

1980'den Günümüze Türk Seramik Karo Endüstrisinde Duvar ve Yer Karosu Tasarımlarının İncelenmesi

Investigation of Wall and Floor Tile Designs in the Turkish Ceramic Tile Industry from 1980 to the Present

Dr. Öğr. Üyesi Fulya SAVAŞ

ORCID: 0000-0001-8222-0709 ◆ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Ayvackı Meslek Yüksekokulu, El Sanatları Bölümü ◆ fulya.savas@comu.edu.tr

Özet

I. Dünya Savaşı sonrasında Sanayi Devrimi'nin etkisiyle ekonomi alanında köklü değişikliklere gidilmiştir. Sanayi devriminden sonraki süreçte 'Endüstri seramiği' kavramı gelişerek yeni bir boyut kazanmıştır. 1950'li yıllarda nüfusun giderek artış göstermesi konut gereksinimini doğurmuş, böylelikle seramik duvar ve yer karoları talep görmeye başlamıştır. Taleplerin karşılanması için 1995 yılında Bozüyük Seramik Fabrikası, 1956 yılında ise Çanakkale Seramik Fabrikası kurulmuştur. Bu süreçte ülkenin karo gereksinimi yurtdışından getirilmiş, mevcut ürünlerin taklitleri yapılarak giderilmiştir. 1970'li yıllara gelindiğinde ise, tasarımlar birebir taklit edilmeyip desenlerde ufak tefek değişikliklere gidilmiştir. 1980'li yıllarda Türkiye'de karo üreticileri arasındaki rekabeti giderek büyümüştür. Firmalar farklılık yaratan karo tasarımlarına yönelerek, markalaşma yoluna girmişlerdir. 1990'lı yılların sonunda ve 2000'li yılların başlarında dünyaca tanınmış tasarımcılarla çalışmaya başlayarak, ürün çeşitliliğini arttırmışlardır. Son yıllarda firmalar, gelişen teknolojiye uygun, müşterilerin istek ve taleplerin karşılayacak tasarım çalışmalarına yönelmişlerdir. Tasarıma yaptığı yatırımlar ile ülkemizin önde gelen sektörlerinden biri olan seramik sektörü, bugün dünya pazarında rekabet gücümüzün en yüksek olduğu alanlardan birisidir.

Anahtar Kelimeler: Karo, Seramik Endüstrisi, Karo Tasarım, Seramik.

Abstract

After the First World War, radical changes were made in the field of economy with the effect of the Industrial Revolution. In the process after the industrial revolution, the concept of 'industrial ceramics' has developed and gained a new dimension. The increasing population in the 1950s led to the need for housing, thus ceramic wall and floor tiles began to be in demand. Bozüyük Ceramic Factory was established in 1995 and Çanakkale Ceramic Factory was established in 1956 to meet the demands. In this process, the tile requirement of the country was brought from abroad and the existing products were imitated. By the 1970s, however, the designs were not imitated exactly, and minor changes were made in the patterns. In the 1980s, the competition among tile manufacturers in Turkey grew gradually. Firms have turned to tile designs that make a difference and embarked on the path of branding. In the late 1990s and early 2000s, they started to work with world-renowned designers and increased their product range. In recent years, companies have turned to design studies in accordance with the developing technology and to meet the demands and demands of the customers. The ceramic industry, which is one of the leading sectors of our country with its investments in design, is one of the fields where our competitive power is the highest in the world market today.

Keywords: Tile, Ceramic Industry, Tile Design, Ceramics.

Giriş

Anadolu topraklarındaki seramik üretiminin sanayiye dönüşmesi, 1950'li yıllarda başlayan kalkınma dönemlerine rastlamaktadır. I. Dünya Savaşı sonrasında, ekonomik ve kültürel alanda yaşanan kayıpların giderilmesine yönelik birçok reform yapılmıştır. Endüstri Devrimi'nin etkisiyle ekonomi alanında köklü değişikliklere gidilerek, devlet desteği ile yeni işletmeler açılmıştır. Endüstri

devriminden sonraki süreçte 'Endüstri seramiği' kavramı gelişerek yeni bir boyut kazanmıştır (Sevim ve Savaş, 2018: 722).

1980'li yıllar sonrasında Türkiye'de seramiğin kullanım alanının artması, karo üreticileri arasındaki rekabeti büyütmüş, ürün tasarımlarında farklılık arayışlarına yönelim başlamıştır. 1980 ve 1990'lı yıllarda rekabet ortamının gözle görülür derecede yükselmesi ile seramik firmalarında uluslararası pazarda yer alma düşüncesi oluşmaya başlamış ve uluslararası ürün teknolojilerinin ülkeye girmesi amaçlı girişimler görülmüştür. Güncel dünya teknolojileri ile yeniden yapılandırılan seramik endüstrisinde, tasarım kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Türk seramik sektörü bugün, ülkemizin önde gelen sektörlerinden ve dünya pazarında rekabet gücümüzün en yüksek olduğu alanlardan birisi olmanın yanı sıra, seramik kaplama (karo) malzemeleri alanında da çok önemli gelir sağlayan bir sanayi dalıdır. Seramik endüstrisinin tasarım ile birebir ilgili alanlarından olan duvar ve yer karosu alanları bu araştırmanın içeriğini oluşturmaktadır. Araştırmanın kapsamı, Türkiye Seramik Federasyonu'na kayıtlı seramik fabrikalarının duvar ve yer karosu ürün tasarımları ile sınırlandırılmıştır. Türk Seramik Endüstrisi ve fabrikaların karo ürün tasarımındaki gelişmeleri yıllık dönemler içinde irdelenmiştir.

Türkiye'de seramik sanatı ile ilgili araştırmalar olmasına rağmen, Türk Seramik Endüstrisinde karo ürün tasarım konusunu inceleyen yeterli yayın bulunmamaktadır. Bu araştırmada, seramik sektörünün kuruluşundan itibaren, Türk seramik endüstrisinin gelişim süreci içerisinde karo ürün tasarımına yaklaşımın saptanması ve gelişen teknoloji ile birlikte ürünlerde görülen değişimin değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Yöntem

"1980'den Günümüze Türk Seramik Karo Endüstrisinde Duvar ve Yer Karosu Tasarımlarının İncelenmesi" adlı çalışmada nitel araştırma modeli ile literatür taraması yapılmıştır. Verilerin toplanması tarama modeli çerçevesinde; konuyla ilgili makaleler, kitaplar, dergiler ve internet kaynaklarından yararlanılmıştır. Araştırma ile ilgili elde edilen veriler sonucunda: 1980 yılından günümüze Türk Seramik Sektörü duvar ve yer karosu tasarımları kronolojik sırayla irdelenmiştir. Bu doğrultuda yapılacak araştırmalara alternatif bir bakış açısı sunmak amaçlanmıştır.

Bulgular

1. Türkiye'de Seramik Karo (Kaplama) Endüstrisinin Tarihsel Gelişimi

Seramik kaplama malzemeleri, seramikten yapılmış plakalar olup, duvar ve yer kaplamasında kullanılmaktadır. Ülkemizde genellikle duvar karoları "fayans", seramik yer karoları "seramik karo" olarak tanımlanmaktadır (Taş ve Toprağa Dayalı Ürünler Sanayi Özel İhtisas Komisyonu, 2001: 3).

Günümüzde konutlarda iç mekânın yanı sıra; dış kaplama malzemesi olarak da kullanılan seramiğin, bir yapı malzemesi olarak kullanımı, çok eskiye dayanmaktadır. 11.yüzyılda Türkler'in Anadolu'daki ilerlemelerini takiben seramik karo üretimi, İslam kültürünün etkisi altında yeni bir boyut kazanarak, Selçuklu ve Osmanlı döneminde önem kazanmıştır (Sazcı, 2001: 132). Türkler'in Orta Asya'dan Anadolu'ya getirdikleri mimari yapılardaki süslemeler ve kaynaklar incelendiğinde karo yaklaşımında üretim en görkemli örnekleri ile Osmanlı döneminde neredeyse tüm yapılarda kullanılmıştır. 16. yüzyılda saray, kervansaray, cami inşaatlarının hız kazanması, karo taleplerine olan ihtiyacı arttırmıştır. Bu yüzden, 16. yüzyılın ikinci yarısında karo imalathanesi sayısı artarak, İznik, Osmanlı İmparatorluğunun karo üretim merkezi haline getirilmiştir. Yetişemediği durumlarda Kütahya'dan destek sağlanmıştır. Osmanlı Devleti'nin ekonomik açıdan zayıfladığı gerileme döneminde (1892), ise devlet tarafından Yıldız Porselen İşletmesi kurulmuştur (Sazcı, 2001: 133).

Türkiye'de seramik endüstrisinin kurulma süreci, Cumhuriyet'in ilanıyla başlamıştır. Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte sosyal ve ekonomik yönde yaşanan gelişmeler, Türk seramik sanatının endüstri kolu olarak gelişimini etkilemiştir. Bu süreçte, 1923 yılında I. Türkiye İktisat Kongresinde kabul edilen "Teşvik-i Sanayi Kanunu Hakkında" başlıklı raporun birinci maddesi ile sanatın sanayicilerin oylarıyla belirlenmesi esasıyla seramik endüstrisinin temeli atılmıştır (Oral, 2005: 2). 1950'li yılların başından itibaren seramik üretimi, seramik endüstrisi olarak şekillenmiştir. Bu yıllarda giderek artan nüfus ve kentleşme, ülkenin konut gereksinimini arttırmıştır. 1950'li yıllarda Genç Cumhuriyetin hızlı bir biçimde inşaat girişimlerine başlaması ile birlikte seramik karoya olan talepler artış göstermiştir. Taleplerin karşılanmasında, Osmanlı Devleti'nin son döneminde kurulan Yıldız Porselen İşletmesinin üretim kapasitesinin yetersiz kaldığı görülmüş, yeni teknolojileri Türkiye'ye getirmek amacı ile yeni bir atılıma ihtiyaç olduğu düşünülerek, 1955 yılında devlet tarafından Bozüyük Seramik Fabrikası kurulmuştur (Sazcı, 2001: 133).

Türkiye'de seramik sanayinin kurulma aşamasına denk gelen 1950'lerden sonra ulaşım olanaklarının gelişmesi, nüfusun artması, kırsal kesimden şehirlere göçün başlaması, devlet sektörünün yanı sıra özel sektörün de sanayiye yatırım yapması gibi etkenler seramik üretiminin gelişmesi ve çeşitlenmesini sağlamıştır. Ülkemizde seramik karo sanayi, 1956 yılında Çanakkale'nin Çan ilçesinde ilk özel seramik fabrikası olan Çanakkale Seramik Fabrikasının kurulmasıyla başlamıştır (T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü. 2012-2016: 14). 1950'lerde özel girişimi destekleyerek, kredi sağlayan Türkiye Sanayi Kalkınma Bankası'nın kurulması ülkemizde özel sanayinin gelişmesinde önemli adım olmuştur (Yılıkoğlu, 2009: 74). 1960'lı yıllarda kamu ve özel sektör fabrikaların kurulmasıyla, geçmişte ithal edilen seramik kaplamalar hızla ülkemizde de üretilmeye başlamıştır (Oral, 2005: 2). 1964 yılında fayans, mozaik ve sırsız yer karosu üretimine geçen Çanakkale Seramik, 1972 yılında bünyesinde Kalebodur Seramik Fabrikasını kurularak, ülkemizde ilk kez sırlı seramik yer karosu üretimine başlanmıştır (Yılıkoğlu, 2005: 50). 1993 yılında seramik karo üretim kapasitesi 93 milyon m², 2002 yılında 250 m² ve dış satım 70 milyon m²'ye kadar ulaşmıştır. İhracatın büyük bir bölümü Avrupa ülkelerine yapılmıştır. Türkiye, seramik karo ihracatında dünyada üçüncü sırada yer almıştır (Bengisu, 2006: 2). 2007 yılında artış devam ederek 276 milyon m² ulaşmış, 2008 yılına gelindiğinde ise 225 milyon m² üretimle önceki yıllara göre düşüş göstermiştir. (T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü. 2012-2016: 15).

Seramik sanayimizin hızla gelişim göstermesinin önemli nedenlerinden biri, kil, kuvars, feldspat gibi hammaddelerin, yurdumuzda yeteri kadar bulunmasıdır. Sektörün en önemli hammaddelerinden biri olan feldspat, Milas yöresinde elde edilmekte olup, İtalya ve İspanya'daki seramik üreticilerine ihraç edilmektedir (Seramik Tanıtım Komitesi. 2003: 125). 2009 yılı verilerine göre Türk seramik sektörü, karo ihracatında 4. sırada yer almaktadır. 2010 yılında seramik karo sektöründe, 2.270 milyon TL değerinde üretim kaydedilmiştir (T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü. 2012-2016:14-15). 2016 yılı verilerine göre, Türkiye seramik üretiminde dünya sıralamasında 9. sırada yer almaktadır (TÜBİTAK, 2018: 12). 2017 yılı verilerine göre seramik sektöründe 40.328 kişi istihdam etmektedir (Seramik Sektörü Raporu, 2020: 101). Günümüzde gelişen teknoloji ve bilimsel çalışmalarla en fazla gelişen alanlardan biri olan karo üretimi, üreticilerin pazar payını arttırmakta ve tüketicilere sınırsız seçenekler sunmaya devam etmekte olup, en son teknoloji tasarımları Türkiye'de Unicera, İtalya'da Cersaie, İspanya'da Cevisema fuarlarında her yıl tüketiciye sunulmaya devam etmektedir.

2. Türk Seramik Endüstrisinde Üretim ve Tasarım Olguları

Türkiye'de karo üretiminin ilk dönemlerinde, gereksinimin ön planda olmasından dolayı tasarım odaklı çalışmalar yerine var olan ürünlerin taklidi çalışılmaktaydı. 1970'li yıllara gelindiğinde

fabrika sayılarındaki yükseliş ivmesine rağmen, kopya çalışımlara devam edildiği ve bunun da uluslararası hukuki sorunlara yol açtığı görülmektedir. Bu duruma çözüm sağlama amacıyla tasarımcılar, taklit ürünlerin tasarımında ufak tefek değişiklikler yapmaya başlamışlardır. 1980'li yıllardan sonra seramiğin kullanım alanının artması, Türkiye'de karo üreticileri arasındaki rekabeti büyütmüş, ürün tasarımlarında farklılık arayışlarına yönelim başlamıştır. Aşağıda 1980 ve 2022 yılları arasında üretilen karo desen tasarımları incelenmiştir.

2.1. 1980'li Yıllarda Karo Desen Tasarımları

1980 yılında '24 Ocak 1980' kararlarının ilan edilmesinin ardından seramik sektörü rekabetin arttığı bir döneme girmiştir (Çobanlı, 2007: 496). Uluslararası ürünlerin ülkeye girmesi ve uluslararası pazarda yer alma isteği düşüncesi oluşmaya başlamıştır. Türkiye'de seramiğin kullanım alanının artması karo üreticileri arasındaki rekabeti arttırmıştır. Ürün tasarımlarında firmalar, farklılık getiren ürün tasarımlarına yönelmişlerdir. Karo tasarımına bakış açısının değişmesiyle birlikte ihracat gelişmeye başlamış, böylece ürün yelpazesi gelişim göstermiştir. Dönemin en çok tercih edilen duvar karosu ürünleri, 15x15 cm düz baskı, geometrik ve stilize çiçek desenli karolar olmuştur. Stilize çiçek desenleri ve geometrik desenler her karoda aynı olup, duvara uygulandıklarında birbirinin devamını oluşturan tek düze desenleri meydana getirmekteydi. Serigrafi baskı uygulanan karolara el dekoru işleme eklenerek 3. pişirim ürün ilk defa üretilmiştir (Elbistanlı, 2006: 94).



Resim 1. El dekoru karo, 15x15 cm, Çanakkale Seramik (Elbistanlı, 2006: 94)

Yer karolarında ise genellikle, 10x20 cm desensiz düz örnekler ve pastel renk tonları tercih edilmiştir. O dönemde henüz kalıp ürün çalışılmadığı için karolara hafif dokular verilerek rölyef etkisi oluşturmaya çalışılmıştır. Karolar 10x10, 15x20, 15x15, 20x20, 15x22.5, 20x25, 20x30 cm boyutlarında üretilmiştir. 20x25 ve 20x30 cm ebatlar dönemin lüks ürün sınıfına giren karo ebatları olmuştur. 1988 yılına gelindiğinde ise, yer karolarının, terakota tarzında pişmiş toprak görünümü veren dokuların karo yüzeylerine yansıtılmasıyla tasarlandığı görülmektedir. Dokular genellikle benzetilmek istenen

görüntüye yakındır. Dekorlu yer karolarında geometrik desenler bordürler içerisinde kullanılmıştır (Elbistanlı, 2006: 95).



Resim 2. Yer karoları örnekleri, 30x30 cm, Toprak Seramik, 1988 (Elbistanlı, 2006: 96)

1988–1989 yılları arasında birbirini takip ederek, tekrarlayan geometrik desenler yerine daha doğal görünümlü en az dört karonun bir araya gelmesiyle oluşan gösterişli pano desenleri moda olmuştur. Açık renk fon üzerine pastel renkli bahar dalı, gül gibi çiçek buketi desen baskıları uygulanmıştır. Ayrıca, siyah renk ve siyah zeminli 15x15, 20x20, 20x25, 25x33 cm karolar ve 7x20, 5x20, 15x20 cm ebatlarında bordürler kullanılmaya başlanmıştır. Karolarda siyah zemin rengini ilk uygulayan Toprak Seramik firmasıdır (Resim 3). Hilton Exhibition Center'daki seramik fuarında tanıtımı yapılan 'Ophelia' ürünü ile sektörde koyu renk karoların modasını başlatmıştır (Elbistanlı, 2006: 100).



Resim 3. Türkiye'deki ilk siyah yer karosu 'Ophelia', Toprak Seramik, 1989 (Elbistanlı, 2006:10)

Karo tasarımında dönemin diğer bir modası ise, bordürün duvar karosunun alt kısmında fon üzerine baskı ile uygulanmasıdır. Bordürler genellikle mermer dokulu fonun enine paralel olarak, tek sıra halinde, dekorlar ise dikdörtgen çerçevenin içerisinde çiçekler ile tasarlanmıştır. Bordür ve dekorlarda genellikle çiçek desenleri, çiçek buketleri, baklava desenleri, çizgiler ve geometrik desenler kullanılmıştır. Desen ögesi olarak en çok kullanılan gül desendir. Bu yıllarda, karolar mutfak dekorasyon ögesi olarak da rağbet görmüşler, 10×10, 20×20 cm ebatlarında çalışılan bu karoların yüzeylerinde meyve desenleri sık görülmüştür. 1989 yıllarında 3×20, 5×20, 15×20 cm gibi ebatlarda düz renk ve kalıplı bordürler metalik, altın yaldızlı renklerde üretilmiştir. 1985-1990 yıllarının sonuna doğru ise 27.5×27.5, 20×20 cm petek (altıgen) şeklinde karolar üretilmeye başlamıştır (Elbistan, 2006: 107).

2.2. 1990' lı Yıllarda Karo Desen Tasarımları

1990'lı yıllara gelindiğinde Türkiye'deki birçok kuruluş yurtdışına üretim amaçlı çalışmalara yönelmiş, yabancı firmaların ürünlerinin kopyalanmasıyla küresel marka statüsüne ulaşamayacağı düşünülerek, tasarım çalışmalarına ağırlık verilmiştir (Yılıkoğlu, 2009: 130). Bu yıllarda genel olarak, doğaya yönelimler başlamıştır. Yer karosu tasarımlarında doğaya yakın dokular elde edebilmek için taş, mermer desenleri düz baskı olarak sıkça kullanılmıştır. Renk olarak, önceki yıllardan daha canlı toprak tonları, bej, kahve, kırmızı ve sarı tonları tercih edilmiştir. Toprak renklerinin hâkim olduğu karoların dekor tasarımında geometrik formların çizgileri ile taş dokuları, stilize çiçeklerle birlikte kullanılmış, ebat olarak da 33×33 cm. tercih edilmiştir. Bu dönemde rüстик tarzda ve eskimiş görümlü karolar da kullanılmaya başlayarak, 1995 yılına doğru karolarda terakota etkileri tekrar görülmeye başlanmıştır. Bu yıllarda duvar karolarında ve bordürlerde tasarımı daha şık göstermek için lüster efektli platin ve altın baskıları kullanılmıştır. 1995 yılı civarında parlak yüzey karo fonlarına dalga görünümü veren dokular çalışılmaya başlanmıştır. Ebatlar 20×25, 25×33 cm olarak büyümüştür (Elbistanlı, 2006:114).

1990–95 döneminde karoların bitimlerinde karo tabanına doğru eğim verilerek karonun yüzeyi iki boyutlu hale getirilmiştir (Elbistanlı, 2006: 115). Bu yıllarda dekor ve bordürlerde oval, kare, dikdörtgen ya da baklava biçimli çerçeveler içerisinde çiçek ve geometrik süsleme desenleri kullanılmıştır (Resim 4). Organik ve klasik desenlerin mevcut olduğu Grek modası mermer dokulu karoların süslemelerinde ön plana çıkmıştır (Elbistanlı, 2006:126).



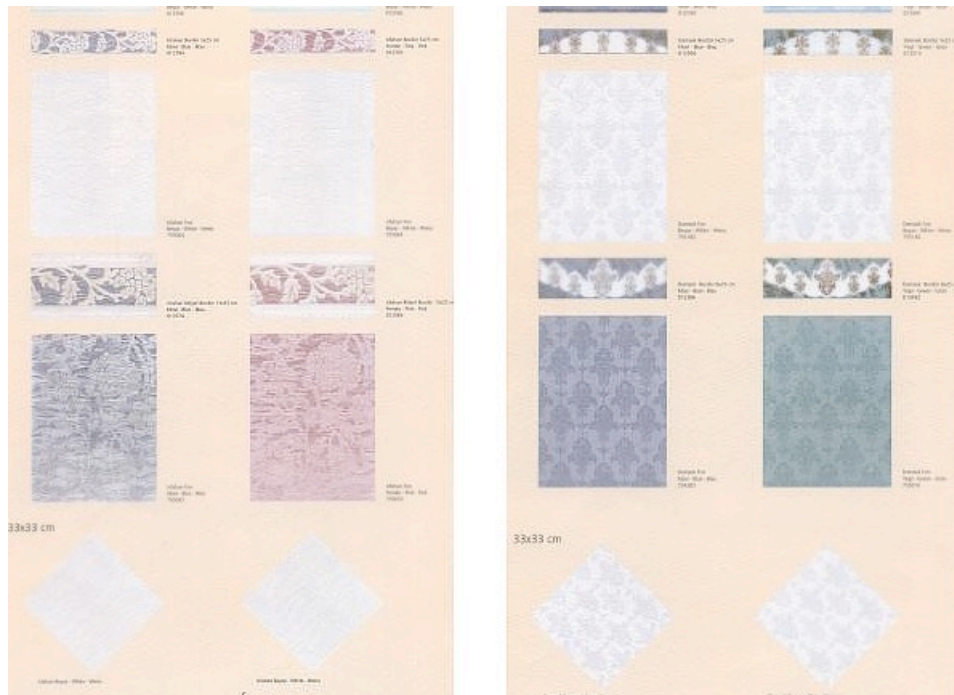
Resim 4. 1990-95 arası iki boyutlu karo örnekleri (Elbistanlı, 2006:114)

Tasarım konusunda yurtdışına bağımlı çalışmak istemeyen Türk seramik sektörü, 1995 yılında Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne girmesinin ardından kopya ürün çalışmalarından uzaklaşarak, özgün karo tasarım çalışmalarına girişilmiştir (Yılıkoğlu, 2009: 130). Tasarımcılar ile ilişkilerini güçlendiren seramik karo üreticileri, güncel tasarım eğilimlerini yansıtan karolar üretilmeye devam ederken, bir yandan yerel öğeleri yeniden keşfetme çabasına girmişlerdir. Özgün tasarımların görülmeye başladığı 90'lı yılların sonunda marka değerini arttırmaya yönelik çalışmalar kapsamında deneyimli tasarım firmaları ve tasarımcılarla çalışma dönemine girilmiştir (Yılıkoğlu, 2009: 101).

Sektörün en önemli isimlerinden olan Eczacıbaşı Karo Seramik, 1997 ve 1998 yıllarında Osmanlı ve Selçuklu motiflerini, çağdaş sanatçıların yorumlarıyla dünyaya tanıtmak amacıyla "bir gelenekten geleceğe..." isimli karo serileri üretimini gerçekleştirmiştir. İlk defa Türk tasarımcılarının isimlerinin fabrika kataloglarında yer aldığı tasarımlar, Z.Banu Taygal, Reyhan Gürses, Süreyya Oskay tarafından yapılmıştır (Yılıkoğlu, 2009: 103). Anıtsal camilerin duvarlarına taşınan, sarayları donatan, haremın gizlerini paylaşan renk ve desenlerin coşkusu bugün stilize edilerek ya da tümüyle yeniden yaratılmıştır. Fon olarak tek renk röllyefli beyaz ve koyu mavi seramik karoların desenlerinde, rumi, lale, karanfil, narçiçeği ve çintemani motifleri kullanılmıştır.

1995 yılından sonra geçmişin izlerini taşıyan rustik görünümlü mat karolar tercih edilmeye başlamıştır. Ebat olarak duvarda 25×33, 20×40, 20×30, 30×40, 33×45, 30×45, 30×60 yer karolarında ise 33×33 cm ön planda olmak üzere 30×30, 40×40, 45×45, 50×50 cm ebatlar talep görmeye başlamıştır. Renk olarak cotto ile kahve renkleri ve bu renklerin tonları tercih edilmiştir. Rustik görünümlü karolara eskitilmiş, silik dokular verilerek, tarihsel görünümleri yakalanmaya çalışılmıştır. Sektörün önemli temsilcilerinden biri olan Çanakkale Seramik ve Kalebodur, 1998 tarihinde Türk ve Anadolu medeniyetlerinden esinlenerek tasarladığı 'Selçuk serisi' o döneme ait en güzel örnekleri teşkil etmektedir (Okutur, 2017: 63).

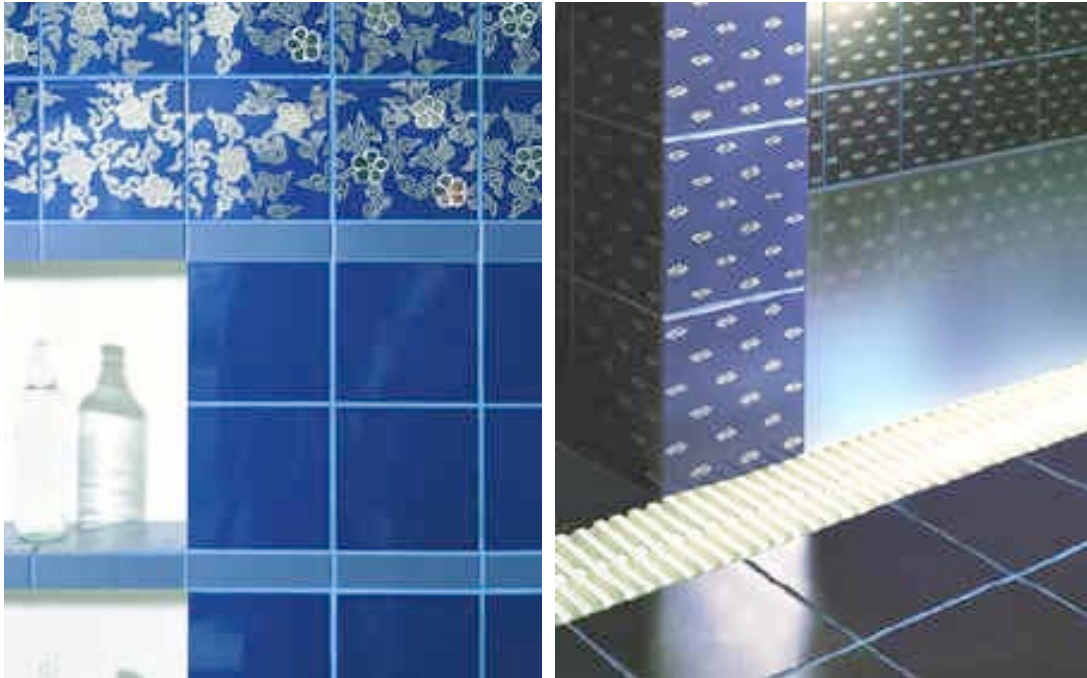
1999'ların başında oluşan küreselleşmeyle birlikte tekstil modası tüm iç mekân elemanlarını etkilemiştir. Moda trendlerine uyumu ile başlayan değişimler, seramik karo modasını da yönlendirmeye başlamış; ürün yelpazesine yeni ürün tasarımları girmiştir (Elbistanlı, 2006: 144).



Resim 5. Kumaş yüzeylerinin karoya yansımaları, Vitra Osmanlı seramik duvar karoları (Elbistanlı, 2006: 144)

2.3. 2000' li Yıllarda Karo Desen Tasarımları

2000'li yıllara gelindiğinde karo tasarımlarında farklılık getiren ürünlere yönelik eğilim artış göstermiştir. Tasarımlarda retro, vintage, yerel öğeler gibi kavramlar ön plana çıkmıştır (Sevim ve Ak, 2005: 109). Modern ve klasik eğilimlerin tasarıma yön verdiği bu yıllarda seramik firmaları, tasarımlarda farklılık yaratan yeniliklere ihtiyaç duyarak, Catherine Delcourt Beadury, Dante Donegani, Ross Lovegrove, Harri Koskinen gibi yabancı tasarımcılar ve Alev Ebuziyya, Ayşe Birsal, Can Yalman, Defne Koz, gibi Türk tasarımcılarla çalışmaya başlamışlardır. Sanatçılar, ciddi anlamda çalışmalar içerisine girerek, farklılık yaratan yenilikçi ürün tasarımlarında, geleneksel çini, desen ve motiflerinden yararlanma yoluna girmişlerdir (Yılıkoğlu, 2009: 131). Dünyaca ünlü seramik sanatçısı Alev Ebuziyya Siesbye'nin Çanakkale Seramik için tasarladığı geleneksel çini desenli; beyaz, gri, lacivert renklerin kullanıldığı 20x20 cm ebatlarındaki mat ve parlak yüzey seramik karolar, 2003 Unicera fuarında tanıtıma çıkarılmıştır. (Resim 6).



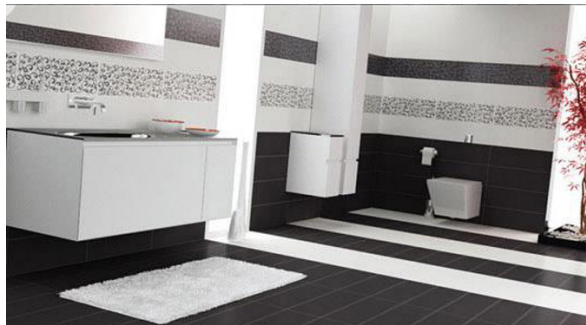
Resim 6. Alev Ebuziyya Siesbye Koleksiyonu (Yılıkoğlu, 2009: 118)

Çanakkale Seramik tarafından, ünlü Finlandiyalı tasarımcı Harri Koskinen'in tasarladığı Bond Koleksiyonu, 2009 yılında Unicera seramik fuarında tüketicilerin beğenisine sunulmuştur. Doğanın büyüleyici formlarından esinlenerek tasarladığı Bond Koleksiyonunda, üç boyutlu üretim teknolojisi kullanılmıştır (Resim 7). İç ve dış bükey karoların birlikte kullanılmasıyla elde edilen görünüm, doğanın hareketlerini yüzeylere yansıtmaktadır. Tasarım ruhunu tamamlayan renk seçenekleri ise doğadaki su, güneş, kum toprak ve kaya gibi öğelerin tonlarından oluşmuştur (Yılıkoğlu:115).



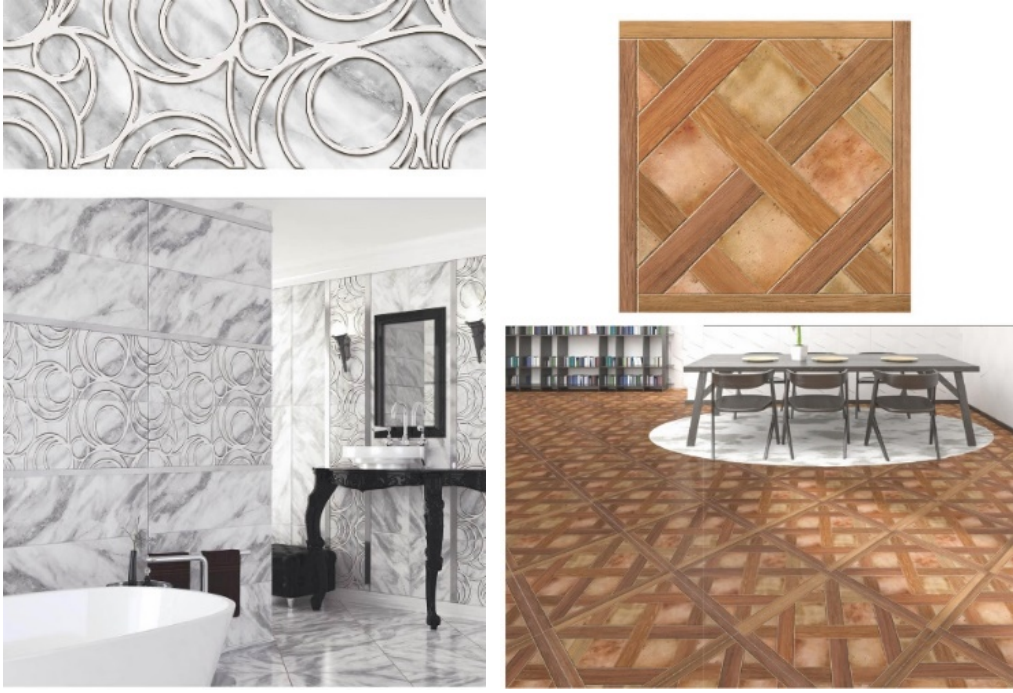
Resim 7. Harri Koskinen, *Bond Koleksiyonu*, 2009, *Çanakkale Seramik* (URL 1)

2009-2014 yılları duvar karolarında kırmızı, mürdüm, siyah ve beyaz renkli fon üzerine lüster etkili baskı desenler uygulanmıştır (Resim 8). Duvar karolarında 25x50, 30x60 cm, yer karosunda ise 45x45cm ebatlar tercih edilmiştir. Bu yıllarda helezon biçimli kıvrımlı ve mozaik görünümlü desenler ön planda olmuştur.



Resim 8. *Kaftan Serisi*, 2010, *Yüksek Seramik Fabrikası*, *Tasarım: Fulya Savaş*

2010 yılı sonrası dijital baskı teknolojisinin ülkemize gelmesiyle birlikte, doğal mermer, taş, ahşap gibi desenlerde yüksek çözünürlükte görüntü elde edilmiştir. Ebatlar 25x72,5, 30x60, 30x90 20x120, 60x120 boyutlarına ulaşmıştır (URL 2).



Resim 9. Dijital karo ürünleri, Akgüç seramik, Tasarım: Fulya Savaş (URL 3)

2017-2020 yıllarında yerel öğeler tekrar gündeme gelerek, duvar karo dekorlarında Selçuklu geometrisi yıldız ve altıgen biçimli desenlere yer verilmiştir. Özellikle duvar ve yer karolarında çini desenli patchwork (yama işi/yamalı) tarzı 20x20, 40x40, 60x60 cm ebatlı ahşap ve mermer dokulu karolar üretilmeye devam etmiştir (Resim 10). Dijital baskı dekorlu karolarda renk olarak lacivert, siyah-beyaz ve kahve tonları tercih edilmiştir.



Resim 10. Seramiksan, patchwork (yama işi/yamalı) tarzı karolar(URL 4)

Son dönemde ekim ayında düzenlenen Cersai 2021 İtalya fuarında firmalar en son moda ürünlerini tüketiciye sunmuşlardır. Fuarda Türk firmaları, 120x240, 120x120 cm ebatında mavi, beyaz,

günümüze gelişen teknolojiye bağlı olarak karo ebatları, renk seçenekleri artış göstermeye devam etmiştir. Serigrafi baskı ile elde edilemeyen taş, mermer gibi doğa görüntüleri günümüzde dijital teknolojinin olanakları ile yüksek çözünürlükte karo yüzeyleri üzerinde yerini almıştır. Günümüzde seramik firmaları marka olabilmek adına tasarımına önem vermeye başlamıştır. Çünkü kaliteli ürünlerin yanı sıra moda trendlerine uygun farklı tasarımlar piyasada öncelikli olarak yer bulmuştur. Bundan 20 yıl önce karo desenlerinde kabul gören çizgisel geometrik çizgiler, bitkisel kıvrımlar, çiçek desenleri öğeleri; günümüz dijital teknolojinde uygun bir biçimde farklı ebatlarda karo yüzeylerinde yeniden yorumlanmaktadır. Böylece desen uygulamaları gün geçtikçe zenginleşmektedir. Seramik karo desenleri günümüz ev dekorasyon anlayışına uygun renk, desen ve ebatlarda mekânlarda yerini almaktadır. Modasını kaybetmeyen karo dokularını, mermer, taş, ahşap gibi doğadaki yüzey görünümleri oluşturmaktadır. Türk seramik endüstrisinin var olan gücünü koruması ve geliştirmesi, tasarıma ve tasarımcılara yaptığı yatırımla orantılı olacaktır.

Kaynakça

- Bengisu, M. (2006). Seramik Bilimi ve Mühendisliği, Ankara: Nobel, Yayın.
- Çobanlı, Z (2007). Türk Seramik Endüstrisi. Anadolu'da Türk Devri Çini ve Seramik Sanatı, (s.496), İstanbul, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları
- Elbistanlı, B (2006). Ülkemizde Karo Desen Tasarımının Son 20 Yılı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Okutur, F, (2017). Çağdaş Türk Seramik Karolarında Göndermeler 1980-2014, Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Oral. E. (2005). Türkiye' de Çağdaş Seramik Sanatının Gelişimi, Anadolu Sanat, (16), s.2.
- T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü. (2012-2016). Türkiye Seramik Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı, s.14.
- Sazcı, H. (2001). Türkiye Cumhuriyeti'nde Seramik Karo ve Endüstrisinin Gelişimi, Anadolu Üniversitesi e arşiv, s.133.
<https://earsiv.anadolu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11421/1239/172627.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Erişim tarihi: 09.07.2010).
- Seramik Sektörü Raporu. (2020). TC. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, s.101.
- Seramik Tanıtım Komitesi. (2003). Türkiye'de Seramik, Toprakla Ateşin Öyküsü, Neolitik Çağ'dan Bugüne Çömlekçi Tezgâhından Dev Bir Endüstriye Seramiğin Anadolu'daki 8000 Yılı, s.125.
- Sevim, S. ve Ak, K. (2005). Seramik Karo Üretiminde Tasarım Trendi, Seramik Türkiye Seramik Federasyon Dergisi, (07), s.109.
- Sevim, S. ve Savaş, F. (2018). Ceramic Education Under Evaluation Universtiy-Sector Cooperation İn Turkey, IV.International Ceramic Glass, Porcelain, Enamel, Glaze and Pigment Congress, Ocak, Eskişehir, s.722.
- Taş ve Toprağa Dayalı Ürünler Sanayi Özel İhtisas Komisyonu, (2001). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Seramik Kaplama Malzemeleri, Seramik Sağlık Gereçleri Teknik Seramik, s.3.
- TÜBİTAK MAM, (2018). Seramik karo imalatı kaynak verimliliği rehberi, Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve teknoloji bakanlığı, Aralık, s.12.
- Yılıkoğlu, H. (2009). Türk Seramik Endüstrisinde Ürün Biçimlerindeki Gelişimin Değerlendirilmesi, Sanatta Yeterlilik Tezi, İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İnternet Kaynakları

- URL1. <https://www.facebook.com/CanakkaleSeramik/photos/bond-koleksiyonu-renkleri-kendine-%C3%B6zg%C3%BC-bi%C3%A7im-ve-boyutlar%C4%B1-ile-do%C4%9Fan%C4%B1n-izlerini-t/316946801699709/> (Erişim Tarihi: 10.03.2022).
- URL2. <https://akgucseramik.com.tr/Urunler> (Erişim Tarihi: 10.03.2022).
- URL3. <https://akgucseramik.com.tr/Urunler?Sayfa=3> (Erişim Tarihi: 10.03.2018).
- URL4. <https://www.emlaktasondakika.com/dekorasyon-onerileri/seramiksan-dan-mekanlara-sade-ve-elegan-bir-dokunus-134405.html> (Erişim Tarihi: 10.07.2022).
- URL5. <https://www.dunya.com/sektorler/seramikte-yatirimlar-hizlandi-hammadde-ihtiyaci-artti-haberi-624868> (Erişim Tarihi: 10.05.2022).
- URL6. https://www.seramiksan.com.tr/images/haberfotogaleri/seramiksan_s5_flat_a3533.jpg (Erişim Tarihi: 10.02.2021).

Extended Abstract

The process of establishing the ceramic industry in Turkey started with the proclamation of the Republic. Social and economic developments have affected the development of Turkish ceramic art as an industry branch. Since the beginning of the 1950s, ceramic production has been shaped as the ceramic industry. In these years, the need for housing due to population growth increased the demand for ceramic tiles. In order to meet the demands, the Yıldız Porcelain Factory, which was established in the last period of the Ottoman Empire, was not sufficient in terms of production capacity, so Bozüyük Ceramic Factory was established by the state in 1955. Subsequently, with the establishment of Çanakkale Seramik factory in 1956, the ceramics industry started. After the 1980s, with the increase in the use of ceramics, ceramic production increased the competition among tile manufacturers in Turkey, and the search for difference in product designs began. With the development of the competitive environment in the 1980s and 1990s, the idea of entering the international products into the country and taking place in the international market began to emerge in the companies. The concept of design has gained importance in the ceramic industry, which has been restructured with current world technologies. Today, the Turkish ceramics industry is one of the leading sectors of our country and one of the areas where we have the highest competitive power in the world market, but it is an industry branch that provides an important input in the field of ceramic tile materials. Wall and floor tiles, which are one of the areas of the ceramic industry that are directly related to design, constitute the content of the research.

The scope of the research is limited to the product designs of the ceramic factories registered to the Turkish Ceramics Federation. The developments in the tile product design of the Turkish ceramic industry and factories have been examined in annual periods from 1980 to the present.

In this article, it is aimed to determine the approach to tile product design in the development process of the Turkish ceramic industry since the establishment of the ceramic industry and to evaluate the changes in the products with the developing technology.

Since the production requirement was at the forefront in the first periods of tile production, instead of design-oriented studies, imitation of existing products was studied. After the 1980s, with the increase in the use of ceramics, ceramic production increased the competition among tile manufacturers in Turkey, and the search for difference in product designs began. After the announcement of the 1980 decisions, the ceramic industry entered a period of increased competition. The idea of international products entering the country and the desire to take place in the international market has begun to emerge. The increase in the usage area of ceramics in Turkey has increased the competition among tile manufacturers. In product designs, companies have turned to product designs

that bring difference. The most preferred wall tile products of the period were 15x15 cm plain print, geometric and stylized floral tiles. As for floor tiles, 10x20 cm unpatterned, pastel tone colors are preferred. By the year 1988, the textures giving the appearance of terracotta-like terracotta in floor tiles patterns were reflected on the tile surfaces.

In the 1990s, many organizations in Turkey focused on new design studies, considering that it was not possible to become a global brand by copying the products of foreign companies, since they worked abroad mainly for production. In these years, in general, orientation to nature began. Stone and marble patterns are frequently used in floor tiles. Earth tones, beige, brown, red and yellow tones were preferred as colors. 33x33 cm was chosen as the size. Towards 1995, the effects of terracotta began to be seen on the tiles. In these years, the Greek fashion with organic and classical patterns came to the fore in the decoration of marble textured tiles. After Turkey's entry into the Customs Union in 1995, unique tile patterns began to be studied. At the end of the 90s, when original designs began to be seen, a period of working with experienced design firms and designers was started within the scope of efforts to increase brand value. After 1995, rustic-looking matte tiles bearing the traces of the past started to be preferred. Sizes of 25x33, 20x40, 20x30, 30x40, 33x45, 30x45, 30x60 floor tiles on the wall, and 33x33 cm dimensions have started to be in demand. Brown tones are preferred as color. At the beginning of 1999, there was globalization. With globalization, textile fashion has affected not only all interior elements but also ceramic designs.

By the 2000s, concepts such as retro, vintage and local items came to the fore in designs. In these years, when modern and classical trends gave direction to design, ceramic companies started to work with foreign and Turkish designers, needing innovations that make a difference in designs. Artists have taken the path of utilizing traditional tile motifs in their innovative product designs that make a difference by engaging in serious studies. Between 2009 and 2014, luster print patterns were applied on a red, damson, black and white background on the wall tiles. Sizes of 20x50, 30x60 cm were preferred for wall tiles and 45x45 cm for floor tiles. With the introduction of digital printing technology to our country after 2010, high resolution images were obtained in patterns such as natural marble, stone and wood. Dimensions reached 25x72.5, 30x60, 30x90 20x120, 60x120 dimensions. Local elements came to the fore again, and especially in floor tiles, tile patterned pathwork style 40x40, 60x60 cm wood and marble textured tiles continued to be produced. Recently, companies have been working on marble-patterned tiles in 120x240, 120x120 sizes in blue, white, anthracite and gray tones, and tropical patterned products in the form of wallpaper.

In this article, the adventure of ceramic wall and floor tile pattern design in our country, which has survived since the 1980s, is discussed in terms of color, pattern, texture and size, and the design phenomenon is tried to be explained with visual examples. In the tile pattern design, it has been thought that different subjects form the parts of a whole that directly affects the design. Even though our country has experienced adversities such as economic crisis from time to time, ceramic companies continued their production. Design processes have shown changes due to various effects such as globalization, technological development, and textile fashion. Tiles that look close to nature such as marble, stone and wood continued to be produced almost every year. Today, tile production, which is one of the most developing areas with developing technology and scientific studies, increases the market share of manufacturers and continues to offer unlimited options to consumers. They present the latest technology designs to the consumers every year at Unicera fairs in Turkey, Cersaie in Italy, and Cevisema in Spain. The Turkish ceramics industry's preservation and development of its existing strength will be proportional to its investment in design and designers.

Çatışma Beyanı

Makalenin herhangi bir aşamasında maddi veya manevi çıkar sağlanmamıştır.

Yayın Etiği Beyanı

Bu makalenin planlanmasından, uygulanmasına, verilerin toplanmasından verilerin analizine kadar olan tüm süreçte "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler" başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir. Bu araştırmanın yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamıştır. Bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.