

**ÇAY KÜLTÜRÜ VE BUNA
BAĞLI OLARAK
ENDÜSTRİYEL ÜRETİM
ÇAY TAKIMLARININ İNCELENMESİ**

**Ahmet Cüneyt ER
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

Eskişehir 1998

ABSTRACT

In the first chapter of my MA thesis titled "A Research on Industrial Tea - sets Regarding Tea Culture" tea cultures of some countries and the tea plant itself were investigated. The last part of the chapter is related with Ottoman Tea Cultures and that of the Turkish Republic era.

The first part of the second chapter of the study deals with arts of china and the first porcelain plants of the late periods of Ottoman Empire. The second part of the chapter was devoted to the porcelain plants established during the Turkish Republic period.

In the latter part of the third chapter in which Porcelain Industry Sector and production phases were represented and the definitions and characteristics of all items existing in industrial tea sets were given.

In the first part of the fourth chapter, regarding industrial products, designers utilizers and the desing styles of the products, in the second part the effects of factors such as habits, customs and fashion on designing industrial products were researched.

In the fifth chapter industrial tea-sets applications were carried out. The research was concluded with basket-handled, lateral-handled tea pots and those with bar shaped handledles and sets.

DEĞERLENDİRME KURULU VE ENSTİTÜ ONAYI

İmza

DANIŞMAN : Yrd. Doç. SADETTİN AYÇÜN
Üye : Doç. Aysegül ÖZEN
Üye : Yrd. Doç. Cemalettin SEVİM

Tezin kabul edildiği tarih 8-9-1998

Tez'in ilgili yasa ve yönetmeliklerin öngördüğü teknik ve bilimsel koşulları karşıladığı ve adayın "Seramik Anasanat Dalı"nda Yüksek Lisans Derecesi almaya hak kazandığı anlaşılmıştır.

Prof. Dr. Enver ÖZKALP

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

ÖNSÖZ

Endüstriyel seramikler baş lığı altında çay takımlarının önemli yeri vardır. ay bitkisinin bir içecek olarak Çin'de kullanılmaya baş lanılması ile birlikte çayın hazırlanması ve sunulmasında kullanılan seramikler de seramik tarihinde yerlerini almış lardır. ay kadar önemli olan bu çay seramikleri her kültürde farklı Ő ekillerde karş ımıza çıkmaktadırlar.

Bu araç tırmada bazı ülkelerde, son dönem Osmanlı İmparatorluğu'nda ve Cumhuriyet dönemi ülkemizde çay kültürü ile çay seramiklerinin incelenilmesine alış ılmış tır.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa no</u>
ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
DEĞERLENDİRME KURULU VE ENSTİTÜ ONAYI.....	iii
ÖNSÖZ.....	iv
ÖZGEÇMİŞ.....	v
RESİMLER LİSTESİ.....	xii
ÇİZİMLER LİSTESİ.....	xv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

Bazı Ülkelerde ve Anadolu'da Çay Kültürü Tarihine Genel Bakış

BİRİNCİ KISIM

Çayın Tanımı

1.1. Çay Çeşitleri.....	5
1.2. Çay Üretimi Yapan Ülkeler.....	6
1.3. Türkiye Çay Üretimi.....	7

İKİNCİ KISIM

Bazı Ülkelerde ve Türklerde Çay Kültürü

2.1.	Çin Çay Kültürü.....	9
2.2.	Japon Çay Kültürü.....	13
2.3.	İngiliz Çay Kültürü	19
2.4.	Türk Çay Kültürü	22
2.4.1.	Orta Asya Türklerinin Çay Kültürü	23
2.4.2.	Günümüz Orta Asya Çay Kültürü.....	25
2.4.3.	Osmanlı Dönemi Çay Kültürü.....	27
2.4.4.	Cumhuriyet Dönemi Çay Kültürü Dönemi.....	29

İKİNCİ BÖLÜM

Tarihsel Geliş im İçinde Osmanlı ve Anadoluda Porselen Çay Takımı Üretimi

BİRİNCİ KISIM

19. yy'da Osmanlı Çini ve Seramik Sanatına Genel Bir Bakış

1.1.	Osmanlı İmparatorluğunda Porselen Üretimi İçin Fabrika Kurma İhtiyacını Gündeme Getiren Nedenler.....	33
------	--	----

1.2.	Son Dönem Osmanlı İmparatorluğunda Porselen Fabrikaları ve Ürünleri	34
1.3.	Beykoz Porselen ve Üretilen Çay Takımları.....	35
1.4.	Yıldız Porselen ve Üretilen Çay Takımları.....	39
1.5.	Osmanlı İmparatorluğunda'ki Diğer Porselen Fabrikaları.....	45

İKİNCİ KISIM

Cumhuriyet Dönemi Porselen Fabrikaları

2.1.	İstanbul Porselende Üretilen Çay Takımları.....	47
2.2.	Yarımca Porselende Üretilen Çay Takımları	48
2.3.	Kütahya Porselende Üretilen Çay Takımları.....	50
2.4.	Güral Porselende Üretilen Çay Takımları	51
2.5.	Porland Porselende Üretilen Çay Takımları	53

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Cumhuriyet Dönemi Porselen Çay Kaplarının İncelenmesi

BİRİNCİ KISIM

Porselen Sofra Eşyası Tanımı ve Özellikleri

1.1.	Sektörün Tanımı.....	54
1.2.	Porselen Tanımı ve Türleri.....	55
1.3.	Porselen Türleri.....	56
1.4.	Porselenin Tarihçesi.....	57
1.5.	Porselen Çamurunun Şekillendirilmesi.....	59
1.6.	Porselen Mutfak Eşyasının Genel Üretim Şeması.....	61

1.7.	Porselene Yiyecek İçecek Kaplarında Kullanılabilir Madde Niteliğini Kazandıran Özellikleri.....	62
------	--	----

İKİNCİ KISIM

Endüstriyel Çay Takımlarında Yer Alan Parçalar

3.1.	Çaydanlık.....	65
3.2.	Fincan.....	70
3.3.	Fincan Tabacağı.....	72
3.4.	Şekerlik.....	73
3.5.	Sütlük.....	74
3.6.	Kulplar.....	75
3.7.	Kapaklar.....	76

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Endüstriyel Çay Takımı Tasarımları

BİRİNCİ KISIM

Tasarımcı, Tasarım, Kullanıcı ve Ürün İliş kisi

1.1.	Tasarımcı.....	79
1.2.	Tasarım.....	80
1.3.	Kullanıcı.....	81
1.4.	Tasarımcı Kullanıcı İliş kisi.....	84
1.5.	Ürün Tasarımcı İliş kisi.....	85
1.6.	Ürün Kullanıcı İliş kisi.....	86

1.7.	Ürün Takım İliş kisi.....	87
1.8.	Ürün İş lev iliş kisi.....	87
1.8.1.	Endüstriyel Tasarımda İş levsel Ölçütler.....	89
1)	Pratik İş lev.....	90
2)	Estetik İş lev.....	90
3)	Sembolik İş lev.....	91
A)	Fizyolojik Ölçütler.....	92
B)	Fiziksel Çevre Ölçütleri.....	92
C)	İletiş imsel Ölçütler.....	93
1.9.	Ürün Mekan iliş kisi.....	93
1.10.	Ergonomi.....	94

İKİNCİ KISIM

Ürün Tasarıma Etki Eden Faktörler

2.1.	Gelenek.....	98
2.1.1.	Ürün Tasarımında Geleneklerin Önemi.....	98
2.2.	Alış kanlık.....	99
2.2.1.	Ürün Tasarımında Alış kanlıkların Önemi.....	100
2.3.	Moda.....	100
2.3.1.	Ürün Tasarımında Modanın önemi.....	101

BEŞİNCİ BÖLÜM

Endüstriyel Çay Takımı Uygulamaları

5.1.	Üstten Kulplu Çaydanlık ve Takımı.....	103
5.2	Yandan Kulplu Çaydanlık ve Takımı.....	104

5.3. Sap Şeklinde Kulplu Çaydanlık ve Takımı.....	105
SONUÇ.....	106
KAYNAKÇA.....	108

RESİMLER LİSTESİ

Sayfa No.

Resim 1:	Çay bitkisi.....	4
Resim 2:	Çin çay kabı. Stoneware, Song Sülalesi, Victoria ve Albert Müzesi, Londra(Vainker,S.J. <i>Chinese Pottary and Porcelain British Museum Press,1991 s. 67</i>).....	9
Resim 3:	Çin çay kabı. Hasting Müzesi(Vainker,S.J. <i>Chinese Pottary and Porcelain British Museum Press,1991 s. 67</i>)	
Resim 4:	Bambu Dizaynli Stoneware Çaydanlık. 1700, Hastin Müzesi.....	11
Resim 5:	Porselen Bodhi Drahma Heykeli.....	12
Resim 6:	Sap şeklinde kulplu çaydanlık. 1940, Okinawa(Leach , Bernard. <i>Hamada Porter, Kodansha international ltd. New York. 1990.s. 67</i>).....	14
Resim 7:	Çay kabı.Kyoto Kenzan, 18.yy. Victoria ve Albert Müzesi, Londra.(Cooper. .1988. s. 56).....	15
Resim 8:	Rakuçay kabı.Songneah,18.yy. İngiliz Müzesi (Cooper. .1988. s. 56).....	15
Resim 9:	Çay kabı. Geç Edo dönemi.....	16
Resim 10:	Stoneware çay kabı. Seto Karatsu, 16.-17.yy.'lar.(Famous Ceramic of Japan II Hagi RyosukeKavano. Kodansa Internationalltd. 1983 Japan s.24).16	
Resim 11:	Japon çay kabı.Tomaya.(Famous Ceramic of Japan II Hagi Ryosuke Kavano. Kodansa Internationalltd. 1983 Japan s. 27).....	16
Resim 12:	Çay törenini gösteren resim. 17.yy. İdemitsu Müzesi Tokyo.....	17
Resim 13:	Japon çay evi Shinju-an çay evi, Kyoto.(Morse. 1979. s. 43).....	18
Resim 14:	Çay için düzenlenmiş stand.(Iguchi. 1990. s. 27).....	18
Resim 15:	Çay Servisi.(Iguchi. 1990. s. 27).....	18

Resim 16:	Staffordshire, William Greatbatch. Çaydanlık,1978 (Clark. 1970.s.43).....	20
Resim 17:	Staffordshire Çaydanlık ve Standı 18.yy. sonu, Victoria ve Albert Müzesi.....	21
Resim 18:	Fergana kazısı buluntuları, Göktürk çağı(Ögel. 1984. s.179).....	24
Resim 19:	Fergana kazısı buluntuları,Göktürk çağı.(Ögel. 1984.s. 181).....	25
Resim 20:	Özbek çay piyalesi ve Çaydanlık.....	26
Resim 21:	Çay servisi. Orta Asya.....	27
Resim 22:	Fincan ve tabağı. 18. yy. ilk yarısı(Sadberk Hanım müzesi Katalogu 1988).....	28
Resim 23:	Fincan ve tabağı. 18.yy. ilk yarısı(Sadberk Hanım müzesi Katalogu 1988).....	28
Resim 24:	Cam bardakta çay.....	30
Resim 25:	Eser-i İstanbul damgalı porselen kap 19.yy.(Bayraktar,1982.s.4)....	36
Resim 26:	Yaldızla yazılmış “Eser-i İstanbul” damgası(Bayraktar,1982.s.5)..	37
Resim 27:	Eser-i İstanbul damgalı porselen kap. 19.yy.(Bayraktar,1982.s.7)..	37
Resim 28:	II. Abdülhamit armalı ve 1896 tarihli porselen fincan ve tabağı(Bayraktar,1982.s.11).....	38
Resim 29:	Yıldız Porselen Fabrikası damgası(Bayraktar,1982.s.11)	38
Resim 30:	Padişah portreli fincanlar.Topkapı Sarayı Müzesi, İstanbul.(Küçükerman. 1987. s. 41).....	39
Resim 31:	Çeşitli porselenler. Yıldız arşivi koleksiyon (Küçükerman. 1987. s. 161).....	40
Resim 32:	Çay takımı çizimi. Ali Rıza Bey(Küçükerman. 1987. s. 161).....	41
Resim 33:	Fincan takımı. Dolmabahçe Sarayı TBMM Milli Saraylar Koleksiyonu.(Küçükerman. 1987. s. 163)....	42
Resim 34:	II. Abdülhamid’e ait çay takımı, 1896(Bayraktar,1982.s.15).....	43
Resim 35:	Sultan Çay Takımı. (Yıldız Porselen.Katalogu).....	44
Resim 36:	Hanımeli Çay Takımı. (Yıldız Porselen.Katalogu).....	44

Resim 37:	Çay takımı. (<i>İstanbul Porselen.Katalogu</i>).....	47
Resim 38:	Dekorlu çaydanlık. (<i>İstanbul Porselen.Katalogu</i>).....	47
Resim 39:	Çay tabağı. (<i>İstanbul Porselen Katalogu</i>).....	47
Resim 40:	Şule Çay Takımı.(<i>Yarımca Porselen Katalogu</i>).....	49
Resim 41:	Marmara Çay Takımı..(<i>Yarımca Porselen Katalogu</i>).....	49
Resim 42:	Çaydanlık. Kütahya Porselen.	51
Resim 43:	Şekerlik. (<i>Kütahya Porselen. Katalogu</i>).....	51
Resim 44:	Çay fincanı.(<i>Kütahya Porselen. Katalogu</i>).....	51
Resim 45:	Stoneware çaydanlık, sütlük, fincan ve şekerlik (<i>Güral Porselen.Katalogu</i>).....	51
Resim 46:	Mirage Çay Takımı. (<i>Porland PorselenKaatalogu</i>).....	53
Resim 47:	Gizem Çay Takımı. (<i>Porland PorselenKaatalogu</i>).....	53
Resim 48:	Stoneware çaydanlık. Yixing Bölgesi, 18.yy.Çin.....	66
Resim 49:	Wedgwood, Staffordshire. Çaydanlık, 1765, İngiltere.(<i>Clark.1970.s. 47</i>).....	67
Resim 50:	Sap tutamaklı küçük çaydanlık, 1942, Japonya(<i>Leach, Bernard. Hamada Porter, Kodansha international ltd.</i> <i>New York, 1990 s. 68</i>).....	68
Resim 51:	Üstten kulplu stoneware çaydanlık. Wally Keeler, 1987.....	68
Resim 52:	Yandan kulplu stoneware çaydanlık. Yixing, 1700, Çin.(<i>Clark. 1970.s. 37</i>).....	68
Resim 53:	Porselen çay takımı. David Leach, 1976.....	77
Resim 54:	Üstten kulplu çaydanlık fotoğrafı.....	103
Resim 55:	Üstten kulplu çaydanlık ve takımı fotoğrafı.....	103
Resim 56:	Yandan kulplu çaydanlık fotoğrafı.....	104
Resim 57:	Yandan kulplu çaydanlık ve takımı fotoğrafı.....	104
Resim 58:	Sap şeklinde kulplu çaydanlık fotoğrafı.....	105
Resim 59:	Sap şeklinde kulplu çaydanlık ve takımı Fotoğrafı.....	105

ÇİZİMLER LİSTESİ

Sayfa No.

Çizim 1:	Kvartz-Feldspat-Kaolin Sistemi üçgen diyagramı (Arcasoy.1983. s. 131).....	56
Çizim 2:	Çaydanlık hacim ölçüleri. (Porland PorselenKataloğu).....	70
Çizim 3:	Çaydanlık hacim ölçüleri. (Kütahya PorselenKataloğu).....	70
Çizim 4:	Çaydanlık hacim ölçüleri.(Güral PorselenKataloğu)	70
Çizim 5:	Fincan hacim ölçüleri. (Porland PorselenKataloğu).....	72
Çizim 6:	Fincan hacim ölçüleri.(Kütahya PorselenKataloğu).....	72
Çizim 7:	Şekerlik ve hacim ölçüsü.(Porland PorselenKataloğu).....	74
Çizim 8:	Şekerlik ve hacim ölçüsü(Kütahya PorselenKataloğu).....	74
Çizim 9:	Sütlük ve hacim ölçüsü.(Porland PorselenKataloğu).....	75
Çizim 10:	Sütlük, hacim ölçüleri.(Kütahya PorselenKataloğu).....	75
Çizim 11:	Çaydanlık kapakları kilit sistemleri.....	76
Çizim 12:	Eklem hareketleri.(Toka.1978.s. 145).....	95

GİRİŞ

Çay dünyanın pek çok ülkesinde tüketilen bir içecektir. Endüstriyel çay kaplarının incelenmesine geçilmeden önce bazı ülkelerdeki çay kültürü ve beraberinde taşıdığı gelenekler araştırılmıştır.

Çay ilk kez Çin kültüründe görülmektedir. Daha sonra merkezi Çin olmak üzere tüm dünya çayla tanışmış ve onu günlük hayatına dahil etmiştir.

Çin kültürü çayı bir içecek olmaktan çıkarıp değer haline getirmiştir. Çinliler bir çok sebeple çayla ilgili bu değerlerini koruyamamışlardır. Fakat çayın bu kültürel özelliği yok olmamıştır. Japon halkı ona kendi değerlerini de katarak Çinlilerin başlattıkları bu geleneği devam ettirmişlerdir.

Daha sonra Orta Asya kültürleri çayla tanıştı ve çay onlarla başka bir soluğa kavuştu. Çayı öyle sevdiler ki neredeyse her öğün yemeklerini onula-

gerekliliği gündeme gelmiş tir.

BİRİNCİ BÖLÜM

BAZI ÜLKELERDE VE ANADOLU'DA ÇAY KÜLTÜRÜ TARİHİNE GENEL BİR BAKIŞ

BİRİNCİ KISIM

Çayın Tanımı

“Çinceden gelme bir kelimedir. Çaygillerden bir ağaççık (thea chinensis). Bu ağaççığın özel işlemlerle kurutulan yaprağına da çay adı verilir. Bu yaprakların haşlanması ile elde edilen güzel kokulu ve sarımtırak kırmızı renkli içecektir” (*Türk Dil Kurumu sözlüğü. 1988. s.285*)



Resim 1: Çay Bitkisi

“Çay hakkındaki ilk yazılı kayıt bir arap seyahatnamesinde görülür. Seyahat eden bu kişi 879 dan sonra Kanton ş ehri gelirlerinin çaydan ve tuzdan alınan vergilerden sağlanıyor olduğunu yazmış tır. Marko Polo 1285’de Çinde bir Maliye Nazırının çaydan alınan vergileri arttırdığı için görevinden alındığını söyler. Avrupa ancak büyük keşifler devresinde Uzak Doğu hakkında daha iyi bilgi sahibi olmaya başlamış tır. On altıncı yüzyılın sonunda Elementler doğu da bodur bir ağacın yapraklarından nefis bir içki yapıldı rivayetini yaydılar ”(*Kakuzo. 1994.s.17*).

Çayın anayurdu Yukarı Birmanya, Güneydoğu Çin ve Orta Vietnam arasında kalan bölgedir. Yabani çay bitkilerinin boyu 10 m’ye ulaştığı halde özel yetiştirilenler 1-3 m boyundadır . Yaprakları alması k, kısa saplı, sert kokuludur. Meyvesi odunsu kapsül biçimindedir. “Çay ağacının pek çok çeş idi vardır; *Thea Sinensis* ve *Camelia Japonica* de denir. Ticari çay, dış tan bakıldığı zaman birbirinden çok farklı görünen çin çay ağacı ile hint çay ağacının melezleş mesinden doğan bir çay ağacından elde edilir. Çay düzenli nemli bir iklim ister (yılda en az 1,50m³ yağmur), fakat soğ uğa da oldukça dayanır. Tohumdan elde edilen filizler on ay sonra bahçeye dikilir. Çoğu zaman çalımsı baklagillerle bir arada ekilir, çünkü onların yeş il yaprakları gübre yerine geçer. Sürgünlerin sayısını arttırmak için her yıl budamak gerekir. Üç buçuk yaş ından sonra her yıl ürün alınır. Bunun için dalların uç yaprakları toplanır. En iyi ve en kıymetli çay tepe tomurcuklarından olur. Çay, Eskiçağdan beri Çin’de kullanılır. XIII.yy.’da Japonya’da XII.yy’da da İngiltere’ye götürüldü. Çayda %2 kadar kafein vardır, taze bitkide bu ternoit halinde bulunur”(Meydan, Larousse. 1990. s. 160-161).

1.1. Çay Çeş itleri

Baş lıca İki çeş it çay vardır; bunlar siyah çay, yeş il çaydır. Her ikisi

de aynı bitkiden elde edildiği halde hazırlanışları farklıdır. Siyah çayı hazırlamak için yaprakları açık havada soldurmak, buruş turmak, ateşte kurutmak gerekir. Yeşil çayı yapmak için ise yapraklar soldurulmayıp, mayalanır ve karartmadan kavrulur. Sonra buruş turulur ve ayıklama yapılır. Yeşil çay siyah çaya göre daha uyarıcıdır. “Çinliler çayı, yasemin *Osmanthus fragrans*, *Gardenia Florida*, *Camellia sesangua*, *Chloranthus inconspicuus* v.b. gibi ıtırılı bitkilerle birkaç saat bir arada bulundurarak çok lezzetli bir çay yaparlar. Başlıca siyah çay çeşitleri: dalların tepe tomurcuklarından yapılan beyaz uçlu pekoe; sözde ilk yapraklarından yapılan povşong pekoe. Dalların ikinci ve üçüncü yapraklarından yapılanlara sırayla susan ve kongu denir. Başlıca yeşil çaylar: hyson-hayswen, hyson-şutang, büyük inci, top barutu, küçük hyson, deri hyson, tonkay”(Meydan, Larousse. 1990. s. 160-161).

1.2. Çay Üretimi Yapan Ülkeler

Çay bitkisinin ekimi sıcak ve yağışlı iklim bölgelerinde yapılabilir, Asya'nın Muson etkisinde kalan bölgelerinde bu iklim şartları görüldüğünden, Hindistan, Çin, Seylan gibi ülkeler dünyanın başlıca çay üreticileridir. Japonya, Endonezya, Pakistan ve Tayland'da da çay üretimi yapılmaktadır ama üretim önceki sayılan ülkelere göre oldukça düşüktür.” Dünyanın bu bölümü dışında (S.S.C.B.) (Transkafkasya), Güney Amerika ve Doğu Afrika'da (Kenya, Nyassaland, Natal) çay yetiştirme denemelerine girilmişse de üretim henüz azdır. Londra başlıca dünya pazarıdır ve Britanya adalarının çay tüketimi bütün öteki ülkelerin toplam tüketimini aşar. A.B.D., S.S.C.B., Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkeleri başlıca çay tüketicileridir”(Meydan, Larousse. 1990. s. 160-161).

1.3. Türkiye’de çay retimi

Türkiye ay üretimine 1878’de Japonya’dan getirilen tohumların numune çiftliklerine ekilmesiyle başlamıştır. Fakat asıl ciddi teşebbüsler Batum ve çevresinde 1918’de yapılmıştır. Bugün Rize ve Artvin, Trabzon, Giresun ve Ordu illerinde toplam olarak 30.000 hektarlık alanda çay ekimi yapılmaktadır ve yöre halkının başlıca geçim kaynaklarından biri olmuştur.

“ay işleyen ilk imalathaneler de Rize’de kuruldu. Modern anlamda ilk çay fabrikası 1947-1948 yılında çalışmaya başlandı”(Meydan, Larousse. 1990. s. 160-161)

İKİNCİ KISIM

Bazı Ülkelerde Çay Kültürü

Çayın anavatanı daha öncede belirtildiği gibi Çin'dir.Çin'de doğup ,geliş en çay buradan tüm dünyaya yayılmış tır.Kimi kültürler çayı bir içecek olarak günlük yaş amlarında kullanmış lar, kimi kültürler de (Japon kültüründe olduğu gibi) çayla birlikte, çay felsefesinde bir kültür olarak yaş amlarına girmiş ve geliş tirilmiş tir.

Dünyanın hemen hemen tüm ülkelerinde farklı şekillerde de olsa çay içilmektedir Araştırmanın bu kısmında Çin Japon ve İngiliz çay içme alış kanlıkları ve beraberinde yaş anan kültür etkinliği üzerinde durulmuş tur. Doğu kültürlerinde tüketilen çay ve beraberinde kullanılan çay seramikleri batı kültüründen farklılıklar göstermektedir.Örneğin Çin ve Japon çay içme alış kanlıklarında kulpsuz fincanlar tercih edilirken batıya yaklaş tıkça çay fincanlarında kulp görülmektedir. Yine çayın içilme ısısı, çayın demlenmesi, hangi ortamlarda ve nasıl içilmesi gerektiği gibi özellikler bu farklılıklar

arasında yer alabilir. Kùltürler arası bu farklılıkların sebebi toplumların kendi kùltürel birikimlerinin bir sonucudur.Toplumlar tarih boyunca farklı kùltürlerden etkilenmişlerdir. Fakat etkilendikleri kùltürel yapıyı olduğu gibi kabul etmek yerine onu kendi bünyesine uyarlıyarak yeni bir sentez oluşturmuşlardır . Çay içme kùltürü de böyledir.Temelde içilen içecek aynı olmasına rağmen farklı kùltürlerde farklı şekillerde karşımıza çıkmaktadır.

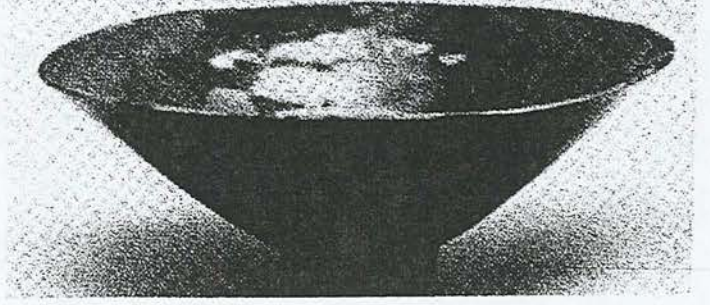
Bu sebeplerden ötürü araştırmanın bu kısmında çay içme alışkanlığının günlük yaşam tarzında yer edindiği toplumlar üzerinde durulmuştur.Bu toplumlar; çayı ilk kullanan Çin'liler, çay içeceğini kùltürü ile birlikte alıp geliştiren Japonlar ve daha sonra çayı sosyal bir olgu haline getiren İngilizler ve son olarak Türklerdeki çay kùltürüdür.

2.1. Çin Çay Kùltürü

Çayın anavatanı Çin'de çok eski devirlerden beri bilinen çay önceleri tıbbi amaçla “yorgunluğu dinlendirmek, ruhu farahlandırmak, iradeyi canlandırmak, gözü kuvvetlendirmek” (*Kakuzo. 1944. s.23*) gibi iyileştirici özelliklerinden faydalanılan bir bitkiydi.



Resim2



Resim3

Resim2: Çin Çay Kabı.Stoneware , Song Sùlalesi, Victoria ve Albert Müzesi, Londra

Resim3: Çin Çay Kabı, Hasting Müzesi

Daha sonraları çay kutsal sayılan bir içecek haline geldi. Adına törenler düzenlenmeye baş lanıldı. Bu ay içme törenleri büyük bir titizlik ve kutsiyetle yapılıyordu. Öyle ki çay ve çay seramonileri hakkında kitaplar ve şairler yazılmıştır. Bu yazarlardan birisi aslında şair olan Luwuh'tur.

Onsekizinci yüzyılda Çin'de yaşamış olan Luwuh... “ayın “kitabı mukaddes” i sayılabilen Chaking” (*Kakuzo. 1944. s.25*) adında üç ciltlik bir eser yazmıştır.

“Chaking  ciltte on baktan ibarettir. Birinci bapta Luwuh ay nebatının ne olduğunu anlatır; ikinci bapta yaprakları toplamakta kullanılan aletleri söyler; üçüncü bapta ise yaprakların nasıl ayrılacağını tarif eder. Onun dediğine göre çayın iyi cinsten yapraklarında “Tatar atlarının katmerleri gibi halkalar bulunmalı; bunlar sel yatağından yükselen ses gibi açılmalı, sabah rüzgarlarının uğrayıp geçtiği bir gl gibi parlamalı. En sonunda da yağmurun yeni ıslattığı bir toprak gibi nemli ve yumuşak olmalıdır”(*Kakuzo. 1944. s.25*)

Yukarıda anlatılan çayla ilgili betimlemelerdende anlaşılacağı gibi Çin ay kültüründe çay, gerçekten adına törenler düzenlenecek kadar kutsal sayılmıştır .

“Aynı kitabın dördüncü babı “ay takımları”nın yirmi dört parçasının sayılmasına ve tasvifine ayrılmış, üç ayaklı mangaldan tutun da çay avandaneliklerinin konulduğu bambu odaya kadar her şey zikredilmiştir”(*Kakuzo. 1944. s.25*).

“Luwuh maviyi çay fincanı için ideal bir renk sayıyordu, çünkü ikiye yeş ilimtrak bir renk ilave eder, halbuki beyaz renk ayı pembe ve çirkin gösterir... sonraları Sang Hanedanı zamanındaki çay ustaları toz ayı kullanırken

koyu mavi renkte koyu kahve reğinde kalın kâseleri tercih ettiler. Halbuki Ming'ler haşlama çaylarını beyaz ince porselen fincanlarda içmekten zevk alırlardı" (*Kakuzo. 1944. s.26*).

Çin çay kültürü hakkında güzel sözler söyleyen şairlerden bir diğeri de Lotung'dur.

"Tang devri şairlerinden Lotung; "Birinci fincan dudağımı ve boğazımı ıslatır, ikinci beni yalnızlığımdan kurtarır, üçüncüsü bağrıma girip orada binlerce garip ideolojiyi kımıldatır, dördüncüsü bana hafif bir ter verir ve hayatımın bütün fenalıkları çıkıp gider, beş incisinde tertemiz bir hale gelirim; altıncısı beni ebedilik âlemine götürür. Yedincisi! Ah! Yedincisi.... fakat daha fazla içemem! Yalnız soğuk rüzgârların yellerini iş irdiğini duyarım. Horaison neredesin? Ah! Bırakın beni, üzerine bineyim de, şu tatlı rüzgâr beni oraya götürsün!" dediği zaman böyle bir içkiden bahsediyordu" (*Kakuzo. 1944. s.26*).



Resim 4: Bambu Dizaynı Stoneware Çaydanlık. 1700 Hasting Müzesi

Horoison: Çinlilerin Cenneti



Resim5: Porselen Bodhi Drahma Heykeli

Çaya bu akılalmaz ilgi Song devrinde de devam etmiş ti. Aynı dönemde “çay artık şairane bir eğlence olmaktan çıkıp kendi kendini gerçekleştirebil-

menin bir yolu haline geldi. Wangyucheng çayı -ruhunu aracısız bir ses gibi dolduran ve narin acılığının kendisinde bin nasihatın sonradan gelen zevkini bıraktığı çay diye vafett-... Budistler arasında pek çok taoiste doktrinleri kendine mal etmiş olan Cenup Zen Mezhebi çay için tam ve kâmil bir ayin tertip etti. Kesişler Bodhi Dharma'nın bir heykeli karşısında çayı topluyorlar ve bir kaptan içiyorlardı; On beşinci yüzyılda Japonya'da çay âyini işte bu Zen âyininin doğdu ve gelişti”(Kakuzo. 1944. s.29)

Onüçüncü yüzyılda Moğol istilaları çay kültürünün bütün mahsüllerini yok etti. “On beşinci yüzyılın ortasında Çinin yeniden millileşmesine kalkışan yerli Ming hanedanı, memleket içindeki karışıklıklarla hırpalandı ve Çin on beşinci yüzyılda Mançuryalı'ların yabancı hakimiyetleri altına girdi. Ahlâklar ve âdetler eski devirlerden hiç iz kalmayacak derecede değişti.” ve çayın bu güne kadar geçirdiği kültür mirası geride kalmış oldu” (Kakuzo. 1944. s.29).

“Bugün Çinli için çay şüphesiz lezzetli bir içecektir, ama bir ülkü değildir. Memleketin uzun felâketleri Çinli'ye hayat mânâsının tadını unutturmuştur... İçtiği çay yaprağı çok defa çiçekli kokusu sayesinde harikuladedir, fakat Tang ve Song âyinlerindeki şiir artık fincanından uzaklaşmış gibidir.”(Kakuzo. 1944. s.30)

Çin tarihindeki Çay kütürü bu olumsuz etkilerden dolayı yalnızca tarih kitaplarında kaldımış tır. Bunun yanısıra tüm dünyayı belkide vazgeçilmesi zor bir içeceklerle tanıştırmış oldular.

2.2. Japon Çay kültürü

Japonya onbeşinci yüzyılda çayla tanışmış tır. “Japonya ona asalet

verdi ve ondan bir din yaptı, Ça'ilik dini" (*Kakuzo. 1944. s.11*). diye yazıyor, Kakuzo ve bu sözle Japonya'da çayın ne denli önemli bir içecek olduğunu anlıyoruz. Yine "Lichihlai adında bir Song şairi dünyanın en kötü şeylerinin üçünün ş u üç şey olduğunu hüznle iş aret etmiş tir: Güzel bir gençliğin yanlış bir terbiye ile bozulduğunu görmek, güzel tabloların bayağı adamların beğenmesi ile kıymetten düş tüklerini görmek ve kötü bir hazırlama yüzünden çok güzel bir çayın helak edildiğini görmek"(*Kakuzo. 1944. s.22*).



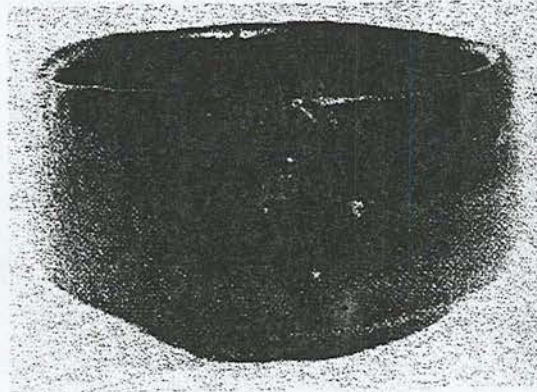
Resim6: Sap Şeklinde Kulplu Çaydanlık.1940, Okinawa.

"Japon çay ayininin Çin Zen ayininin bir gelişmesinden ibaret olduğuna iş aret etmiş tik. Taoisme'in kurucusu olan Laotse'nin adı da çayın tarihine yakından bağlıdır. ... Bu gün çay içkisinin Taoistlerce çok eski zamanlardan beri kullanıldığını "(*Kakuzo. 1944. s.33*) gösteren hikayeler anlatılmaktadır.

Kültürde önemli büyük yeri ve önemi olan çayın alalade kaplarda içilmesi düşünülemezdi bu yüzden “Çay törenlerinde çay için uygun kaplar yapılmaya başlandı. Çay töreni Zen Budistleri Manastırından zengin sınıflara yayıldı. Çay üreticileri çay için gerekli kaplara özel ilgi duydular ve Japon toplumunda önemli yeri olan çömlekçilerle birlikte çalışmaya başladılar”(*Cooper. 1988.s.60*).



Resim 7: Çay Kabı. Kyoto Kenzan, 18. yy. İngiliz Müzesi



Resim 8: Raku Çay Kabı. Songneah, 18. yy. İngiliz Müzesi

“Japon “Çay törenlerinde, yalın ilkel görünüş lü, bile bile çarpık, eğri kusurlu ya da kırık kapların kullanılması “raku” diye bilinen yalnız Japonya’ya özgü, eski (rustik) görünüş lü bir çay seramiği geleneğinin doğmasına yol açmış tır. Raku, elde tutulması hoş a giden, çayın rengini gösteren, suyun sıcaklığını koruyan yumuş ak bir kilden yapılmış tır” (Doğ an. 1984.s.224).



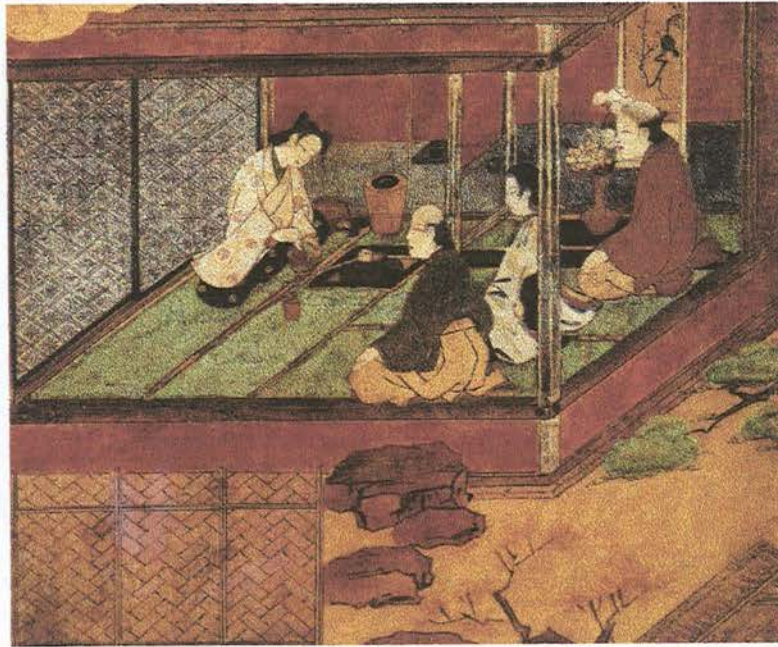
Resim9: Çay Kabı. Geç Edo Dönemi **Resim10:** Stoneware Çay kabı. Seto karatsu 16.-17. yy’lar



Resim11: Japon Çay Kabı Tomaya

Japon ay kültüründe baş lıca üç tip çay yapılır. Kaynamış ay, çarpma çay, haş lama ay. “Bu ay yapım teknikleri okullara bağlanmış tır. Bu ay törenlerinde çay yapılan kaplar ve aletler seramikten imal edilmiş tir. Bambu veya metalden yapılan objeler arasında mleki rnekleri de bulunabilir, kl küreği genelde metal olmakla birlikte bazı durumlarda seramikten yapılmış olanları da vardır“(Morse. 1979.s.16).

“ay töreninde mahalli rfler Japon Sanatını oldukça etkilemiştir.(Morse 1979.s.16) Bu törenler için özel bir mimariye sahip olan “Sukiya” adında çay odaları yapılmış tır. “Sukiya’nın orjinal ideografik harflerinin manası Fantaziye Evidir. Sonraları muhtelif çay üstadları bu harflerin yerine çay odası hakkındaki şahsi telakkilerine göre muhtelif Çin harflerini koydular. O suretle ki Sukiya’nın mnası Boşluğun Evi yahut Tenazursuzun Evidir”(Kakuzo. 1944. s.48)



Resim 12: ay Trenini Gösteren Resim 17, yy. İdemitsu Müzesi, Tokyo.

“Çay servisi için yapılan küçük evdeki kuyular, patika yollar geleneklerden oldukça etkilenmiştir. Ticari bir şehir olan Tokyo’nun en yoğun nüfuslu semtinde bile bu evler bulunabilir “(*Morse.1979.s.16*).



Resim13: Japon Çay Evi, Kyoto



Resim14: Çay İçin Düzenlenmiş Stand



Resim15: Çay Servisi

Böylece Japonların Çin kültüründen aldıkları çay içme ve buna bağlı olarak çay seramonileri Çin’de sönmüş olmasına rağmen, Japon kültüründe canlılığını ve önemini korumuştur ve bu gelenek geçmişten günümüze süregelmiştir.

2.3. İngiliz Çay Kültürü

İngilizlerin çayla tanışması doğu-batı ticareti sayesinde olmuştur. Çayın önem kazanması ve İngiliz ticaretinin en aktif malzemelerinden biri olması zamanla gerçekleşmiştir.

1600’lü yıllarda İngilizlerin sömürgesi altında olan Çin, Hindistan gibi ülkelerden ipek, baharat ve çay ticareti başlamış ve İngilizler Hint çayı ile tanışıp bunu tüketmeye başlamışlardır. Çay İngiltere’de çok sevilmiş ve tutulmuş, yine çay kültürü ile birlikte çay ile tüketilen hamur işleri yapılmaya başlanmıştır.

“II.Charles’ın Monarşi döneminde Lahey sürgününde bulunanlar orada öğrendikleri çay kültürünü dönüşlerinde İngiliz sarayına taşıdılar. İngilizler daha sonra çay içilen kaplarda kulp ve tabak gibi diğer ekipmanlarında gerekli olduğunu dile getirdiler Yine aromalandırılan çaylar çok pahalı olduğu için çayda krema ve süt kullanımıyla birlikte çay gelenekleri gelişmeye başladı. Bu gelişim on dokuzuncu yüzyıla değin sürerek. çay geleneğine sandviç tabakları eklendi “(*Iguchi.1994.s.4*)

“Çay önceleri vergilerin aşırı çokluğu nedeniyle içilemeyecek kadar az durumda idi Bu yüzden ilk ingiliz çaydanlıklarının boyutları küçüktü. Özellikle 1839 dan sonra Hindistan’dan büyük çay alımı olunca fiyatlar ucuzladı ve İngiliz çaydanlıklarının ebatları büyüdü” (*Iguchi.1994.s.42*)



Resim 16: Çaydanlık, William Greatbatch. Staffordshire,1978.

“On sekizinci yüzyılın ilk yarısında İngiltere kahveleri fiilen birer çayhane haline gelmiş tir”(Kakuzo. 1944. s. 18).

Çayın ingiliz toplumuna geçiş i böyledir. Daha sonra fincanlara kulplar eklendi. “İngilizlerin geleneksel çömlekçiliğini yansıtan bir çoğu dekoratif amaçlı çaydanlıklar yapılmaya başlandı. Kulp ve emzikleri dengeli ve hafif olan, daha ziyade görsel zevke hitap eden bu çaydanlıklar mükemmel işlerdi. Bunlar ithal edilen gümüş örneklerinden ilham alınarak imal ediliyordu” (Iguchi. 1995 s.39.).

Bugün İngilizlerdeki beş çayı akşam yemeklerinden önce gerçekleş tirilen sosyal bir olgudur. Özellikle Kraliçe Victoria (1819-1901) döneminde

insanları bir araya getirdiği için çok önem kazanır ve bir gelenek haline gelir. Günümüz İngiltere'sinde resmi dairelerde bile beş çayına denk gelen saatte ara verilmekte ve insanlar okuma, sohbet, konuşma gibi sosyal olaylarını çay ile paylaşmaktadırlar.

Önceleri aristokrat kesim tarafından tüketilen çay 1800'lü yıllarda piyasada artmasıyla tüm İngiliz halkına yayılmıştır. Buna bağlı olarak çay pazarı da çok gelişmiştir. Öyle ki; İngiltere'de her bölgede yetişen çayları bulmak mümkündür. Hint, Endonezya, Seylan'dan getirilen çaylar damak tadına göre harmanlanıp tüketime sunulmaktadır.



Resim 17: Staffordshire Çaydanlık ve standı. 18.yy. sonu, Victoria ve Albert Müzesi, Londra

İngilizler Sade (Black tea) ve reçetelere göre hazırlanmış olan çayları tüketmektedir. Çeşitli aromalar damak tadına ya da arzuya göre çaylara eklenmektedirler.

İngilizlerin çay hazırlama şekli

Porselen demliğe çay boca edilip kaynamış suyla demlenir. İyi bir çay demliğin porselen olması şarttır. çayı porselen demlikte demleme yöntemi İngilizlerin Çin bağlantısı olarak sürdürdükleri bir gelenektir. Diğer bir özellik ise çayın demleneceği suyun çok kaynamış olmasıdır. Demlenen çay 2-3-5-10 dakika arasında dinlendirilir. Demlik soğumasın diye üstü örtülür ve daha sonra porselen fincanlarla servis yapılır. Çay çok sıcak içilmez, bu da başka bir İngiliz alışkanlığıdır.

Çay tüketimine paralel olarak çay takımları üretilmeye başlanmıştır. İlk çaydanlıklar metaldir. Sonraları bunların yerini porselenler almıştır. İngilizler çay içerken kesinlikle porselen fincan ve demlik kullanmaktadırlar. Estetik ve ısı kaybının az olması sebebiyle tercih ettikleri porselenin ince olmasına özen göstermektedirler

2.4. Türk Çay Kültürü

Türklerin çayla tanışması bu alışkanlığın günümüze kadar gelmesi uzun bir zaman diliminde gerçekleşmiştir. Türkler de çayla diğer kültürlerde olduğu gibi Çinliler sayesinde tanıştılar. Üstelik Türklerle Çin'lilerin tarih içindeki münasebetleri düşünülecek olursa, Çay'ı Çinlilerden sonra ilk kul-

lananlar belki de Türklerdi.

Bugün çay tüketen bir çok kültür çay içmede kullanılan malzemelerde değişiklikler yapmış ken günümüz Orta Asya Türklerinin büyük bir kısmı hala kulpsuz fincanlarda (Piyalelerde) çay içmektedirler.

Araştırmanın bu kısmında tarihsel süreç içindeki ve bugünkü Orta Asya Türklerinin çay kültürü, yine günümüz tarihine daha yakın olan Osmanlı dönemi ile Cumhuriyet dönemi çay kültürü incelenmiştir.

2.4.1. Orta Asya Türklerinin Çay Kültürü

Türkler gerek islamiyetten önce gerek islamiyetten sonra yaşadıkları bölge itibariyle Çinlilerle sürekli ilişki içinde olmuşlardır. Türklerle Çinlilerin arasında tarih boyu süren savaşlarla çin kültüründen, birçok malzeme Türklere geçmiştir. Üstelik ticaret yollarının da Türk topraklarından geçiyor olması bu kültürel alış veriş i hızlandırmıştır. Keramikler, silahlar, takılar, metal objeler gibi bir çok eşya Türk kültürüne geçmiş ve Türkler tarafından kullanılan bu eşyalar kendi kültürleriyle kaynaştırılarak süreç içerisinde kültürün ayrılmaz bir parçası olmuştur.

Muhtemelen çay kültürünü de Türkler Çinlilerden almıştır. Orta Asya bölgesindeki birçok kurganda yapılan kazılarda bu yerleşim bölgelerinde çok eski devirlerden beri çay tüketildiğine dair ipuçları veren keramikler ele geçirilmiştir. Örneğin Büyük Hun devletine ait bir kurganda “1924-1925 yıllarında Rus Coğrafya kurumunun düzenlediği kazılarda, Kuzey Moğolistan, Selegna nehri havzası, Noyun-Ula dağlarındaki Büyük Hun devletine ait kurganların

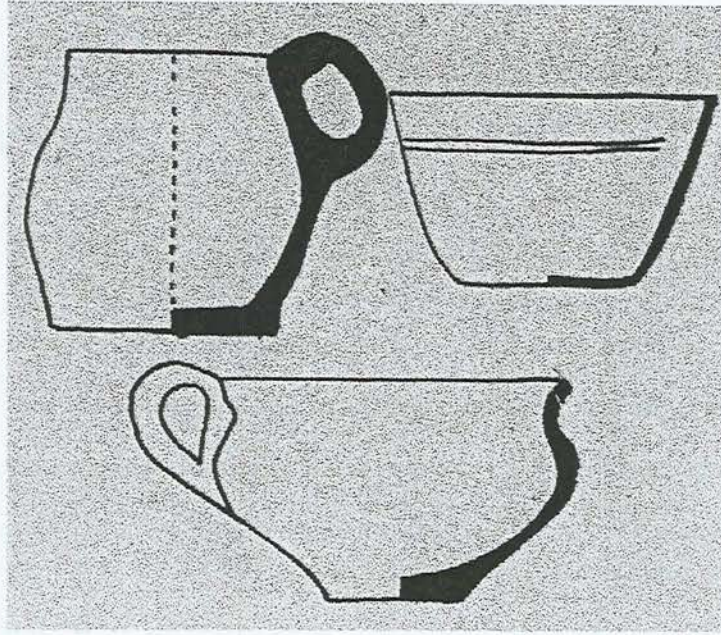
birinde “bir vazo içinde çay kalıntılarına rastlanmış tır”(Ögel.1984.s.65).

Milattan sonra 659 senesinde ipek yolu üzerinde bulunan Fergana bölgesinde yerleşik hayatı göçebeliğe tercih etmiş ve ziraatçilikle uğraşan Göktürk çağına ait bazı kazılarda fincan formuna benzeyen seramikler bulunmuştur.

“Bu kazılarda bulunan “XI.-XII.yüzyıl Göktürk Çağı eserleri daha ziyade çanak çömlek parçaları idiler. Yandan kulplu çanaklar, fincanlar”(Ögel.1984.s.180). bize Göktürklerin de çay tükettiklerine dair zayıf ta olsa bir fikir vermektedir. Çayın anahtarının Çin ve İpek Yolu’nun Fergana adı verilen bölgeden geçiyor olması ve bu bölge kazılarında fincan formunda eserlerin bulunmuş olması bu düşünceyi az da olsa desteklemektedir



Resim 18: Fergana Çağı Buluntuları, Göktürk Çağı



Resim 19: Fergana Çağı Buluntuları, Göktürk Çağı

Büyük Hun Devletinden Uygur devletine kadar geniş bir yelpaze içinde yer alan Kırgızlar, Hazarlar, Volga Bulgarları, Peçenekler, Macarlar, Kıpçak ve Kumanlar, Altaylar, Karluklar ve bu kültürlerle ait kazılarda çıkan bol miktarda çanak çömlek ve fincanlar bulunmuş ve bu kültürler de çayı kendi kültürlerine uyarlayarak üretip, tüketmiş olmaları muhtemeldir.

2.4.2. Günümüz Orta Asya Çay Kültürü

Rusya 1814 yılında Kırım'da çay ekimini denemiş fakat Kırım iklimi bitkinin yetişmesine uygun olmadığı ve verim alınamadığı için üretimi durdurmuştur. 1847 yılında yine Rusya Gürcistan'da ve 1558 yılında Aceristan'da, 1912 yılında da Azerbaycan'da çay üretimine başlanmış tır.

Çay tüketimi Orta Asya Türklerinin hemen hemen hepsinde görülmektedir. Örneğin; Özbekler, Tatarlar, Kırgızlar, Kazaklar çayı çok sevip çok fazla

tüketmektedirler. Bu kültürün bizden farklı ve en güzel yönü ise çayı kesinlikle porselen fincanlarda (Piyale) içmeleridir. Yalnız Tatarlar diğer Orta Asya Türklerinden farklı olarak çayı cam bardakta içmektedirler. Bunun sebebi de Tatarların Avrupa Kültüründen etkilenmelerine bağlanabilir.



Resim 20: Özbek Çay Piyalesi ve çaydanlık.

Özbekler kara ve yeşil çay türünde iki tür çay tüketirler. İki çayın da demlenmesi sıcak suyla olur, yalnız en önemli fark Özbekler çayı demlerken kesinlikle porselen demlik kullanırlar. Çayın deminin kontrolü yine porselen piyaleye çayın 1-2 defa aktarılmasıyla yapılır.

Özbeklerin özel çay formülleri olmakla birlikte daha çok yeşil çay tüketmektedirler. Çayı demlerken çeşitli tatlandırıcılarla birlikte demlemek, özellikle porselen demlikte demlemek ve porselen piyale de içmek en belirgin özellikleridir.

Tatarlar da çay kültürü diğer kültürlerden farklı değildir. Tatarlar çayı

piyale ve ogır (ukur) denilen iki tip fincandan içerler. Bu fincanların ortak özelliği ikisinin de porselen olması. Bir de Rus kültüründen aldıkları zarflı staken adında cam bardak kullanırlar.



Resim 21: ay Servisi. Orta Asya

2.4.3. Osmanlı Dönemi ay Kültürü

Türk kültüründen ayrı düşünemeyeceğimiz Osmanlı döneminde de çok az miktarda da olsa çay iilmekteydi.”çay zerine Osman’lıdaki ilk kitap olan ‘ay Risalesi’1887 yayınlanmış tır”(Bildirici.1997.s.20).



Resim 22



Resim 23

Resim 22: Fincan ve fincan Tabağı. 18. yy. ilk yarısı

Resim 23: Fincan ve fincan Tabağı. 18. yy. ilk yarısı

İznik ve Kütahya’da çini kökenli kulpsuz fincanlar üretilmiştir. Bu fincanların çay için mi, yoksa kahve için mi yapılmış olduklarını tam olarak bilemiyoruz. Beykoz çini fabrikası ve Yıldız Porselen fabrikalarında yine Osmanlı’nın son dönemlerine denk gelen tarihlerde çay takımları üretilmiştir. Avrupai tarzda yapılmış olan bu ürünler sayesinde o dönemde çay tüketildiğine dair bilgi edinilebilmektedir.

Osmanlı döneminde daha ziyade kahve tüketilmekteydi. Türkler de çay-kahve kültürüne bağlı , toplu olarak çay-kahve içilen mekanlar da karşımıza çıkmaktadır. Kahvehaneler o günlerde sohbet edilen, çay-kahve ve nargile içilen sosyal mekanlardır. Osmanlı İmparatorluğu döneminde zaman zaman kapatılmış , kimi zaman faaliyetlerine izin verilmiştir.

“Eski İstanbul kahvehaneleri sohbet yerleri, birer kulüp, birer okuma odası ve eğlence yerleriydi. Akşamları kahvelerde buluşulur, çeşitli konular üzerinde tartışılırdı. Kahvehanelerin de kendilerine özgü mimari yapıları vardı. Dış kapıdan dikdörtgen biçiminde, mermer ya da Malta taşı döşeli

alana girilirdi. Ortada mermerden fıskiye bir havuz bulunurdu. Alanın üç yanında yerden 80-90 cm yüksekliğinde kaplamalık ya da kerevet denilen şilteli oturma yerleri vardı. Kapının karşıısında alçıdan yapılmış, kimisi çinilerle süslü ocak bulunurdu. Ocağın yanında ancak hatırı sayılan müşterilerin oturabildiği baş sedir vardı. Baş sedirin yanındaki öbür kerevetin sonunda, önünde post bulunan birkaç gözlü, cevizden çekmece bulunurdu. Burada kahvenin sahibi otururdu. Ocağın iki yanında kabartma alçı nakışlı delik denilen raflar bulunur, burada taslar (kulpsuz fincan) ve zarfları dizilirdi. Deliklerin yanında duvar içine oturtulmuş tahta kapılı dolaplar vardı. Daha önceleri burada çubuklar ve lüleler, sonraları nargile marpuçları konulmuş tur. Su gereksinmesi ocağa yakın, yere gömülü büyük küplerden karşıılanırdı”(*Türkiye Ans.3.cilt.1983.s.858*).

“Yakın zamana değin ünlerini sürdürmüş, sonraları çeşitli nedenlerle kapanmış kahvehanelerden kimileri şunlardı: Kaksim’de Balıklı Rum Hastanesi Vakfına bağlı Eftalapulos Aralık 1971 de yanmıştır, Tepebaşı Kanunu Esasi Kırathanesi, Viyana, Nisuvaz, Elit ve Baylan, (bunların bir bölümü pastane görevini de görüyordu), Beyazıt Küllük, Sultanahmet Köşe, Nuruosmaniye İkbal, Ankara Caddesin’ndeki Meserret, Vezneciler Darültalim ve Yavru Mehmet’in Kahvehanesi“(*Türkiye Ans.3.cilt.1983.s.859*).

2.4.4. Cumhuriyet Dönemi Çay Kültürü

Çay dünya’da sudan sonra en fazla içilen içecektir. Diğer ülkelerde olduğu gibi çayın ülkemiz ekonomisinde önemli bir yeri vardır.

“Ülkemizde çay yetiştirme denemeleri ilk defa 1888-1892 tarihleri

arasında Bursa'da başlamış , Japonya'dan getirilen çay tohumları ancak, çayın yetişmesi için uygun tabiat şartların bulunmaması nedeniyle denemelerden başarılı sonuç alınamamıştır”(Altın.1986.s.141).

“Ülkemizde çay bitkisinin yetiştirilmesine ilişkin ilk etkili girişimler 1937 yılında Sovyetler birliğinden 2 ton çay tohumunun getirilmesiyle yapılmıştır ...“1947 yılında ilk çay fabrikası Rize'de işletmeye açılmıştır”(Altın.1986.s.142).

Türkiyede çay işlenilmeye başlanmasından sonra çay artık bir lüks olmaktan çıkmıştır. Çünkü o dönemlerde bir çok tüketim maddesi çok rahat bulunamamaktaydı. Bunun sebebi ülkede sanayiinin henüz gelişmemiş olması olabilir. Adı geçen tarihlerde ve bu tarihten önceki dönemlerde yaşamış bugün hayatta olan insanlar o tarihlerde çayı rahatlıkla bulamadıklarını söylemektedirler. Bu tarihten sonra ülke piyasasında yerli çay fazlaşmış ve yerli çay tüketimi ciddi boyutta artmıştır.

“Geçmiş ten günümüze kahvenin yanı sıra, Türk yaşamına çay, giderek sabah kahvaltılarının ve ikinci saatlerinin vazgeçilmez içeceği oldu”(Çil. 1977.s.9).

Cumhuriyet dönemi Türk çay kültüründe çay içme geleneğinde ince belli cam çay bardakları ter ih edilmiştir.



Resim 24: Cam bardakta Çay.

İKİNCİ BÖLÜM

Tarihsel Geliş im İçinde Osmanlı ve Anadoluda Porselen Çay Takımı Üretimi

Osmanlı İmparatorluğunun son dönemindeki ve cumhuriyet dönemindeki porselen fabrikalarını ve ürünlerini incelemeden önce geleneksel anlamda süregelen çini ve seramik sanatının hangi düzeyde olduğuna ve porselen ihtiyacının yurt içinde kurulacak fabrikalarla giderilme sebeplerine bakmak gerekir.

BİRİNCİ KISIM

19.YY.da Osmanlı Çini ve Seramik Sanatına Genel Bir Bakış

Osmanlı Devletinin içinde bulunduğu zor koşullar bir çok sektörde olduğu gibi seramik sektörünü de olumsuz yönde etkilemiştir.

“XIII. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Kütahya’da çini ve seramik sanatı gerilemeye başlamıştır. Yüzyılın başlarında üçyüzü aşkın çini ve seramik atölyesi bulunurken, 1795 yılında atölyelerin sayısı yüze inmiştir. Çini ve seramiklerin kimyasal terkibi değişmiştir. Seramikteki işaretler yok olmuştur. İşçilik son derece zayıftır. Desen ve motifler ilgi çekiciliğini kaybetmiştir. Dolayısıyla imal edilen mallar kalitesiz olarak yapılmıştır. Bu durum XIX yüzyılın başlarına kadar devam etmiştir” (Aksungur. 1983. s.79).

XIX.yüzyıl sonları ile XIX. yüzyılın başlarındaki bu durgunluk döne-

minden sonra Kütahya’da çini ve seramik sanatında yeniden bir canlanma görülür. Bu dönemde imal edilen çinilerde eski İznik çinilerinin motifleri geniş ölçüde kullanılmıştır.

“II. Abdülhamit devrinde, Yıldız Sarayında bir çini atölyesi açılmıştır. Bu atölye imalatını bir süre sürdürmekle birlikte, yine de çok sınırlı kalmıştır. Ayrıca, başka bir çini ve porselen atölyesi kurulmuştur. Bu atölye de yeterli kalitede mal imal edemediğinden ve yabancı malların rekabeti yüzünden kısa sürede imalatını durdurmuştur.”(Aksungur 1986. s.96)

1.1. Osmanlı İmparatorluğunda Porselen Üretimi İçin Fabrika Kurma İhtiyacını Gündeme Getiren Nedenler

“Sultan Mecit ve Sultan Abdülaziz döneminde, pekçok Avrupa fabrikalarının ürünlerinin yanında, özellikle Sevres ürünü olan porselenler çok sayıda Türkiye’ye getirilmiştir. Bunların çok büyük bir bölümü Saray içinde kullanılmış olmalıdır. Ayrıca bu porselenlerin hemen hemen tamamı, Türkiye için özellikle üretilmemiş olduğu için, bunların halk tarafından benimsenmesi de çok zordu. Çünkü, üzerlerinde insan resimleri bulunan Fransız porselenlerinin Türkiye’deki o günkü geleneklere uyması zaten mümkün değildi.

O tarihte porselen sanayiinde çok önemli teknik gelişmeler elde etmiş olan Fransa’da birçok ünlü porselen fabrikaları en görkemli ürünlerini yapabilmek için yarışmaktaydılar. Bu fabrikaların hemen hemen hepsinden çok sayıdaki değişik porselenler Türkiye’ye girmiştir. Ancak bu değişik fabrikaların ürünlerinin hepsi damgalı olmadığı için, genel olarak hepsi birden “Fransız porseleni” olarak kısaca isimlendirilirler.

Ayrıca, Fransa’daki çok ünlü fabrikaların yanında, 1830 yılında Sevres

fabrikasından ayrılan sanatçıların kurdukları “S.” isimli bir fabrika vardır. Bir süre sonra kapanan bu fabrikanın kısa süren hayatı sırasında ürettiği porselenin çok büyük kısmının Türkiye için özellikle hazırlanmış olduğu söylenir “(Aksungur 1983. s.96).

“Kalın çizgilerle ortaya konulan bu durumda da görülüyor ki, İstanbul’da kurulabilecek bir porselen fabrikası, birkaç değişik problemi bir arada çözebilmek için düşünülmeliydi. Bir yanda Batı sanatı ve tekniğinin çekiciliği vardır. Diğer yandan da Anadolu’da artık sönmüş bulunan geleneksel çini ve seramik fırınları herkesi üzmektedir. Bu kere de “O günlerin en çekici ve ağır endüstrilerinden birisi olan” porseleni üretecek Anadolu’nun bu ünlü geleneğini de yeniden canlandırmaya ve özellikle de teknoloji yönünden geliştirmeye yönelik bir düşünce yeniden canlılık kazanmış olmalıdır.

Bunların yanında, pratik olarak, hem saray ve çevresinin hem de bütün ülkenin böyle bir teknolojiyi ortaya çıkaracak günlük ürünlere olan ihtiyacı da ortadadır. Tabaktan, fincana kadar pekçok eşya, işçi de hemen hemen hiç üretilmemekte, ithal edilen ise çok pahalıya gelmektedir” (Küçükerman.1987.s.61).

1.2. Son Dönem Osmanlı İmparatorluğunda Porselen Fabrikaları ve Ürünleri

Tezin bu bölümünde Osmanlı imparatorluğu’nun son dönemlerinde endüstriyel anlamda üretim yapan fabrikalar ve bu fabrikaların üretmiş oldukları Porselen sofrata takımları takımları incelenmiştir . Beykoz porselen (O dönemdeki adıyla Eser-i İstanbul) ve İstanbul Porselen gerek kuruluş amaçları gerekse ürünleri itibariyle araştırması yapılan konunun amacına uygun görülmüş ve bu iki fabrika incelenmiş, günümüze kalabilen ürünlerinden bir kısmına yer verilmiştir .

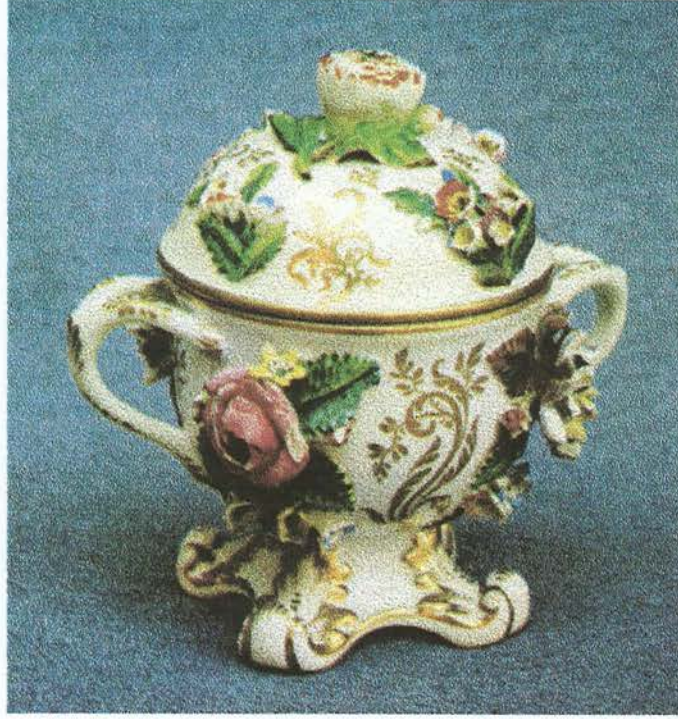
1.3. Beykoz Porselen (Eser-i İstanbul) ve Üretilen Sofra Takımları

“Beykoz Porselen 1845 yılında Tophane Nazırı, Damat Rodosizade Ahmet Fethi Paşa tarafından kurulmuştur. Fakat bundan önceki tarihlerde de “İstanbul’da XVIII. yüzyıldan beri Galata, Beykoz, Eyüp ve Balat’taki dağınık küçük çini ve çömlek imalathanelerinde porselen üretimi” yapılmaktaydı” (*Bayraktar.1982.s.3*). “Saraya yönelik olmayıp günlük kullanıma uygun üretim yapan bu atölyeler de porselenin alt kısmına “Eser-i İstanbul” damgası vurmuşlar ve bu adla anılmışlardı. Markalar porselenlerin dip kısmına basılmış ve bir oyuk elde edilmiştir”(*Küçükerman.1987.s.53*).

Beykoz porselen fabrikası kurulana kadar, yukarıda bahsedilen atölyelerin ürettikleri porselenler Avrupa porselenleri ile rekabet edemiyorlardı. Bir başka problem de, yine bu atölyelerin ciddi bir teşkilat kurup kaliteli ürün verememeleriydi.

“Bu sebepten dolayı 1845 yılında Fethi Paşa o günkü Avrupa tekniğine uygun bir Fabrika açmış ve dağınık şekilde üretim veren ustaları bir araya toplamış ve dönemin padişahı Sultan Mecid hesabına hiçbir masraftan kaçınmayarak renkli fayans ve porselen üretilmeye başlanmıştır ”(*Kocabaş.1941.s.65*).

Fabrikada Viyana ve Sakarya porselenleri örnek alınarak fakat taklitten çok uzak, Türk zevkine uygun ilk eserler verilmiştir. Fayans ve Porselen olmak üzere iki grupta üretilen mamuller günlük kullanımdan çok uzak lüks kalitede işlendi. Üretilen malların en önemli özelliği ise kalite yönünden o günkü Avrupa porselenleri ile yan yana geldiğinde ayırt edilememesiydi.

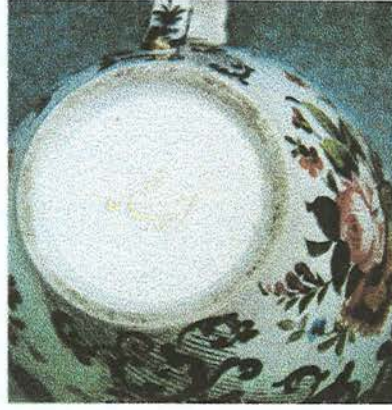


Resim 25: Eser-i İstanbul Damgalı Porselen Kap. 19. yy.

“Eser-i İstanbul mührüne sahip olan bu eserler damgaları itibariyle iki grupta incelenebilir.

1. Mühür basılmış olanlar, buna “soğuk damga” veya “oyuk damga” denir.

2. Boya ile yazılanlar; bir kısmı altın yaldızla, bir kısmı ise kırmızı veya mavi boya ile talik hatla yazılmıştır. Bu yazı ve mühür tabii ki eski harflerledir”(Bayraktar.1982.s.3).



Resim 26: Yıldızla Yazılmış Eser-i İstanbul Damgası

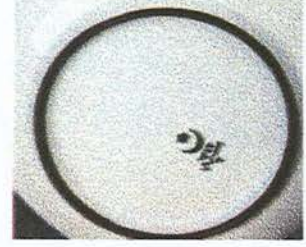
“Beykoz çini fabrikasında üretilen ürünler şöyle sıralanabilir: Yüzey süslemesine uygun olarak yapılmış kapaklı sahanlar, kâse ve tabaklar, fincanlar, vazolar ve çini duvar plakalarıdır. Ayrıca aş ure testileri nevruzziyeler de üretilmiştir. Kapak tutacakları genellikle çeşitli meyva (çilek, incir, erik), sebze (domates, biber) veya çiçek (gül, papatya) formundadır” (Bayraktar.1982.s.5).



Resim 27: Eser-i İstanbul Damgalı Porselen Kap.



Resim 28



Resim 29

Resim 28: II. Abdülhamit Armalı ve 1896 Tarihli Porselen Fincan ve Tabağı

Resim 29: Yıldız Porselen Fabrikası Damgası

“Beykoz porselen fabrikası ile ilgili bugüne gelebilen bilgi maalesef çok azdır. Örneğin fabrikada desen yapan ustaları bilemiyoruz. Bu ustalardan yalnızca “Hacı Beyzade Ali Bey” isimli bir sanatkarın bu fabrikada desenci olduğu bilinmektedir”(Bayraktar.1982.s.5).

Bunun sebebi de ürünlerin üzerine ustaların adlarının yazılmaması, sadece “Eser-i İstanbul” damgasının işlenmesidir.

25-30 sene üretim veren fabrika bakımsızlıktan ve sipariş borçlarının ödenmemesi nedeniyle kapatılmıştır. Kapatıldıktan sonra Yıldız Porselen Fabrikasının kurulmasına kadar piyasa yine Avrupa porselenlerinin eline geçmiştir. Fabrika hakkında çok fazla bilgi bugüne kalmamıştır ve İstanbul Topkapı Sarayındaki örnekler de az sayıdadır.

1.4. Yıldız Porselen ve Üretilen Çay Takımları

“Dönemin Fransız elçisinin önerisiyle, porselenleriyle ünlü olan “Sevr” fabrikasından birçok usta da getirilerek üretimde çalıştırılmaya başlanmıştır. Böylelikle “Sevr” fabrikasından gelen ustalarla 1892 yılında çalıştırılmaya başlanan fabrika, ne yazık ki iki yıl sonra 1894 senesinde yıkılmıştır. Ama hemen gerekli olan onarımlar yapılarak yeniden üretime geçirilmiştir”(*Küçükerman.1987.s.63*).

Bugün müzelerde ve özel koleksiyonlarda yer alan bu ilk porselenlerin, üzeri resimli olan çeşitli boylarda vazolar, padişah portreleri bulunan çeşitli fincan takımları, çeşitli duvar tabakları ve bu gibi porselenler olduğu anlaşıyor. Bu tabaklar ve diğer porselenler üzerine, genellikle İstanbul'daki saraylar ve köşkler işlenmiştir.



Resim 30: Padişah Portreli Fincanlar. Topkapı Müzesi, İstanbul.

“Fabrika 1905 yılına (Meşrutiyete) kadar düzenli bir çalışma programına göre çalışmasını sürdürmüştür. Bu süre içinde “Resimhanesinde” hem Fransızlar hem de Türkler birlikte çalışmışlardır”(Küçükerman.1983.s.68).



Resim 31: Çeşitli Porselenler. Yıldız Arşivi Koleksiyonu.

“Fabrika resimhanesinde çalışan portre, Peysaj ve çiçek ressamları şunlardır:

Portre Ressamları:

- * Ressam Enver Bey
- * Ressam Mardinos Efendi.

Peyzaj ve çiçek Ressamları:

* Heykeltraş Behsat Nuri

*Enderunlu Nuri Bey

*Ressam Şeker Ahmet

* Zekâî Paşa “(*Küçükerman.1987.s.68*).

Ali Rıza Bey

“Türk resim sanatının ilk rönesansı bu fabrikada ve bu ustalarla gerçekleş ti denilebilir”(Kocabaş.1941.s.66). Çünkü o güne değ in çok silik ve sönük kalmış insan figürü tek tük de olsa yıldız porselenleri imalatı olan porselenlerde resmedilmiş tir.



Resim 32: Çay Takımı Çizimi. Ali Rıza Bey.

“Fabrika Sultan II. Abdülhamit’in kendi zevki ve merakı dolayısıyla kurulmuştur. Önceleri saray ve çevresi için çalış mış tır”(Bayraktar.1982.s.12).

Fabrikanın o günkü ürünleri ya saray için yapılımlış ya da hediye olarak gönderilmiştir. “Fabrika rnlerinde insan ve diğerk canlı resimlerine az rastlanılmakla beraber bunların büyük bir Sultan Hamid’in kendisi için imal ettirdiğı ürünlerdeki kendi portreleri çoğunluktadır”(Kocabaş.1941.s.67).



Resim 33: Fincan Takımı. Dolmabahçe Sarayı TBMM Milli Saraylar Koleksiyonu.

Yıldız porselenin günlük kullanımdan ziyade lüks eserler verdiğini daha önce belirtmiştik. Gerçi bugün elde kalan ürünler içinde günlük kullanımına yönelik olarak üretilmiş ürünler de vardır ama bunlar küçük bir gruptur. Fabrikada üretilmiş olan ürünler ř öyle sıralanabilir; Büyük vazolar ki bu vazolar fabrikanın önemli çoklukta üretimidir, padişah tuğralarının işlendiğı duvar tabakları, “Osmanlı sultanlarının I. Osman’dan başlayarak sultan Abdülaziz’e kadar seri halde resimlerinin yapıldığı çay ve kahve fincanları ve padişah portrelerinin işlendiğı bazı tabaklardır”(Bayraktar.1982.s.12).



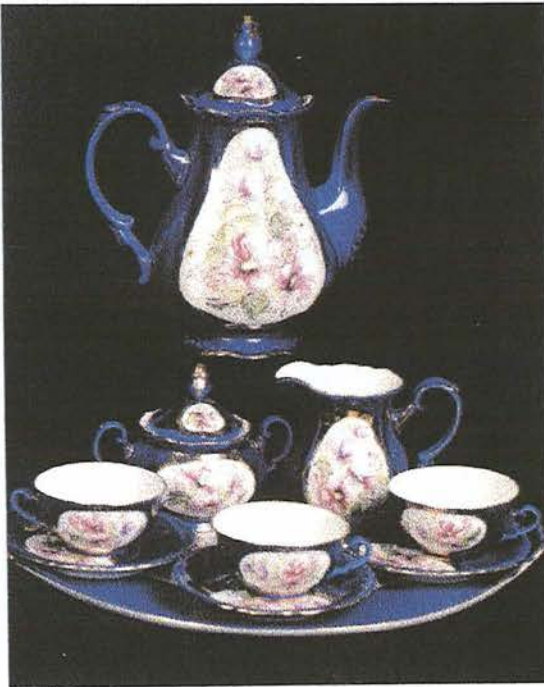
Resim 34: II. Abdülhamit'e Ait Çay Takımı, 1896.

“Fabrikanın üretiminde kullanılan malzemelerin çoğu (Kalıplar ve diğer malzemeler) Fransa’daki Limoj ve Sevr fabrikalarından getirtilmişti”(Kocabaş.1941.s.67). I. Dünya savaşı sırasında (1914-1918) yılları arasında fabrika için gerekli olan hammadde yurtiçinden sağlanmış tır. “Yerli toprakla yapılan eserler de diğerleri kadar başarılı olmuştur”(Bayraktar.1982.s.12). Yine Fransa’dan getirtilen kalıpların yanı sıra bir çok yeni kalıp da Yıldız’da Türk ustalar tarafından yapılmış tır.

“Fabrika ürünleri o zamanlar İstanbul’da Sultanhamam’da Hereke fabrikası satış yerinde satılır, Ramazanlarda ise Beyazıt Camiisi avlusunda sergilerde halka hem teşhir edilir, hem de satışı yapılırdı. Savaş yıllarında üretimine devam edemeyen fabrika 1920 senesi sonlarına doğru kapanmış ve bir daha açılmamış tır”(Kocabaş.1941.s.68)

“Cumhuriyetten sonra Yıldız fabrikası 1936-1983 yıllarında Milli

Emlak tarafından tasfiye edilmiş, kalıpları ve diğer demirbaş eşyası ile muhafaza edilmeyip müzayede ile satılmıştır. 1957 yılında Eczacıbaşı Müessesesi tarafından yeniden işletilmesi için teşebbüs olmuş sa da muvaffak olunamamış ve neticede 1959 yılında Sümerbank'a devredilmiş, bu tarihten itibaren ilave binaların temelleri atılmış tır. İlk deneme işletmesi 1961 yılında olmuş ve başarılı olunmamış tır. Böylece "Sümerbank Yıldız Porselen Sanayii Müessesesi" adıyla 1962 yılında fabrika tekrar faaliyete geçirilmiş tir. Bugün daha da geniş letilen bu fabrika halen çalış masına devam etmektedir"(Bayraktar.1982.s.15).



Resim 35: Sultan Çay Takımı
Yıldız Porselen



Resim 36: Hanımeli Çay Takımı
Yıldız Porselen

İKİNCİ KISIM

Cumhuriyet Dönemi Porselen Fabrikaları

“Porselen sofrası ve süs eşyası geçen yüzyıl sonundaki bazı küçük çaplı girişimler dışında ülkemizde ilk kez 1962 yılında faaliyete geçen Sümerbank-Yıldız Çini ve Porselen Fabrikası tarafından işletilmeye başlanmıştır. Daha sonra bunu 1963 yılında İstanbul Porselen Sanayii İşletmesi AS.(İPSAŞ), 1968’de Sümerbank-Yarımca Seramik Fabrikası... 1977’de Kütahya Porselen Sanayii A.Ş. ve... 1989 Mayıs ayında Güral Porselen” (*Türkiye İş Bankası.1990.s.2*) ve son olarak da 1992’de Porland Porselen üretime geçmiştir.

“Yarımca Porselen Fabrikası 1983 tarihinden itibaren Sümerbank’tan ayrılarak “Türkiye Çimento ve Toprak Sanayii T.A.Ş.” bünyesine girmiştir. Sektörün Kütahya Porselen ve Güral Porselen dışında kalan tüm firmaları Marmara Bölgesinde, İstanbul-İzmit arasında yerleşmiş durumdadır”(*Türkiye*

İş Bankası.1990.s.2) Porland Porselen üretim fabrikası Bilecik'te, dekor ünitesi ise İstanbul Tuzla'dadır.

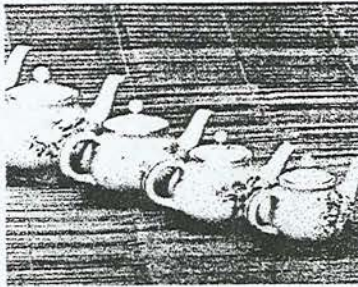
“Halen üretim yapan fabrikaların ikisi kamu (Yıldız Porselen-Sümerbank, Yarımca Porselen-Çitosan), diğerleri ise özel sektöre aittir”(Türkiye İş Bankası.1990.s.2).

2.1. İstanbul Porselende Üretilen Çay Takımları

“İstanbul Porselen Sanayii A.Ş. 1962 yılında İstanbul Gebze'de kuruldu. Yıllık üretim kapasitesi 4500 ton olarak işletmeye açılmıştır. Bisküvi pişirimi 900°C 'de, sır pişirimi ise 1380°C 'de gerçekleşip, sert porselen yapılmıştır. Üretim döneminde kaliteli ürünler vermiş olan İstanbul Porselen, ürünlerinde istenilen beyazlığa ulaşmak için İngiltere'den kaolen getirtmiştir”(Sevim.1994.s.49).



Resim 37: Çay Takımı, İstanbul Porselen



Resim 38: Dekorlu Çaydanlık, İstanbul Porselen , Resim 39: Çay Tabakı, İstanbul Porselen

Çalışma boyunca otel porseleni ve günlük kullanım porseleni olmak üzere üretim verilmiştir. Üretimleri olan ürünler: otel için düz tabak, çay fincanları ve kâseler, dekorlu ve dekorsuz çukur tabaklar, sofra takımları, pasta takımları, çay takımları, çaydanlıklar, porselen çay tabakları, dekorlu ve dekorsuz çay fincanları, çeşitli boylarda vazolar, çorbalıklar, tuzluklar ve resimlikler olarak sayılabilir.

İstanbul porselen 1991 yılında ekonomik sebeplerden dolayı kapanmıştır.

2.2. Yarımca Porselende Üretilen Çay Takımları

Çitosan'a (Çimento-Toprak Sanayii) bağlı bir kamu kuruluşudur. 1961 yılında kurulmuş tur.

“Yaklaşık 80.000m²'si kapalı olmak üzere, toplam 300000m²'lik saha üzerine kurulu bulunan tesis, Sümerbank ve Emlak Bankası ortaklığı ile “Yarımca Porselen Seamik ve Çini Sanayii Limited Şirketi” ünvanı altında 1961 yılında kurulmuş tur.

İlk etapta elektroporselen, sofra eşyası, sağlık gereçleri üniteleri olmak üzere, toplam üç ünite 1968 yılında iş letmeye açılmış tır.

Tesis, zamanın Çekoslavak teknolojisine uygun olarak Çekoslavak “Technoexport” firmasınca kurulmuş, bilahare, bu üç ünitenin refrakter malzeme ihtiyacını karşılamak ve kısmen de iç ve dış piyasaya yönelmek amacıyla Japon Takosago firmasına kurdurulan Fırın Malzemeleri Ünitesi, 1972 yılında 4.üncü iş letme olarak devreye girmiştir.

1969 yılında Emlak Kredi Bankasının ortaklıktan ayrılması ile şirket Sümerbanka bağlı müessese statüsünde bir kamu ve iktisadi teşekkülü olmuştur.

1983 yılındaki düzenlemeyle de Türkiye Çimento Toprak Sanayii T.A.Ş. (Çitosan) bünyesine alınan şirket o günden bu yana, Yarımca Porselen sanayii T.A.Ş. olarak faaliyetlerine devam etmektedir.

Dört ayrı üretim işletmesini aynı çatı altında barındıran şirket , Mekanik Atölye, Kaolin Yıkama, Laboratuvar, Alçı Model ve Kalıp Atölyesi, Dekor Baskı Atölyesi, Refrakter Malzeme gibi yardımcı üniteleriyle de entegre bir tesis hüviyetindedir.

Şirket toplam 1500 ton/yıl'a yakın kapasiteyle, 1070 çalışanıyla, 27 yıllık tecrübe birikimiyle sektör içinde önemli bir yere ve paya sahiptir”(Yarımca Porselen Kataloğu.1980.s.1).



Resim 40: Şule Çay Takımı, Yarımca Porselen .**Resim 41:** Marmara Çay Takımı, Yarımca Porselen.

Bugün, fabrikanın sofr ve süs eşyası bölümü çeşitli sebeplerle üretimini durdurmuş tur.

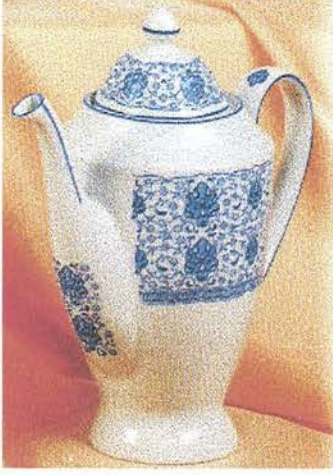
2.3. Kütahya Porselende Üretilen Çay Takımları

Kütahya Porselen Fabrikası 1976 yılında üretime başlamıştır. Fabrika İtalyan Sacmi teknolojisini kullanmaktadır. Toplam 100 000 metre kare kapalı sahaya yayılmıştır.

Kütahya çinisinin geleneksel çizgisi Kütahya Porselen’de devam etmektedir. Geleneksel çini form ve desenlerinin dışında ince ve sert porselen üretmektedir.

“Kurulduğu dönemde fabrika, modern ve teknolojik cihazlarla donatılarak kurulmuş, halen de modern teknolojisini devam ettirmektedir. Kütahya çevresi seramik hammaddeleri yönünden zengin bir yöre olduğu için, fabrika, hammadde teminini kendi yöresinden sağlama yoluna gitmiştir. Fabrikanın kurulduğu ilk yıllarda hammaddelerden (özellikle kaolen) istenilen verimlilik alınamayınca, üretilen porselende hedeflenen kaliteye ulaşılamamıştır” (Sevim.1994.s.51).

Kütahya Porselen Fabrikası’nın “üretim aşamaları özetle şöyledir. Kaliteli hammaddelerden öğütülerek elde edilen çamur; döküm, plastik şekillendirme ve pres yöntemleri ile mamüle dönüşür. Bu mamüller 1000°C civarında ilk pişirme tabi tutulur Bisküvi fırını tabiri edilen bu fırında pişirilen mamüller sulu sır süspansiyonu içine daldırılarak sırlandıktan sonra 1400°C civarında ikinci pişirme tabi tutularak bildiğimiz sert porselen elde edilmiş olur. İkinci pişirimi yapılan bu mamüller sınıf ayrımına tabi tutulur ve değişik teknikler ile dekorlanarak elektrikli tünel fırınlarında yaklaşık 800 C civarında üçüncü pişirim yapılır. Buradan çıkan porselenler sınıf ayrımından geçirilip paketlenir” (Kütahya Porselen Kataloğu.1998.s.2).



Resim 42: Çaydanlık,
Kütahya Porselen



Resim 43: Şekerlik
Kütahya Porselen



Resim 44: Çay Fincanı
Kütahya Porselen

2.4. Güral Porselende Üretilen Çay Takımları

Güral Porselen 11 Mayıs 1989 tarihinde Kütahya ilinde faaliyete geçmiştir. Fabrika Kütahya porselenin paralelinde kurulmuş olup ortakları ve yönetim biçimi aynıdır.



Resim 45: Stoneware Çaydanlık, Sütlük, Fincan ve şekerlik. Güral Porselen

Güral Porselen, Kütahya Porselenden farklı olarak kendine özgü form ve desen anlayışıyla piyasaya girmiştir.

Fabrikanın ürünleri arasında yemek takımları süs eşyaları çay ve kahve takımları, pasta ve beslenme takımları sayılabilir. Kütahya Porselenin yanı sıra geleneksel süsleme sanatını yaş atmak amacıyla 1993 yılında el deko-ru ünitesi kurulmuş tur.

Stoneware* üretimiyle farklı renk ve form anlayışıyla yeni bir arayışa girmiştir.

* Stoneware

“Porselen dışında kil-kaolin bünyenin vitrifiye olmasıyla oluşan bünyeye stoneware denir. Stoneware oldukça serttir. Pişirme sıcaklığı 1200°C arasında olduğundan yüksek dereceli fırın, refrakter kil gerektirmektedir. Kaolinitik ve feldspatik stoneware bünye olarak porselene yakın olmakla birlikte parlaklık ve şeffaflık yoktur.

Bünyenin vitrifiye olması nedeniyle refrakter kurşun sıırı ile kırmızı renkli sırlar kullanıldı. Sonraları ise Tuzlu fırınlarda tuzlu sırlar kullanıldı. Bugün ise Uzak Doğu’da ve Japonya’da stoneware üzerine feldspatik sırlar kullanılmaktadır”(European Ceramic Art.1977.s.595).

2.5. Porland Porselende Üretilen Çay Takımları

1992 yılında Gebze’de Dilovası’nda üretime başlamış tır.

Otel, restoran ve ev ihtiyacı olan porselen eş ya üreten porland perselen sektörün en genç porselen fabrikasıdır.

1991 tarihinde kapanan İstanbul porselenin bazı makinalarını satın almış yine aynı fabrikanın çalışanlardan bazıları Porland Porselen de iş e alınmıştır .

Fabrikanın ürünleri, çeşitli yemek takımları (82 parça, 55 parça, 45 parça, 42 parça, 26 parça, 18 parça, 15 parça) ve çay takımları ve kahve takımlarıdır



Resim 46: Mirage Çay Takımı, Porland Porselen.



Resim 47: Mirage Çay Takımı, Porland Porselen

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

CUMHURİYET DÖNEMİ PORSELEN ÇAY KAPLARININ İNCELENMESİ

BİRİNCİ KISIM

Porselen Sofra Eşyası Tanımı ve Özellikleri

1.1. Sektörün Tanımı

“Kil, kaolen, kuvars, Feldspat, kemik külü gibi inorganik maddelerin belirli oranlarda karıştırılıp uygun metodlarla şekillendirildikten sonra 1000-1400°C’de pişirilmesi ile elde edilen sırlı, desenli veya beyaz tabak, fincan v.b. eşyaların üretildiği sektördür.

Seramik Sanayiinin gruplarından biri olan porselen eşya, kaolen, kuvartz ve feldspattan üretilen sofras, mutfak ve ev süsleme eşyaları olarak tanımlanmaktadır. Bu sektörün başlıca ürünlerini porselen yemek, pasta ve çay takımları, yemek tabakları, kahve fincanları ve muhtelif süs eşyası olarak sıralamak mümkündür ”(*Türkiye İş Bankası.1990.s.1*). Taş ve toprağa dayalı sanayii olarak bilinen Seramik, “inorganik materyallerin şekillendirilerek

pişirilmesi ile elde edilen sert ürünlere ait, bilim, teknoloji ve sanat” tanımlanabilir.

“Seramik Anadolu’da çok eski yıllardan beri bilinmekte ve üretilmekle birlikte (M.Ö. 7000 yıllarına dayanmakta), endüstriyel anlamda ilk geleneksel seramik üretimi 1950’lerde başlamış, 1970’lerden sonra da hızlı bir gelişim sürecine girmiş tir”(Yarımca Porselen Kataloğu.1980.s.1).

1.2. Porselen Tanımı ve Türleri

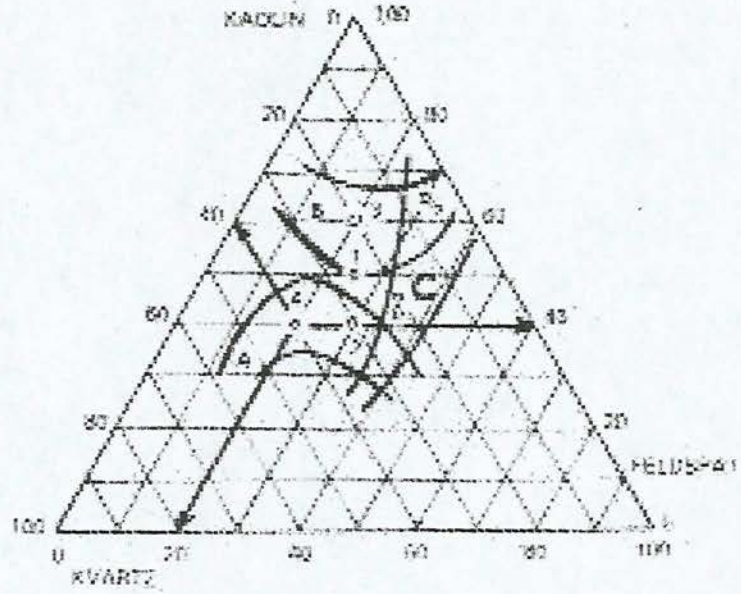
“Seramik ürünlerin en önemli ve değerlisi olan porselen, genelde gözeneksiz, ince, beyaz ve saydam kırığı ile tanımlanır. İki büyük grup altında incelenir; sert porselen ve yumuşak porselen. Her iki tip porselen de Kaolin-Feldspat-Kuartz üçlü sisteminin içinde yer alır. Sert porselen yumuşak porselene oranla Kolince zengin ve feldspatça fakir olup, daha yüksek sıcaklıkta pişer”(Arcasoy.1983.s.130).

“Kaolin -Feldspat-Kuartz üçlü sisteminde Porseleni sınırlayan bölgeyi, porselenlerin özellikleri ve türleri ile ilk kez 1928 yılında Gilehrest ve Klinefelter açıklamışlardır. Resim deki üçgen diyaframda sınırları çizilmiş olan A,B ve C bölgeleri, pişmiş porselen çamurunda çamurun bileşimine bağlı olarak çıkan üç önemli özelliği göstermektedir.

A- Yüksek mekanik direnç

B- Sıcaklık değişikliklerine karşı yüksek direnç.

C- Yüksek elektrikli direnç”(Arcasoy.1983.s.131).



Çizim 1: Kuvartz- Feldspat- kaolin Üçgen Sistemi Diyagramı.

1.3. Porselen Türleri

“Çok çeşitli amaçlar için üretilen porselenin farklı özellikler arzeden değişik türleri bulunmaktadır”(Güner.1987.s.191).

1. Sert porselen	40-60	18-30	12-35	1400-1500°C
2. Yumuşak Porselen	30-40	25-40	30-40	1280-1350°C
3. Elektro Porselen	40-50	20-28	22-40	1300-1350°C
		(Talk)	(Baryum Kobanat)	
4. Steatit Porselen	10-20	75-85	5-10	1280-1350°C
5. Frit Porselen	30-50	25-35	25-35	1200-1300°C
			(Kenik külü)	
6. Kemik porselen	20-25	25-30	25-50	1220-1250°C

7. Sağlık gereçleri Porseleni	25-40	30-36	25-45	1230-1280°C
8. Laboratuvar Porseleni	60-45	15-30	10-15	1450-1500°C
9. Diş Porseleni	20-30	50-60	10-20	1200-1280°C

(Güner.1987.s.191)

1.4. Porselenin Tarihçesi

“Porselen vatanı olarak gerçekte Çin’den başka ülke düşünülemez, ancak bu seramik ürününe verilen ad Çin kaynaklı değildir. (Çince’de porselene Yao adı verilir). Çok kesin olmamakla birlikte, “Porselen” sözcüğü Latince istiridye anlamına gelen “Porsella” dan türemiş tir”(Arcasoy.1983.s.132).

“Porselen olarak tanımlanabilen ilk ürünlerin Çin’de M.S.10.yy dan önce Sung devrinde yapıldığı sanılmaktadır. En son bulgulara göre porselen yaklaşık 2600 yıl önce M.Ö. 1122-770 yılları arasında, Çin’de batı Chou kültüründe üretildiği saptanmış tır. Böylelikle Çin’de çok eskiden beri bilindiği tartışılmaz kabul edilen porselenin yapımı, başlangıçta bir ince pekişmiş çini çamurunun bulunup geliştirilmesi ile gerçekleşmiştir. Çin kaolinlerinin glimmer benzeri kil minerallerinden oluşturdıkları ve alkali içermeleri porselen yapımında büyük rol oynar.

Ortaçağda çin porselende en büyük aşamayı yapmıştır. Bu devirde Ching-Tê-Çên kentinde yaşayan bir milyon nüfusa karşılık, 3000 porselen fırınında üretim yapılmaktaydı”(Arcasoy.1983.s.132).

Avrupa’da porselenin bilinmesinde, başta Marco Polo olmak üzere, çeşitli deniz ticaret yollarını keşfeden Portekizli tüccarlar büyük rol oynadılar.

Avrupa’da ilk porselen deneyimi girişimi, 1665 yılında yıllarında Fransa’da st. Cloud kentinde , Re’oumur ve Morin tarafından yapıldı. İlk deneyimlerinde cam kullandılar ve bunu kum içine gömerek eritip, camsı porselene benzer bir madde elde ettiler. O zaman için “sırçalı porselen” olarak adlandırılabilen bu madde, potasyumlu cam, tebeşir ve marnlı kil bileşimi sınırları içinde eritilerek geliştirilmeye çalışıldı.

“Teknik açıdan porselen olarak tanımlanabilecek ilk ürün, Almanya’nın Meissen kentinde 1709 yılında Johann Friederich Böttger tarafından yapıldı. Saksonya’nın Aue kaolinini süzerek kullanan Büttger, “sert porselen” türünde ilk porselen üretti.

Avrupa’da ilk porselen fabrikası (özgün adı ile Manufaktur) Saksonya Kralı August’un tekelinde olarak 1710 yılında Meisson’de kuruldu. Bu fabrika ve bunu izleyen diğer fabrikalar kısa sürede kalitelerini o kadar arttırdılar ki, kısa denecek bir süre sonunda üretilen porselenlerin kalitesi Çin porselenleri ile yarışabilecek duruma geldi.

Meissen’i izleyen ve çoğu prenslik yönetiminde kurulan diğer Avrupa Porselen Manifaktörları şunlardır: Viyana-Augarta (1720), Main-Hochst (1740), Fürstenberg (1743), Berlin (1750), Frenkenthal (1759), Münih-Nymphenburg (1758), st. Petersburg (1756), Kopenhag (1772)” (Arcasoy.1983.s.132).

Bu sıralarda Avrupa’nın diğer ülkelerinde de porselen yapım girişimleri vardı. Örneğin İngiltere’de akçini ve pekişmiş çiniye adını veren Josiah Wedgwood 1759 dan başlayarak araştırmalarını sürekli olarak sürdürmüştür.

Rus Winogradow, Petersburg'da 1748'de pişmiş kizelgur ve ateş toprağından porselen yapmak için çalışmaları yaptı.

“Özel ve ticari amaçlı ilk büyük porselen fabrikasını Canolus Magnus Nutschenreuther Bauyera-Hohenberg'de 1814'de kurdu. Oğlu Lorenz Hutschonreuther de Selb'de 1857'de yeni bir porselen fabrikası kurarak bu bölgeyi bugünkü ünlü kaliteli porselen endüstrisini başlattı.

Çin ve Japon porselen çamurlarının gizlerinin çözülmesi ve hammadde-lerinin kimyasal analizlerinin yapılması ile, Serves'de 1881 yıllarında “yeni porselen” tekniğı başlatıldı. Aynı yıllarda Almanya'da Berlin Manifaktüründe “seger porseleni” adı altında üretilen porselen de uzakdoğı porseleni ile eş yapıda olup, yüksek Feldspat içeren “yumuşak porselen” grubunu içerir”(Arcasoy.1983.s.133).

1.5. Porselen Çamurunun Şekillendirilmesi

“Seramikte başlıca şekillendirme yöntemleri şunlardır.

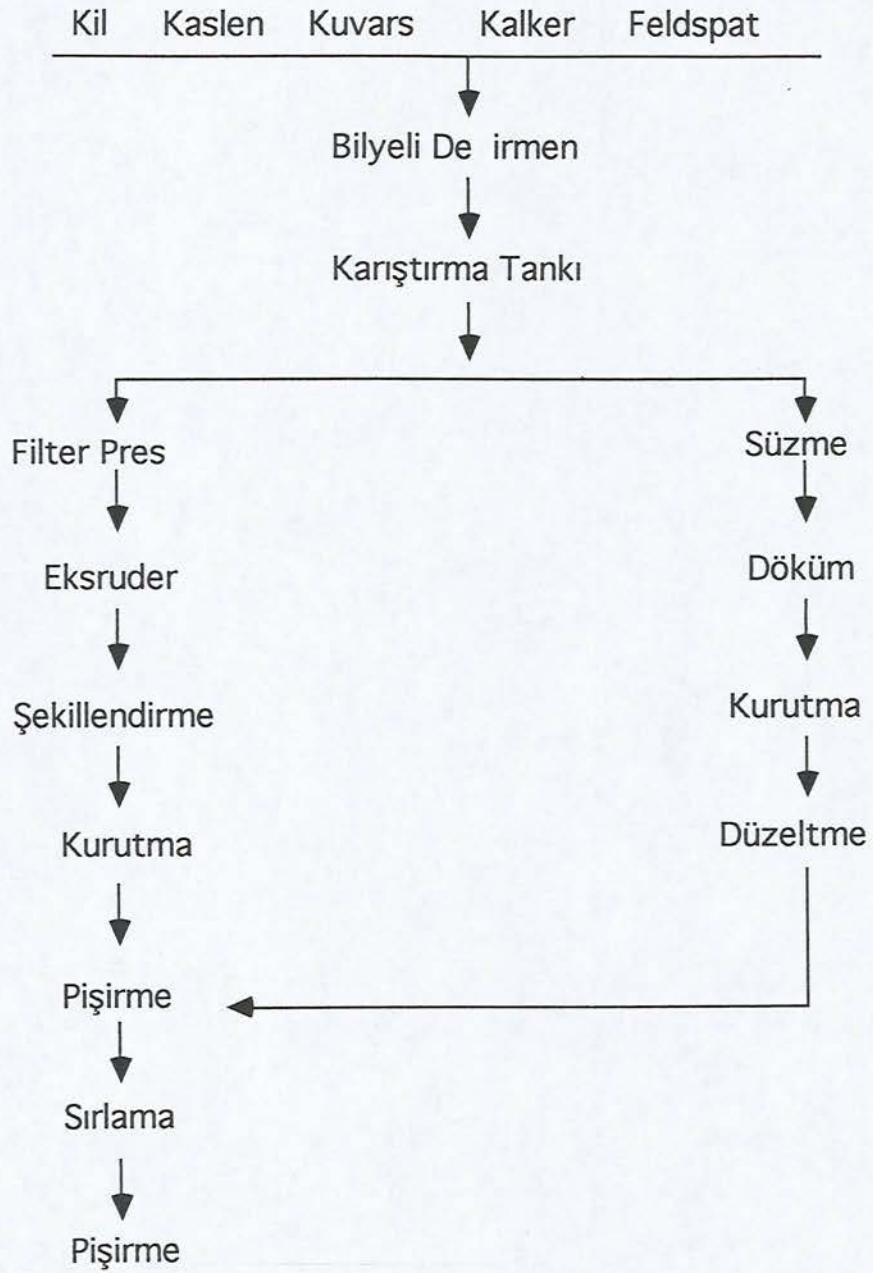
1. Kuru yöntemle ile şekillendirme
2. Yarı Yaş Yöntem ile Şekillendirme
 - 2.1 Serbest el ile şekillendirme
 - 2.2 Tornada alçı üzerinde veya içine sıvayarak şekillendirme
 - 2.3. Tornada alçı üzerine veya içine sıvayarak şekillendirme
 - 2.4. Kalıplar arasında Basarak şekillendirme
 - 2.5. Ağızlıklılı Preslerde Şekillendirme
3. Deri sertliğinde şekillendirme
4. Yaş yöntem ile şekillendirme”

(Arcasoy.1983.s.65-75)

“Porselen mutfak eşyasında yukarıda bahsedilen şekillendirme yöntemlerinden faydalanılabilir. Döküm yöntemi ile hemen hemen her tür seramik mutfak eşyası üretilebilir. Yarı yaş çamur ile torna üzerinde iç ve dış sıvama yöntemiyle fincan, çanak ve tabak gibi yuvarlak ürünler şekillendirilebilir.

Kuru pres çamuru ile %5-7 nemlilikte yapılan şekillendirme ile, başta küçük elektrik yalıtım parçaları olmak üzere, çeşitli plaka formları, oval ve yuvarlak tabaklar, çeşitli mutfak eşyaları üretilebilir”(Arcasoy.1983.s.136).

1.6. Porselen Mutfak Eşyasının Genel Üretim Şeması



(Doğan.1985.s.43)

1.7. Porselene Yiyecek İçecek Kaplarında Kullanılabilir Madde Niteliğini Kazandıran Özellikleri

Kullanılabilir bir yiyecek kabında aranılan özellikler yüzeyinin sert ve mümkün olduğu kadar düzgün olması, su geçirmemesi, mekanik etkilere karşı dayanıklı olmasıdır.

“Yüksek ısı derecelerinde pişirilmiş sert porselen bu özellikleri taşımaktadır. Normal ev yaşamında kullanılan tüm asitlere veya alkalilere karşı kesin bir dayanıklılığı vardır, etkilenmez sertliği sayesinde (çelikten daha sert) çizilmez, zadelenmez, su emmez, geçirmez. Çünkü porselen iyice pişirilmiştir”(*Genç.1986.s.20*).

“Ayrıca porselenin yüzeyi yayılmaya son derece müsaittir. Örneğin su çok kısa bir sürede bir tek damlacık bile oluş turmadan tüm yüzeye yayılabilir. Bütün bu sayılan özellikler kolay ve esaslı bir temizlemeyi olanaklı kılmıştır. Temizliği kolaylıkla yapılabilmekte kir barındırmamaktadır.Porselen kolay yıkanır ve dolayısıyla da temiz tutulması kolaydır. Porselenin etkilenmez düzgün sırtı bakterilerin girmesini olanaksızlaştırır. Her yıkamadan sonra tamamen temiz ve kullanılabilir duruma gelir. Hatta porselenin bakteri öldürücü olduğu ve bakteri kültürlerinin üremesine izin vermediği tespit edilmiştir”(*Genç. 1986.s.20*).

Bunun dışında porselen kesinlikle kokuya ve tada karşı nötr bir özellik taşır, başka bir deyiş le porselende hazırlanmış veya sunulmuş yiyecek, kendi koku ve tadlarını yüzde yüz korurlar.

Özellikle çay gibi damak tadının önemli olduğu bir içecekte bu özellik önemlidir.Çayın tadını korumak için bir çok kültürde özellikle porselen dem-

liklerin tercih ediliyor olması bu yüzdendir.

“Porselen yavaş ısınır ancak çok fazla ısı istif edebilir. Örneğin;porselenin ısı kapasitesi demirinkinin iki katıdır. Porselen aynı zamanda aldığı ısıyı uzun süre muhafaza eder Demirdan yüz defa fazla) Fizikçi deyimi ile porselen kötü bir ısı iletici tabak çanak için bunun avantajı, bir kez ısıtılmış porselen mamüllerin içindekilerle birlikte sıcaklıklarını uzun süre muhafaza ederler. Porselen üretildiği an bu özelliklerine sahip olur ve eskimez”(Genç.1986s.20).

“Porselen çamurunun çok geniş şekillendirme olanaklarına elverişli olması da porselenin yiyecek içecek kaplarında tercih edilen bir özelliğidir.Ayrıca cazip görüntüsü ile masa ve mutfak servisleri için vazgeçilmez doğal bir güzelliştir” (Genç.1986.s.20).

İKİNCİ KISIM

Endüstriyel Çay Takımlarında Yer Alan Parçalar

Endüstriyel üretim çay takımlarında Çaydanlık, fincan, ve fincan tabağı, sütlük, şekerlik olmak üzere başlıca beş parça yer almaktadır. Bu beş parça ortak fonksiyonları nedeniyle grup oluşturacak şekilde tasarlanmışlardır. Göz çay takımı bir aradayken takım içindeki parçaları bir bütünün parçalarıymış gibi algılayacaktır. Tasarımların birbirini tamamlaması kaygısının sebebi budur.

Takımı oluşturan parçaların ortak fonksiyonu olduğu halde herbirinin kendi fonksiyonları farklıdır. Çaydanlığın fonksiyonu çayı demlemek ve servisini yapmaktır. Örneğin; çaydanlıkla süt servisi yapılamayacağı gibi sütlükle de şeker servisi yapılamaz. Farklı fonksiyonları olan bu kaplar işlevlerine uygun form yapısına da uygun olmak zorundadırlar.

Farklı fonksiyonlara yöneltilmiş ama takımı oluşturan bu parçalar renkte birlik, dokuda birlik, biçimde birlik, dekorda birlik özellikleriyle birbirleriyle uyuşturulurlar. Takımın ana formuna uygun olmayan parçayı göz reddeder. Bu yüzden tasarım yapılırken bütünlük ilkesine sadık kalınmalıdır. Özellikle endüstriyel üretim çay takımlarında bu göz ardı edilemeyecek önemde bir özelliktir.

Aşağıda bu beş parçanın fonksiyonel ve form özellikleri açıklanmaya çalışılmıştır .

3.1. Çaydanlık

Sözlük anlamıyla “çaydanlık içinde çay pişirilen kaptır”(Türk Dil Kurumu Sözlüğü.1988.s.285).

“İster Çin’de, ister Japonya’da ya da İngiltere’de olsun çay seramonisi’nin en önemli estetik unsurlarından biri çayın sunuluşunda kullanılan kapların seçimidir. Çin’de taa başlardan beri çayın rengini, değişik renklerde dışa vuran renkli killerden yapılan (kilin içindeki reklendirici metal oksitler, değişik pişme renkleri verir) ya da rekli sırlama (camsı özellikleri olan, pişerek oluşan seramik boyası) boyanan seramik kaplar gözdeydi. 1510’lu yıllardan itibaren Çin’in Yixing bölgesinde sanatsal değeri çok yüksek olan çaydanlıklar üreilmeye başlandı. Çünkü bu yörenin killeri değişik renklerle pürüzsüz yüzeyler sunuyordu...Kilin gözeneksiz bir yapıda, renkli pişme özelliğinden ötürü birçok sanatçı eserlerini sırlamadı. Bu yörede önceleri elde şekillendirilen çaydanlıklar, artan talep üzerine tornada şekillendirildi; 18.yy’da ise kalıp yöntemiyle üretime geçildi. Son iki yöntemde kulp ve emzik gibi eklentiler ve süsleme öğeleri, elde şekillendirme yöntemiyle oluşturuldu” (Çil.1997.s.9).



Resim 48: Stoneware Çaydanlık, Yixing Bölgesi, 18. yy. Çin

16. yy sonlarında Çin’de çaydanlık formlarında işlevselliğin yanısıra çeşitli bitki ve hayvan motifleri kullanılarak yeni anlamlar yüklenmiştir. Böylelikle çaydanlıklar çay servislerinde kullanılan araçlar olmaktan çıkarak düşünce ve felsefeyi yansıtan iletişim objeleri haline gelmişlerdir.

“Çayın Avrupa’da içilmeye başlanması ve porselen üretimine geçilmesiyle çaydanlık, 18. yüzyıldan itibaren ünlü porselen fabrikalarınca piyasaya sürüldü. Avrupa’da çayı en çok tercih eden İngilizler, bu alanda öncü oldular. Ünlü İngiliz seramikçisi Josiah Wedgwood (1730-1795) seri üretim yöntemiyle birçok tasarım gerçekleştirdi. Ortağı Thomas Wieldon’la birlikte tasarladıkları karnabahar, ananas, lahana biçiminde çaydanlıklar çok tutuldu. Wedgwood endüstriyi rasyonel hale getiren bir tasarımcı ve teknisyendi” (Çil.1997.s.9)



Resim 49: Wedgwood Çaydanlık, 1765 Staffordshire İngiltere.

“Çay Avrupa’ya XVII.y.y. da getirildi. Önceleri ilaç sayıldı. Yüzyıl sonunda hergün içilen bir içki haline geldi, o zaman ilk çaydanlıklar da yapıldı. Bu çaydanlıklar metaldendi ve çay takımının bir parçasını meydana getirirdi. Daha sonra XVIII.y.y. dan itibaren çaydanlıklar porselen (Çin, Japon, sonra Meissen ve Serves) ve fayanstan yapılmaya başlandı. Çaydanlıkların çoğunlukla bir ısıtıcısı ve bir de süzgeci vardır; XIX y.y. da çaydanlığın ağzına takılan tel kafesli madeni bir süzgeç bunların yerini aldı”(Meydanlarousse.1970 s.160).

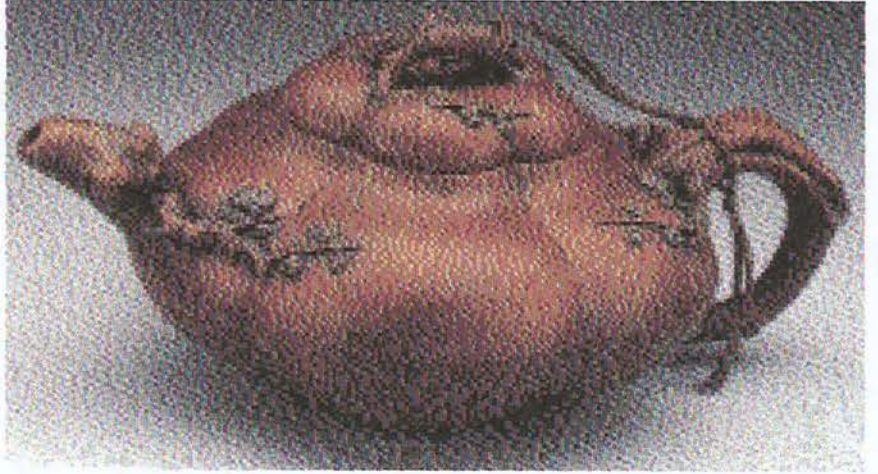
Çaydanlıklar formuna ve amacına uygun olarak bir kulp ve emziği üzerlerinde bulundurulur. Kulp formun yan yüzeyinde olabileceği gibi üstten tutulmaya uygun üretilmiş olabilir. Kimi çaydanlıklarda ise, Özellikle Japon çaydanlıklarında kulp yine yan yüzeyde fakat sap biçimindedir.



Resim 50: Sap Tutamaklı Küçük Çaydanlık,
1942 İngiltere.



Resim 51: Üstten Kulplu Stoneware Çaydanlık
Wally Keeler, 1987.



Resim 52: Yandan Kulplu Stoneware Çaydanlık. Yixing, 1700, Çin.

“Ürünün ergonomik olması da önemlidir. Sözgelimi kulp, emzik, kapak gibi yan elemanların görevlerini yerine getirmesi, gövdeyle uyumu, doğru yere

yerleş tirilmeleri kullanabilirliği iyi bir çaydanlık tasarımında gözardı edemeyeceğimiz özelliklerdir. Örneğin;kulp için seçilen ölçü yanlış olursa el ile tutulması zorlaşır, çaydanlığın dolu ağırlığını çekemeyebilir ve çabuk kırılabilir. Emzik iyi çözülmezse iyi bir akış sağlamaz. Emzik ile ana yapı (gövde) arasındaki duvar deliklerinin iyi delinmesi gerekir”(Çobanlı. S.3).

Gerek üstten tutmalı gerekse yandan tutmalı çaydanlıklarda emzik ve kulp aynı düzlem üzerinde yer almalıdır. Aynı düzlemde yer almayan kulp ve emzik hem tutma, hem de sıvıyı boşaltma işleminde problem çıkaracaktır.

Çaydanlığın emziği gövdenin ağız seviyesine yakın ya da ağız seviyesinden biraz yukarıda olmalıdır. Ağız seviyesinden aşağıda olan emzik çaydanlığın haznesindeki sıvının boş almasına sebep olacaktır.

“Çaydanlık tasarlanırken istenilen hacim doğru hesaplanmalıdır. Fincan, tabak, sütlük ve şekerlik gibi yan elemanların ana eleman ile olan oranı dikkate alınmalıdır. Formun üretilebilirlik kolaylığı ve çabukluğu açısından seçilen yöntem de önemlidir. Alçı kalıp ile çoğaltılıyor ise alçı kalıbın ömrü, döküm çamurunun kalınlık alma süresi dikkate alınmalıdır. Seramik malzemesinin ısı tutucu özelliği olduğundan çaydanlık açısından kullanabilirliği uygundur. Seramik kolay temizlenir, asitlere alkole ve deterjanlara dayanıklıdır. Ama yine de temizliği zor, köşeli, dar ağızlı, derin oymalı ve kabartmalı biçimlerden kaçınılmalıdır. İşçiliği yüksek el dekorları yerini çıkartma gibi daha ucuz ve seri üretim yöntemlerine bırakmalıdır” (Çobanlı. S.3).

Çaydanlıklar içlerine alabildikleri sıvı hacmine göre standartlaştırılmışlardır . Aşağıdaki çizimlerde bazı çaydanlıklar ve hacim ölçüleri verilmiştir.

“Kahve ve çay fincanlarının ilk ne zaman yapıldıkları tam olarak bilinmemektedir. Tarihsel süreç içinde kap formları incelendiğinde 3000 yıllık bir geçmişinin olduğu düşünülmektedir”(Çil.1997.s.9).

Japon ay kültüründe gerçek güzelliğın kusursuz olmadığı ilkesine paralel olarak özellikle fincan formlarında kullanılan, raku tekniğı ile (termal ş oklara dayanıklı kilin özel fırınlarda piş irilmesi) “üretilen kaplar, Zen sanatlarının ilkeleri olan yalınlık, doğallık ve kusurluluğı bir arada sundu. Usta ellerde şekillenen raku kapları, bilinçli deformasyonu, dokusu ve rengiyle dokunma ve görme duyularına hitap etti ”(Çil.1997.s.9).

Uzakdoğı fincanları hariç hemen hemen tüm fincanların kulpları vardır. Kulp içine 1 ya da 2 parmak sokularak kaldırılır ve içme eylemi gerçekleştirilir. Kulp’un fonksiyonu parmakları yormadan dolu fincana rahat bir hareket imkanı vermektir.

Fincanın dolu olduğu zaman ağır ve içinde taşıdığı sıvının sıcak olması nedeniyle kullanıcıya güven hissi verecek şekilde tasarlanmış olması şarttır. Parmaklar geçirildiğinde ve fincan yerden kaldırıldığında parmaklar fincan gövdesine değmemelidir.

Kulp parmak yapısına elverişli olarak tasarlanmalıdır ki yine kavrama eylemi gerçekleşirken dolu fincan kontrolsüz bir şekilde hareket etmesin ve sağlıklı bir kullanım sağlasın.

Kulbun ve fincanın en önde gelen işlevi öncelikle güvenli bir kullanımdır. Tutulamayacak şekilde tasarlanmış bir kulp ve içindeki sıvıyı taşıyamayan gövde, salt estetik anlamda biçimsel zorlamalardan öteye gidemeyecektir. Öncelikle kullanıma yönelik fonksiyonel işlev çözümlenmeli ve bu

rahat hareket ettirilebilmelidir.

Yine fincan tabağında iç yüzeyde fincan ayağının oturacağı yuva bulunur. Bu yuva, içine oturtulan içi dolu fincanın sağa sola hareket ederek sıvının dökülmesini önler.

Fincan tabağının iç yüzeyi, fincan ters çevrilip kapatıldığında ağzı yüzeye tam oturacak şekilde olmalıdır. Rafa kaldırma ve istifleme sırasında bu işlev kolaylık sağlayacaktır.

3.4. Şekerlik

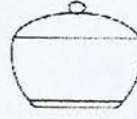
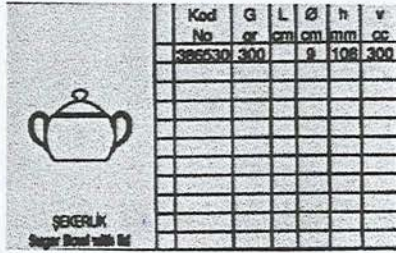
Şekerlik çay takımı içinde yer alan kapaklı formlardan birisidir. Kapak şekerliğin taşıdığı şekerin temiz kalmasını sağlar. Bir dıda maddesi olan şekerin temiz kalması ve saklanması sırasındaki ortamı önemlidir. Kapak, tozun ve aşırı olmamak koşuluyla rutubetin gövde içine girmesini önler.

Şekerlik; içine toz ya da kesme şeker konulan kaptır. “Türk evlerinde genellikle iki türlü şekerlik kullanılır: 1. misafir şekerliği; 2. gündelik şekerlik”(Meydan Larousse 1970 s.752).

Porselen şekerlikler kulplu ya da kulpsuz olabilirler. Kulbun varlığının sebebi, şekerliğin hacmiyle ilgili olabileceği gibi estetik kaygı da olabilir.

Şekerliğin ağzı, içine konulan şekerin hangi cins şeker olduğuna bakılmadan, kolay alınmaya yetecek kadar geniş olmalıdır. Ağız genişliği şekerliğin temizlenmesi açısından da önemlidir.

Aşağıdaki çizimlerde endüstriyel üretim bazı şekerlikler ve hacim



Kapaklı Şekerlik
150 cc. SD 10 JK

Çizim 7: Şekerlik ve Hacim Ölçüsü.

Portland Porselen

Çizim 8: Şekerlik ve Hacim Ölçüsü

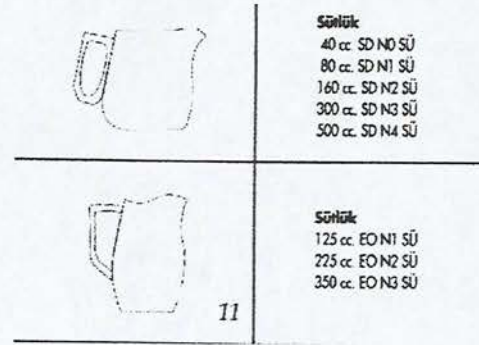
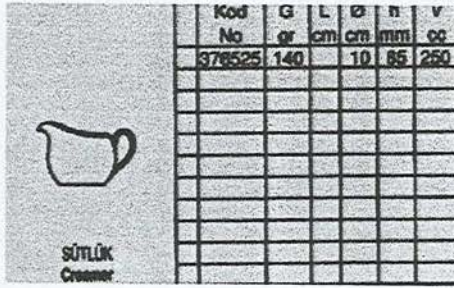
Kütahya Porselen

3.5. Sütlük

Çay ve Nescafe takımlarında süt ya da krema sütlükle taşınır ve servis yapılır. Sütlük içinde taşınan sıvının kolay dökülebilmesi için emziklidir. Sütlük kulbu ve emziği, taşıma ve boşaltma fonksiyonlarını eksiksiz yerine getirmelidir.

Sütlük kolay temizlenebilir özellikte olmalıdır. Formun iç yüzeyinde gereksiz girinti ve çıkıntılar olmamalıdır. Bu girinti ve çıkıntılarda temizleme sonrasında artık madde kalması durumunda sağlıklı bir kullanım ortaya çıkar. Bu durumda tasarımcı gerek bulaşık makinası, gerekse elde yıkama ile kolaylıkla temizlenebilecek tasarımlar yapmalıdır.

Aşağıdaki çizimlerde endüstriyel üretim bazı sütükler ve hacim ölçüleri verilmiştir.



Çizim 9: Sütlik ve Hacim Ölçüsü

Porland Porselen.

Çizim 10: Sütlik hacim Ölçüleri

Kütahya Porselen.

3.6. Kulplar

Kapların sap gibi halka şeklinde tutacak yerlerine verilen addır.Yunanca kalpos kelimesinden türemiş tir.

“Çay ve kahve Avrupa’da aristokratların gözde içeceği olmaya başlayınca, kaba görünümlü fincanların yerini giderek Çin’den ithal edilen zarif porselen fincanlar aldı.Öyle ki sosyal statü göstergesi olan bu fincanlar, sahipleri tarafından çay davetlerine özel kutular içinde taşınıyordu. Avrupada porselen üretimine başlanmasıyla fincan formlarında çeşitlilik arttı. 18.yüzyılın son yarısında Avrupalılar kulplu fincanlar üretmeye başladılar. Kulplu fincana güçlü bir asimetrik görünüm kazandırmanın yanısıra yeni bir tasarım problemi doğuruyordu. Tasarımcılar hem estetik, hem de içindeki sıvının ağırlığını dengeleyen kulba sahip fincan tasarımları geliştirdiler”(Çil 1997. s.11).

Çay takımında yer alan kulplu parçalar; çaydanlık, fincan, Sütlük ve

şekerliktir. Kulp gövdeye, çaydanlıkta yan yüzeyden veya üstten, fincanda sütlükte ve şekerlikte yan yüzeyden oturur.

Kulplar; tutma, kaldırma ve taşıma fonksiyonunu yerine getirirken ergonomik olmak zorundadırlar.

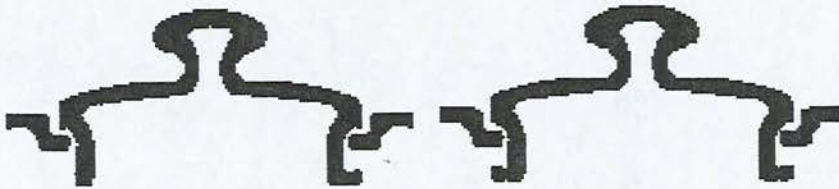
3.7. Kapaklar

Kapağın sözlük tanımı şöyledir: “Her türlü kabın üstünü örtmeye veya bir deliği kapamaya yarayan nesne”(Türk Dil kurumu sözlüğü 1988.s.782).

Kapakla formun üstü kapatılır. Formun içindekiler korunur ve saklanır.

Şekerlik kapağı özel bir kilit sistemi gerektirmez. Çünkü; şekerlikten şeker almak için kabın hareket ettirilmesi gerekmemektedir. Bir başka deyişle şeker almak için kapak kaldırılır, şeker alınır ve kapak kapatılır. Oysa çaydanlıkta durum daha farklıdır. Birbirinden bağımsız olan bu iki form, Çaydanlık kapağı ve çaydanlık birlikte hareket ederler. Çaydanlığa kazandırılan her hareketten kapakta etkilenir. Bu yüzden çaydanlık kapakları daha dikkatli çözümlenmelidir.

Bu yüzden Çaydanlık kapakları için özel kilit sistemleri geliştirilmiştir .



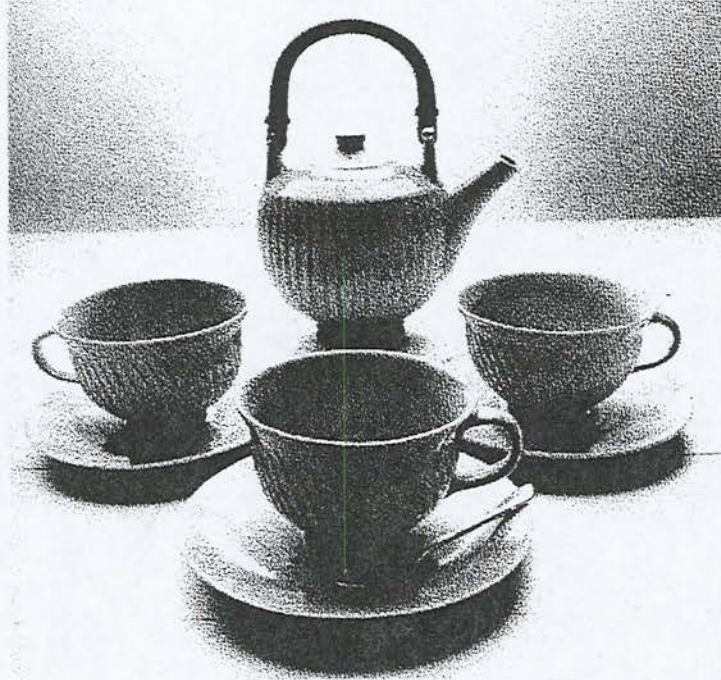
Çizim 11: Çaydanlık Kapakları Kilit Sistemleri

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Endüstriyel Çay Takımı Tasarımları

BİRİNCİ KISIM

Tasarımcı, Tasarım, Kullanıcı ve Ürün ilişkisi



Resim 53: Porselen çay takımı, David Leach, 1976.

“18. ve 19. yüzyıllarda endüstrileşmenin giderek hızlanması toplumun yapısını da değiştirmiştir. Ürünlerin hızla ve seri halinde, çok sayıda, ucuz üretilmesi, yepyeni bir devrin hem tasarım, hem tüketim açısından gelişmesine neden olmuştur“(Bayazıt. 1994.s.47)

Ürün, Tasarımdan son aşaması olan paketlemeye kadar uzun bir yolculuk geçirmektedir. Bitmiş ürün kendi içinde iletişim halinde olduğu gibi çevresiyle ve kullanıcısıyla da iletişim kurar.

Formun kendi içindeki iletişimi, denge ve uyumdur. Denge formun kendi başına ayakta durabilmesi, kararlı ve net çizgilerle biçiminin ortaya konulmuş olması demektir. Uyum da yine formun kendi içindeki hareket ve devinimlerinin birbiriyle bütünleşmesidir.

Kulp, emzik ve kapak taşıyan formlarda uyum ve denge en az fonksiyon kadar önemlidir. Kulbun ve emziğin ana gövdeyle aynı karakteri taşıması, bir başka deyişle aynı dili konuşuyor olmaları gerekir.

Günümüzde endüstriyel ürünler artık sipariş üzerine üretilmemektedir. Bunun için ürünün ön araştırması, fonksiyonel yönünün çözülmesi, kullanıcının beklentisinin bilinmesi, hangi mekan için tasarlanıyor olduğunun bilinmesi gerekir. Bunun yanı sıra tasarımcının ergonomik bilgiye sahip olması, ürünün başarısında etken olacaktır.

Çalışmanın bu bölümüne özellikle tasarımcıyla başlanmıştır. Tasarımcı, tasarım sürecinin kilit noktası olan bir kişidir. Ürünün gerek kendi, gerekse çevresiyle olan iletişimini çözen kişi odur.

1.1. Tasarımcı

Tasarımcı, yetenek, kültür, deneyim ile donanmış kimliğiyle kullanıcıya yeni ürün tasarlayan kişidir.

Tasarımcı tasarım yaparken iki yöntem kullanır. Bunlardan birisi geleneksel tasarlama yöntemi, ikincisi yeni tasarlama metodlarıdır. Geleneksel olanda “tasarımcının başarılı sonuç alabilmesi, uzun süre çırak olarak çalışmasına bağlıdır; ancak ondan sonra zanaatı öğrenebilir. Bu tür bir tasarlama yaklaşımı yardımıyla, yeni ortaya çıkmakta olan gereksinimler için gereken ürünün tasarlanmasına olanak yoktur. Geleneksel tasarlama yapma, kullanma, sonra yeni yeni ürünü geliştirme ilkesine dayanmaktadır” (Bayazıt.1994.s.3).

“Geleneksel tasarlama, alıcının beğeneceği ve talep edeceği ürünleri, bazı gereksinimleri çizim haline dönüştürerek elde etme eylemi olarak kabul edilir. Fakat çağdaş yaşamın koşulları, tasarımcıyı bilmediği tanımadığı kişiler için tasarlama yapmaya zorlamakta, hatta mecbur etmektedir. Yalnız kullanıcı değil, bu durumların oluşturduğu etkenler de artmış ve değişmiştir

Sürekli değişim ve yenileşme, tasarlama metodlarının belirgin karakteridir... Bu nedenle bütün mühendislik disiplinlerinde ve özellikle endüstriyle ilgili tasarlama konularında metodlar önemli bir konuma sahiptir” (Bayazıt.1994.s.3).

“Yeni tasarlama metodları, modern tasarlama problemlerine bazı parçacı çözümler getirecek niteliktedir. Durum böyle olunca, geleneksel metodların tamamen reddedilmesine olanak yoktur. Henüz yenisini yerine koymadıkça eski yaklaşımların devam ettirilmesi gereklidir”

(Bayazıt.1994.s.4).

1.2. Tasarım

“Tasarlama sözcüğü İngilizce’deki “**design**” ve fransızcadaki “**pro-jeter**” sözcüklerinin karşılığı olarak kullanılmaktadır. Design sözcüğü latince-den gelip, de + signare köklerinden oluşur, **Signare**=etmek demek olup, **signum**=işaret kökünden türemiştir. Sözlük anlamı, bir plan ya da eskizi yapmak üzere zihinde canlandırmak; biçim vermek ya da üretilmek üzere zihinde canlandırılan bir plan ya da bir şey “(Bayazıt.1994.s.8).

Tasarlama ile bazı tasarımcıların tanımları da şöyledir;

- * Fiziksel bir yapıya en uygun gelen fiziksel bileşenleri bulmak (Alexander,1964.)
- * Bir amaca yönelmiş problem çözme eylemi (Archer,1965)
- * Belirsizlikler karşısında, hatalarına büyük cezalar ödenen bir karar verme işlemleri.(Asimov,1962)
- * Yapmak ya da meydana getirmek istediğimiz şeyi değerlendirme yapmadan ya da meydana getirmeden önce, sonucundan emin oluncaya kadar yaptığımız simülasyon.(Brooker,1964)
- * Bilimsel prensiplerin, teknik bilgilerin ve hayal gücünün mühendislik tasarımında bir mekanik yapıyı, makinayı ya da maksimum ekonomi ve etkinlik ile belirli bir fonksiyonu, gerçekleştiren bir sistemin tasarımında kullanılışıdır.(Fielden,1963)

sonrası hizmetleri, çalışma kolaylığı, performans, güvenlik, estetik, taşınma ve statü gibi fiyatlarla ilgisi olmayan faktörler de paranın değeri olarak tüketiciler tarafından kabul edilebilmektedir”(Bayazıt.1994.s.28).

Kullanıcının bir ürünü diğerlerine tercih nedenleri ş öyle sıralanabilir:

Tasarım faktörler:

Güvenirlilik

Kalite

Güvenlik

Dayanıklılık

Tamir edilebilirlik

Kullanım kolaylığı

Firmanın ünü

Performans (Örneğin daha ekonomik, hızlı, hassas, daha çok çeşitli, sessiz v.b.)

Estetik/stil/Moda

Bitirme

Artı özellikler/Artı değerler

Standartları sağlama

Kullanıcının ürünü tanınması

Boyut/Ağırlık

Ambalaj

Çevreyi kirletme

Değişik ortamlarda kullanılabilme (örneğin; sıcaklık, nemlilik, genişlik v.s.)

Raf yaşı

Rahatlık

Kullanma kolaylığı

Diğer faktörler:

Ürün statüsü

Bulunabilme / etkin dağıtım / hızlı teslim

Kredi

Kredi politikası

Satış noktası servis ağı

Yasalar (örneğin; vergi, bandrol, sigorta v.b.)

(Bayazıt.1994.s.29)

1.4. Tasarımcı - Kullanıcı ilişkisi

Tasarımcı ürün tasarlarlarken tasarımını hangi kullanıcı için yaptığını bilmek zorundadır. Kullanıcının sosyo-ekonomik düzeyi ürün tüketimi üzerinde büyük etmen olacaktır. Bu yüzden tasarımcı-kullanıcı arasındaki iletişim sürekli sağlanmalıdır. Tüketicinin bu iletişimde etken olmayacağı göz önünde bulundurulursa, sonuca ulaş tırarak araştırma, tasarımcı ve ara elemanlara düş ecektir.

“Kullanıcının bir ürün üzerinde hem kendisi bunu önceden hiç bilmediği halde-yönlendirici bir özelliği bulunmaktadır”(Küçükerman. 1996.s.98)

Tüketicinin üründen işlevsel estetik beklentilerinin bilinmesi gerekir. Çünkü tüketiciyle ürün yalnız bir kez karşılaş ırlar ve ihtiyaçlarına uygun olmayan ürünü tüketici reddeder ve sonuçta ulaş ılacak zarar , tüketiciyle iletişim kurulurken gözardı edilen maliyetin çok üstünde olur.

Tüketicinin tasarımcıdan beklediği şeyler nelerdir?

Tasarımcı, eskisinin yerini alacak tasarımı üretirken en son moda akımını izlemelidir. Gelip geçici olmasına rağmen “moda” kavramı özellikle endüstriyel ürünlerde etkin söz sahibi olabilmektedir.

Moda değer’in ömrü kısa olmasına karş ın, endüstriyel üretim çay takımlarının kullanım süreci oldukça uzundur.

“Her sanat eseri zamanı üzerinde taş ır”(Sıtkı Erinç Ders Notları) sözü bu noktada çok yerindedir. Zamanın moda değerini üzerinde taşıyacak bir

ürünün , zamanla değerini kaybetmesi tasarımcının ürün tasarlarırken ne kadar dikkatli ve titiz olması gerektiğinin bir göstergesi olacaktır.

1.6. Ürün Tasarımcı İliş kisi

Ürün dediğimiz, Endüstriyel üretim çay kapları hem işlevsel hem de estetik olmak üzere iki önemli unsurla varlığını sürdürür. Endüstriyel olduğı için estetik kaygıdan uzak üretilmiş bir tasarım düşünülemez.

Ürünün üzerinde taşıdığı değerler nelerdir?

Ürün biçimiyle, yüzeyiyle ve kitlesiyle kullanıcının önüne gelir. Endüstriyel bir ürünün yüzey ve kitlesinin belli ölçülere göre tasarlanmış olması gereklidir. Ürüne bu ölçüleri tasarımcı yükler. Bu yükleme aynı zamanda “güzel” olmasını da sağlar.

Endüstriyel üretim bir çay takımının “güzel” olabilmesi için belli öğeleri üzerinde taşıyor olması gerekir. Ölçü, denge, ritm ve armoni gibi tasarım öğeleri bir araya gelerek formun ana karakterini oluştururlar. Her biri soyut olan bu kavramlar ancak sezgiyle algılanabilirler.

Ürünlerin üzerinde taşıyor olduğı bu soyut kavramları şüphesiz o ürünü ortaya koyan sanatçı yükler. Tasarımcının bilgi birikimi, edindiğı tasarımcı kimliğı ve eğitimi ürüne bu öğeleri yüklerken en büyük etmendir.

Tasarımcı tasarım yaparken, zekası ve deneyimleriyle hareket ederek çalışır . Yeni bir ürün geliştiren tasarımcının amacı daha güzel bir ürün ortaya koymaktır. Tasarımcı ürünün ön verilerini de biliyor ise sonuç daha olumlu olacaktır.

Bu noktada tasarımcı-sanatçı ayrımının da ne kadar yersiz olduğu anlaşılmaktadır. Güzel olanı arayış yolunda çaba sarfeden kişi (tasarımcı-ya da sanatçı) güzel olanı ararken (heykel, resim, ya da seramik) aynı yollardan geçmiyor mu?

Ürün bu estetik öğelerin dışında bir de işlev yani iş görme fonksiyonunu da üzerinde taşır. Tasarımcı ürüne bu öğeler dışında bir de iş görme fonksiyonunu yükler. Ürün ile tasarımcı ilişkisi de bu noktada son bulur.

Ürünün istediği güzel ve işlevsel olmak, tasarımcının istediği ise ürünün imzasını taşıyabilecek güçte olmasıdır.

1.6. Ürün Kullanıcı ilişkisi

Kullanıcının ürün üzerindeki beklentileri ürünle karşılaştığı anda gündeme gelir. Ürün kullanıcının beklentilerine yaklaştığı oranda alıcısını bulacaktır.

Ürünün kullanıcıyla buluştuğu anda başarılı bir sonuç alınabilmesi için ürünün kullanıcının beklentilerini üzerinde taşıyor olması gerekir. Kullanıcının üründe beklentilerini şu başlıklar altında toplayabiliriz.

- “Yeni tasarım, daha yararlı ve güvenli olmalıdır.
- Yeni tasarım, daha “kolay” kullanılmalıdır.
- Yeni tasarım, çevreye “daha uyumlu” olmalıdır.
- Yeni tasarım, kullanıcıya “kişisel seçim imkanı” sağlamalıdır.
- Yeni tasarım, “zamana açık” (ya da kapalı) olmalıdır.
- Yeni tasarım, “belli bir süre boyunca aksamadan”

kullanılabilirdir” (Küçükerman.1996.s.118).

Bu noktada ürün alışılarmış, sıradanlığın ötesinde kullanıcının gereksinmesini giderecek yönde düzenlenmelidir.

1.7. Ürün Takım İliş kisi

Bir çay takımında genel olarak çaydanlık, fincan, fincan tabağı, sütlük ve ş ekerlik olmak üzere beş ana form bulunur. Yine bu formlar kapak ve kulp gibi fonksiyonel diğer parçaları da üzerinde bulundurur.

Sadece çay demlemek amacıyla üretilmiş olan demlikler ve yine sadece çay içme eylemi yerine getiren kupalar hariç bir grup oluşturacak şekilde tasarlanmış olan çay takımındaki tüm parçaların birbiriyle uyuş ması gerekir.

Bir araya gelerek çay takımını oluşturan bu beş form renkte birlik, dokuda birlik, biçimde birlik, çözümlmelerle birbirlerine yaklaşı tırılırlar.

1.8. Ürün İş lev İliş kisi

“Bir nesnenin gördüğü hizmet, kullanım değeri yararlılık derecesi olarak tanımlanan iş levsellik endüstriyel seramik tasarımının en önemli özelliklerinden biridir. Bir estetik nesnede iş levsel öge (uyum) bütünü oluşturan malzeme ve tasarımın temel öğelerinin uyuş umudur. Bu yüzden form, iş levi, iş lev de formu etkiler ve belirler. Biri olmadan diğeri olmaz. Herhangi bir öğedeki,nitelikteki aksama bütün dengeyi, denetimi bozar. Örneğin tasarım aş amasındaki ölçülendirme de,kuru, piş me ve toplu küçülme oranlarının ölçülendirmeye katılmaması,piş me sonrası yanlış bir sonuca sebep olur.

Seçilen, tercih edilen sır ve dekor yöntemlerine de dikkat etmek önemlidir. Seçilen sırların sağlığa zararlı olmamasına, kolay temizlenebilirliğine, bu sebepten kabartmalı ve pürtüklü artistik sırların tercih edilmemesine özen göstermelidir. Kurşunlu sırlardan kaçınmak,hatta hiç kullanmamak gerekir”(Çobanlı. s.3).

“ “Meta”, ürün, bir ekonomik eleman değil, aynı zamanda bir estetik fenomendir”(Tunalı.1989.s.92). Tasarlanmış ürün yöneltildiği fonksiyon dışında ifade ettiği bu fonksiyonellik ile birlikte estetik değerini de üzerinde taşır. Bu birliktelik ürüne hem fonksiyonel değer hem de ekonomik değer katar. Bir ürünün ekonomik değer taşıması onun parayla alınıp satılması bir değiş tokuş malzemesi olması demektir. Ekonomik değer taşıyan, özellikle bir fonksiyona yöneltilmiş ürünün kullanımda, bir başkasıyla yer değiştirebilme gücüne sahip olması onun aynı zamanda estetik bir obje olmasıyla doğru orantılıdır.

“Seramik hamurları oluş turacakları ürünün iş levine (iş lev-ürün -biçim bütününe) bağlı olarak belirlenen pişirme derecesi ve istenilen gözenekliliğe göre seçilen hammaddeler ve gerekli katkı maddeleriyle hazırlanırlar. Yani iş levine bağlı olarak seramik üründe istenilen özellikler onun hamur yapısını belirler”(Kura.1989.s.83).

“Sınırsız bir kullanım alanı olan seramik, en fazla çeşitli kapların (içme kapları, saklama kapları, yeme kapları) yapılmasında kullanılmaktadır. Seramikçinin imalat esnasında kaplara verdiği formları kapların kullanım amaçlarını belirler”(Read.1973.s.74).

Seramik kap içinde boşluk bulunduran kaptır. Kullanıma yönelik seramik kaplarda bu boşluğun hacmi değiştirilerek içine konacak sıvının mik-

tarı ayarlanabilir.

“Kapların esas kullanış tarzı formdaki küçük değişimleri belirler. Eğer kaldırılacak bir kapsa, normal olarak bir kulbu olacaktır (Read.1973.s.76). Çaydanlıklarda bu kulp yanda ya da üstte, bazılarında ise yine yanda sap şeklinde olabilir. Eğer içmek için kullanılan bir kap ise, bir sapı bulunacaktır. Aksi halde içine konulacak sıvı elde tutulmasını zorlaştırabilir”(Read.1973.s.100).

Bu yüzden ki Orta Asya’da çay içmede kullanılan piyaleler ve Çin ve Japonya’da kullanılan fincanlar hariç tüm fincanlar üzerlerinde bir de kulp bulundurlar. Kulpun hem içinde bulunduğu sıcak sıvı dolayısıyla elin yanmamasını sağlar hem de doğru olarak çözümlendiyse içme sırasında bilek hareketiyle rahat bir kullanım sağlar.

“İçindeki dökülerek boşaltılan bir ağız, damlatmadan dökülmeli, çaydanlık gibi sıcak sıvılar için yapılmış olan bir kabın kulpu, parmakların kabın gövdesine değmesini önleyecek kadar geniş olmalıdır”(Read.1973.s.76).

1.8.1. Endüstriyel Tasarımda İşlevsel Ölçütler

“Her nesne belli bir fiziksel gereksinmenin sonucunda ortaya çıkar. Örneğin makasın işlevi kesmek, şemsiyeninki ise yağmur ya da güneşten korumaktır” (Kura. 1989.s.51). Çaydanlığın işlevi içindeki sıvıyı taşımak taşırmadan dökmek, fincanınki ise içme eylemini yerini yerine getirmektir. İşlev tüm bu objelerin bu fonksiyonlarını yerine getirme özelliğidir.

“Bu nedenle günümüzde kullanılan endüstriyel seramik eşyaların bir çoğu eski Yunan’da olduğu gibi işlevlerine göre isim almışlardır.

aydanlık (tea-pot)
yemek tabağı(dinner-plate)
pasta tabağı(dessert-plate)
kahve fincanı(coffe-cup)
ay fincanı (tea-cup)”

(Kura.1989.s.83)

İş lev sadece kullanıma yönelik olmayıp pratik iş lev, estetik iş lev ve sembolik iş lev olarak da bölümlenebilir.

1) Pratik iş lev

“Pratik iş lev nesneyle kullanıcı arasındaki bedensel organik fizyolojik etkilere dayanmaktadır. Denilebilirki ürünün pratik iş levleri kullanıcının bütün fizyolojik görüş açılarıdır” (Erhan.1978.s.103). Pratik iş levde ürünün gördüğü iş ilk faktördür, renk doku, biçim, iş görüşü verilen ürünün beraberinde getirdiği, tasarımcının ürünü tasarlarken birlikte düş ündüğü diğer faktörlardır.

Kullanıcı ürünü satın alırken sadece pratik iş levine göre seçim yapmaz. Psikolojik durumu ve kendi beğeni tarzı etkilenmeleriyle iş görüşü ile birlikte estetik biçimiyle birlikte sunulmuş ürünler içinden seçim yapar.

2) Estetik iş lev

“Endüstri tasarımlarının görsel,dokunsal,iş itsel gibi algısal kullanımı...tasarımın estetik iş leviyle ortaya konabilir.Kullanım süresi içinde bütün duyumların aktif olduğu bilinmektedir. Endüstri tasarımlarının biçimlendirilmesinde,kullanıcının çok yönlü algılama süreci içinde duyumsal kullanım gereksinimi de yer almaktadır.

İnsanın diğer insanlarla olan ilişkilerindeki kadar, nesnel çevresiyle bağıntısı da onun psikolojik yaşamı açısından önem taşımaktadır. Tasarlama estetik görüntünün, insanın algılama koşullarına göre saptaması estetik işlevin belirlenmesini endüstri tasarımcısının sorumluluğu olarak görebiliriz”(Erhan. 1978. s.104).

Ürünün pazarlaması ve alıcının o ürünü diğerlerinden ayırdederek seçmesi, ürünündeki estetik görüntünün alıcı tarafından farkedilebilecek düzeyde olmasıyla yakından ilgilidir. Tasarımcının bu noktada çok dikkatli ve titiz davranması, ürünü diğerlerinden ayırdedebilecek özellikleri iyi yakalamış olması gerekmektedir.

3) Sembolik işlev

Tasarımda sembolik işlev; ürünün sembolleştirildiği sosyal ve kültürel bir olguyu, üzerinde taşıyıp bunu kullanıcıya aktarmasıdır, denilebilir.

“Sembolik işlevlerin, insanlığın geçmişinden kaynaklanan, kültürel ve psikolojik olguların daha çok estetik işlev boyutlarına dayalı olarak ortaya çıktığı söylenebilir... Estetik ve sembolik işlevler, çoğu bir kez birbirini etkilemektedir. Bunu şöyle açıklayabiliriz: Eğer bir tasarım kullanım sırasında kullanıcıyla yapımcı kuruluşu bu kuruluşla ilişkili geçmişteki deneyleri ya da kullandığı diğer tasarımları hatırlatıyorsa, yani ürün taşıdığı estetik boyutlarla yapımcı kuruluşu simgeliyorsa bir firma sembolünden söz edebiliriz... Yine, bir endüstri ürünü belli bir çevre tarafından özellikle kullanılıyorsa, ürün belli bir sosyal yaşam biçimini sembolize ediyordur denilebilir”(Erhan.1978.s 103).

A) Fizyolojik Ölçütler

“İnsan vücudu belli fiziksel nitelikleri olan bir bütündür. İnsanın kullanımı için geliştirilen her nesne belli koşullar altında bu bütünün belli parçasıyla ilişki kurmak durumundadır....işte bu ilişki sürecinde nesnenin fiziksel varlığının insanın fiziksel varlığına uygunluğu fizyolojik ölçütlerle gerçekleşir...bu fiziksel ilişki de çeşitli anatomik, fizyolojik ve antropometrik* nitelikler çavresinde gelişir”(Kura.1989.s.53).

Her ürün işlevini yerine getirirken kullanıcının fiziksel ve anatomik yapısına uygun olmak zorundadır. Örneğin dolu bir çay fincanı parmağın kaldırabileceğinden ağır olmamalıdır. Yine, bir çaydanlığın kulbu el parmaklarının girebileceğinden dar olmamalıdır.Bu ölçütler çeşitli gruplar üzerinde ölçümler yapılarak bulunabilir ve ortalama sonuçlara ulaşılabilir.

B) Fiziksel Çevre Ölçütleri

“İçinde bulundukları çevrede nesneler, birbirleriyle ve çevre elementleriyle ilişki kurmak zorundadırlar. Bu ilişkiyi fiziksel çevre ölçütleri sağlar...Nesnelerin ayakları, asılma donanımları, bağlantı ayrıntıları bu tür ölçütlerin sonucudur”(Kura.1989.s.54).

Çay takımlarında, çaydanlığın ve fincanın kulpları, yüzeye oturacağı ayaklarının olması fiziksel çevrenin onlara getirdiği birer ölçüttür.

***Antropametri**; İnsanlar tarafından kullanılmak üzere tasarlanan öğelerin ölçüleri insan ölçüleriyle ilişkilidir. İnsana yakın çevrenin tasarlanması, insan vücudunun strüktürünü ölçülerini ve hareketlerinin sınırlarını belirlemeyi gerektirir.

C) İletişimsel Ölçütler

“Kullanıcıya nesnenin etkin bir biçimde iletilmesi, iletişimsel ölçütlerle sağlanır...İletişimsel ölçütler işlevsel ve kavramsal olmak üzere ikiye ayrılabilir”(Kura.1989.s.54).

İletişimsel işlevde kullanıcı ile ürün karşılaştıklarında, görsel algılama sonucunda kullanıcı ürünün işlevinin ne olduğunu anlar. Fakat kullanıcının bilgi birikiminde ürünün işlevi hakkında ön bilgi olmalıdır. Çaydanlığı tanımayan bir insan ürünle işlevi hakkında iletişim kuramaz.

“Kavramsal İşlevde...bu ürünün kullanıcı bilincindeki biçimsel izleriyle ilgilidir. Bir üründen söz edildiğinde kullanıcının “çağrışım”la bilinç düzeyine çıkardığı görüntü kavramsal biçimdir”(Kura 1989.s.55).

Bir fonksiyonu olan ürün ister çaydanlık olsun, ister fincan ya da şekerlik, yine ister çarkta elde şekillendirilmiş ya da kalıpta şekillendirilmiş olsun yüksekliği bu fonksiyonel amacın dışında kendi içinde ahenkli ve dengeli olmalıdır. En iyi çözümlenmiş kaplar estetik işlevinin ve fonksiyon işlevinin birlikte düşünülerek tasarlanmış olduğu kaplardır.

1.9. Ürün Mekan İlişkisi

Endüstriyel seramik ürünlerinde, seramik ürün kullanılan farklı mekanlar bu mekanlara uygun seramiklerin yapılması gerektiğini ortaya koymuştur. Temelde aynı fonksiyon için üretilmiş olan bu kullanım kapları bazı özellikleri ile birbirinden çok az da olsa ayrılırlar. Bu araştırmada otel için üretilmiş olan çay takımları ile ev kullanımına yönelik tasarlanmış olan çaydanlıklar üzerinde durulacaktır.

Bu farklı mekanlar otel ve restaurantlar ile evlerdir. Ev kullanımına yönelik üretilmiş porselen çay takımları biçimsel anlamda daha özgürce tasarlanabilirler. İşlevselliğini yerine getiren ve ergonomik olan çay takımları otel porselenindeki kısıtlayıcı faktörlerden etkilenmezler. Otel kullanımındaki zorunlu kısıtlayıcı faktörler (temizleme ve istifleme) porselene bazı biçimsel yaptırımlar getirmiş tir.

“Tasarımlamada biçimin yanı sıra, onu bütünleyen çevrenin de büyük önemi vardır. Biçim problemin çözümüdür. Çevreyse problemi tanımlar ve sınırlandırır”(Bayazıt.1994.s.136).

Burada mekana uygun tasarım yapmak problemin kendisini oluşturmuştur . Böylece ürün sadece çay takımı olmakla kalmayıp “hangi mekan için ?”çay takımı sorusunu gündeme getirmektedir.

“Tasarlama dediğimizde, tartışmanın tek ve gerçek amacı biçim değil, biçimle çevresini içeren bütündür. Biçimle çevre arasında iyi bir uyum olması istenen bir özelliktir” (Bayazıt.1994.s.137).

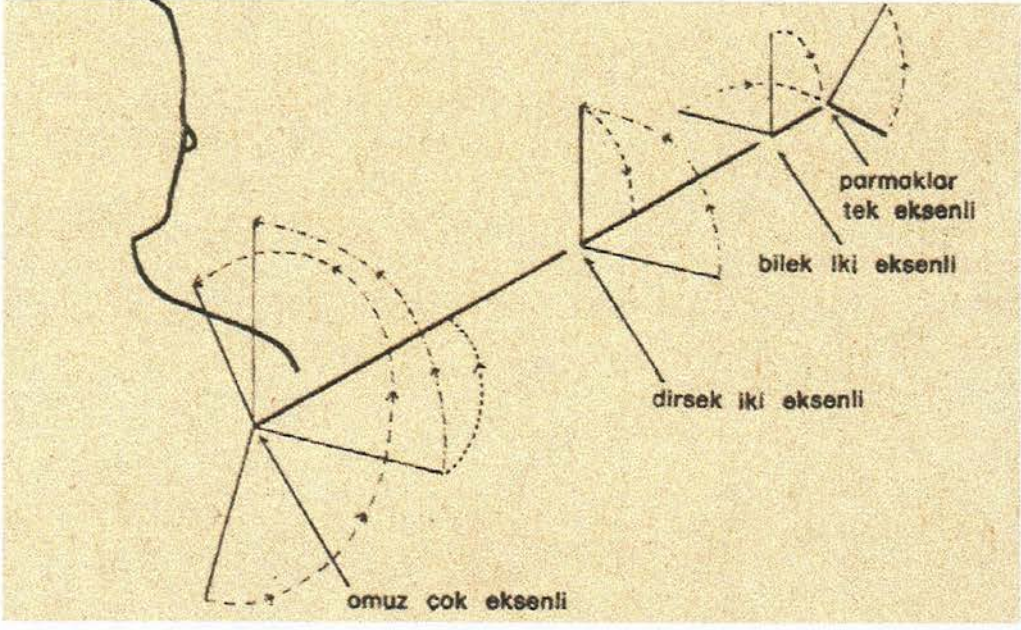
1.10. Ergonomi

“İnsan eklemleri, hareketine ve hücre yapısına göre sınıflandırılırlar. Bireyin beden ve öğelerini incelerken hareketine göre sınıflandırma yapılmıştır . Böylece üç tip eklem ortaya çıkar.

Hareketsiz

Sınırlı hareketli

Hareketli



Çizim 12: Eklem Hareketleri

Tasarımcıların ilgisini çeken eklemler, daha çok üçüncü grupta yer alan hareketli eklemlerdir. Hareket eden eklemler, kemiklerin birbirine üç durumda (her yönde) hareketini sağlar.

Bu hareketler ise, dört işlemle sonuçlanır.

1. Kaldırma
2. İtme
3. Çekme
4. Döndürme

“Bir organın hareketi gerçekte o eklemnin ”

adduction; içeri çekme, getirme

abduction; dışarı çekme, kaçırma

rotation; döndürme, çevirme

flexion; bükülme, kapanma

extension; uzatma, uzatılma

gibi anatomik hareketlerdir. Vücudun konumuna göre hareket yeteneği artar ya da azalır” (*Toka.1978.s.145*).

Kullanıma yönelik kaplar insan vücudunun bu hareket yetenekleri göz önünde bulundurularak tasarlanır. Uygun tasarım insan bedeninin bu anatomik iş görme yetisine engel olmadan fonksiyonunu yerine getirir.

İKİNCİ KISIM

Ürün Tasarımına Etki Eden Faktörler

Endüstriyel ürün tasarımına etki eden üç önemli faktörden sözedilebilir. Bunlar gelenekler, alışkanlıklar ve modadır. Endüstri çağında yaşamını sürdüren insan, herşeyin çok hızla değişim ve gelişimini izlemekte ve bu gelişimi yaşantısına sokabilmektedir. Teknolojik gelişimler toplumların gelenek ve alışkanlıklarında değişiklikler yapabilmektedir. Toplumlar teknolojik bu gelişmelerden etkileniyor olsalarda gelenek ve alışkanlıkları günlük hayatlarında yaşamaya devam eder.

Bu yüzden özellikle endüstriyel ürün tasarımında, toplumun gelenek ve alışkanlıklarının biliniyor olması gerekir. Kullanıcının karşısına gelen ürün çağdaş fonksiyonel ve yeni olmasının dışında bir de o toplumun o güne getirdiği, kültürel birikimlerini de yok saymıyor olması gerekir.

2.1. Gelenek

Gelenekler toplumların geçmişlerinden getirdikleri kültürel birikimlerdir. Gelenekler insan yaş amının aksine çok daha uzun ömürlüdürler.

“İnsan kuşaktan kuşağa geçen ve yeniden denenene, atalarından kalma tecrü - beler, bilgiler,yetenekler ve görüşlerle yaş ar”(*Türk Ansiklopedisi.1969.s.224*).

Gelenekler, insanın önüne çıkan yeni ve önemli herş eyde, kiş inin kab- ulüne ve nasıl hareket etmesi gerektiğine dair önemli bir ön ş art teş kil eder- ler.Yeni ve ihtiyaç dahilinde olan her ş ey zamanla gelenekler içinde yer alır ya da gelenekselleş ir.Örneğin; Türk yemek kültüründe geleneksel olan yemek yeme tarzı yere bağdaş kurma ş ekindeyken, bugün bu durum yerini yemek masalarına bırakmış tır.

“Tasarımcı belirli bir malzeme ile toplumun belirli bir gereksinmesine en uygun biçimde cevap verirken ortaya çıkan ürünün bulunduğu toplumun kültürel birikimi ile bağlantı kurması gerekliliğine inanmalıdır. Bunun için kültürünü bilmek ve bunu çağdaş bir biçimde yorumlamak gerekmektedir”(Anılanmert. 1976. s.72).

2.1.1. Ürün Tasarımında Geleneklerin Ö nemi

Toplumlar gelenekleriyle birlikte yaş arlar. Doğru ya da yanlış gelenekler uzun bir zaman diliminde oluş muş ve toplumların yaş amlarının içine iyice yerleş miş tir.

Toplumların yaş ayış biçimlerini bu kadar yakından ilgilendiren gelenekler, tasarımcıların göz ardı edemeyecekleri önemdedir.

Yemek yeme biçiminden, giyinmeye, oturup kalkma şeklinden oyunlara gelenekler bir toplumun kültürel birikimi hakkında aydınlatıcı bilgiler verirler. Özellikle Türk kültüründe, bahsi geçen bu birikimler çok renkli bir şekilde karşımıza çıkmaktadır.

“Geleneksel Sanat” dediğimiz yapı içinde tasarımcılar alanları ile ilgili bilgi bulacaklardır.Yeni olanı kabul ettirmede geleneklerin reddi yerine onları kullanmak daha verimli sonuçlar alınmada yol gösterici olabilir.

Kullanıcı ya da alıcı için kendi kültürüne yakın olan ürün daha hızlı yerleşecektir.Özellikle sanat alanında gelenekler kalıp değildir, tasarımcı geleneklerden yola çıkıp onları geliştirebilir.

2.2. Alışkanlık

“Birey davranışı büyük ölçüde “alışkanlıkların” etkisi ve gücü altındadır. Bu nedenle tasarımcı, bireyin -toplumun alışkanlıklarını kesin olarak göz önünde bulundurmak zorundadır”(Doğan.1984.s.172.)

Birey tüm gününü alışkanlıklarını kullanarak geçirir. Sabah kalktığı andan başlayarak gece yatana kadar bu alışkanlıklarını kullanır.

“Oturarak ya da ayakta ya da uzanarak yıkanma, alışkanlıktır” (Doğan.1984.s.180). Çayı cam bardakta ya da porselen fincanda içmek yine alışkanlıktır .Kişi bu alışkanlıklarını giderirken yine alıştığı yöntemleri kullanır.

2.2.1. Ürün Tasarımında Alışkanlıkların Önemi

İnsanbilimciler; “Alışkanlıklar, fizyo-psikolojik bir olgudur” demişlerdir...”Pek çok tasarım, bu güdünün doyurulmasına yöneliktir” (Doğan.1984.s.177).

Tüketimde, alışkanlık ilk sıralarda yer alan etkenlerden biridir. Tüketici alışkanlıklarından birini ya da bir kaçını yerine getirmeyecek bir ürünü edinmek istemeyebilir.

Kahve içme alışkanlığı olmayan bir topluma kahve takımı tasarlamak çok anlamsız olacaktır.

Birey edineceği ürünü alışkanlıklarının etkisi altında seçer. Ürün bireyin alışkanlıklarına yaklaştığı oranda iletişim sağlanır.

2.3. Moda

İtalyanca kökenli moda sözcüğünün sözlük tanımı şöyledir.”Süs, giyecek, mobilya v.b.nin kullanış şekillerini geçici olarak düzenleyen kural” (Meyden Larousse.1982s.857)

Moda bireyin günlük yaşamında değişiklik yapma isteğinden doğmuş bir kavramdır. Köklü bir değişim amacı gütmeyiz. Gelip geçici olmasının yanı sıra sosyal hayatta dönemlik dalgalanmalara sebep olur.

Moda genellikle kazanç kaygısıyla ortaya çıkar. Çeşitli iletişim araçlarıyla halka ulaşır. Bu yeniliklerin moda haline gelebilmesi ürünün kamuoyu tarafından kabulüyle gerçekleşir.

2.3.1. Ürün Tasarımında Modanın Önemi

Moda; özellikle endüstriyel ürün tasarımında ürüne günün koşullarında güncellik katan bir değerdir. Görsel iletişim ağının çok geniş olduğu günümüzde moda dalgalanmaları alıcı kitleye hızla ulaşmaktadır. Özellikle Tekstil alanında bu olguyu daha canlı izleyebilmekteyiz.

Porselen mutfak eşyaları da uzun kullanım sürecine sahip olmalarına rağmen bu moda akımından etkilenmektedirler. Fonksiyonunda bir değişme olmaksızın formun yapısında, renginde, biçiminde yapılmış olan modaya bağlı değişiklikler, alıcı kitlenin tercihlerini etkilemektedir.

Gerek gelenekler gerekse alışkanlıklar ve moda değerleri tasarımcı için yeni olana ulaşma yolunda ket vurucu engeller olarak görülebilir. Bunun tam tersine bu değerler tasarımcıya alıcı kitleyle arasında iletişim sağlayıcı ipuçları vermektedir. Yeni, çağdaş ve daha fonksiyonel olan ürün tasarımını ortaya çıkarmak zaten tasarımcının işidir. Ama daha önce tasarımcı ile alıcının ürün üzerinde iletişim sağlıyor olmaları gerekmektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

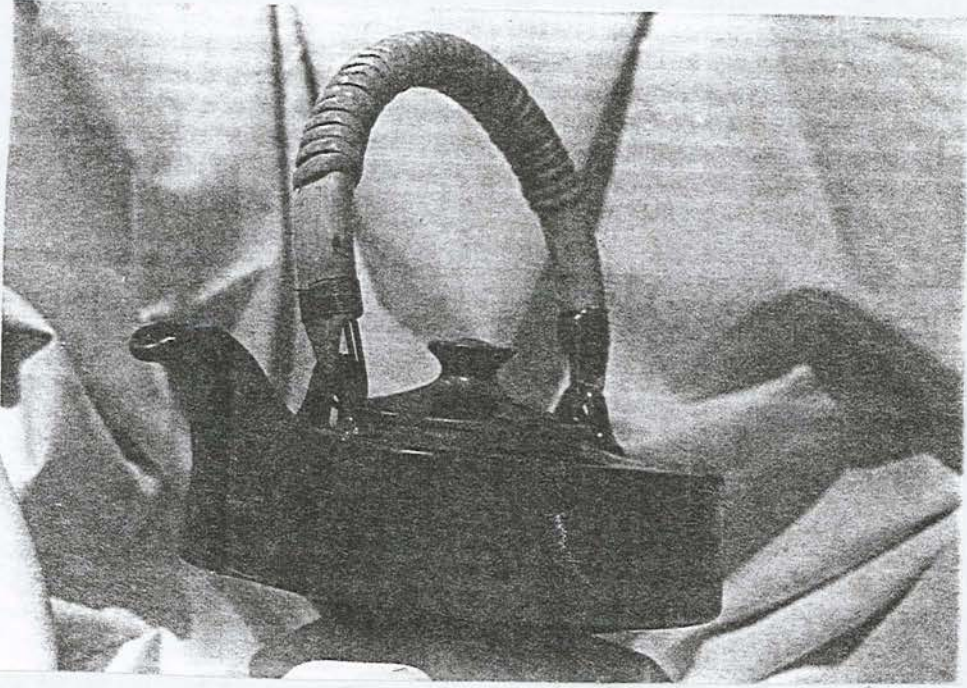
Endüstriyel Çay Takımı Uygulamaları

Farklı toplumlarda farklı çay kapları görülmektedir. Bu farklılıkların sebepleri daha öncede değinildiği gibi, toplumların genekleri alış kanlıkları ve modadır.

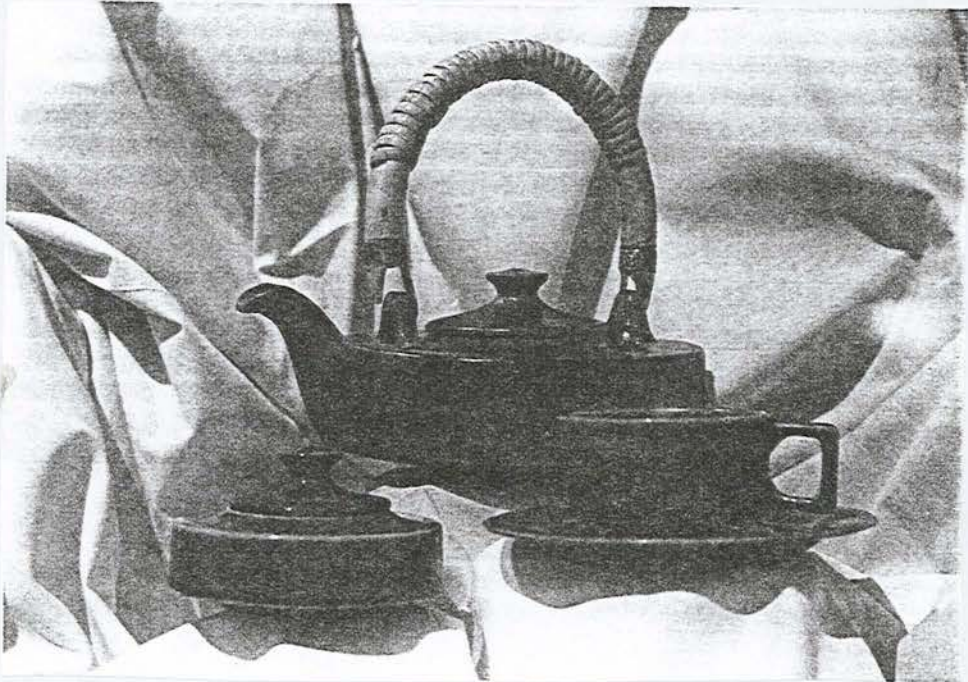
Fonksiyonları aynı olsa da kaplardaki bu farklı formlar, her dönemde, seramik sanatçıları için araştıırma ve uygulama yapmaya açık bir konudur. Çay kaplarının, özellikle çaydanlıkların yüzyıllardır seramik sanatının vazgeçilmez öğelerinden olmaları bu sebeptendir.

Yapılan araştırmalar sonucunda üç farklı biçimde çay takımı uygulaması yapılmasına karar verilmiştir. Tezin bu bölümü Uygulamalara ayrılmıştır .

5.1. Üstten Kulplu Çaydanlık ve Takımı

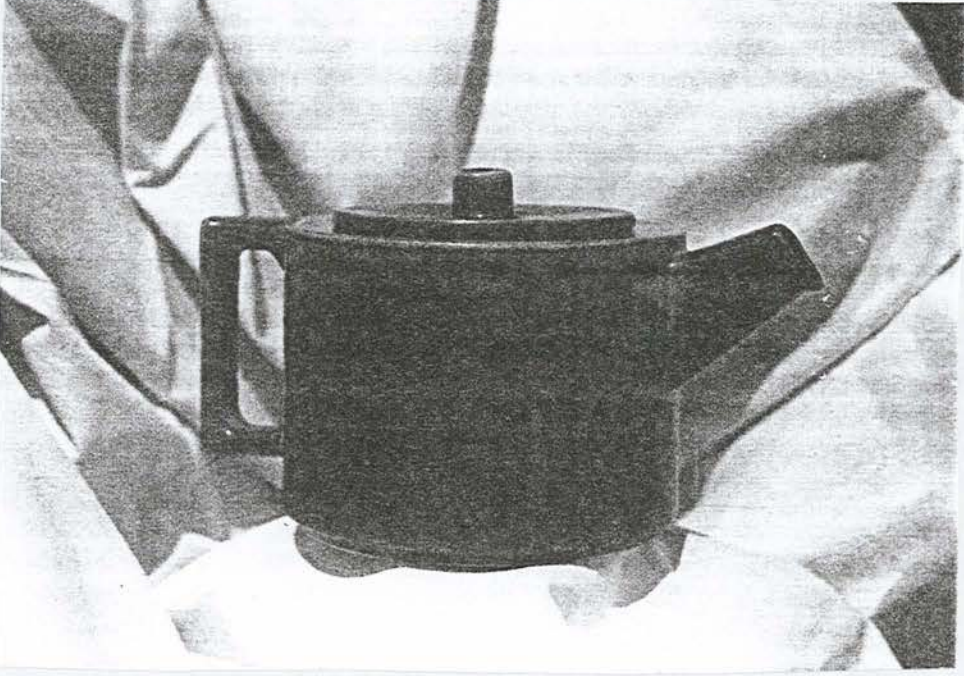


Resim 54: Üstten Kulplu Çaydanlık

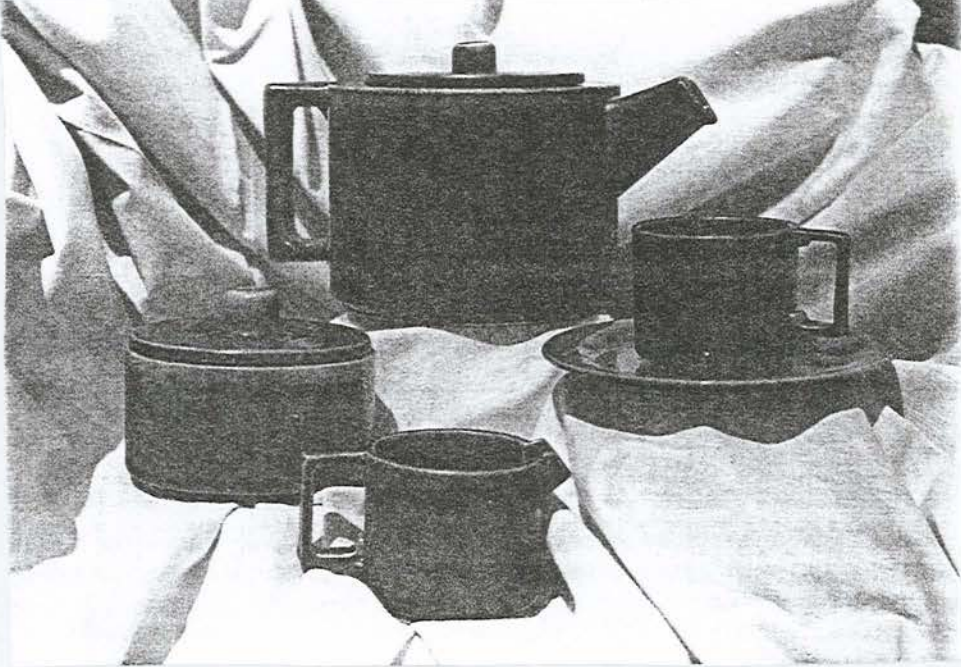


Resim 55: Üstten Kulplu Çaydanlık ve Tatımı

5.2. Yandan Kulplu Çaydanlık ve Takımı



Resim 56: Yandan Kulplu Çaydanlık



Resim 57: Yandan Kulplu Çaydanlık ve Takımı

5.3. Sap Şeklinde Kulplu Çaydanlık ve Takımı



Resim 58: Sap Şeklinde Kulplu Çaydanlık



Resim 59: Sap Şeklinde Kulplu Çaydanlık ve Takımı

SONUÇ

Araştırmanın birinci bölümde Çin,japonya ve İngiltere’de çay içme alışkanlığı ve bu kültürlerin çay törenlerinin taşıdığı önem üzerinde durulmuştur. Çay içme geleneği ve çay dini ilk kez Çin kültüründe ortaya çıkmıştır. Çay bitkisinin toplanılmasından içilmesine kadar tüm aşamalarını büyük bir titizlik ve inançla yapan Çinlilerden hemen sonra japonlar da bu geleneği sürdürmüşlerdir. Çin ve japonya’da çayın bu derece önem kazanması, bu toplumların inanç sistemleriyle ilgili olabilir. Tek tanrılı dinlere inanan toplumlarda aynı özelliklere rastlanmamıştır. Örneğin, İngiliz toplumunda da çay önemli bir içecektir, ama bir din haline gelmemiştir. İngiliz toplumu çayın, sosyal yaşantıyı destekleyici yönünü geliştirmişlerdir.

Orta Asya toplumlarının ve Osmanlı toplumunun çay ile ne zaman tanıştıklarına dair kesin kanıtlara ulaşılamamıştır. Ticaret yollarının bu bölgelerden geçiyor olması ve bazı bölgelerde yapılan kazılardan çıkan buluntular bu kültürlerin de çay kullandıkları hakkında ip uçları vermektedir. Osmanlı İmparatorluğunda çay ile ilgili ilk girişimler 1888-1892 yıllarında olmuştur. Bu da o tarihlere kadar çayın dışarıya bağımlı bir tüketim malzemesi olduğunu göstermektedir.

Çayın Türkiye Cumhuriyetine gelişi 1937 yıllarında olmuştur. Bu tarihten sonra, çay içeceği iç piyasada oldukça artmış ve tüketilmiştir. Bugün, ülkemizde çay, sudan sonra en fazla tüketilen içecek olma konumuna gelmiştir.

Tezin ikinci bölümünde son dönem Osmanlı İmparatorluğunda ve Cumhuriyet Dönemi porselen fabrikaları ve ürünleri incelenmiştir. Fabrika ürünleri arasında yer alan çay takımlarından örnekler verilmiştir. Cumhuriyet dönemi çay içme alışkanlığında cam bardakların daha çok tercih edildiği görülmüştür.

Üçüncü bölümde porselen sofraya eşyası tanımı, endüstriyel seramik tasarımında önemli bir malzeme olan porselen ve özellikleri açıklanmış ve porselen malzemenin niçin tercih edildiği üzerinde durulmuştur. Yine aynı bölümde, endüstriyel üretim çay takımlarında yer alan tüm parçaların, biçimsel ve hacimsel yönden hangi kurallara göre yapılması gerektiği açıklanılmaya çalışılmıştır.

Dördüncü bölümde, tasarımcı, tasarım, kullanıcı, ürünün kendi başlarına özellikleri ve birbirleri ile ilişkileri açıklanılmaya çalışılmıştır. İşlev ve ergonominin endüstriyel ürünlerdeki önemi, yine, mekan etmeninin endüstriyel ürünlere getirdiği zorunluluklara değinilmiştir.

Toplumsal yaşamda önemli yeri olan geleneklerin, alışkanlık ve moda kavramlarının endüstriyel ürünleri nasıl etkilediği konusu incelenilmeye çalışılmıştır.

Beşinci bölüm araştırmalar doğrultusunda, uygulamalara ayrılmıştır. Farklı biçimde üç çay takımı uygulamasıyla araştırma tamamlanmıştır.

KAYNAKÇA

- AKSUNGUR, M.,** Geçmişten Günümüze Seramik İşletmeciliğinin Tarihsel Seyri, Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Eskişehir, Haziran, 1983.
- ALTIN, C.,** Dünyada ve Türkiyede Çay üretim ve Tüketimi, Bayrak Matbaacılık, İstanbul, 1986.
- ANILANMERT, B.,** Çağdaş Tasarımda Sofra Seramiği, Akademi yayını: 49, İstanbul, 1976.
- ARCASOY, A.,** Seramik Teknolojisi, M.Ü.G.S.F, Yayın no:2, İstanbul, 1983.
- BAYAZIT, N.,** Endüstri Ürünlerinde ve Mimarlıkta Tasarlama Metodlarına Giriş, Literatür Yayıncılık, İstanbul, 1994.
- BAYRAKTAR, N.,** İstanbul Cam ve Porselenleri, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1982.
- BİLDİRİCİ, F.,** İçecek Kültürümüz, Hürriyet Gazetesi,

15 Eylül 1997.

COOPER, E.,

A History Of World Pottery,
Scotland,1988.

ÇİL, S.,

Çayınız Eksik Olmasın, Cumhuriyet
Dergi, 26 Ocak 1997.

ÇİL, S.,

Kahvenin Fincanla Dansı, Cumhuriyet
Dergi, 27 Temmuz 1997.

ÇOBANLI, Z.,

**Seramik Sanatında Kimi Tasar
Üretim Yöntemlerinin Çaydanlık
Örneği ile Tanıtımı,** Türk Seramik
Derneği Yayınları, No: 12.

DOĞAN, N.,

**Tasarımda İnsan Etmenleri Kültürel
Özellikleri,** Günlük Ticaret Gazetesi
Tesisleri, İstanbul, 1984.

DOĞAN, Ş.,

Açıklamalı Seramik Teknolojisi,
Birsen Yayınevi, İstanbul,1985.

ERHAN, İ.,

**Endüstri Tasarımında Kullanıcı
Araç İlişkileri Açısından Görsel
Bildirişim,** İstanbul Devlet Güzel
Sanatlar Akademisi Yayın no: 84, İstanbul
1978.

GENÇ, S.,

**Fildişi Renkli Sert Porselen
Üretimi,** M.Ü G.S.F. Seramik Anasanat
Dalı, Teknoloji Tasarımı Tez çalışması,
İstanbul, 1986.

- GÜNER, Y.,** **SERAMİK,** Gençlik Kitabevi A.Ş. İstanbul, 1987.
- IGUCHI, K.,** **Tea Ceramony,** Osaka, Japan, 1990.
- KAKUZO, O.,** **Çayname,** Remzi Kitabevi, İstanbul, 1944.
- KURA, H.,** **Endüstriyel Seramik Tasarımında Bicim ve Üretim Yöntemleri,** Sanatta Yeterlilik Eser Çalışması, İstanbul, 1989.
- KOCABAŞ, H.,** **Porselencilik Tarihi,** Bursa Yeni Basımevi, Bursa, 1941.
- KÜÇÜKERMEN, Ö.,** **Dünya Saraylarında Prestij Teknolojisi: Porselen Sanatı ve Yıldız Çini Fabrikası,** Sümerbank Yayınları, İstanbul, 1987.
- KÜÇÜKERMEN, Ö.,** **Endüstriyel Tasarım,** Sistem Yayıncılık, İstanbul 1996.
- MORSE, E. S.,** **Catalogue Of The Morse Collectio of Japanese Pottery,** Tokyo, Japan, 1979.
- ÖGEL, B.,** **Türk Kültür Tarihi,** Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1984.
- READ, H.,** **Sanat ve Endüstri,** İstanbul, 1973.
- SEVİM, S. S.,** **Türkiyede Başlangıcından**

Günümüze Porselen Dekorları,
Sanatta Yeterlilik Tezi, Eskişehir, 1994

TOKA, C.,

**İnsan -Araç Bağirtısında Ergonomik
Tasarım İlkeleri,** İstanbul Devlet Güzel
Sanatlar Akademisi Yayın no: 84, İstanbul
1978

TUNALI, İ.,

Estetik, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1989.

**Porselen Sofra ve Süs Eşyası
Sanayii,** Türkiye İş Bankası A.Ş. Genel
Müdürlük İktisadi Araştırmalar
müdürlüğü, Mart 1990.

YARARLANILAN SÖZLÜK ve ANSİKLOPEDİLER

**Cumhuriyet Dönemi Türkiye
Ansiklopedisi,** İletişim Yayınları,
İstanbul, 1993.

Meydan Larousse, İstanbul, 1979.

Meydan Larousse, İstanbul, 1990.

Türk Ansiklopedisi, İstanbul, 1996.

Türkçe Sözlük, Atatürk Kltür, Dil ve
Tarih Yüksek Kurumu, Ankara, 1988.

YARARLANILAN KATOLOGLAR

Güral Porselen Katalogları.

İstanbul Porselen Katalogları.

Porland Porselen Katalogları.

Sadberk Hanım Müzesi Kataloğu.

**Sümerbank Yıldız Porselen
Katalogları.**

Yarımca Porselen Katalogları.

Kütahya Porselen Katalokları.