçe,* 2023 yılı Petra Seramik Yemek Tabağı

Malzeme ve doku seçimi tüketici satın alma davranışlarını etkilemektedir. Doğadan ilham alan görüntüler; doku, form ve renk olarak sofra seramikleri üzerinde benzersiz tasarımlara konu olmaktadır. Taş, porselen ya da toprak gibi malzeme tercihlerinin yanı sıra yüzeyin dokunsal kalitesi tüketici tercihlerini etkiler (Erzincan vd., 2021).

Bütçe konusu da tüketici yönelimleri açısından önemli bir rol oynamaktadır. Tüketiciler, mali kaynaklarına uygun, kalite ve uygun fiyat arasında denge kuran sofra eşyaları arayışına girmektedir. Seramik sofra eşyalarının maliyetinin düşük olması tüketiciler tarafından talep edilmesi için bir önem arz eder (Sevim, 2017).

Değişen ve gelişen küresel pazar ortamında rekabette üstünlük sağlamak amacıyla markalar zamanla önemli olmaya başlamıştır. Marka itibarı ve güvenilirliği tüketici tercihlerini etkilemektedir. Kalite ve güvenilirlik geçmişine sahip köklü markalar genellikle tüketici sadakati kazanır. Rekabette önemli bir pazar payına sahip olmak isteyen markalar, ürünlerini rakip firmaların ürünlerinden farklılaştırmaya çalışmaktadırlar. Aynı zamanda marka; tüketicilerin ürünü tanımaları yeniden satın almalarını sağlarken kalıcı fiyat imajı oluşturarak ürünlerin pazarda tutundurulmasına imkân sağlamaktadır (Özdemir ve Karaca, 2009).

Kültürel ve miras unsurları uzun soluklu pazarlama faaliyetleri içinde yerini alır. Tüketiciler genellikle kültürel köklerini yansıtan veya belirli geleneklerle örtüşen sofra eşyalarını tercih etmektedir. Kültürlerdeki çeşitliliği barındıran kültürel normlar yanında ahlaki değerler, estetik değerleri de geliştirmektedir. Kaliteli sır ve cesur motiflerle seramiğin etkisi güçlendirilerek, çağdaş kültüre atfedilen eşya tasarımları ortaya çıkarmaktadır (Görsel 5).



Görsel 5. *Vakko Home,* 2023 yılı Hasır Detaylı Seramik Servis Tabağı

Kültürel ve sosyal perspektifleri ele alan tasarımlar, daha önce denenmemiş ürünler olarak farklılaşmaktadır (Boratav, 2021). Günden güne artan çevre bilinci, tüketicileri sofra eşya seçimlerinin çevresel ayak izini dikkate almaya teşvik ediyor. Çevre dostu malzemeler ve sürdürülebilir uygulamalar çevreye duyarlı alıcılara hitap eder hale getirmektedir. Seramik, çevreci ve sürdürülebilir çözümler ortaya koyan bir malzemedir (Görsel 6). Genel tüketici profili, çevreci ürünlere yönelmeye başlamaktadır. Bunun yanında su emme, yanmazlık, ısı yalıtımı, nem dengeleme, uzun ömürlülük gibi özellikleri ile seramik tasarımlar tercih edilmektedir (Arapoğlu ve Hakan, 2023).



Görsel 6. *Hicceramics*, 2023 yılı pasta tabağı

Kişiselleştirme, ürün hakkında kullanıcı deneyimini geliştiren, kullanıcıyı tanımayı ve onu çağrıştırdığını anlatan bir yoldur. Ayrıca, tüketicinin ilgi alanına göre özelleştirilen, iletişim geliştirme aktivitesidir (Başer ve Akıncı, 2020). Bu bağlamda markalar, tüketicilerin neye ihtiyacı oluğunu öğrenerek, ihtiyaç duyduğu şeylere öneri geliştirmeye çalışır (Murthi ve Sarkar, 2003). Bu bağlamda, sofra eşyalarının bireysel tercihlere göre kişiselleştirmesi ürünü çekici hale getirir. Tüketiciler, yemek deneyimlerine kişisel bir dokunuş katmalarına olanak tanıyan parçalar aramaktadır. Tüketici tarafından ürünle özdeşleşme sonucu yüklenen anlamlar, sofra eşyası olmanın ötesine geçirerek bir iletişim aracına dönüştürmektedir (Görsel 7). Sofra eşyası yerine getirdiği işlevsel fonksiyonların dışında sergilediği aidiyet duygusu ile tüketiciye yeni anlamlar yükleyerek beğenilerinin göstergesi haline gelmiştir (Tınmaz ve Yılmaz, 2022).



Görsel 7. *Keramika*, 2023 yılı yeni yıl tabağı

Güncel tasarım trendleri ve kültürel etkiler tüketici tercihlerini etkilemektedir. Zamanın ruhuna ve popüler estetiğe uygun sofra eşyaları sıklıkla dikkat çekmektedir. İnsanların hızla şehre taşınıp, taşraları boşaltmaları, hızlı tüketim alışkanlıklarını geliştirerek fast food dönemini ortaya çıkardı. Sonrasında giderek evden çalışan bireylerin artması, küresel salgın ve hastalıkların meydana gelmesi ile sağlıklı yemeklere olan yönelim arttı. Bireylerin beslenme alışkanlıkları yaşam tarzlarını da etkilemeye başladı (Kaner vd., 2022). Bu sayede ev yemekleri ve füzyon mutfaklara olan ilgi ortaya çıktı (Görsel 8).



Görsel 8. *Kase Ceramics*, yemek tabağı 2023 yılı ürün kataloğundan

Son dönemlerde tüketicilerin yemek yemeyi sadece fizyolojik ihtiyaç olarak görmediği aynı zamanda sofra eşyalarının sunumu ile bir deneyim yaşamak istedikleri görülmektedir. Özellikle sosyal medyanın etkisinin arttığı 21. Yüzyılda yemeğin tabağının fotoğraf çekilmesi estetiğin tüketiciler için ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır (Haykır, 2021). Son yıllarda sofra eşyasında tabak tasarımının yemeğin bileşenlerini ön plana çıkaran yalın bir tasarım çizgisi sergilemesi beklenir. Bu eşyalar, yemeğin sahip olduğu görsel özellikler; rengi, şekli, yeri, düzeni, miktarı gibi unsurları dikkate alınarak tasarlanır. Yemeğin rengine ve formuna uygun sofra eşyasının tercih edildiği ve tabağın ortasında bulunan yemeğin çekiciliğinin arttığı görülmektedir (Erciyas, 2021). Estetik ve yaratıcılığın birleşmesi ile yemeklerin tabak sunumunda görsel bir şıklık ve zarafetin yakalanmasına yardımcı olur. Tabak sunumları, yemeğin lezzetini vurgulamak için kullanılır. Tabak sunumlarının tasarlanması yemeği yeme deneyimini bir hikâye anlatımına dönüştürür.

Sonuç

Geçmişten günümüze gelen el yapımı seramikler, endüstriyel üretime geçiş sürecinde hem tasarımı hem yemek kültürünü şekillendirmeye başlamıştır. Bu kültürel yolculuk; geçmiş ve gelecek arasındaki köprüyü renk ve malzemeler arasındaki harmoniden tüketicilerin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda yorumlanmaktadır. Güncel renk ve sırlama teknikleri ile tasarımcıların yenilikçi çizgisi birleşerek, tüketim çağının tercihlerine göre ürün tasarımları gerçekleşmektedir. Günümüzde alışılagelmişin dışında sofra eşyasının tasarımına ve üretimine yön verenler yalnızca üreticiler veya tüketiciler değil estetik sunumun yemekle birleştirilmesi noktasında yemeği tasarlayan şeflerdir. Birçok stüdyo çömlekçisi veya atölye sahibi restoran sahipleri ve şeflerle tasarım aşamasından itibaren temas içindedir. Sunulacak menüye özel sofra eşyaları tasarlanıp üretilmekte ayrıca bu menülere özgü tabaklar yemeklerle birlikte profesyonel yemek fotoğrafçıları tarafından görüntülenmektedir. Sonuç olarak yemek-sofra eşyası üretimi-fotoğraflama ve tüketiciye sunulması disiplinler arası çalışmaları doğurmuştur.

Küreselleşme modern yaşamın hızına ayak uydururken yemek kültürü gözetilerek farklı milletlere, bölgelere veya yörelere özgü lezzetlerin, bir arada kullanılarak aynı tabakta birleşmesi özgün ve yenilikçi tatlar ortaya çıkarmaktadır. Son dönem seramik sofra eşyaları; estetik, yaratıcılık, teknik avantaj, işlevsellik, ergonomi, pazarlanabilirlik ve üretilebilirlik gibi kriterler dikkate alınarak, yeni ve güncel ürünler olarak tasarlanmaktadır. Ürünlerin en doğal şekilde üretilmesi, sürdürebilirliğin sağlanması, geleneksel kültürün gelecek nesillere aktarılması seramik sofra eşyalarındaki tasarım sürecine ışık tutmaktadır. Endüstri ile ele alınmış tasarım ürünü ve tüketim kültüründe pazarlanan seramik sofra eşyalarında, renk, estetik, form, malzemenin ve kültürel kavramların çokça faydalanıldığı görülmüştür. Bu yaklaşım ile seramik sofra eşyasında işlevsel nesneden öteye taşınarak daha özgün ürünlerin ortaya çıkmasına olanak

sağlanmış, geleneksel ve modernin ötesinde bir ortam oluşturulmuştur. Yeme içme kültürü ve pazar trendleri, seramik sofra eşyalarının malzeme, renk ve tasarım özelliklerinin sürekli güncellenmesini ihtiyaç haline getirmektedir.

Diğer bir tartışılması gereken durum ise form ve ergonomi ilişkisidir. Yemek kültürünün değişmesi ve makalede bahsedilen estetik değer kaygıları sebebiyle alışılagelmiş ölçüler, biçimler terk edilerek ilk bakışta tabağı andırmayan ancak yiyecek servis edildiğinde tabak işlevi gördüğü anlaşılan sınırlılığı olmayan formlar üretilmektedir. Çeşitli uygulama pratikleri ve estetik yaklaşımlar, seramik sofra eşyalarına verilen değeri ve algıyı farklılaştırmaya başlamıştır. Her geçen gün yenilikçi tasarımlar yapılması seramik eşyalarının yeme içme mekânlarında ve evlerde daha çok görünür olmasını sağlamaktadır. Seramik malzemenin doğasına bağlı olarak tasarlama süreci gerek sofra eşyalarında ürün çeşitliliği gerekse işlevsel formların potansiyellerinin gün yüzüne çıkarılmasına olanak tanıdığı görülmektedir. Üretim ve tüketim dengesine süreklilik kazandıran seramik malzemesi; kolay temizlenebilmesi, dayanıklı ve uzun ömürlü olması, kültürel çizgileri yansıtması ve popüler kültüre uyumlanması ile sofra eşyalarına yüzyıllardan bu yana yön vermeye devam etmektedir.

Kaynakça

Ahmet Kocaispir, U. P. (2020). Kuzey Mezopotamya'dan Orta Asya'ya Uzanan Çok Bileşenli Kültürün İzleri: Halaf Kültürü. *Atatürk Üniversitesi, Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 411-440.

Andrew Popp, R. H. (2016, January 21). Josiah Wedgwood, Manufacturing and Craft. *Journal of Design History*, 99-119. doi:https://doi.org/10.1093/jdh/epv048

Arapoğlu, İ., & Martinez, E. H. V. (2023). Seramik Ürün Tasarımında Çevreci Çözümler ve Uygulama Örneği. *Bodrum Journal of Art and Design*, *2*(1), 149-161.

Balyemez, A. (2018). Seramikte Malzeme Taklidi Geleneği ve Renk. *Journal Of Arts*, *1*(1), 51-60.

Barthes, R. (1997) *'Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption'*, in Carole Counihan and Penny van Esterik (eds) *Food and Culture: A Reader*, pp. 20-7. New York: Routledge . (Orig. pub. 1961.)

Başer, E., & Akıncı, S. (2020). Kullanıcı deneyimi ve kişiselleştirme bağlamında bir dijital platform incelemesi. *Selçuk İletişim, 13*(2), 866-897.

Bülbül, S., Sezgin, A. C., & Serpil, K. A. R. A. (2016). Osmanlı Mutfak Kültürü'nde Yemek Kapları: İznik Çok Renkli Seramik Örnekleri. *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, *5*(8), 2373-2389.

Boratav, O. (2021). Seramikte Görsel Kimlik ve Estetik Arayışlar. *Sanat ve İnsan Dergisi,* 5 (2), 405-418.

Cooper, E. (2002). *10.000 Years of Pottery* (4 b.). London: The British Museum Press.

Coutts, H. (2001). *The Art of Ceramics: European Ceramic Design : 1500-1830* (First Edition b.). New Heaven: Yale University Press.

Cox, W. E. (1944). *The Book of Pottery and Porcelain-Volume II* (Cilt 2). New York: Crown Publishers.

Debra A. Zellner, C. R. (2014, February 17). It tastes as good as it looks! The effect of food presentation on liking for the flavor of food. *Appetite,* 31-35. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2014.02.009

Demet Parlak, H. Ş. (2021). Frig Dönemi Mutfak Eşya Formlarının Sofra Seramikleri Türünde Endüstriyel Uygulamaları. *Medeniyet Sanat - İMÜ Sanat Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Dergisi, 7*(22), 322-339. doi:10.46641/medeniyetsanat.1008164

Erciyas, N. (2021). Besin Sunum Tekniklerinin Kişilerin Yeme Arzusunun Üzerine Etkisine Yönelik Bir Araştırma. *Kongre Kurulları*, 93.

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

Murthi, B. P. S., & Sarkar, S. (2003). The role of the management sciences in research on personalization. *Management Science*, *49*(10), 1344-1362.

Gibbs, K. (2013). Late Neolithic Pottery and Ambiguous Symbols in the Southern Levant. *Paléorient*, 69-84.

Halil Yoleri, Ş. Ö. (2023). Seramik Tekniklerinin Kökeni. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 57-70.

Hasan, İ. N., & Canduran, K. (2023). 20. Yüzyıl Sonrası Seramik Sanatını Etkileyen Sanat Hareketleri Ve Sofra Seramiğinin Sanat Nesnesine Dönüşümü. *Sanat Yazıları*, (48), 103-116.

Haykır, M. (2021). Tabak Tasarımı ve Tüketici Yemek Davranışı İlişkisi: Kuramsal Bir Model Önerisi (The Relationship of Plating and Consumer Food Behavior: A Theoretical Model Proposal). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, *9*(2), 1356-1378.

Parlak, D., & Şekerci, H. (2021). Frig Dönemi Mutfak Eşya Formlarının Sofra Seramikleri Türünde Endüstriyel Uygulamaları. *Medeniyet Sanat Dergisi*, *7*(2), 322-339.

Impey, O. (1984). Japanese Export Art of The Edo Period and Its Influence on European Art. *Modern Asian Studies, Special Issue: Edo Cultureand Its Modern Legacy*(18 / 4), 685-697. Eylül 12, 2023 tarihinde https://www.jstor.org/stable/312344 adresinden alındı.

Kaner, G., Songür Bozdağ, A. N., Ongan, D., Yurtdaş Depboylu, G., & Çalık, G. (2022). Covıd-19 Pandemi Sürecinde Yetişkin Bireylerin Değişen Beslenme Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi. *Forbes Journal Of Medicine*, *3*(2).

Leach, B. (1969). *A Potter's Book.* London: Faber and Faber.

Min Yina, T. R. (2011, September). The earliest high-fired glazed ceramics in China: the composition of the proto-porcelain from Zhejiang during the Shang and Zhou periods (c. 1700 – 221 BC). *Journal of Archaeological Science*, 1-50. doi:DOI: 10.1016/J.JAS.2011.04.014

Özdemir, Ş., & Karaca, Y. (2009). Kent Markasi ve Marka İmajinin Ölçümü: Afyonkarahisar Kenti İmaji Üzerine Bir Araştirma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *11*(2), 113-134.

Roberts, J. (2013, November). Temporality, Critique, and the Vessel Tradition: Bernard Leach and Marcel Duchamp. *The Journal of Modern Craft, 6*(3), 255-266.

Schifferstein, H. N. (2015). Employing Consumer Research For Creating New and Engaging Food Experiences In A Changing World. *current Opinion on Food Science*(3), 27-32. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.cofs.2014.11.004

Tekel, A. (2015). Estetik yargı ve estetik yargıyı etkileyen faktörler. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (16), 149-157.

Tınmaz, O., & Yılmaz, H. (2022). Kültür, Sınıf Ve Statünün Göstergesi: Tabak. *Aydın Gastronomy*, *6*(2), 263-274.

Yılmaz, E. (2012, Eylül 6). Josiah Wedgwood: Seramik Üretiminin Ve Pazarlamasının Dönüşümü. *İnönü Üniversitesi Sanat Ve Tasarım Dergisi, 2*(5), 253-266.

Zellner, D. A., Lankford, M., Ambrose, L., & Locher, P. (2010). Art on the plate: Effect of balance and color on attractiveness of, willingness to try and liking for food. Food Quality and Preference, 21(5), 575-578.

Zhang, Y. (2019). *Enhancing Dining Experiences through Emotional Tableware.* Rochester Institute of Technology, Master of Fine Arts in Industrial Design. New York: RIT Scholar Works. September 17, 2023 tarihinde alındı.

Görseller

Görsel 1. https://feelinggoodinside.com/

Görsel 2. https://www.themia.com.tr/urun/the-mia-limoncello-pasta-tabagi-6li-set-19-cm

Görsel 3. https://www.chakra.com.tr/cruise-tabak-23-cm-koyu-mavi-8682313309098/

Görsel 4. https://www.pasabahcemagazalari.com/sofra/tabaklar/yemek-tabaklari/petra-seramik-yemek-tabagi/u-10008735-217-8693

Görsel 5. https://www.vakko.com/servis-tabaklari/hasir-detayli-seramik-servis-tabagi-pm400160397-0012/

Görsel 6. https://hicceramics.com/urun/urlanin-tas-tabaklari-orta-boy/

Görsel 7. https://www.keramikashop.com/santa-servis-tabagi-26-cm-17958-pmu4484

Görsel 8. Kâse Ceramics 2023 ürün kataloğu