

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
UYGULAMALI SANATLAR ANA BİLİM DALI
MESLEKİ RESİM EĞİTİMİ BİLİM DALI

DEĞERLİ TAŞ VE MÜCEVHERAT SEKTÖRÜNDE
TASARIM EĞİTİMİNİN YERİ VE ÖNEMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Ayten DOĞAR

Ankara
Temmuz, 2009

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
UYGULAMALI SANATLAR ANA BİLİM DALI
MESLEKİ RESİM EĞİTİMİ BİLİM DALI

DEĞERLİ TAŞ VE MÜCEVHERAT SEKTÖRÜNDE
TASARIM EĞİTİMİNİN YERİ VE ÖNEMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ayten DOĞAR

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Gülgün BANGİR ALPAN

**Ankara
Temmuz, 2009**

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAY SAYFASI

Ayten DOĞAR'ın "Değerli Taş ve Mücevherat Sektöründe Tasarım Eğitiminin Yeri ve Önemi" başlıklı tezi tarihinde, jürimiz tarafından Mesleki Resim Eğitimi Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Adı Soyadı

İmza

Üye (Tez Danışmanı):	
Üye :	
Üye :	
Üye :	
Üye :	

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

.../.../20..

Prof. Dr. Nezahat GÜÇLÜ
Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Değerli taş ve mücevherat sektörü, dünya pazarındaki yerini koruması, yeni pazarlar oluşturmaları için uluslar arası düzeyde mücevher üretimi yapmak zorundadır. Bu hedeflere ulaşması da ancak kaliteli ve özgün tasarımların üretimiyle oluşacaktır. Çünkü gelişen dünyada teknolojinin kullanımının yanı sıra hedeflenen üretimin gerçekleştirilebilmesi kaliteli ve özgün tasarımların sağlanmasıyla mümkün olacaktır.

Araştırmanın amacı değerli taş ve mücevherat sektöründe tasarım eğitime verilen önemin saptanması ve sektörde çalışan tasarımcıların mevcut durumlarının incelenmesidir. Mücevher sektöründe istihdam edilen tasarımcıların eğitim durumlarını tespit etmek ve firmaların tasarım eğitimi konusundaki görüşlerini almak amaçlanmıştır.

Bu çalışmada, araştırma konusunun ortaya çıkmasından sonuçlanmasına kadar büyük katkılarından dolayı eski danışmanım merhum Prof. Dr. Sayın Arsal İmer'e, danışmanım Yrd. Doç. Dr. Sayın Gülgün Alpan'a, Neslihan Tokat'a, Ankara Kuyumcular ve Saatçiler Odası'na, her zaman desteklerini yanımda hissettiğim ailem ve Ali Koçakgöl'e teşekkürlerimi sunarım.

Ayten DOĞAR

ÖZET

DEĞERLİ TAŞ VE MÜCEVHERAT SEKTÖRÜNDE TASARIM EĞİTİMİNİN YERİ VE ÖNEMİ

DOĞAR, Ayten

Yüksek Lisans, Mesleki Resim Eğitimi Bilim Dalı

Tez Danışmanı:

Yrd. Doç. Dr. Gülgün Alpan (Bangir)

Temmuz - 2009

Bu araştırmanın amacı değerli taş ve mücevherat sektöründe tasarım eğitiminin yerini ve önemini vurgulamaktır. Bu genel amaç doğrultusunda, işletmeyle ilgili genel bilgiler, üretim, araştırma ve geliştirme, tasarımcı istihdamı ve tasarım eğitimi konusunda firma yetkilileri ve tasarımcıların görüşleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Bu araştırmanın çalışma evrenini Ankara, İstanbul ve İzmir illerindeki değerli taş ve mücevherat üretimi yapan firmaların yetkilileri (100) ve bu firmalarda çalışmakta olan mücevherat tasarımcıları (100) oluşturmaktadır.

Bu çalışmada betimsel yöntem kullanılmıştır. Araştırmanın alt amaçları doğrultusunda değerli taş ve mücevherat sektöründeki firma yetkilileri ve tasarımcılara uygulanan likert tipi anket ile toplanan veriler yüzde frekans, t-testi ve aritmetik ortalama kullanılarak çözümlenmiştir.

Araştırmanın sonuçlarına göre;

Firma yetkilileri, özgün tasarım ve tasarım eğitimi konusunda tasarımcılar kadar bu konuya önem vermemektedirler ve tasarım eğitiminin önemine inanmamaktadırlar.

Araştırma sonuçlarına bağlı olarak firmaların tasarım eğitimi konusuna gereken önemi vermeleri yönünde bazı öneriler geliştirilmiştir.

ABSTRACT

THE IMPORTANCE AND THE POSITION OF THE DESIGN EDUCATION
AT THE VALUABLE STONE AND JEWELLERY INDUSTRY

DOĞAR, Ayten

High Bachelors's Degree, Professional Drawing-Main Science

Branch Of Profession Education

Adviser Of Thesis

Assistant Professor Dr. Gülgün Alpan (Bangir)

July - 2009

The purpose of this study is to stress the importance and the position of design education at the valuable stone and jewellery industry. According to this purpose, the general working conditions of the companies, production, search and development, designer employment and the comments of the employers about design education and the opinions of the designers were tried to explained.

This study was carried out together with the authorized persons (100) and the jewellery designers (100) who were worked at the valuable stone and jewellery production facilities located in Ankara, İstanbul, and Izmir.

The descriptive method was used at this study. According to the inferior purposes of this study, the Likert type of questionnaire was applied to the authorized persons and jewellery designers and the receipt feedbacks were analysed with using the percentage frequency, T-test and arithmetical average.

According to the results of the research;

Company officials, in the original design and design education as well as designers and design do not give importance to this issue do not believe in the importance of education.

Depending on the results of research on the companies need to design the importance of education, some proposals have been developed to provide direction.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAY SAYFASI	i
ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLOLAR LİSTESİ	ix
RESİMLER LİSTESİ	x

BÖLÜM I

GİRİŞ	1
Problem	1
Amaç	5
Önem	6
Sayıtlılar	6
Sınırlılıklar	7
Tanımlar	7

BÖLÜM II

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	10
2.1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	10
2.1.1. Tasarımın Tanımı	10
2.1.2. Tasarımcının Tanımı	11
2.1.3. Tasarım Eğitimi ve Mesleki Eğitim	12
2.1.4. Bir Tasarım Sektörü Olarak Değerli Taş ve Mücevherat	15
2.1.4.1. Değerli ve Yarı Değerli Taş Çeşitleri ve Özellikleri	16
2.1.4.2. Değerli Madenler ve Özellikleri	24
2.1.4.3. Mücevher Türleri	26
2.1.4.4. Değerli Taş, Mücevherat ve Maden İşleme ve Süsleme Teknikleri	27

	<u>Sayfa No</u>
2.1.4.5. Değerli Taş ve Mücevherat Tarihi	33
2.1.4.6. Anadolu Değerli Taş ve Mücevherat Tarihi	41
2.1.4.7. Dünya’da Değerli Taş ve Mücevherat Sektörü	48
2.1.4.8. Türkiye’de Değerli Taş ve Mücevherat Sektörü	51
2.1.4.9. Türkiye’de Mücevher, Takı Tasarımı ve Kuyumculuk Eğitimi Veren Kurumlar	54
2.2. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	58

BÖLÜM III

YÖNTEM	61
3.1. Araştırma Modeli	61
3.2. Çalışma Evreni	61
3.3. Veri Toplama Tekniği	62
3.4. Verilerin Analizi	64

BÖLÜM IV

BULGULAR ve YORUMLAR	65
4.1. Değerli taş ve mücevherat sektöründeki tasarım profiline ilişkin firma yetkililerinin ve tasarımcıların görüşleri	65
4.2. Değerli taş ve mücevherat sektöründeki firma yetkililerinin ve tasarımcıların işyeri üretim bilgilerine ilişkin görüşleri	69
4.3. Değerli taş ve mücevherat sektöründeki firma yetkililerinin ve tasarımcıların araştırma ve geliştirme etkinliklerine ilişkin görüşleri	72
4.4. Değerli taş ve mücevherat sektöründeki firma yetkililerinin ve tasarımcıların tasarımcı istihdamındaki önemli konulara ilişkin görüşleri.....	75
4.5. Değerli taş ve mücevherat sektöründeki firma yetkililerinin ve tasarımcıların tasarım eğitimi konusundaki görüşleri	78
4.6. Değerli taş ve mücevherat sektöründe tasarım eğitiminin önemine ilişkin firma yetkililerinin ve tasarımcıların görüşlerinin karşılaştırılması ..	86

	<u>Sayfa No</u>
BÖLÜM V	
SONUÇ ve ÖNERİLER	100
Sonuç	100
Öneriler	103
KAYNAKÇA	107
EKLER	112
EK-1 - Anket Örneği (Firma Yetkilisi için)	
EK-2 - Anket Örneği (Firma Tasarımcısı için)	

TABLOLAR LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Tablo 1. Araştırmanın çalışma evreni	62
Tablo 2 – Ölçek seçenekleri ile ilgili puan aralıkları	63
Tablo 3.a. Firma yetkililerinin ve tasarımcıların değerli taş ve mücevherat sektöründeki tasarım profiline ilişkin görüşleri	65
Tablo 3.b. Firma yetkililerinin ve tasarımcıların değerli taş ve mücevherat sektöründeki tasarım profiline ilişkin görüşleri	66
Tablo 3.c. Firma yetkililerinin ve tasarımcıların değerli taş ve mücevherat sektöründeki tasarım profiline ilişkin görüşleri	67
Tablo 4. Firma yetkililerinin ve tasarımcılarının işyeri üretim bilgilerine yönelik görüşleri	69
Tablo 5. Firma yetkililerinin tasarımcıların araştırma ve geliştirme konusuna yönelik görüşleri	72
Tablo 6. Firma yetkililerinin ve tasarımcıların tasarımcı seçimine ve değerlendirilmesine yönelik görüşleri	73
Tablo 7. Firma yetkililerinin ve tasarımcıların tasarım eğitimi konusundaki görüşleri	79
Tablo 8. Değerli Taş ve Mücevherat Sektörü’nde firma yetkilileri ve tasarımcıların işyeri üretim bilgilerine yönelik t testi sonuçları	86
Tablo 9. Değerli Taş ve Mücevherat Sektörü’nde firma yetkilileri ve tasarımcıların araştırma ve geliştirme konusundaki görüşlerine yönelik t testi sonuçları...	88
Tablo 10. Değerli Taş ve Mücevherat Sektörü’nde firma yetkilileri ve tasarımcıların tasarımcı istihdamındaki önemli konulara ilişkin görüşlerinin t testi sonuçları	90
Tablo 11. Değerli Taş ve Mücevherat Sektörü’nde firma yetkilileri ve tasarımcıların tasarım eğitimi konusundaki görüşlerine ilişkin t testi sonuçları	93

RESİMLER LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Resim 1. Akik Taşlı Yüzük	17
Resim 2. Akik Taşı	17
Resim 3. Akuamarin Taşlı Yüzük	17
Resim 4. Akuamarin Taşlı Küpe	17
Resim 5. Ametist Taşlı Yüzük	17
Resim 6. Ametist Taşlı Kolye	17
Resim 7. Ay Taşı Yüzük	18
Resim 8. Elmas Taşlı Kolye	18
Resim 9. Elmas Taşlı Takı Seti	18
Resim 10. İncili Broş	19
Resim 11. İnci Kolye	19
Resim 12. Malahit Taşı	20
Resim 13. Mercan Taşlı Takı Seti	20
Resim 14. Opal Taşlı Yüzük	21
Resim 15. Opal Taşlı Broş	21
Resim 16. Safir Taşlı Yüzük	21
Resim 17. Safir Taşlı Yüzük	21
Resim 18. Topaz Taşlı Kolye Ucu	22
Resim 19. Turmalin Taşı Kesiti	22
Resim 20. Türkuaz Taşlı Takı Seti	23
Resim 21. Yakut Taşlı Yüzük	23
Resim 22. Yakut ve Pırlanta Taşlı Broş	23
Resim 23. Zümrüt ve Pırlanta Taşlı Yüzük	24
Resim 24. Zümrüt Taşlı Yüzük	24
Resim 25. Sarı ve Yeşil Altın Yüzük	24
Resim 26. Altın Kolye	24
Resim 27. Gümüş Bileklik	25
Resim 28. Platin Yüzük	25
Resim 29. Platin Yüzük	25
Resim 30. Ajur Tekniği İle Yapılmış Küpe	28

	<u>Sayfa No</u>
Resim 31. Ajur Tekniği İle Yapılmış Bileklik	28
Resim 32. Güherse Tekniği İle Yapılmış Gerdanlık.....	28
Resim 33. Güherse Tekniği İle Yapılmış Yüzük	28
Resim 34. Hak (Gravür) Tekniği İle Yapılmış Kolye	29
Resim 35. Hak (Gravür) Tekniği İle Yapılmış Kolye	29
Resim 36. Kakma (Repousse) Tekniği İle Yapılmış Yüzük	29
Resim 37. Kakma (Repousse) Tekniği İle Yapılmış Küpe	29
Resim 38. Kakma (Repousse) Tekniği İle Yapılmış Bilezik	29
Resim 39. Kurşuna Dövme Tekniği İle Yapılmış Yüzük	30
Resim 40. Mıhlama Tekniği İle yapılmış Elmas Kúpeler	30
Resim 41. Mıhlama Tekniği İle yapılmış Gerdanlık	30
Resim 42. Mine Tekniği İle Yapılmış Broş	31
Resim 43. Mine Tekniği İle Yapılmış Gerdanlık	31
Resim 44. Savat Tekniği İle Yapılmış Kolye	32
Resim 45. Savat Tekniği İle Yapılmış Kolye Ucu	32
Resim 46. Stampa Tekniği İle Yapılmış Takı.....	32
Resim 47. Stampa Tekniği İle Yapılmış Küpe.....	32
Resim 48. Telkari Tekniği ile Yapılmış Bileklik	33

BÖLÜM I

GİRİŞ

Bu bölümde araştırma problemi, amaç, önem, sayıtlılar, sınırlılıklar verilmiş; ayrıca araştırmada geçen bazı önemli kavramlar tanımlanmıştır.

Problem

Takı, insanların ayak ve el bileği, bel, burun, boyun, kulak, parmak v.b. vücudun birçok yerine çıplak ya da giyecek üzerine taktıkları süs aksesuarlarının ortak adıdır.

Değerli madenler ve taşlar, insanlık tarihi boyunca kimi zaman güzellik, kimi zaman zenginliğin ve asaletin simgesi olarak işlendi, kullanıldı. Takının tarihi, günümüzden 30.000 yıl önceye, Üst Paleolitik Çağ'a kadar uzanmaktadır. Ancak uzmanlar, gerçek anlamıyla kuyumculuğun, Mezopotamya'da, Mısır'da ve Anadolu'da, M.Ö. 4. binyılın sonlarına doğru başladığını belirtmektedirler. Antik takıların karmaşık kompozisyonları, ayrıntılı ve özenli işçilikleri incelendiğinde, akla hemen bunların hangi aletlerle, hangi üstün teknik bilgiyle yapıldığı sorusu gelmektedir (Acar, 2004, s.113).

Gerek dinsel nedenlerin, gerekse kendini beğendirme çabasının bir sonucu olarak insanın ilgisini sürekli çeken takıların ilk örnekleri taş, kemik, deniz kabukları ve fildişinden yapılırken, maden işçiliğinin başlamasıyla bunların yanı sıra tunç, gümüş, electrum ve özellikle altın takılar yoğun bir biçimde kullanılmaya başlanmıştır.

Takılar en çok kadınlar tarafından kullanılsa da, zaman içerisinde erkekler de takıyı benimsemiş ve onların da hayatlarının önemli bir parçası haline gelmiştir. Önceleri din, tılsım, büyü, uğur gibi kavramların etkisiyle başlayan takı takma, dönem dönem bu anlamlarının yanı sıra, ölü hediyesi, tanrılara sunu, imtiyaz göstergesi, zenginlik ifadesi, hediye ve nihayet güzel görünmek gibi amaçları da kapsamıştır.

Takılarda zamanla altın, gümüş gibi değerli madenler ile değerli ve yarı değerli taşlar kullanılmaya başlanmış, değeri ve işçiliği yüksek mücevherler ortaya çıkmıştır.

Mücevher, elmas, inci, yakut, zümrüt, türkuaz, mercan, opal gibi değerli ve yarı değerli taşlar ile altın, gümüş gibi değerli madenlerle yapılan, yüksek işçiliğe sahip takıların ortak adıdır (Kuşoğlu, 2006, s.160).

Türk altın mücevherat üretim geleneği çok eskilere dayanmaktadır. Anadolu'da yaşamış olan tüm uygarlıklar dini ve estetik amaçlı olmak üzere pek çok mücevher yaratmıştır. Anadolu'da hüküm sürmüş olan Hititler, Urartular, Frigyalılar, İyonyalılar, Lidyalılar, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular ve Osmanlılar, hepsi kendi takı ve mücevher stillerini geliştirmiştir.

Anadolu zengin maden yataklarına sahip bir coğrafyadır. Ayrıca ilk çağlardan itibaren bu bölgede yaşamış uygarlıkların etkisiyle zengin bir kültür mirasına sahiptir. 21. yüzyılda Türkiye zengin maden ve kültür mirasına sahip Anadolu topraklarında varlığını sürdürmektedir.

21. yüzyılda değerli taş ve maden fiyatlarının hızla yükselmesiyle birlikte, altın cevherinin işlenmesi teknolojisindeki yeni gelişmelerin de etkisiyle 1970'li yıllardan itibaren dünya değerli taş madenciliği hızla büyümüştür. Dünya altın üretimi, son 25 yılda yaklaşık olarak ikiye katlanmıştır. Bu gelişmeler sonucunda, bilinen altın cevherleri işletmeye alınırken, yeni altın ve değerli taş madenlerinin

bulunması için de bütün dünyada yoğun bir arama ve yatırım dönemi başlamıştır <<http://www.turkishtime.org/sector.tr/>> (10.03.2007).

Dünya altın madeni talebinde Hindistan, ABD, Suudi Arabistan ve Çin ile birlikte Türkiye ilk sıraları paylaşmaktadır. Türkiye, dünya altın mücevher üretimi sıralamasında yer almadığı halde, dünya altın talebinde beşinci sırada bulunmaktadır. (Acar, 2004, s.112).

Ülkemizde gerek altın piyasasının liberalizasyonu, gerekse turizmin gelişmesi ile mücevher sektörünün önemi de artmıştır. Belki altın sektöründeki liberalleşme en çok mücevherat sektöründe önemli atılımların yapılmasına neden olmuştur. Kuşkusuz turizm sektöründeki gelişmeler gibi birtakım yan faktörler bu sektörün gelişmesinde etkilidir (Acar, 2004, s.109).

İstanbul Değerli Maden ve Mücevherat İhracatçıları Birliği verilerine göre; sektördeki binlerce atölyenin yanı sıra, 500 civarında büyük, küçük ve orta ölçekli firma mevcuttur. Modern teknoloji kullanan, 200 – 1500 arasında çalışanı olan 50 kadar büyük firma bulunmaktadır <<http://www.immib.org.tr/mucevher/>> (11.07.2008).

Sektör Türk imalat sektörlerinin en büyükleri arasında yer almakta ve yaklaşık 250 bin kişi istihdam etmektedir. Altın mücevherat üretim merkezi İstanbul olmakla beraber, Ankara ve İzmir'de de oldukça önemli miktarlarda üretim yapılmaktadır. Doğu ve Güney Doğu Anadolu'daki bazı illerde de üretim mevcuttur. <<http://www.atonet.org.tr/sektorler/altinmucevher/>> (11.09.2008).

Mücevheri süslenme amacıyla alan, bir itibar aracı olarak gören, tasarım zevkini ön planda tutan tüketiciler markalı ürünlere yönelmeye başlamıştır. Bu da özgün tasarıma sahip markalı mücevher kullanımı konusunda önemli bir potansiyel yaratmıştır.

Bir sanat eserinin, yapının veya teknik ürünün zihinde biçimlendirilmesi, ilk taslağı, dizaynı olarak tanımlanır <<http://tdkterim.gov.tr/bts/kategori/>> (15.07.2009).

Tasarım, uygulamanın yapısını, biçimini ya da çizimini ortaya çıkaran bir çalışmayı içerir. Tasarım, aynı zamanda, konunun duygusal ölçüsünü ve düşünsel uygulama düzenini sağlar.

Tasarım ve markalaşma üzerine yatırım yapılması, uluslararası takı piyasalarındaki fiyatlarla rekabet etmek yerine, Türk mücevherat sektörünün geleceği açısından da yararlı görülmektedir. Özgün tasarımdaki takıların katma değerleri artmakta olup, bunların maden değeri ile satış değeri arasındaki fark on hatta yirmi kat olabilmektedir

Hayal gücünün etkili olduğu tasarımda uluslararası başarının devamlılığı için sürekli araştırma, eğitim, yurt dışındaki yayınların ve yeniliklerin takip edilmesi, uluslararası fuar ve sergilere katılım ve müzelerin gezilmesi gibi faaliyetlerin yürütülmesi sektör çalışanlarına büyük katkılar sağlayacaktır. Sektörün ilerlemesi ve dünya pazarında önemli bir yere sahip olabilmesi için tasarım konusu önemlidir.

Türkiye'nin Dünya'da değerli maden talebi karşılamada 5. sırada olmasına rağmen mücevher ihracatında herhangi bir sırada bulunmamasının nedenleri arasında tasarım eğitiminin eksikliği olabileceği bu araştırmayı gerekli kılmıştır.

Görüldüğü gibi Değerli Taş ve Mücevherat Sektöründe Tasarım Eğitiminin Yeri ve Önemi konusu araştırılması gereken bir problem olmaktadır.

Amaç

Bu araştırmanın genel amacı değerli taş ve mücevherat sektöründe tasarım eğitiminin yerinin ve öneminin bulgulanmasıdır. Bu genel amaca ulaşabilmek için aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır.

1. Değerli taş ve mücevherat sektöründeki firma yetkilisinin;

- a) Değerli taş ve mücevherat sektöründeki tasarım profiline,
- b) İş yeri üretim bilgilerine,
- c) İş yeri araştırma ve geliştirme etkinliklerine,
- d) Tasarımcı istihdamındaki önemli konulara,
- e) Tasarım eğitime yönelik görüşleri nelerdir?

2. Değerli taş ve mücevherat sektöründe çalışan tasarımcının;

- a) Değerli taş ve mücevherat sektöründeki tasarım profiline,
- b) İş yeri üretim bilgilerine,
- c) İş yeri araştırma ve geliştirme etkinliklerine,
- d) Tasarımcı istihdamındaki önemli konulara,
- e) Tasarım eğitime yönelik görüşleri nelerdir?

3. Değerli taş ve mücevherat sektöründe tasarım eğitiminin yerine ve önemine ilişkin firma yetkilisinin ve tasarımcının görüşleri arasında anlamlı bir fark var mıdır?

Önem

Araştırma ile toplanacak verilerin özellikle;

1. İstanbul, Ankara ve İzmir’de bulunan değerli taş ve mücevherat firmalarının tasarım departmanlarını, üretim bilgilerini, araştırma ve geliştirme etkinliklerini tasarımcı istihdamı ve eğitimi konusundaki yaklaşımlarını, gereksinimlerini ve sorunlarını ortaya çıkaracağı,
2. İlgili sektörün konuya yönelik gereksinimleri üzerine düşünme, tartışma ve yeni araştırma olanakları yaratacağı,
3. İlgili sektöre tasarımcı eğitimi konusunda rehberlik edeceği,
4. Değerli taş ve mücevherat tasarım eğitimi veren kurum ve kuruluşların eğitim programlarını oluşturmada yardımcı olacağı,
5. Daha sonra bu konuda yapılacak diğer araştırmalara da yol göstereceği umulmaktadır.

Sayıtlar

1. Araştırmada görüşlerine başvurulmuş firma sorumlusu ve tasarımcıların anket formlarını içtenlikle yanıtlayarak gerçeği yansıttıkları düşünülmüştür.
2. Anket formunun kapsam geçerliliği için uzman görüşlerine başvurulması yeterlidir.

Sınırlılıklar

1. Bu araştırma İstanbul, Ankara, İzmir’de bulunan değerli taş ve mücevherat firmaları ile sınırlıdır.

2. Bu araştırma veri toplama aracı olarak anket yöntemiyle ve (100) firma yetkilisinin ve (100) mücevher tasarımcısının görüşleri ile sınırlıdır.

Tanımlar

Ajur: Madeni eserlerde kesici ya da delici aletlerle, delikli süsleme yapma sanatıdır (Türe, 2002, s.134).

Aksesuar: Takı anlamına gelmektedir. Küpe, yüzük, bilezik, yaka iğnesi ve benzeri kıyafet tamamlayıcısı. Kıyafet tamamlayıcısı olarak algılanmasına rağmen ev dekorasyonu ve diğer eşya bütünlemelerinde de aksesuar kullanılmaktadır.

Amulet: Nazarlık veya muska amacı taşıyan takı (Türe, 2002, s.134).

Değerli Taş: Mevcudu az, görünüşü güzeli sertliği oldukça fazla olan mineral ve kristallerin ortak adıdır. Değerli taşlar, değerli ve yarı değerli taşlar olarak sınıflandırılırlar. Taşların değerleri doğadaki mevcutları ve sertliklerine göre değerlendirilir (Kuşoğlu, 2006, s.133).

Fibula: Tunç Çağı’ndan başlayarak Romalıların son dönemlerine kadar kullanılan madeni çengelli iğne ve broş formu. Frig’ler fibulalarında takı sanatının doruğuna ulaşmışlardır (Türe, 2002, s.135).

Kabaşon: Yarı küre ya da yarı oval formda işlenmiş süs taşı (Türe, 2002, s.136).

Kameo: Yüzüklerde ve madalyonlarda kullanılan taş oymacılığı. Oyulan motif kabartma halindedir. Kameo yapımında bantlı taşlar tercih edilmiştir (Meriçboyu, 2001, s.246).

Kuyum: 1. Değerli madenler ve taşlardan çeşitli teknikler kullanarak, yapılmış sanat değeri yüksek takıların ortak adıdır.

2. Değerli madenlerin bir potada eritilip dökülmesi ve işlenmesi olayıdır (Kuşoğlu, 2006, s.136).

Kuyumcu: 1. Kuyum işçiliği yapan sanatkar.

2. Kuyum işi satan esnaf. Her ikisine de kuyumcu denilmektedir. (Kuşoğlu, 2006, s.136).

Mihlama: Çivileme, çakma, yerleştirme. Değerine göre, kıymetli ya da yarı değerli taş v.b. nesnelerin madenler üzerine yuva yapılarak ya da yuva açılarak yerleştirilmesi işlemidir (Kuşoğlu, 2006, s.156).

Mineral: Yer kabuğunda bulunan bir cisimdir. Doğada birçok mineral kendi bileşenleri ile birlikte bulunur. Ancak çeşitli kimyasal ve fiziksel işlemlerden sonra saflaşır. Altın, gümüş, bakır ve benzeri elementler çoğunlukla bu yöntemle elde edilirler (Kuşoğlu, 2006, s.158).

Montür: Takılarda değerli taşların yerleştirilip sabitlendiği yuva (kafes), tırnak gibi bölümler. Taşlı takının metal bölümüne denir (Türe, 2000, s.137).

Mücevher: Elmas, inci, yakut, zümrüt, türkuaz, mercan, opal gibi değerli ve yarı değerli taşlar ile altın, gümüş gibi değerli madenlerle yapılan, yüksek işçiliğe sahip takıların ortak adıdır (Kuşoğlu, 2006, s.160).

Takı: İnsanların ayak bileği, bel, bilek, burun, boyun, kulak, parmak gibi vücutlarının çeşitli bölgelerine çıplak ya da giyecek üzerine taktıkları değerli maden

ve taşlardan yapılmış aksesuarlardır. Takının tarihi insanlığın tarihi kadar eskidir ve onunla yaşittir (Kuşoğlu, 2006, s.216).

Tasarım: Tasarım bir sorunun çözümü için geliştirilmiş plan ya da fikirdir (Tunalı, 2009, s.18).

Sanatsal değer taşıyan bir ürün ortaya koymak amacıyla düşünsel anlamda zihinde canlanması ve ürün gerçekleştirilmesi aşamasını içeren çalışmaların tümüne denir (Sözen, Tanyeli, 2007, s.231).

Tasarım Eğitimi: Sanatın tüm alanlarında özgün, yaratıcı yapıtlar ortaya koyabilmek, gerekli proje, çizim vb. yapabilmek, tasar öğelerini, yöntemlerini ilkelerini, kaynaklarını, araç, gereç ve tekniklerini bilmek kullanabilmek için bu konuda alınan eğitime denir (Alpaslan, 2003, s.24).

Yaldız: Kimyali yöntemle eşyaları değerli madenlerle kaplama işlemidir. Yaldız kaplamaların ömürleri kısadır (Kuşoğlu, 2006, s.246).

Yarı Değerli Taş: Değerli taşlara oranla doğada daha fazla bulunan saflık oranı daha düşük aksesuar ve takı yapımında kullanılan taşlara verilen isimdir.

Ziynet: İnsanların güzel görünmek gayesi ile giyeceklerine ya da vücutlarının herhangi bir bölgesine taktıkları değerli maden ve taşlardan yapılmış süs eşyalarına verilen isimdir (Kuşoğlu, 2006, s.257).

BÖLÜM II

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde değerli taş ve mücevherat sektörü ve tasarım eğitimi ile ilgili konulara yer verilmiştir.

2.1.1. Tasarımın Tanımı

Tasarım bir yapı ya da aygıtın kısımlarının kâğıt üzerine çizilmiş biçimi anlamında kullanılan “tasar” kökünden türetilmiş olan “tasarı” ya dayanmaktadır.

Bir tasarım kendi içinde bir yapıya ve bu yapı arkasında bir planlamaya sahip olmalıdır. Bütün sanatların temelinde bir tasarım olgusu bulunmaktadır. Tasarlama eylemi, oluşturulacak yapının organizasyonu ile ilgili her türlü faaliyeti içine almaktadır.

Tasarım, bir sorunun çözümü için geliştirilmiş plan ya da fikirdir. Tasarım, öncelikle zihinde var olan bir fikirdir; ama bu fikir bir biçim verme dinamiğini içerir ve oluşum süreci içinde biçim kazanmış bir nesne olarak somutlaşır. Buna göre, her tasarım olgusunda bir fikir ve o fikre göre biçimlenmiş bir esne bulunur (Tunalı, 2009, s.18).

Tasarım kavramı her çeşit nesnenin ve düşüncenin insan tarafından oluşturulması anlamında kullanılmaktadır.

Tasarım farklı zamanlarda ve farklı yerlerde var olan farklı grupların içinde bulundukları kültürel grubun yapısına bağlı olarak değişiklik gösterir. Kültürlerin neyi sanat ve tasarım olarak adlandırıldığı ve bunların hangi geleneklerle tanımlandığı o kültürlerin toplumsal yapılarına bağlıdır (Barnard, 2002, s.185).

Tasarımlama geleceğe ve bir amaca yönelik bir sorun çözme ve karar verme yaratıcı eylemdir. İstenen, arzu edilen bir hedefe yönelik planlama ve biçimlendirme eylemlerinin hepsi tasarım sürecini oluşturur (Gerdan, 2007, s.67).

Tasarım bir ürünü ortaya koyabilmede önemli etkidir. Ürünün tasarım aşaması insan zihninde gelişir ve daha sonra nesnel bir gerçeklik kazanır. Bir ürün ya da eser bir tasarlama aşamasından geçtikten sonra nesnellik kazanır.

Tasarım yaratma olayıyla örtüşen bir olgudur. Yaratma, genellikle insanın hazır olarak bulduğu doğa varlığına, insanın kendi tinsel (manevi) varlığını katması demektir. Sanatçının ve teknik ekibin ortaya koyduğu ürünler; ister edebiyat, ister el becerisine dayalı ürünler ve isterse sanayi ürünleri olsunlar, duysal dünyaya duygu ve düşüncelerin aktarılmasıyla oluşurlar (Alpaslan, 2003, s.21).

Tasarımın temelinde yaratıcılık vardır. Yaratıcılık bir konuya değişik ve farklı görüş açılarından yaklaşarak, yeni önermelerde bulunmaktır. Tasarımın içeriğinde bireysel özgünlük vardır, yaşamı algılama ve aktarma yetisi ile mevcut bilgi ve deneyimin yeniden sentezlenmesiyle oluşmaktadır.

2.1.2. Tasarımcının Tanımı

Sanat yapıtlarını yaratana “sanatçı” denir. Teknik ürünü, sanayi ürününü yaratana ise “tasarımcı” denir. Sanatçı ile tasarımcı tam olarak özdeş değildir. Sanatçının yaratırken tamamen özgür olmasına karşılık, piyasaya sürülecek bir ürünün tasarımcısı ise aynı oranda özgür değildir. Tasarımcı yaratma eylemini

Üreticinin kendisinden istediği koşullara göre gerçekleştirmek durumundadır (Alpaslan, 2003, s.21).

Tasarımcı belirli bir mesajı belirli bir kitleye aktarıırken; parasal, fiziksel ve psikolojik sınırlamalarla karşı karşıya kalır. Örneğin; bir afiş, parasal nedenlerden dolayı iki renkle sınırlandırılmış olabilir.

Tasarım belirli bir amaç gözeten yaratıcı bir eylemdir. Bu amaç doğrultusunda tasarımcı, bir sanatçı kişiliğiyle duygu, düşünce ve hayal gücünü, çizgiler, biçimler, renkler gibi fiziki olgulara aktarır ve ürünü ortaya koyar. Tasarımcının başarısı, sanatın kullandığı dilleri keşfedip, öğrenip, onları kendi amaçları doğrultusunda organize edebilmesiyle orantılıdır. Ancak bu planlamanın olduğu yerde bir tasarım olgusundan söz edilebilir (Alpaslan, 2003, s.21).

Tasarımcı; uygulama yöntemlerinin yanı sıra görsel algılamanın doğasını, görsel yanılsamanın rolünü ve sözel ile görsel iletişim arasındaki ilişkileri de bilmek ve göz önüne almak zorundadır.

2.1.3. Tasarım Eğitimi ve Mesleki Eğitim

Tasarım eğitimi, bireylerin seçtikleri sanat alanında eğitim almalarını sağlayarak bilgi ve beceri kazanmalarını, yeni ve özgün tasarımlar ortaya koyabilmelerini, ilgili alanda deneyim kazanmalarını sağlar.

Tasarımın her boyutu öğrenme-bilgi edinme temeline dayanmaktadır. Bu nedenle tasarımda öğrenme ve bilgi edinmenin sonu yoktur ve tasarımcı sürekli araştırma yapmak, kendini geliştirmek zorundadır (Doğan, 1984, s.21).

Tasarımcıların aldıkları eğitim doğrultusunda kendi fikirlerini ve yeteneklerini yaratıcılıklarıyla birleştirip eşsiz ürünler ortaya çıkarmaları mümkündür.

Tasarımcı bir ürünü tasarlarken toplumun beklentilerini göz önünde bulundurmalıdır. Tasarımların gerçekleştirilmesinde firma politikaları, işletmenin ekonomik durumu, müşteri istekleri, hammadde-yardımcı malzeme ve pazar gibi faktörler göz önünde bulundurulmalıdır (Aydın ve Çakar,1993, s.271).

Tasarım eğitimi bireye bulunduğu meslek gurubu ile ilgili teknik, teorik ve pratik uygulama yapmasına ve eğitim almasına olanak sağlar. Mesleki Eğitim ve Güzel Sanatlar gibi fakülte ve liselerde tasarım konusunda eğitim verilmektedir. Güzel Sanatlar Fakülteleri ve liselerinde eğitim ve öğretimde tasarım eğitimine büyük oranda önem verilmektedir.

Türkiye’de Mesleki Eğitim kurumlarında teknik bilgilerle yetinilmemeli, teknik bilgilerin yanı sıra tasarım eğitime önem verilmelidir. Öğrencilere yaratıcı, özgün tasarımlar oluşturabilecek nitelikler kazandırılmalıdır. Ancak, yaratıcı ve özgün düşünebilen bireyler, çağın koşullarının gerektirdiği nitelikli ürünü ortaya koyabilir hem kendileri, hem de ülkenin gelişimi için yararlı olabilirler (Alpaslan, 2003, s.24).

Bir ülkenin ekonomik kalkınması, teknolojik gelişmesine nasıl bağlı ise, teknolojik gelişmesinde para, yönetim, makine ve pazarlar birlikte yetişmiş insan gücüne de o oranda bağlıdır.

Bir ülkedeki teknolojik gelişme, diğer bir ülkeye kolayca ve hızla geçebilmektedir. Bu nedenle gelişen teknolojiye paralel olarak insan gücünün de ihtiyaçlara uygun yetiştirilmesi gerekmektedir (Eray, 1989, s.1).

İnsanın gereksinimleri yaşadığı zamana, teknolojik gelişmelere göre değişiklik ve çeşitlilik göstermektedir. Buna bağlı olarak yaşadığımız çevrede her alana el atmış olan tasarlama olgusu da gelişmeler göstermiştir. Bir ürünün tasarlanmasında kullanılan yöntemler zamana ve teknolojiye göre farklılık gösterse de kültürel, ekonomik, teknolojik, sosyal v.b faktörler tasarlanacak ürünü ve tasarımcıyı etkilemeye devam edecektir.

Tasarımı oluşturan renk, biçim, çizgi, doku, gibi öğeler ise farklılaşan yöntemlere bağlı olarak değişiklik gösterecek, fakat tamamen ortadan kaldırmayacaktır. İşin özünü yaratıcılık oluşturmaktadır. Bu yaratım ürününün kullanım yerini, fonksiyonunu, şeklini, belirlediği gibi estetik öğeleri de yönlendirmektedir (Sezgin, 1992).

Çağımızda bilimsel ve teknolojik gelişmeler bireylerin ve toplumların yaşam tarzlarını büyük ölçüde etkilemektedir. Bu durum, sosyal, ekonomik ve kültürel alanlarda köklü değişimlere yol açmaktadır. Sonuçta eğitim sistemlerinde mesleki ve teknik eğitime önem veren doğrultuda gelişmeler gözlenmektedir.

Tasarım eğitiminin amacını, bilinçaltı ve bilinç üstü düşünce olgusu ve görme duyusunu kendine özgü bir bütün haline getirmektir. Düşünülen her şey gözlerle algılanılacak ve gözlere iletişim yapacak bir biçimde şekillendirilecektir. Düşünüldüğü gibi algılanamayan tasarım ürünü, nedeni her ne olursa olsun başarısız sayılmalıdır. Tasarımın başarısı, kişinin amaçladığını yapabilmesi ve yapılanın başkalarının da düşünüldüğü gibi anlaşılmasıyla belli olmaktadır (Denel,1981).

Mesleki eğitim kavramı, bireyin tüm yönleri ile gelişimini esas alan bir doğrultuda gelişmelidir. Bugün teknik eğitim bir toplumda çevresi ile etkileşimde bulunan birey için gerekli deneyim olanaklarının sağlanmasında belirli bir meslek alanına ilişkin bilgi, beceri ve pratik uygulama yetenekleri kazandıran, birey yeteneklerini fiziksel, zihinsel, duygusal, sosyal, ekonomik ve kişilik yönlerinden geliştiren bir eğitim sürecidir. Mesleki ve teknik eğitimin temel amacı ise istendik davranışlar geliştirmek, bilgi öğrenme ortamı sağlamak, kuramsal ve uygulamalı alanlarda gerekli beceri geliştirmektir. Mesleki ve teknik eğitim kurumlarının da bu amaca uygun olarak örgütlenmesi gerekmektedir.

Genel olarak, toplum ve bireyin yaşamında iş ve eğitim önemli bir yer tutmaktadır. Bir toplumda doğal kaynakların değerlendirilmesi, insan gücünün verimli duruma getirilmesi, iş ve eğitim bütünleştirilmesi için mesleki ve teknik eğitime gereksinim vardır. Bu gereksinim sosyal, ekonomik ve kültürel boyutları

olan bir bulgudur. Ayrıca, gençler ve yetişkinler yönünden değişik öğrenim kademelerinde, farklı mesleki etkinlik aşamalarında çeşitli mesleki ve teknik eğitim programlarına gereksinim vardır (Alkan, 1997. s.25).

Tasarım eğitimi kişiye belli bir meslek alanında becerilerini geliştirme olanağı sağlar. Bu bilgi ve beceri ise mesleki eğitim kurumlarında alınan eğitim ve öğretim yoluyla edinilir.

2.1.4. Bir Tasarım Sektörü Olarak Değerli Taş ve Mücevherat

Değer, nesnelerin çeşitli alanlarda sınıflandırılmasından oluşan, karşılığı para olarak tespit edilen ölçüdür (Kuşoğlu, 2006, s.65).

Taş; kimyası ve fizik durumu değişiklik gösteren, rengini içindeki maden, tuz, oksit ve elementlerden alan sert ve katı maddedir (Kuşoğlu, 2006, s.219).

Toprağın kayalaşmış şeklidir ve kayaların küçük halde olanlarına taş denir. Doğada birbirinden farklı görünüme ve özelliğe sahip taş çeşidi bulunmaktadır.

Değerli taş mevcudu az, görünüşü güzel, sertliği oldukça fazla olan mineral ve kristallerin ortak adıdır. Değerli taşlar değerli ve yarı değerli taşlar olarak sınıflandırılırlar. Taşların değerleri doğadaki mevcutları ve sertliklerine göre değerlendirilir (Kuşoğlu, 2006, s.133).

Taşların değerleri, sertlik ve optik özelliklerine göre değişmektedir. Renkleri ise bileşimindeki maden oksitlere bağlıdır. Bu renk bazen taşın ışığı geçirmesi veya yansıtması şeklindedir (Özbağı, 1989, s.10).

Sertlik bir mineralin biçimini bozmak için dışarıdan uygulanan kuvvete karşı gösterdiği dirençtir. Bu direnci ölçmek için “Mohs Sertlik Cetveli” kullanılır. Bu

cetvelde 1'den 10'a kadar rakamlar bulunmaktadır. Bu cetvele göre 10 numara en sert olan elmadır (Kuşoğlu, 2006, s.201).

Yarı değerli taşların kuyumculukta iki ana işlevi vardır. Bunlardan birisi altın ve gümüş takılarda yüzük taşı ve taş kakma olarak kullanılmasıdır. Diğer işlevi ise mücevherden ayrı olarak boncuk, gerdanlık, sarkaçları, mühür, yüzük ve bazen de bilezik yapılmasıdır. Yarı değerli taşların süsleyici unsurları yanında her taşın sihirli oluşu ve kendine özgü gücü olduğu inancı da yaygındır (Meriçboyu, 2001, s.19).

Cevher, mücevher, kıymetli taş anlamı içerir.

Mücevher elmas, inci, pırlanta, yakut, zümrüt gibi değerli taş ve altın, gümüş gibi madenlerle yapılan sanat eserleridir. Eskiden değerli taşlara da mücevher denirdi. Bu değerli taşlarla yapılmış sanatlı işçilikler çoğunlukla mihlama tekniği ile yapılmıştır. Minarelerden kimileri doğada az bulunur ve daha önemlisi ışık kırma, parıltı, renk, saydamlık, sertlik, yoğunluk gibi fizik özelliklerine göre, halk arasında mücevher taşı ile anılarak değerlendirilirler (Kuşoğlu, 2006, s.160).

2.1.4.1. Değerli ve Yarı Değerli Taş Çeşitleri ve Özellikleri

Mücevher üretiminde kullanılan taşlar değerli ve yarı değerli taşlar olarak iki gruba ayrılır. Değerli ve yarı değerli taşlar şunlardır;

Akik; çok sert kısmen saydam kalsedon/kalsedon çeşidi. Genellikle çeşitli renklerde eş merkezli ya da dalgalı şeritlere bölünmüştür. Şerit sayısı az, iyice belirgin ve düz, renkleri beyaz ve siyahın tonları olan akik, oniks/balgamtaşı adıyla bilinir (Türe, 2000, s.75).



Resim 1 - Akik Taşlı Yüzük



Resim 2 – Akik Taşı

Akuamarin; yeşile çalan mavi, sarımsı ve mavi tonlarda olup şeffaftır. Aranılan bir mücevher taşıdır. Beril kristali olduğu için yüksek ısıda hem renk hem de şekil değiştirir. Kıymetli taşlar arasındadır (Kuşoğlu, 2006, s.19).



Resim 3 - Akuamarin Taşlı Yüzük



Resim 4 - Akuamarin Taşlı Küpe

Ametist; eflatun renkli yarı kıymetli bir taş türüdür. Mor ve menekşe renginde olanları da vardır. Türkçesi göz boncuğu anlamına gelir. Strese, migrene, akciğer hastalıklarına iyi geldiği söylenir (Kuşoğlu, 2006, s.24).



Resim 5 - Ametist Taşlı Yüzük



Resim 6 – Ametist Taşlı Kolye

Ay Taşı; mavimsi boz renkli ve güzel parlatılabilen bir taş olup özellikle İsviçre’de ve Seylan adasında bulunur (Kuşoğlu, 2006, s.29).



Resim 7 – Ay Taşı Yüzük

Elmas; saf kömürdür. Sertliği 10, özgül ağırlığı 3.52'dir. Bütün minarelerden daha serttir ve onları çizer. Renksiz, saydam, sarı, kül rengi, kırmızı, mavi, kara renklerde bulunur. Ağırlık ölçüsü karattır. İşlenmemiş ve ham elmas adı verilen iri elmaslar özel atölyelerde ve kendi tozları ile maksatlarına göre yontularak ışıldamaları yükseltilir ki bu yontulmuş, bilenmiş ve güzel görünüşte biçim verilmiş parıltılı elmaslara pırlanta adı verilir. Elmas çok çeşitli renklerde olabilir, ancak en değerlisi saydam, renksiz olanıdır. (Kuşoğlu, 2006, s.75).



Resim 8 – Elmas Taşlı Kolye



Resim 9 – Elmas Taşlı Takı Seti

İnci; istiridye, midye türü deniz yumuşakçaları su içindeki mikroorganizmaları yemek için kapaklarını açtıklarında kum ve benzeri tanecikler su ile birlikte içlerine girerler. Hayvan bunları dışarı atamaz, ancak kendisine zarar vermemesi için bir salgı salgılar. İşte bu salgı zaman içinde büyür ve adına inci denilen değerli cisim ortaya çıkar. İnci denizden çıktığında portakal çekirdeği sertliğindedir. Sudan çıkarılınca havadaki oksijen ile temasa geçerek sertleşir. (Kuşoğlu, 2006, s.110).



Resim 10 - İncili Broş



Resim 11 - İnci Kolye

İskender Taşı; Ural dağlarından çıkan, kristalleri altı köşeli, krizoberil taştır. Sertliği 8,5 özgül ağırlığı 3,7'dir. Zümrüt yeşili, boz ya da sarımsı renklindedir. Asitlerden etkilenmez. Ziyinet taşı olarak kullanılır. Bu taşın önemli özelliği gün ışığında yeşil, mum, lamba ve elektrik ışığında ise kırmızı bir renkte görülmesidir (Kuşoğlu, 2006, s.111).

Kalsedon/Kalseduan; mikrokristalli bir silis türü. Adını İstanbul'un Kadıköy ilçesinin antikçağdaki adından (Kalkhedon) alan Kalsedon, kuvars ve opal liflerine sahip, maviden beyaza giden çeşitli tonlarda bir silis yumrusudur. Yarı değerli bir süs taşı olarak kullanılır (Türe, 2000, s.77).

Kehribar; sarmaşık taşı olarak da bilinir. Çam gibi reçineli ağaçların reçinelerinin toprakta yüzlerce yıl basınç altında kalmasıyla oluşmuştur. Sertliği 2-2,5, özgül ağırlığı 1-1,5'tur. Taşlaşmış sakız olan bu taş sarı, yeşil ya da esmer renklerde bulunur. İçinde kimi ufak sinek ya da böcek gibi eski çağlarda yaşayan hayvanları (fosil) bulunduran bu taş en çok Baltık kıyısında ve Königsberg şehri dolaylarında çakıl olarak bulunmaktadır (Kuşoğlu, 2006, s.127).

Kuvars; saydam ve renksiz kaya kristalidir. Necef taşı ya da camsı kuvars da denir. (Türe, Savaşçın, 2000, s.77).

Sertliği 7, özgül ağırlığı 2,6'dır. Püskürük, tortul ve metamorfik taşların bileşiminde önemli yer tutar.

Lapislazuli; özellikle Afganistan ve Şili’de bulunan, gece mavisinden laciverde kadar değişik tınları olan ve bünyesinde altınımsı parıltılar veren pirit kristalleri bulunan süs taşı (Türe, 2000, s.77).

Lal (Grena); parlak kırmızı renkte ve saydam bir taştır. Sertliği 7,5’tir. (Meriçboyu, 2001, s.19).

Malakit/Malahit; yeşilin değişik tonlarını bir arada bulunduran, süs taşı olarak kullanılan doğal bakır karbonat kristali (Türe, 2000, s.77).



Resim 12 - **Malahit Taşı**

Yarı değerli bir taştır. Bakır cevheri (koyu zümrüt yeşili) rengindedir. Kristalleri iğne veya kıl şeklindedir (Kuşoğlu, 2006, s.151).

Mercan; deniz dibindeki kayalıklarda oluşan, kalker yapılı ağaç gibi dallı budaklı görünüşlü taşlaşmış hayvan fosilleridir. Kırmızı, pembe ve siyah renkleri vardır. Türk mihlamacılığında akik sonra en çok kullanılan mercandır (Kuşoğlu, 2006, s.155).



Resim 13 – **Mercan Taşlı Takı Seti**

Necef; dağ kristalidir. Renksiz, saydam, ya da saf bir kuvarstır. Camsı kuvars da denir. Sertlik derecesi 7, kuvarsın en saf türüdür. Camdan çok sert olduğu için

kolay çizilmez. Türkler Necef'ten özellikle tespih ve mühür yapmışlardır (Kuşoğlu, 2006, s.167).

Opal; silikat ve silikatlı taşların, sıcak suyun tesiriyle değişmesinden meydana gelen kristobalit'in mikrokristal yapılı türü. Değişik renklerde yağsı ve camsı görünümlü, kıymetli bir süs taşı (Türe, 2000, s.78).



Resim 14 – Opal Taşı Yüzük



Resim 15 – Opal Taşı Broş

Safir; Açık maviden, çivit rengine, yeşile, yeşilimsi sarıya kadar değişen renk tonlarında olan, bazen de menekşe renk kazanan korindon kristali. Saydam, yarı saydam arası görünüme sahiptir (Türe, 2000, s.78).



Resim 16– Safir Taşı Yüzük



Resim 17 – Safir Taşı Yüzük

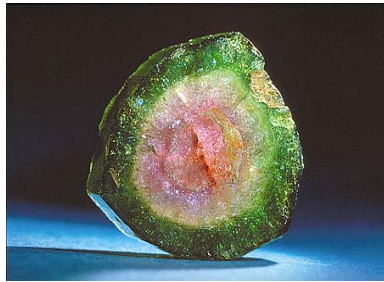
Seylan Taşı; adını çıktığı yöreden almaktadır. Şarap kırmızısı, kahverengi ve eflatun renklerinde olanları vardır. Diğer adı “almadin”dir. Şeffaf, vişne kırmızısı rengindedir. Yarı kıymetli taşlardan olup daha çok yüzük taşı olarak kullanılmıştır(Kuşoğlu, 2006, s.201).

Topaz; bileşiminde florlu alüminyum silikat bulunan, kristalli, saydam ya da yarı saydam değerli bir taştır. Saman sarısı, beyaz, soluk mavi, soluk yeşil ve soluk kırmızı renkleri bulunan topazın sertliği 8’dir (Türe, 2000, s.79).



Resim 18 –Topaz Taşlı Kolye Ucu

Turmalin; erguvan renkte saydam bir taştır. Boron silikası ve alüminyum kompleksinden oluşmuştur. Siyah gölgeleri vardır. Isındığı zaman kırmızımsı erguvan renk alır (Meriçboyu, 2001, s.21).



Resim 19 – Turmalin Taşı Kesiti

Türkuaz; Osmanlıcada firuze olarak adlandırılan süs taşının (eski Fransızcada Türk’ten anlamında) Türkçeleşmiş Fransızca adıdır. Hidratlı doğal alüminyum ve bakır fosfat içeren ve saydam olmayan bu süs taşı, gök mavisi veya camgöbeği yeşil rengi nedeniyle bereket büyüsü özelliği taşır (Türe, 2000, s.77).



Resim 20 – Türkuaz Taşlı Takı Seti

Yakut; korindon'un (billurlaşmış alümin) kromlu bir türü. Çok değerli ve nadir bulunan bir taş olan yakuta (Rubin) parlak kırmızı rengini veren bünyesine giren krom oksittir (Türe, 2000, s.79).



Resim 21 –Yakut Taşlı Yüzük



Resim 22 – Yakut ve Pırlanta Taşlı Broş

Yeşim Taşı; Kaş taşı; Ak taş, Yada taşı olarak da adlandırılmaktadır. Firuzeden daha katıdır. Sertliği 5-5,5, özgül ağırlığı 2,8-3,3'tür. (Kuşoğlu, 2006, s.248).

Zümrüt; Yeşil rengini bileşimindeki krom oksitten alan saydam, camsı parlaklıkta, doğal alüminyum-berilyum silikat kristali (Türe, 2000, s.77).

Sertliği 7,5 yoğunluğu 2,67- 2,75'tir. Başlangıçta yakut iken madeninde çok durmaktan ve üzerine güneş ısıyla kuruluk gelip dış yüzü değişerek yeşil renk alan değerli bir cevherdir. Çok özellikli bir taştır (Kuşoğlu, 2006, s.257).



Resim 23 – Zümrüt ve Pırlanta Taşlı Yüzük



Resim 24 – Zümrüt Taşlı Yüzük

2.1.4.2. Değerli Madenler ve Özellikleri

Maden, doğadaki filizlerinden elde edildikten sonra eritilip dökülmeye, istenilen biçimlerde kesilmeye, dövülmeye, her türlü biçimlendirmeye müsait ve üzerine çeşitli nakış ve desen yapmaya elverişli maddeler ve minerallerin ortak adıdır (Kuşoğlu, 2006, s.150).

Mücevher yapımında kullanılan değerli madenler aşağıda verilmiştir;

Altın'ın; doğadaki en önemli kaynağı, yaşlı kayalar arasına girmiş altın içerikli kuvars damarlarıdır. Bu damarların yüzeye yakın olanları, çok uzun bir süre içinde jeolojik hareketler ve doğal koşullar nedeniyle ayrışır. Bu ayrışma sonucu açığa çıkan altın tanecikleri akarsular boyunca düzlüklere taşınır. Altın tanecikleri ağır oldukları için akıntının ve suyun taşıma gücünün azaldığı dönemelerde birikip sedimanter altın yataklarını oluştururlar. Böylece akarsu yataklarında veya eski birer akarsu yatağı olan vadilerde ikincil altın madenleri ortaya çıkar (Türe, 2000, s.11).



Resim 25 – Sarı ve Yeşil Altın Yüzük



Resim 26 – Altın Kolye

Altın, işleme kolaylığı ve güzelliği yönünden diğer madenlere göre daha üstündür. Bilinen bütün tekniklerde ve çok farklı türde eşya ve sanat eseri yapılmıştır. Bu bakımdan kuyumculuk denildiğinde ilk akla gelen altın olmuştur. Altın kuyum sözcüğüyle bütünleşmiştir (Kuşoğlu, 2006, s.22).

Gümüş; ilk kullanılan gümüş, doğal-gümüş olmuştur. Bu maden de altın gibi dere yataklarından toplanır veya bazı kayaların içinde damar halinde bulunur. Doğal gümüşün, M.Ö. 4. binin başlarından itibaren süs eşyalarının yapımında kullanıldığı görülmektedir (Erginsoy, 1978, s.10).



Resim 27 – **Gümüş Bileklik**

Paladyum; doğada filizler halinde bulunur. Çok sert ve parlaktır. Kuyumculukta beyaz altın yapımında katkı olarak kullanılır.

Platin; ilk bulunduğunda gümüş zannedilmiştir. Doğada saf olarak bulunmaktadır. Mücevher yapımında kullanıldığı gibi sanayide de kullanılmaktadır. Okside olmaz, kolayca tel ve levha haline gelebilir. Yoğunluğu 21,45,ergime noktası1778°, kaynama noktası 4050°'dir.



Resim 28 – **Platin Yüzük**



Resim 29– **Platin Yüzük**

Elektron/Elektrum; altın ve gümüşten oluşan doğal alaşımdır. Yüzde 40 altın, yüzde 60 gümüş karışımdır. Beyaz altın da denir (Türe, 2002, s.135).

2.1.4.3. Mücevher Türleri

Mücevherler vücutta takıldıkları yere göre isim alırlar. Aşağıda mücevher türleri tanımlanmıştır.

Bilezik; kadınların kollarını, bileklerini süslemek için taktıkları halka şeklindeki takılara verilen isimdir. Değerli madenlerden yapılanların yanı sıra başka nesnelerden yapılmış olanları da vardır.

Broş; bezeme amacıyla elbiseye takılan iğne. Masif metalden metal ile taşın birlikte kullanılmaları ile genelde yuvarlak, oval, kare ve dikdörtgen formlardaki takılardır (Bingöl, 1999, s.35).

Diademler ve Taçlar; ilk çağlardan yakın bir geçmişe kadar imparatoriçelerin başlarını süsleyen, çoğunlukla kıymetli taşlarla tasarlanmış altından yapılmış süslü mücevherlerdir (Kuşoğlu, 2006, s.68).

Halhal; ayak bileziği anlamına gelmektedir. Sıcak iklimlerdeki kadınların ayak bileklerine taktıkları genellikle gümüşten yapılan ayak bileziğidir (Kuşoğlu, 2006, s.100).

Kemer; 2 ile 5 parmak eninde beli bir kez doladıktan sonra, toka ile son bulan bir giyim tamamlayıcısıdır. Kemerin tokası ile birlikte bir bütün olarak sanat eseri teşkil edenlerin yanı sıra, çoğunlukla esas önemli sanat eseri olan kısımları toka kısımlarıdır (Kuşoğlu, 2006, s.128).

Kolye; sağlam bir ipe ya da zincire geçirilmiş, çeşitli maden, porselen, cam gibi nesnelerden yapılmış boyuna takılan mücevher eşyasıdır. En eski takı

çeşitlerinden olup, günümüzde halen eski güncelliğini korumaktadır. (Kuşoğlu, 2006, s.132).

Küpe; kulak memesinin delinmesinden sonra, ince bir tel çengelle kulak memesine geçirilen çok çeşitli biçimlerde olan, kadınların ve kimi erkeklerin taktıkları ziynet eşyasıdır (Kuşoğlu, 2006, s.137).

Pendantif; altın, gümüş, zincir veya kumaştan ince kordona takılan takı ögesidir. Tek kullanıldığı gibi, kolye ve küpe ögeleri arasında diğer parçalardan büyük boyutlarıyla veya kolyelerde tek öge olarak kendini gösterir (Bingöl, 1999, s.35).

Pazibent; Pazi bağı veya kol bağı anlamına gelmektedir. Dirsekle omuz arasında kalan kısma takılan halka şeklide takıdır. Tarihte mısırlılar ve eski yunanda pazibentlere sıkça rastlanmaktadır (Kuşoğlu, 2006, s.38).

Yüzük; parmağa takılan, kimileri yalnızca halka, kimileri kaşlı, çok çeşidi olan süs ve erk belgisi. Padişahlar, krallar, gösterme parmaklarına, mühür biçiminde yüzükler takarlardı (Kuşoğlu, 2006, s.250).

2.1.4.4. Değerli Taş, Mücevherat ve Maden İşleme ve Süsleme Teknikleri

Maden sanatı teknikleri, bu sanatın malzemesi olan madenlerin keşfedilmesine ve madenlerin kendilerine has özelliklerinin anlaşılmasına bağlı olarak geliştirilmiştir. Eski Çağ içinde gerçekleştirilen her metalürjik keşif, yeni bir maden sanatı tekniğinin doğmasına yol açmıştır (Erginsoy, 1978, s.7).

Ajur Tekniği; madeni eserlerin üzerine, kesici ve delici aletler kullanarak, delikli süslemelerin yapıldığı tekniğine ajur, delik işi veya oyma adı verilir (Erginsoy, 1978, s.37).



Resim 30 – Ajur Tekniği İle Yapılmış Küpe



Resim 31 – Ajur Tekniği İle Yapılmış Bileklik

Granülasyon; güherse’de denir. Küçük küreciklere verilen addır. Geçmiş çok eskilere dayanmaktadır. Kürecikler çeşitli yollarla yapılmaktadır. En çok bilineni ise, tellerin istenilen incelikte haddeden geçirilmesinden sonra eşit ölçülerde kesilip ateşe tutulması ile elde edilenidir. Bu teknikle en çok tepelik, kemer, fincan zarfı ve benzeri eşyalar yapılmıştır (Kuşoğlu, 2006, s.95).



Resim 32 – Güherse Tekniği İle Yapılmış Gerdanlık



Resim 33 – Güherse Tekniği İle Yapılmış Yüzük

Hak (Gravür); metal, ahşap, değerli taş, deri ve fildişi gibi malzemelerin üstüne oyma yoluyla resim yazı ve süsleme yapma sanatıdır. Yakut, zümrüt, yeşim, agat, topaz, Nefes türünden değerli ve yarı değerli taşlarla, altın, gümüş, bakır ve pirinç gibi metaller üstüne desenler hakkedilerek yapılan bezemelerdir (Bingöl, 1999, s.28).



Resim 34 – **Hak (Gravür) Tekniği**
İle Yapılmış Kolye



Resim 35 – **Hak (Gravür) Tekniği İle Yapılmış Kolye**

Kakma (Repousse) Tekniği; işlenecek olan metal levha esnek bir zemin üzerine yatırılır. Değişik uçlu kalemler ve çekiç yardımı ile dövülerek istenilen form verilir. Başka bir anlatımla, metal levhanın yüzeyi kabartma desenlerle süslenir (Türe, 1988, s.14).



Resim 36 - **Kakma (Repousse) Tekniği**
İle Yapılmış Yüzük



Resim 37 - **Kakma (Repousse) Tekniği**
İle Yapılmış Küpe

Repousse tekniği, granülasyon, telkari gibi çok esli bir metaloji çalışması olup, altın, gümüş gibi malzemenin takı, vazo, kutu gibi eşyasının üzerine bezenmesi yöntemi olarak çok sık kullanılmıştır. (Türe, 2000, s.31).



Resim 38 - **Kakma (Repousse) Tekniği İle Yapılmış Bilezik**

Kurşuna Dövme; bu teknikte önce bir model üretilir. Bu model döküm yolu ile veya bir çelik parçasından oyularak elde edilir. Örs üzerine yerleştirilen kalın kurşun külçesinin dövme işleminin titreşimlerinden kaymaması için altına nemli bir keçe parçası yerleştirilir. Model, kurşun külçenin düzeltilmiş üst yüzeyine çakılarak gömülür. Model gömüldüğü yuvadan çıkarılınca, kurşun yüzeyinde negatif bir kalıp oluşur. Altın, gümüş veya bafon levha tavlaniş bu negatif kalıp üzerine hafifçe bastırılarak yerleştirilir. Üzerine pozitif kalıp olarak kullanılan motif oturtulur ve güçlü bir çekiş darbesi ile metal levha negatif kalıbın çukurluğuna gömülür. Arada ezilen ince levha istenilen formu almıştır ve kurşundaki negatif kalıp deforme oluncaya kadar aynı modelden üretim sürdürülür (Türe, 1988, s.16).



Resim 39 – Kurşuna Dövme Tekniğı İle Yapılmış Yüzük

Mıhlama; çivileme, çakma, yerleştirme. Değerine göre, kıymetli ya da yarı değerli taş v.b. nesnelerin madenler üzerine yuva yapılarak ya da yuva açılarak yerleştirilmesi işlemidir (Kuşoğlu, 2006, s.156).



Resim 40– Mıhlama Tekniğı İle yapılmış Elmas Kıpeler



Resim 41– Mıhlama Tekniğı İle Yapılmış Gerdanlık

Mine (Emaye); metal yüzeyler üstüne, yüksek ısı uygulayarak cam ve benzeri bir sır katmanının (mine) kaynaştırıldığı bezeme tekniğidir. Mine toz cam ve metal oksit karışımından yapılır. Değişik oranlardaki katkı maddeleri ile saydam ve saydam olmayan mineler yapılabilir (Bingöl, 1999, s.27).



Resim 42– Mine Tekniği İle Yapılmış Broş



Resim 43– Mine Tekniği İle Yapılmış Gerdanlık

Savat; birkaç metal sülfürün meydana getirdiği bir alaşım olan savat, parlak lacivert-siyah rengi nedeniyle kuyumculukta altının ve özellikle gümüşün yüzeyine dekorasyon yapımında kullanılır (Türe, 2000, s.44).

Savatın hazırlanması şu şekilde gerçekleşir; önce gümüş ve bakır bir pota içerisinde eritilir, daha sonra kurşun eklenir, o da eriyince kükürt eklenmeye başlanır. Kükürt eklenmesi, karışımın rengi karışımın rengi güvercin kanadı rengi denilen rengi alana değin sürer. Daha sonra da bir kap içerisinde soğumaya bırakılır. Kullanılmak istendiğinde bir döğec havan içinde dövülerek toz durumuna getirilir ve yerine göre ekme, yerine göre de sürme yöntemi ile uygulanır. Hazar bölgesindeki Türklerle Anadolu'ya gelen bu sanat, Van başta olmak üzere, birçok ilde yapılmıştır (Kuşoğlu, 2006, s.199).



Resim 44– Savat Tekniği İle Yapılmış Kolye



Resim 45– Savat Tekniği İle Yapılmış Kolye Ucu

Stampa (Mühür Baskı); Model kalın bir metal kütlenin üst yüzeyine oyularak işlenir. Aynı model metal başka bir metal kütle üzerine ise kabartma olarak üretilir. Böylece sürekli kullanılabilir, kurşun gibi kolayca deforme olmayacak pozitif ve negatif kalıplar üretime hazır hale getirilmiş olur. İnce metal levha bu iki kalıp arasına yerleştirilir. Kuvvetli bir çekiç darbesi ile pozitif ve negatif kalıplar iç içe gömülürken aradaki levhayı ezerek modelin formunu alması sağlanır. Bu teknik günümüz pres makinelerinde seri üretimde hala kullanılmaktadır (Türe, 2000, s.35).



Resim 46 – Stampa Tekniği İle Yapılmış Takı



Resim 47 – Stampa Tekniği İle Yapılmış Küpe

Telkari; altın veya gümüş telleri eğip, bükerek desenler yapmaya ve bu tel motifleri lehim kullanarak birbirlerine veya madeni bir zemin üzerine tutturmaya, telkari (filigre) tekniği denir (Erginsoy, 1978, s.37).



Resim 48 – Telkari Tekniği ile Yapılmış Bileklik

Zanaatkârın hazırladığı taslak ya da zihninde canlandırdığı biçimiyle genel iskeleti hazırlar ve hazırladığı bu iskelete toz kaynağı ile kaynak yapar. Kaynak üfleme borusu ile az ateş verilerek yapılır, ateş çok verilir ise işin kendisi de erir. İskelet ile ana çizgileri hazırlanan çalışmanın boşluk doldurmaları çeşitli süslemelerin uyum içinde yan yana gelmesi sağlanır. Boşluklara konulan motifler toz kaynağı ile birbirine kaynatılır ve eser tamamlanır. Telkariye Vav İşi ya da Çift İşi de denmektedir (Kuşoğlu, 2006, s.220).

2.1.4.5. Değerli Taş ve Mücevherat Tarihi

Takının tarihi günümüzden 30 bin yıl kadar önce Üst Paleolitik Çağ'da başlar. Ancak gerçek anlamda mücevhercilik, değerli madenlerin ince bir çalışma ile işlenebilmesini, değerli süs taşlarının şekillendirilip parlatılmasını, montörle çerçevelenmesini veya diziler yapmak için delinmesini gerektirir. Bir dizi uzmanlık çalışmasını gerektiren bu teknolojik gelişmeye Mezopotamya'da, Mısır'da ve Anadolu'da M.Ö. 4. binyıl sonlarında ulaşılmıştır (Türe, 2000, s.26).

İnsanoğlunun kullandığı ilk mücevher taş devrinde erkeğin hayvan derisinden bir kaytana geçirilen renkli bir deniz kabuğuydu. Aradan çağlar gelip geçtikçe, insanoğlu yeni madenler buldukça, bunları duygusal bir takım güdülerle işleyip taktığı çeşitli süs eşyaları yapmaya devam etti. Bu nedenle, mücevherin insanlık tarihi kadar eski bir geçmişi vardır.

Gerek dinsel nedenlerin, gerekse beğendirme çabasının bir sonucu olarak insanın ilgisini sürekli çeken takıların ilk örnekleri taş, kemik, deniz kabukluları ve fildişinden yapılırken, maden işçiliğinin başlamasıyla bunların yanı sıra tunç, gümüş, elektrik ve özellikle altın takılara yoğunluk kazanmıştır. Önceleri din, tılsım, büyü, uğur gibi kavramların etkisi ile başlayan takı takma, dönem dönem bu anlamlarının yanı sıra, ölü hediyesi, tanrılara sunu, imtiyaz göstergesi, zenginlik ifadesi, hediye ve nihayet güzel görünmek gibi amaçları da kapsamaktadır.

Mücevherler tarih öncesi çağlardan, tarih çağlarına ve günümüze kadar uzanan, tarihi, arkeolojiyi, doğuyu, batıyı, bütün dinleri ve inançları da içine alan çok geniş ve kapsamlı bir sanat ve zenginlik örneğidir.

Tunç Çağı başlarından itibaren altın, gücün ve servetin simgesi olmuş; oksitlenmeyen, parlak sarı rengini hiçbir doğal koşulda kaybetmeyen ve kolayca işlenebilen bu soy metal mücevher tarihi ile özdeşleşmiştir (Türe, 2000, s.11).

İlk uygarlıklar, bilindiği gibi, bereketli nehirlerin vadilerinde doğmuştur: Sümerliler, Dicle ve Fırat, Mısırlılar, Nil, Truva Şehri, Simav Çayı, Hint Uygarlığı ise İndus nehri boylarında gelişip büyümüşlerdir.

Dünyada üretilen ilk altın madenlerinin Batı Asya'da, M.Ö. 4000 yıllarında gelişen Sümer Uygarlığı çağında bulunduğu sanılmaktadır. Daha sonra eski Mısırlılar, Asurlular, Araplar da altın madenlerini işletmişlerdir. Eski Yunan'da, Büyük İskender döneminde, İran'da, Ön Asya'da kurulan uygarlıklarda ve Roma imparatorluğunda da altın işlendiği bilinmektedir.

Sümerliler de süs eşyalarının büyük çoğunluğu altından ve değerli taşlardan yapılırdı. Aynı çağlarda farkı bir coğrafyada Truva'da da süs eşyaları ve aksesuarlar altın ve değerli taşlarda yapılırdı. Daha sonra ise Asur, Babil ve batıda Hititlerde de, aynı altın merakı ve altın süs eşyaları görülmektedir.

Sümer süs eşyaları, bu uygarlığa mensup insanların geleneksel mücevherleri yaygın şekilde kullandıklarını, bunların da hep altından olduğunu göstermektedir. M.Ö. 1000'inci yılda sanat anlayışında önemli bir değişiklik olmuş; eserlere hareket ve anatomi bilgisi yerleşmeye başlarken, altının yine de ağır bastığı görülmüştür. Sonradan bu tarz, Balkanlar'a kadar yayılmıştır. Ayrıca İran'a kadar uzanan yeni süs eşyası arasında, kadınlar için sayısız kolye, pandantif, yüzük, bilezik, iğne yapıldığı görülmüştür.

Sülaleler öncesi dönemden başlayarak, steatit (talk mineralinin pekişik türü) gibi bazı taşların mavi sır ile kaplanması yaygınlık göstermiştir. Kullanımı çok yaygın olan altın, Mısır'ın güney ve güneydoğusunda bulunuyordu. Nadiren saf olan altın, açık sarı rengini içinde belli bir oranda bulunan gümüşten alıyordu. Gümüş altının tersine kolayca yıpranıp yok olduğundan, çok az gümüş takı bulunmuştur. Mısır'lıların tarihi boyunca en çok kullandıkları değerli metal altın olmuştur (Rigault, 2000, s.10).

Mısır mücevherleri form açısından çeşitlilik göstermektedir. Kaşbastılar ve çok çeşitli hükümdar taşları, kadınlar için taşlar, değişik kolyeler, ametist, gümüş, altın ya da fayanstı sıra sıra boncuklar, enli gerdanlıklar, birkaç sıra taş, fayans ya da madenden oluşan göğüs kolyeleri yapılmıştır (Rigault, 2000, s.15).

Girit'teki Miken uygarlığının gelişmesiyle, süs eşyalarının bir ticaret malı haline geldiği görülür. M.Ö. 16. yüzyılda Miken uygarlığı, bütün çevresine, Girit, Rodos, Truva ve Suriye'ye kadar süs eşyaları göndermekteydi. Bu eşyalarda hep altından yapılmaktaydı.

M.Ö. 4. yüzyılda Büyük İskender'in fetihleri sayesinde Eski Yunan'a büyük miktarda altın akmıştır. Aynı dönemde Makedonya topraklarında da altın madenleri çıkarılmaya devam etmiştir. Aynı yüzyılın sonlarına doğru ilk defa olarak eski Yunan mücevherciliğinde altından başka, yarı değerli renkli taşların kullanılmaya başlandığı görülmüştür. Mısır'dan ithal edilen zümrütlerle ve diğer renkli taşlarla ilk bilezik, kolye ve taşlar yapılmıştır.

Doğu Akdeniz ülkelerinin 7. yüzyılın ortalarında Müslüman birliklerce fethedilmesinden sonra, yerel süsleme adetleri önceleri olduğu gibi kaldı. Kûpeler, kolyeler, bilezikler ve yüzükler en sevilen takı türleriydi (Gladiss, 2007, 27).

Avrupa’da Orta Çağ’ın ilk 400 yılından kalan en önemli yapıtlar, küçük el sanatları ürünleri, özellikle de madeni objelerdir. Takılar ve kuyumcu titizliği ile süslenmiş dini eşyalar üzerinde süs taşlarının büyüleyici ışıltıları ve her türlü süsleme motifi ile yapılmış bezemeler, Germenlerin sanatı bir süsleme aracı olarak gören naif anlayışını sergiler.

Erken Ortaçağ Germen sanatının etkilendiği ve özellikle altın işlemeciliğinde tesirini gösteren diğer kaynaklar, Avrasya göçebelerinin stilize hayvan figürleri ve Bizans stilidir.

11. ve 12. yüzyıl orta çağ Avrupa’sında toplumun üst tabakalarında mücevher kullanımı çok yaygındır. O dönemden kalan resim ve betimlemelerde hem erkeklerin hem de kadın ve çocukların takılarla donatıldıklarını gösterir. Bu mücevherlerin çoğunluğu fonksiyonel parçalardır. Kemer, halka, broş, iri pelerin tokaları, korsaj bağı zincirleri gibi birçok takı ve aksesuar, doğrudan giyimle bağlantılıdır. Bazılarının dinsel anlamı vardır, bazılarının uğur getirdiğine inanılır (Türe, 2006, s.29).

13. yüzyılın ikinci yarısı Avrupa’da feodal yapının çözüldüğü ve kent kültürünün yükseldiği dönemdir. Gotik sanat üslubu ortaya çıkar. Kûpe ve bilezikler kullanımdan kalkar; buna karşılık hem soylu hem de burjuva kesiminde taşlar ve diademler popüler olur. Zarif çiçek kompozisyonları ve boncuk dizileri görkemli baş süslerinin başlıca modelleridir.

14. yüzyıl mücevherlerinde değerli metaller, taşı tutan montür olarak kullanılıp ikinci plana geçerken, taşın renk ve parlaklığını artıracak yeni çözümler geliştirildi. Orta Çağda renkli taşlara olan yoğun talebin yarattığı sahtekarlıklardan

mücevher alıcılarını korumak için kanun düzenlemeleri yapılarak altının ametist, granat gibi ucuz taşlarla kullanılması yasaklandı (Türe, 2006, s.31).

15. Yüzyıl, bütün Avrupa'da mücevherciliğin hızlı bir gelişme gösterdiği dönemdir. Fransız, İtalyan, İspanyol ve İngiliz sarayları da, bu sanatı desteklemişlerdir. 14. yüzyılın sonlarından itibaren, kadınların saçlarını altın ve diğer değerli taşlarla süsledikleri yaygın bir şekilde görülmektedir. Saça verilen gösterişli biçimleri daha dayanıklı kılmak için, altın tokalar, firketeler, inci ve diğer değerli taşlardan saç süsleri çok yaygın bir şekilde kullanılmıştır. 15. yüzyılda ise, tokalı iğne modası devam etmiştir. Bu çağda yapılan tablolarda, Meryem Ana'nın iğneyle tutturulmuş pelerinli resimleri görülmektedir.

Rönesans döneminde İtalyan gravürcüleri taş oymacılığı konusunda ustaca eserler ortaya koymuşlardır. Bu tür oymacılık sanatının merkezi Milano olmuştur. Taşlar üzerine genellikle mitolojik öyküler kazınmıştır.

Omuz üzerine yayılan ya da boyna takılan, taşlarla, incilerle bezeli, mineli altın zincirler, gerdanlıklar ve kameolar da Rönesans döneminin tipik takılarıdır. Birkaç parmağa birden takılan yüzükler taşlıdır. Giysilerin üzerine dikilen mücevher düğmeler ve korsaj süsleri Rönesans takıları arasında önemli bir yeri vardır (İrepoğlu, 2000, s.56).

Rönesans çağını izleyen stil akımı, barok tarzıyla beraber 17. yüzyıl içinde belirlenmiştir. Başlangıçta bu alanda İtalya daha sonra Fransa ön plana çıkmıştır. Bu dönemde Rönesans kavramlarının terk edildiği, yerini çiçek motiflerinin aldığı görülmektedir.

17. yüzyılda Avrupa'da elmas miktarı artmıştır. Aynı dönemde elmaslarda kesim teknikleri arttı. Böylece elmaslarda daha önceki örneklerine göre daha çok parlaklık sağlandı. Altın montörlerin elmasın duru berraklığında yarattığı sarı yansımaları gidermek için taş yuvalarının gümüş folyoyla kaplanması, taşların daha da parlak ışıltılar saçmasını sağladı (Türe, 2006, s.50).

17. yüzyıl ortaları monarşilerin güçlendiği, gösterişli törensel kıyafetlerin ve şaşalı bir saray yaşamının yükseldiği yıllardı. Kadınlarda incili bir bant topuzu çevreliyor ve saçın iki yanını mücevher tokaları süslüyordu. Yaratıcı ve esprili modeller olan saç iğneleri yusufçuk, kelebek, tırtıl, salyangoz gibi böcekler; pırlanta ve renkli taşlarla bezenmiş çiçekler; ok ve yay gibi geniş bir repertuara sahiptir. Erkeklerin şapkaları kıymetli taşlar takılmış bantlar, inci sıraları ya da altın zincirlerle çevreleniyordu (Türe, 2006, s.52).

Amerika'nın keşfinden sonra, 16. ve 17. yüzyıllarda, özellikle Meksika ve Kolombiya'daki madenlerden Avrupa'ya bol miktarda altın getirilmiştir. Daha sonra, 1847'de Birleşik Amerika'nın doğusunda bir rastlantı sonucu akarsularda bulunan altın, insanların California'ya akın etmesine sebep olmuştur. Bunu 1851'de Avustralya'daki maden ocaklarının bulunuşu izlemiştir. 1884'te ise Güney Afrika'daki ünlü Transvaal altın madenleri işletilmeye başlanmıştır. 18. yüzyılda Brezilya'da yeni elmas madenlerinin keşfi ile Avrupa'ya gelen elmas miktarlarının artması ağır elmas mücevherler yapımını sağladı.

18. yüzyılda üst sınıftan erkekler de eşleri gibi mücevherlere düşküncü. Şapka süsleri, saat zincirleri, elmas düğmeler, ayakkabı tokaları, kabzaları mücevherli kılıçlar, enfiye kutuları gibi erkek takı ve aksesuarları da kullanılmıştır.

1795 yılında beş konsül yönetimi kuyumcu atölyelerinin yeniden açılmasına izin vermiştir. Ancak eski kraliyet dönemini hatırlatan barok üslup terk edilmiş, yerine Neo-Klasik üslup devrim ruhunun ifadesi olmuştur.

Klasik Yunan stilinde altın zincirler, uzun damla küpeler o dönem moda oldu. Elmaslar ve renkli taşlarla bezenen altın diademler en önemli baş takılarıydı.

Tarihte ilk kez insanın doğadan koptuğu ve doğayı gerçek anlamda kirletmeye başladığı dönemde, 19. yüzyılın ilk sanat akımı olan Romantizm bir tepki hareketi olarak gelişti. Sanayi devrimi ile kuyumcu atölyelerinde yeni teknolojik aletler kullanılmaya başlamıştır (Türe, 2006, s.70).

Aşk sembolleri ile ölüm veya yaşam temalarını işleyen romantik mücevherler, 1800’lü yıllarda hem kadınlar hem de erkekler tarafından kullanıldı. 19. yüzyılın başlarında topaz, krizopras, ametist, garnet, türkuaz gibi birçok taşın birlikte yerleştirildiği polikom mücevherleri de ‘taşların dili’ denilen simgesel bir tarz geliştirildi (Türe, 2006, s.72).

19. yüzyılda arkeolojinin bir bilim dalı olarak kabulü, eski yazılarının çözümlenmeye başlaması, yayınlanan kazı raporları ve buluntu katalogları, İlk Çağ sanatına dolayısıyla İlk Çağ takılarına entelektüel bir ilgi yarattı. Arkeolojik stil, Neo klasik üsluptan farklı olarak antik takı modellerini, günün imalat teknikleriyle ve moda çizgisine göre üretmiyor, doğrudan eski teknikleri kullanıp başarılı kopyalar yapmayı amaçlıyordu (Türe, 2006, s.75).

19. yüzyılda Avrupa’da göç, şehirleşme ve sanayi gibi etkilerin sonucunda yeni bir akım olan Art Nouveau ortaya çıkmıştır. Bu akımla ortaya çıkan takılardaki en tanınan figür, özgürlüğü simgeleyen çıplak veya yarı çıplak kadın figürleridir. Ayrıca çeşitli böcekler ve yılanlar, egzotik bitkiler takılara konu olmuştur. Art Nouveau takılarının karakteristik özelliği tasarımın ön planda olmasıdır. İstenilen etkiyi sağlayabilmek için ucuz materyaller değerli madenler ve değerli taşlarla birlikte çekinilmeden kullanılmıştır.

20. yüzyılda 1. dünya savaşının etkisiyle Art Nouveau sanat akımı yerini Art Deco akımına bırakmıştır. Takı kendisini yönlendiren giyim modasını takip etti. Popüler olan düşük belli giysiler, uzun kolyeler ve sırtı süsleyen pendantlarla bütünlendi. Kolsuz elbiselerin uzun eldivenlerle giyilmesi geniş bilezik tasarımlarını gündeme getirdi. Bele bağlanan kuşaklar, şapkalar ve ayakkabılar dekoratif amaçlı klipslerle süslendi. Kısa kesilen saçlarla birlikte uzun sarkaçları olan küpeler ve süs tarakları moda olmuştur.

I. Dünya Savaşı’nı takip eden çözümsüz döneme tepki olarak doğan ve 1920 ile 1930 yılları arasının hakim stili olan Art Deco’nun mücevherleri, egzotik derecede geometrik ve ağır yapıları, canlı ve zıt renkleri ile karakteristiktir.

Fovizim'in yanı sıra Kübist ve Konstrüktivist hareketlerden de etkilenen mücevher tasarımlarında, üst üste bindirilmiş daireler, dikdörtgenler ve üçgenler görülmeye başladı. Yüzyılın başlarında yapılan arkeolojik kazılarla ortaya çıkan Mısır, Babil, Maya ve Aztek kalıntıları da mücevher tasarımına bu uygarlıkların motiflerini ekledi (Özpınar, 2007, s.58).

1930'arın sonlarında daha yumuşak çizgileri ve daha zengin ifade biçimi ile Retro (geriye dönüş) stili yükseldi. Deco mücevherlerinin genellikle yassı, iki boyutlu parçalar olmasına karşın ilk dönem retro mücevherleri yontu kalitesinde, iki boyutlu parçalardı. Süs taşı kullanımında pırlantanın değerli renklerle kombinasyonu ön plandaydı. Sıcak ve yumuşak görünümlü pembe, sarı ve beyaz altın alaşımları birçok parçada birlikte kullanıp sofistike etkiler yaratıldı (Türe, 2006, s.114).

1940'lı yılların başlarında zirvede olan mücevher gurubu kokteyl takılardır. Art Deco stilinin bir uzantısı olan ama üç boyutlu figüratif etkileri ile Retro özellikleri yansıtan, kırmızı veya sarı altından yapılmış kokteyl takılarının en çarpıcı yanı sitrinler, akuamarin, ametist ve Aytaşlarının yanı sıra yakut ve safir gibi değerli taşların da başarılı kombinasyonlarda birleştirilmesidir (Türe, 2006, s.115).

Mücevher tasarımcılığı açısından büyük bir hareketliliğin yaşandığı 1950'ler ve 1960'ların başları yeni felsefe ve sanat akımlarının yükseldiği, çok yönlü enternasyonal sanatçıların yetiştiği bir Neo Rönesans dönemidir.

1960'lı yıllar moda ve tekstil dünyasında önemli adımların atıldığı dönemdir. Takı tasarımı ve üretiminde buna paralel bir gelişim ve farklılık yaşandı. Önceki dönemlere göre düşünce ve giyim olarak çok farklı olan kadın imajı ile bu imajı ön plana çıkartan medyanın etkilerinin birleşmesi takı kullanımı ve dolayısıyla üretimini geniş çapta artırdı. Takı üretiminin önemli bir sektöre dönüşmesi, takı tasarımı konusunda eğitim veren kuruluşların artması ve yeni çizgilerin teşvik edilmesine yol açmıştır.

1950'lerin Neo Rönesans'ın büyük sanatçıları olan Dali ve Broque'un, geleneksel sanat ve mücevher tasarımlarının uygulama sanatı arasındaki boşluğu kapatmaları 1960'ları da etkilemiştir. El sanatının değerlerine ve mükemmelliğine sahip çıkan yeni neslin farklı şekiller, farklı teknikler ve farklı materyaller arayışı mücevherde değerli, yarı eğerli ve değersiz taş ve metal kavramlarını bir kez daha sorguladı. Meteroit, nobium, paladyum, gibi yeni malzemeler altın, platin, elmas gibi geleneksel malzemelerle harmanlanıp sanatçının bireysel zevklerini ifade etmede kullanıldı (Türe, 2006, s.127).

1970'lerden itibaren sanat akımlarındaki göreceli durgunluk takı ve mücevher sanatını geriye dönüşe yönlendirdi. Tasarımlara daha yuvarlak ve klasik çizgiler hâkim oldu. Ancak birçok tasarımcı takıların doğasını ve sosyalleşmedeki rolünü sorgulayıp özgün ve bireysel tasarımlar yapmaya devam ettiler.

1990'larda Linda Mc Neil, Gril Clement, Patricia Dudgeon ve Eric Russel gibi tasarımcıların takıları, akımın en belirgin özelliği olan yalın geometrik şekiller ve alternatif malzemeler kullanımında birleşti. Ancak bu dönemde hâkim olan genel çizgi, hem firma hem tasarımcı açısından neredeyse bütün tarihsel kaynakların ve natüralist stillerin modernize edilerek ve endüstriyel üretime uyarlanarak kullanılmasıyla sınırlı kaldı (Türe, 2006, s.127).

2.1.4.6. Anadolu Değerli Taş ve Mücevherat Tarihi

Anadolu'da takı kullanımı, insanoğlu'nun avcılık ve toplayıcılık yaşamından yerleşik düzene geçtikleri Neolitik Çağ'a kadar inmektedir (Meriçboyu, 2000, s.16).

İlk Neolitik topluluklar Doğu Karadeniz, Kuzey Suriye, Kuzey Mezopotamya, Güney Doğu Anadolu ve doğu Anadolu'nun güney kesimlerinde gelişip yayılmıştır.

Anadolu'nun Neolitik Çağı'nın seramik öncesi dönemini temsil eden Malatya Caferhöyük, Diyarbakır Çayönü ve Şanlıurfa Göbeklitepe ile Mezraa-Teleilat Höyük'te yapılan arkeolojik araştırmalar; M.Ö. 7 binde, ilk evrelerde çiftçilik ve hayvancılığın temel geçim kaynağı olduğu yerleşik bir yaşam düzenini ve gelişmiş bir taş ve kemik alet yapım teknolojisini göstermektedir (Türe, 2002, s.17).

Bu bölgelerde yapılan kazılarda, hayvan kabuğu, doğal cam, taş ve malakitten yapılmış süs eşyaları bulunmuştur (Bingöl, 1999, s.13).

Orta Anadolu'daki kazılarda ölümlerin boyun ve kollarındaki takılar Neolitik devirde süslenmenin toplumsal önemini belgelemektedir. Takılar arasında doğal bakırdan tavlansarak dövülmüş boncuklar yer almaktadır (Türe, 2002, s.18).

Çatalhöyük'te takı ve süslemeyle ilgili en güzel buluntular yine mezarlardan elde edilmiştir. Evdeki sekilerin altına gömülen kadınların mezarlarından, tahtadan oyulmuş makyaj takımı kutuları; aynalar, deniz kabukları içine doldurulmuş renkli metal oksitler bunları yağlarla karıştırıp makyaj boyası yapmak için kullanılan kemik spatüller, yine kemikten yapılmış sürme çubukları ve pek çok takı çıkarılmıştır. Bu buluntular Neolitik Dönemde makyaj ve takının kadın yaşamının vazgeçilmez bir parçası olduğunu belgelemektedir (Türe, 2002, s.19).

Kalkolitik Çağ'da takılar büyük ölçüde Neolitik Çağ'ın devamı niteliğindedir. Can Hasan Höyüğü'nden çıkan Akik boncuklar, kalsedon takı parçaları önemli buluntulardır.

Silisli sert taşların delinmesi günümüzde bile ancak gelişmiş teknoloji ile mümkün olmaktadır. Ancak Kalkolitik Çağda büyük bir sabır ve beceri ile gerçekleşmiştir.

Kalkolitik dönem madenciliğin gelişimi açısından önemli bir dönem olmuştur. Bakırdan sonra altın ve gümüşü bulup eritmek işleme bu dönemde

gerçekleşmiştir. Kuyumculuğun ilk adımları Kalkolitik Çağda atılmıştır (Türe, 2002, s.27).

M.Ö. 3. binin ilk yarısında çeşitli kalıp ve döküm yöntemleri, güverse, granülasyon, filigre, kakmacılık, kalem işleri ve benzeri kuyumculuk tekniklerinin yanı sıra süs taşı işlemeciliği, fayans, frit ve camdan boncuk yapımı da gelişmiştir.

Erken Bronz Çağında Anadolu'da büyük bir uygarlık kuran Hitit uygarlığından günümüze sayısız takı ve aksesuar kalmıştır. Bunlar; deri üzerine dikilmiş altın parçalardan oluşmuş kemerler, saç örgülerine takılan spiral şekilli altın halkalar, altın kulak tıkaçları gibi birçok ilginç buluntulardır. Ayrıca gümüş ve altından yapılmış üzeri yivli borular şeklindeki âlem sapı kaplamalar, altın ve gümüşle bezenmiş silahlar, ahşap eşyalar üzerine kakma yapılmış olan küçük gümüş süsler, altın, gümüş, bronz ve bronz üzerine altın kaplama pek çok iğne Hitit uygarlığından günümüze taşınmıştır (Türe, 2002, s.37).

Alacahöyük takılarında kuvars, akik ve hematit gibi Anadolu'nun yerli süs taşları sıkça kullanılmıştır.

Hitit uygarlığının yıkılışından sonra güney ve Doğu Anadolu'ya göç eden topluluklar buralarda küçük krallıklar oluşturmuşlardır.

Geç Hitit krallıkları M.Ö. 7. yüzyıl başlarında Asurlular tarafından Ortadan kaldırılıncaya kadar Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da varlıklarını sürdürmüşlerdir.

Geç Hitit modasında kulaklara çok sayıda takılan küpeler dikkat çekmektedir. Ayrıca buruna takılan hızmalar ve ayak bileklerine takılan halhallar bu bölgede kullanılmıştır. Altın kemer, fibularalar, bilezik ve kolyeler bu dönemde de kullanılmıştır (Türe, 2002, s.62).

Van, Çıldır, Urimiy ve Gökçe göllerini içine alan bölgede yaşayan halklar M.Ö. 1000 yılının ilk yarısında birleşerek Urartu krallığını kurmuşlardır (Türe, 2002, s.63).

Urartulara ait duvar resimleri ve heykeltıraşlık eserlerindeki tasvirlerde hem kadınların hem erkeklerin küpe taktıkları, pazı ve ön kol bilezikleri kullandıkları görölmektedir. Erkekler, geniş ve bronz bantlardan yapılmış bel ve omuz kemerleri taşımaktadır.

Urartu altın takıları detaylı ve özenli işçilikleri ile törensel bir görünüşe sahiptir. Çoğunluğu oluşturan gümüş ve bronz takılar, günlük hayata yöneliktir ve genellikle döküm tekniği ile seri üretim tarzında yapılmışlardır. Halk mezarlarından çok miktarda takı çıkarılmıştır (Türe, 2002, s.68).

Frig'ler M.Ö. 8. yüzyılın ikinci yarısında Orta Anadolu'nun yüksek yaylası ile Kızılırmak ve Tuz Gölü arasında güçlü bir devlet olarak tarih sahnesine çıkmışlardır.

Frigler, altını da kullandıkları maden sanatında oldukça ileriye gitmişlerdir. Frig sanatının dönemin modasına gerçek katkısı özgün bir aksesuar formu olan fibulalardır. Gövdesi yay şeklinde olan fibulaların uçları küresimsi süsler, yiv bantlar ya da dikdörtgen parçalar üzerindeki kabartma motiflerle süslüdür (Türe, 2002, s.79).

Lidya Uygarlığı Batı Anadolu'da, Bakırçay, Gediz ve Küçük Menderes ırmaklarının havzasında M.Ö. 1200'lerde kurulmuştur. Lidya antik çağda doğu ve batıdan gelen önemli ticaret yollarının kesiştiği noktada yer alması ve tarım ve doğal kaynakların bolluğu nedeniyle zengin bir devlet olmuştur.

Lidyalılar süs taşları konusunda iyi bir jeoloji bilgisine sahiplerdi. Ateş Opali, Sardoniks, Kalsedon gibi değerli ve yarı değerli süs taşlarını mücevherlerinde bolca kullanmışlardır.

İyonya’lılar M.Ö. 750–700 yılları arasında Batı Anadolu’da (İzmir ve yakın çevresi) kurulmuştur. M.Ö. 650–600 tarihleri arasında İyonyalılar, Miletos kenti önderliğinde; Mısır, Doğu Akdeniz ve Karadeniz’de koloniler kurarak Doğu ile ticari ve kültürel ilişkilerini artırdılar.

Ticaretle zenginleşen İyon kentleri Mısır, Finike, Geç Hitit, Urartu kökenli doğu sanat ürünlerinin yanı sıra Yunanistan ve İtalya’dan da birçok, lüks eşya ithal ettiler.

Değerli taş ve metallere yapılan İyon takıları Yunan plastik sanatlarının bir kolunu oluşturur. Mücevherlerde altın genellikle saf ya da saf yakın ayarlarda kullanılıp üzerinde zengin işçilik uygulanmıştır. Takılarda repousse, fligre, granülasyon gibi birçok kuyumculuk tekniği kullanılmıştır (Türe, 2002, s.87).

Yapılan kazılarda altın ve gümüş taçlar ile mersin, defne, zeytin, sarmaşık dalarlı şeklindeki altın çelenkler gibi birçok eşyanın yanı sıra, altın, gümüş, ya da altın kaplı bronz veya demirden yapılmış pek çok takının da tanrılara sunulduğunu göstermektedir (Meriçboyu, 2000, s.19).

Pers Kralı Kyros’un M.Ö. 546’da Lidya Krallığını yıkmasıyla başlayan Anadolu’daki Akhemenit egemenliği, Büyük İskender’in Kral Dara’yı İssos Savaşında (M.Ö. 330) yenmesine kadar süren ve yaklaşık 200 yıl süren bir dönemi kapsamaktadır (Türe, 2002, s.92).

Dönemin takılarında üçgen, baklava motifi ve üçgen piramit süslemeler çok kullanılmış ve döneme damgasını vurmuştur. Üçgen motifi dinsel anlamlar taşımaktadır. Sardes’te bulunmuş altın montörlü iki oniksin etrafı üçgen dizisi ile çevrilidir. Yuvarlak göz şeklindeki bu taşlar, nazarlık olarak kullanılmaktadır (Meriçboyu, 2000, s.21).

Greko-Pers takılarının en etkileyici grubu, uçları hayvan başları ya da hayvan figürleri şeklinde biten ağır altın ve gümüş bileziklerdir.

M.Ö. 5. yüzyıl Helen Sanatı ve estetiğinin idealist, klasik çizgisine ulaştığı dönemdir. Heykeltıraşlık ve resim sanatındaki gelişmeler bu dönemde kuyumculuğu da büyük ölçüde etkilemiştir. Bu yüzyılda yapılan takıların ortak özelliği insan ve hayvan figürlerinin sıkça kullanımıdır (Türe, 2002, s.99).

Klasik Çağ Grek takıları içerisinde çelenkler, taçlar ve diademler özellikle ilgi çekicidir. Spiral, hilal, kurs ve sarkaç şekilli küpeler, insan, hayvan ve bitki motifleriyle süslenmiştir.

Helenistik Dönem’de yılan bilezikler ve yüzükler yapılmıştır. Yılan biçimli bu takılar, dekoratif oluşları yanında şifa veren sağlık tanrısı Asklepios ve onunla ilgili yeraltı güçleri ile bağlantılıdır; koruyucu işlevi vardır (Meriçboyu, 2000, s.24).

Roma Döneminde Herakles düğümü motifi, her çeşit takıda sevilerek kullanılmıştır. Hilal sarkaçlar çok yaygındır. Yüzüklere birçok işlev kazandırılmış; askeri rütbe belirleme, imtiyaz sahibi kişiler ve evlenme sembolü olarak kullanılmıştır (Meriçboyu, 2000, s.25).

Mücevherlerde altının yanı sıra geniş ölçüde değerli taşlar kullanılmıştır. Bu taşların işlenmesinde büyük bir ustalığa ulaşılmıştır. Sertliği nispeten daha az olan agatlar, kalsedon, granat, opal ve benzeri taşlardan kabaşonlar yapılıyor; safir, topaz, zümrüt, yakut gibi sert değerli taşlar ve tıraşlanmamış elmaslar ile doğal şekilleri ile parlatılıp mücevherler yapılmıştır (Türe, 2002, s.115).

Orta Bizans döneminde Yakındoğu ve yerleşik kültürlerin Bizans Sanatı üzerindeki etkilerinin arttığı, kilisenin güçlü bir kurum olarak düşünce ve sanat dünyasını yönlendirdiği bu dönemin takıları iri ve gösterişli formları ile belirgindir.

Bizans’ın gösterişli sanatının ortaya çıkışında Helenistik gelenek ile Roma geleneğinin önemli payı vardır. Ancak Bizans’ın doğuda yer almasından ve Hristiyan olmasından dolayı, Roma’dan farklı bir niteliğe sahip olduğu görülmektedir (Köroğlu, 2000, s.28).

Bin yıllık bir geçmişi olan ve kökleri M.Ö. 3. binlere kadar inen antik kültürlerle dayanan Bizans mücevherciliği, son dönemlerde çağdaşı olan Anadolu Selçuklularını ve daha sonraki Osmanlı kuyumculuğunu teknik ve form uygulamalarında geniş ölçüde etkilemiştir.

9. yüzyılda Anadolu'ya yerleşen Anadolu Selçuklularının maden sanatında hem İslam hem de Orta Asya'nın etkisi görülmektedir (Karlıklı, 2004, s.4).

Anadolu Selçukluları, altın ve gümüşü ziynet eşyaları dışında ana yapım malzemesi olarak değil, süsleme malzemesi olarak da kullandılar. Sanatçılar bronz, pirinç gibi madenlerden yaptıkları eserlerin belirli yerlerini altın ve gümüşü kakma tekniği olarak süslediler. Kakma ve kalem işinin kullanıldığı gümüş ve altın kakmalı buhurdanlık, havan, şamdan, ayna gibi eserler yapılmıştır (Karlıklı, 2004, s.4).

Selçuklu devri madeni eserleri, süslemeleri bakımından büyük yaratıcılık ve zenginlikle karşımıza çıkarlar. Selçuklu devri madeni eserlerinin üzerinde bitki motifleri, hayvan ve insan figürleri, geometrik desenler ve yazı olmak üzere başlıca dört süsleme elemanının kullanıldığı görülür (Erginsoy, 1978, s.127).

Osmanlı mücevheri, bünyesinde pek çok kültürün zenginliğini barındıran geniş bir imparatorluğun karakteristiğini ortaya koyar; diğer sanat dallarında olduğu gibi kuyumculukta da çeşitli etkileşimler bir araya gelmiştir. Örneğin Bizans, İran, Hint, Arap estetiğinin yanı sıra Rus ve Avrupa estetiğinden izler, dönem dönem Osmanlı beğenisiyle birleşerek takıları biçimlendirir. Bir nakkaş gibi ince çalışan Osmanlı kuyumcusunun eğilimi, taşın şekline en az müdahaleyi yapmaya, taşın şekline uymaya çaba göstermeye yöneliktir (İrepoğlu, 2000, s.103).

16. ve 17. yüzyıllarda Klasik Osmanlı motiflerinin ağırlıkta olduğu mücevherlerde 18. yüzyıldan itibaren, batı etkileri kendini göstermeye başlamış, 19. yüzyılda bu etkiler daha da belirginleşmiştir. Kuyumculuk, padişahlar tarafından sevilmiş ve desteklenmiş bir sanat dalıdır. Yavuz Sultan Selim ve Kanuni Sultan

Süleyman şehzadelikleri döneminde Trabzon'da kuyumculuk öğrenmişlerdir (İrepoğlu, 2000, s.103).

Osmanlı mücevheri içerisinde takılar geniş kullanım alanına sahiptir. Takılarda, Osmanlı ruhunu yansıtan natüralist tasarımlar; çiçekler, dallar, kuşlar, ayrıca ay ve yıldız sevilen takı motifleridir. Bunların yanı sıra geç dönemde armalar, gemiler, fiyonklar da görülmektedir.

Osmanlı kadınının, Batılı kadınlar gibi takılarda birbirin tamamlayan, aynı motifi tekrarlayan takımlar kullanmadığı, aksine mücevherde çeşitliliği tercih ettiği ve takıya büyük önem verdiği sonucuna varılmaktadır. Sanatta, dekorasyonda, giyimde karşıt renklerin uyumunu yansıtan Osmanlı beğenisi, takılara da farklı karakterde parçaların birlikte kullanılmasıyla yansımıştır. Osmanlı takı anlayışını, aynı motifin tekrarlandığı takım halindeki mücevherin tercih edildiği Avrupa takı anlayışından ayıran bu yaklaşımdır (İrepoğlu, 2000, s.110).

2.1.4.7. Dünya'da Değerli Taş ve Mücevherat Sektörü

Endüstriyel altın talebinde en büyük pay mücevherat sektörünün olup, bunu madeni para ve madalyon basımı, elektronik eşya ve dış yapımı izlemektedir (Acar, 2004, s.53).

Dünya değerli mücevherat ticaret hacmi 2005 yılında 2004 yılına göre %5.5 artarak 53.5 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2005 yılı Dünya değerli mücevherat ithalatı 24.4 milyar dolar, Dünya değerli Mücevherat ihracatı ise 29.1 milyar dolardır <<http://www.kobi.mynet.com/pdf/altinvemucevher.pdf>> (11.07.2008).

Dünya Değerli Mücevherat İhracatının Ülkelere göre dağılımı aşağıda verilmiştir.

Ülkeler	Değer (Milyon Dolar)	Pay (%)
İtalya	4,246	14,6
Hindistan	3,357	11,5
A.B.D.	3,160	10,9
Hong Kong	2,640	9,1
İsviçre	2,383	8,2
İngiltere	2,336	8,0
Çin	1,762	6,1
Tayland	1,176	4,0
Türkiye	1,127	3,9
Fransa	940	3,2
Malezya	920	3,2
Almanya	660	2,3
Singapur	523	1,8
Meksika	367	1,3
DİĞERLERİ	3,512	12,1
TOPLAM	29,113	100

<<http://www.kobi.mynet.com/pdf/altinvemucevher.pdf/>> (11.07.2008).

Altın mücevherat dünya ihracatı istatistikleri tek başına verilmediği için, altın mücevherat dâhil, gümüş mücevherat hariç olmak üzere, tüm değerli metallere yapılan mücevherat ihracat istatistikleri alınmıştır. Bununla beraber, altın mücevherat dünya değerli mücevherat ihracatının en büyük kısmını oluşturmaktadır.

2005 yılı Dünya Değerli Mücevherat İthalatının ülkelere göre dağılımı aşağıda verilmiştir.

Ülkeler	Değer (Milyon Dolar)	Pay (%)
A.B.D.	7,000	29
İngiltere	3,044	12
Bir. Arap Emir.	2,201	9
Hong Kong	1,938	8
İsviçre	1,411	6
Japonya	1,168	5
Singapur	970	4
Fransa	863	4
Almanya	517	2
İtalya	469	2
Kanada	318	1
Avustralya	298	1
İspanya	282	1
Meksika	269	1
Hindistan	266	1
Hollanda	202	1
İsrail	194	1
Türkiye	190	1
Tayland	160	1
DİĞERLERİ	1,792	7
TOPLAM	24,473	100

<<http://www.kobi.mynet.com/pdf/altinvemucevher.pdf/>> (11.07.2008).

Altın mücevherat dünya ihracatı istatistikleri tek başına verilmediği için, altın mücevherat dâhil, gümüş mücevherat hariç olmak üzere, tüm değerli metallere yapılan mücevherat ihracat istatistikleri alınmıştır. Bununla beraber, altın mücevherat dünya değerli mücevherat ithalatının en büyük kısmını oluşturmaktadır <<http://www.kobi.mynet.com/pdf/altinvemucevher.pdf/>> (11.07.2008).

Altın talep edilen her ülkede mücevherat imalatı mutlaka yapılmaktadır. Bu ülkelerden bazıları talep ettikleri altını kendi ülkelerinde işleyip mamul mal haline getirirken, bazıları da mamul mal ihtiyaçlarını bu konuda uzmanlaşmış ülkelerden ithalat yoluyla karşılamaktadır. Türkiye, Hindistan, Suudi Arabistan, Mısır, Brezilya ve Meksika gibi gelişmekte olan ülkelerin birçoğunda ulusal altın mücevherat imalat endüstrisi bulunmaktadır. Kuveyt, Abu Dabi, Birleşik Arap Emirlikleri ve İran gibi ülkelerde ise işlenmiş mücevherat eşyalarına duyulan talep, Türkiye ve İtalya gibi ülkelerden yapılan ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Ülkelerin içinde bulunduğu ekonomik, politik ve kültürel farklılıklar, o ülkede yaşayan insanların işlemiş mücevherat eşyası talebini direkt olarak etkilemektedir (Acar, 2004, s.53).

2.1.4.8. Türkiye’de Değerli Taş ve Mücevherat Sektörü

Takıların, bir süs eşyası olmasının yanı sıra, çok sıklıkla rastlandığı üzere, özellikle bilezik gibi türlerinin bir ekonomik sıkıntı anında kolayca paraya çevrilebilmesi gibi özelliklerinden dolayı kişinin gelecek garantisi olarak da tercih edilmesinin etkisiyle, ülkemizde takı imalatı, büyük bir sanayiye dönüşme yolundadır.

Türkiye’de değerli metallerden yapılmış ziynet eşyalarının ihracatı son 10 yılda önemli ölçüde artmıştır. Bu artışla Türkiye’nin endüstrideki sıralaması yükselmiş ve Türkiye bu konuda lider ülkelerden biri haline gelmiştir. Türkiye’de kuyumculuk sektörünün elinde her sene yaklaşık 400 ton altını ve 200 ton gümüşü işleyerek mücevherata dönüştürme kapasitesi vardır. Ancak bu kapasitenin tamamı kullanılmamaktadır. Türkiye dünya altın mücevherat üretiminde ilk 5 ülke arasında yer almakta, dünya mücevherat otoriteleri de Türkiye’yi İtalya’ya bir rakip olarak göstermektedirler <<http://www.immib.org.tr/mucevher/>>(11.07.2008).

Halihazırda, 200 – 1500 arası kalifiye eleman çalıştıran 50’den fazla büyük şirket bulunmaktadır. Türk imalat sanayileri arasında en büyüklerinden biri olan

değerli maden ve mücevherat sektörü, yaklaşık 250.000 kişiye istihdam olanağı sağlamaktadır.

Altın mücevherat üretim merkezi İstanbul'dur. Ancak Ankara ve İzmir'de de sektör üretimi yoğun bir şekilde devam etmektedir. Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da bulunan bazı şehirlerde de altın mücevherat üretimi yapılmaktadır. 1995 yılında İstanbul'da bir Altın Borsası kurulmuş olup 2002 Şubat ayında da bir altın rafinerisi üretime başlamıştır <<http://www.immib.org.tr/mucevher/>>(11.07.2008).

Takı sektörü ülkemizin zengin tarihi ve kültürel iklimi içerisinde büyüyen gelişmektedir. Anadolu'da 5000 yıllık geçmişe sahip mücevher sanatının bugünkü temsilcileri olan üreticiler, bu büyük mirası modern üretim teknolojisi, kaliteli işçilik, rekabetçi fiyatlar ve özgün tasarım anlayışı ile birleştirme çabasını göstermektedirler.

Dünyada tasarım zenginliği açısından Türkiye, şanslı ülke konumundadır. Rakip ülke tasarımcıları müzelerden ve tarih kitaplarından yararlanırken Türk tasarımcıları aynı coğrafyada doğdukları Hitit, Truva, Urartu ve Roma medeniyetlerinden daha hızlı bir şekilde esinlenmektedirler. Sahip olunan bu kültürel zenginliği, aldıkları evrensel nitelikteki eğitimle birleştiren tasarımcılar, ürünlerini uluslar arası piyasalardaki çok sayıda müşterilerinin beğenisine sunmaktadırlar.

Kuyumculuk sektöründe özellikle son yıllarda büyük ilgi görmeye başlayan yarı kıymetli taşların bir bölümü Türkiye'de var; jeolojik oluşum koşulları düşünüldüğünde başka türde taşların bulunma olasılığı da çok yüksek. Ancak Türkiye'de üretim potansiyeli bulunan yarı kıymetli taşların daha sağlıklı değerlendirilebilmesi için öncelikle konuyla ilgili eğitimin yaygınlaştırılması ve yatakların bulunduğu yörelerde yaşayanların bilinçlendirilmeleri gerekmektedir.

Ankara, İstanbul ve İzmir'deki atölyeler taş üzerinde basit kesme, şekillendirme ve yontma işlemleri yaparken değerli ve yarı-değerli taşlar ve metaller pazarındaki küçük ölçekli bazı firmalar da üretim faaliyetlerinde bulunmaktadır. Ülkemizde son on yılda yapılan yatırımların amacı yarı-değerli taşlar için kazı

yapacak tesisleri kurmak olmuştur. <<http://www.immib.org.tr/mucevher/>> (11.07.2008).

Son yıllarda takıya olan ilginin çok artması ile birlikte bu sektörde iş görenlerin sayısında da bir artış izlenmiştir. Üretime ve tasarıma mühendis ve mimarların da katkısıyla, atölyelerde üretim yanında evlerde kişisel zevk ve beğenin, hayal gücünün de etkisiyle çok değişik renk, malzeme, boyut ve tasarımlarda takılar piyasaya çıkmaktadır. Günümüzde takı tasarımı konusunda eğitim veren yüksek okullar da devreye sokulmuştur. Bunlar arasında Marmara Üniversitesi'nin iki yıllık eğitim veren bölümü ile, Ege Üniversitesi'nin dört yıllık takı tasarımı bölümü sayılabilir.

Türkiye altın takı sektöründe 1990'lı yılların başından itibaren, gerek yurt içi piyasada, gerekse ihracat piyasalarında çok büyük bir gelişme göstermiştir.

Türkiye kuyumculuk sektörü 1990 yıllarında 70000 kişiyi istihdam ederken günümüzde bu rakam 250000 kişiye ulaşarak önemli oranda istihdam artışının göstergesi olmuştur. Sektörde ortalama işletme tipi üretimde atölye düzeyinde irili ufaklı yaklaşık 10000 civarındadır. Buralarda çalışan kişi sayısı 50000 olarak tahmin edilmekte ve atölyelerde ortalama 4 – 5 kişinin çalıştığı görülmektedir (Acar, 2004, s.115).

Halen 32 sayılı Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 sayılı Karar'a göre kıymetli madenler, taşlar ve eşyaların Dış Ticaret Rejimi esasları dâhilinde Türkiye'ye ithali ve ihracı serbesttir. Ancak, işlenmemiş kıymetli madenlerin ithal ve ihracında gümrük idarelerine beyan verilmesi esas olup, ithalat ve ihracat Rejim, Karar ve Yönetmelikleri uygulanmamaktadır. İşlenmemiş kıymetli madenlerin ithali, Merkez Bankası ile kendi mevzuatlarındaki hükümler saklı kalmak kaydıyla Kıymetli Madenler Borsası üyesi Kıymetli Maden Aracı Kuruluşları tarafından yapılmaktadır <<http://www.immib.org.tr/mucevher/>> (11.07.2008).

İstanbul Değerli Maden ve Mücevherat İhracatçıları Birliği'nin verilerine göre kuyumculuk sektörü 2004 yılında yaklaşık 847 milyon dolar değerinde 105 ton'luk altından mamul mücevherci ve kuyumcu eşyası ihraç etmiştir. 2005 yılında ise anılan türde % 18'lik artışla 1 milyar dolar değerinde 110 ton'luk ihracat gerçekleştirilmiştir <<http://www.immib.org.tr/mucevher/>> (11.07.2008).

Dünyanın en büyük değerli maden ve mücevherat ihracatçısı ülkesi İtalya'yı Türkiye izlemektedir. Dünya altın takı üretiminde ise Türkiye yine İtalya'yı ve Hindistan'ı izlemektedir.

Türkiye'nin altından mamul mücevherci ve kuyumcu eşyası sattığı başlıca ülkeler şunlardır: Amerika Birleşik Devletleri (ABD), Birleşik Arap Emirlikleri (BAE), İtalya, Rusya Federasyonu, İspanya, Almanya, Litvanya, Libya, Letonya, İsrail, İngiltere ve Kazakistan'dır. Gümüşten mamul mücevherci ve kuyumcu eşyalar ise en çok Romanya, ABD, Almanya, Polonya, İtalya, Rusya Federasyonu, İspanya, Macaristan, Litvanya, İngiltere, Bulgaristan, BAE, Cezayir, Yunanistan ve İsrail'e ihraç edilmektedir. <<http://www.immib.org.tr/mucevher/>> (11.07.2008).

2.1.4.9. Türkiye'de Mücevher, Takı Tasarımı ve Kuyumculuk Eğitimi Veren Kurumlar

Türkiye'de kuyumculuk ve mücevher tasarımı gibi alanlarda birçok eğitim kurumunda öğrenci yetiştirilmektedir. Bu kurumlar arasında çeşitli illerdeki meslek liseleri, çıraklık okulları, olgunlaşma enstitüleri ve üniversitelerin ön lisans ve lisans kurumları yer almaktadır.

Meslek Liselerindeki kuyumculuk ve takı tasarımı eğitimi M.E.B. tarafından ortak bir ders programı ile verilmektedir. Çıraklık eğitiminde M.E.B. tarafından hazırlanan eğitim programı tüm illerdeki çıraklık okullarında uygulanmaktadır.

Çıraklık ve Yaygın Eğitim Genel Müdürlüğü Kuyumculuk Bölümü;

Ustalık Bölümü; Kuyumculuk Teknolojisi Alanı Program İçeriği

- Bilgisayarda Takı Tasarımı
- Takı Çizimi Üretimi
- Kuyumculuk (Altın-Gümüş İşlemeciliği)
- Takı Tasarımı
- Vitrin Kuyumculuğu Değer Biçme

<<http://www.cygim.meb.gov.tr/ciraklikegitimicdicerigi/>> (08.07.2008).

Meslek Liseleri Kuyumculuk Teknolojisi Bölümü;

Meslek liselerinde alınması gereken zorunlu derslerle birlikte öğrencilerin takı tasarımı ve üretimi konusunda aşağıdaki dersleri almaktadırlar.

- Etüt ve Takıda Detay
- Şekillendirme Teknikleri
- Mum Modelaj
- Takıda Döküm
- Takı Çizim ve Üretimi
- Takı Tarihi
- Takı Tasarımı
- Bilgisayarda Tasarımı
- Yöresel Takı Uygulamaları
- Takı Yüzeyini Süsleme
- Hazır Malzeme Takıları

<<http://www.okulweb.meb.gov.tr>> (05.07.2008).

Takı Tasarımı Eğitimi Veren Üniversiteler ve Bölümleri;

Türkiye’de çeşitli üniversitelere bağlı meslek yüksek okullarında ve fakültelerde YÖK tarafından hazırlanan programa göre kuyumculuk ve mücevher tasarımı konusunda eğitim verilmektedir.

- **Adnan Menderes Üniversitesi Karacasu Meslek Yüksekokulu**
Takı Tasarımı ve Süs Taşları İşlemeciliği Programı
- **Afyon Kocatepe Üniversitesi İncehisar Meslek Yüksekokulu**
Takı Tasarımı ve Süs Taşları İşlemeciliği Programı
- **Atatürk Üniversitesi Oltu Meslek Yüksekokulu**
Kıymetli Taş ve Metal İşlemeciliği Programı
- **Balıkesir Üniversitesi Dursunbey Meslek Yüksek Okulu**
Takı Tasarımı ve Süs Taşları İşlemeciliği Programı
- **Dokuz Eylül Üniversitesi İzmir Meslek Yüksekokulu**
Gemoloji ve Mücevherat Programı
- **Dumlupınar Üniversitesi Kütahya Meslek Yüksekokulu**
Uygulamalı Takı Teknolojisi Programı
- **Gaziantep Üniversitesi Gaziantep Meslek Yüksekokulu**
Uygulamalı Takı Teknolojisi Programı
- **Gazi Üniversitesi Beypazarı Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu**
Kuyumculuk ve Takı Tasarımı Programı
- **İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu**
Kuyumculuk ve Takı Tasarımı Programı

- **Kocaeli Üniversitesi Değirmendere Meslek Yüksekokulu** Uygulamalı Takı Teknolojisi Programı
- **Mersin Üniversitesi Takı Tasarımı ve Teknolojisi Yüksekokulu**
- **Mersin Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu** Uygulamalı Takı Teknolojisi Programı
- **Muğla Üniversitesi Milas Sıtkı Koçman Meslek Yüksekokulu** Kuyumculuk ve Takı Tasarımı
- **Süleyman Demirel Üniversitesi Gönen Meslek Yüksekokulu** Uygulamalı Takı Teknolojisi Programı

<<http://www.yok.gov.tr/universiteler/universiteler.htm>> (05.07.2008).

Üniversitelerde Takı, Kuyumculuk ve Süs Taşları Tasarımı Eğitimi Programında şu dersler yer almaktadır.

- | | |
|---------------------------|--------------------------------------|
| • Türk Dili | • Atatürk İlke ve İnkılâpları Tarihi |
| • Yabancı Dil | • Bilgisayar |
| • Temel Sanat Eğitimi | • Kuyumculuk Tekniğine Giriş |
| • Malzeme Bilgisi | • Modelaj |
| • Sanat Tarihi | • Mesleki Resim |
| • Kuyumculuk Teknikleri | • Kalite ve Güvence Standartları |
| • Ürün Tasarımına Giriş | • Tasarım İlkeleri |
| • Ürün Tasarımında Form | • Anlatım ve Çizim Teknikleri |
| • Temel Bilgi Teknolojisi | • Fizik |
| • Perspektif | • Ürün Tasarımı |
| • Tasarım Tarihi | • Sunum Teknikleri |
| • Model Yapım Teknikleri | • Statik |
| • Malzeme | • Ürün Tasarımı |
| • Üretim Yöntemleri | • Ergonomi |

- Bilgisayar Destekli Tasarım
- Görsel Algılama
- Pazarlama
- Ürün Tasarımı
- Tasarım Hukuku
- Tüketici Davranışları
- Ürün Tasarımı
- Mukavemet
- Ürün Grafiği
- Ürün Tasarımında Marka
- Yeni Ürün Geliştirme
- Tasarım ve Kalite
- Portfolyo Tasarımı
- Sözel İletişim Teknikleri

<<http://www.yok.gov.tr/universiteler/universiteler.htm>> (05.07.2008).

2.2. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bektaş (2007)'ın Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi'nin hazırladığı literatür taramasına dayalı olarak yapılan bu araştırmada Türk altın ve mücevherat sektörünün yapısı, üretim kapasitesi, dış ticaret ihracatı, ve ithalatı konusundaki istatistik bilgilere yer verilmiştir. Ayrıca Dünya'da altın ve mücevherat üretimi ve sektörün durumu, ülkelerin altın ve mücevherat ihracatı ve ithalatındaki dağılımları ve Türkiye'nin bu dağılımdaki konumuna yer verilmiştir. Türkiye ve Dünya'da önemli altın ve mücevherat üretimi yapan firmalar ile altın ihracatı konusundaki gelişmelere yer verilmiştir.

Gerdan (2007)'ın literatür taramasına dayalı olarak yapılan araştırmasının amacı; Takı ve Takı Tasarımının Eğitimdeki Yeri ve Önemi tespit etmektir.

Takı tasarımı eğitiminin, öneminin, ürün kalitesi ve verimlilik artışının sağlanabilmesi için tasarım eğitiminin öneminin ve yararlarının vurgulanması gerekmektedir. Bu araştırmada kuyumculuk ve mücevherat sektöründe takı tasarımının yerinin tespiti amaçlanmıştır. Değişen ve hızla gelişen teknoloji, kuyumculuk ve mücevherat üretiminde süreklilik, kalite ve verimliliğin artırılması için tasarım eğitiminin gerekliliğini gündeme getirmiştir. Bu araştırmada takı tasarımının eğitimdeki yeri ve öneminin verimliliğe etkileri konusundaki düşünce ve uygulamalar belirlenerek bu alanda ilgili eğitimin gerekliliği sunulmuştur.

Bilgin (2006)'in İstanbul Ticaret Odası Dış Ticaret Şubesi Uygulama Servisi tarafından literatür taraması ile yapılan bu araştırmasında Takı Sektörünün Profili konusunda bilgilere yer verilmiştir. Araştırmada takının tanımı, tarihçesi, takı tasarımının önemi ve mücevherat tasarımında önde gelen ülkeler ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Dünya'da takı sektörünün mevcut durumu, Türkiye'de takı üretimi, takı ihracatı ve Türk Takı Sektörünün gelişimi için öneriler yer almaktadır.

Yılmaz (2006)'ın Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi tarafından literatür taramasına dayalı olarak yapılan bu araştırmasında Altın Mücevherat konusunda önemli bilgilere yer verilmiştir.

Türk Altın Mücevherat Sektörü'nün üretim kapasitesi, Dünya pazarında ithalat – ihracat payı ve bir sektör olarak Türk Mücevherat Sektörünün mevcut durumu hakkında bilgilere yer verilmektedir. Dünya'da altın mücevherat ithalatındaki ve ihracatında ülkelerin istatistiksel dağılımlarına yer verilmiştir.

Acar (2004)'in literatür taramasına dayalı olarak yapılan araştırmasının amacı 1980 Sonrası Dönemde Türkiye'de Altın Piyasası ve Türkiye'de Altın Piyasasının Gelişimi İçin Bir Model Önerisi ortaya sunmaktır.

Konu olarak çalışmada; altının genel nitelikleri, Dünya'da ve Türkiye'de altın piyasaları irdelenmiş ve 1980 sonrası Türk Altın Piyasasının yeniden yapılandırılması çerçevesinde altın piyasasının geçirdiği evreler temel alınarak gelecek yıllar için bir perspektif çizilmeye çalışılmıştır. Ve bu çerçevede ilk önce Türkiye'nin altın madenciliğinde mevcut potansiyeli harekete geçirilerek Güney Afrika'dan sonra dünyanın 2. altın madeni üreticisi ülke olabileceği iddiası desteklenmiştir.

1980 sonrasında Türk Altın Piyasasının ortaya koyduğu reform sürecini ve 24 Ocak kararları ile başlayan süreçte uygulanan liberal mali politikalar ışığında altın piyasasının yeniden yapılanma çalışmalarını analiz edilmiştir. Bu gelişmeler ışığında

önümüzdeki 20 yıl için Türk Altın Piyasasının Dünya altın piyasaları içinde lider piyasa olabileceği iddiasıyla ortaya yeni modeller ileri sürülmüştür.

Değerli Taş, Mücevherat ve Takı ile ilgili yapılan bu araştırmalar çoğunlukla literatür taramasına dayalı olarak yapılmıştır. Araştırmalarda altın piyasası ve altın mücevher üretimi, Türkiye'nin mücevher ihracatı ve ithalatı konusunda bilgilere yer verilmiştir. Ayrıca takı tasarımı eğitiminin yeri ve önemi konusunda araştırmalar yapılmıştır.

Yapılan bu araştırmalar literatür taramasına yönelik araştırmalar olduğu için Değerli Taş ve Mücevherat Sektöründe Tasarım Eğitiminin Yeri ve Önemi konulu bu tezle kavramsal bilgi açısından benzemektedir. Ancak bu araştırma mücevherat sektörünün tasarım eğitimi konusunda görüşlerini almaya yönelik anket tekniğiyle yapılan araştırma olduğu için yukarıdaki araştırmalara göre farklılık göstermektedir.

BÖLÜM III

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örneklem, verilerin toplanması ve verilerin analizinde kullanılan istatistiksel teknikler açıklanmıştır.

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırmada araştırma modellerinden genel tarama modeli uygulanmıştır.

Genel tarama modeli, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evrenin tümü ya da ondan alınacak bir örneklem üzerinde yapılan taramadır. Tarama modelleri geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan bir yaklaşımdır (Karasar,1991, s.77).

Ankara, İstanbul ve İzmir illerinde bulunan, değerli taş ve mücevherat üretimi yapan firmalarda bu araştırma yapılmıştır. Verilerin toplanması ve yorumlanmasında nicel araştırma yöntemi olan anket yöntemi kullanılarak, firma yöneticileri ve tasarımcılarının üretim, gelişim ve tasarım eğitimi konusundaki yaklaşımları araştırılmıştır.

3.2. Çalışma Evreni

İstanbul Değerli Taş ve Mücevherat İhracatçıları Birliği verilerine göre; Türkiye’de 500 civarında büyük, küçük ve orta ölçekli mücevher üretimi yapan firma mevcuttur. Mücevher üretim merkezi İstanbul olmakla beraber, Ankara ve İzmir illerinde de önemli miktarda üretim yapılmaktadır.

<<http://www.immib.org.tr/mucevher./>> (11.07.2008).

Bu araştırmanın çalışma evrenini Ankara, İstanbul ve İzmir illerindeki değerli taş mücevherat üretimi yapan firma yetkilileri (100) ve tasarımcıları (100) oluşturmaktadır. Araştırmanın çalışma evreni Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmanın çalışma evreni

İLLER	FİRMA YETKİLİSİ	TASARIMCI
	Sayı	Sayı
İSTANBUL	55	55
ANKARA	27	27
İZMİR	18	18
TOPLAM	100	100

Firmaların adresleri TOBB’dan, Ankara Kuyumcular ve Saatçiler Odasından ve İstanbul Değerli Taş ve Mücevherat İhracatçıları Birliğinden alınmış, firmaların yoğun olarak bulunduğu bölgeler önceden tespit edilerek planlama yapılmıştır.

3.3. Veri Toplama Tekniği

Bu araştırmada Değerli Taş ve Mücevherat Sektöründe Tasarım Eğitiminin Yeri ve Önemine ilişkin firma yetkilisi ve tasarımcıların görüşleri Ek-1 ve Ek-2 bulunan anketler yoluyla toplanmıştır. Anketler firma yetkilisi için A, tasarımcı için ise B formu olarak hazırlanmıştır. Her iki gruba da aynı sorular sorulmuştur.

Anketin hazırlanmasında kapsam geçerliliği için literatürden, uzman ve yetkili kişilerin görüşlerinden yararlanılmıştır. 48 sorudan oluşan anket taslağı gerekli düzeltmeler yapılarak 34 soruya indirilmiştir.

Anketin 1. bölümünde firma ile ilgili genel bilgiler, yetkili ve tasarımcıların eğitim durumuna ilişkin 4 soru sorulmuştur. Bu sorular evet-hayır ve çoktan seçmeli sorular olarak hazırlanmıştır.

Anketteki diğer 30 soru alt amaçlara göre gruplandırılarak hazırlanmış analizleri bu gruplandırmaya göre yapılmıştır. Bu bölümde 5’li likert ölçeği kullanılmıştır. Bunlar, tamamen katılıyorum (5), ortanın üstünde katılıyorum (4), orta düzeyde katılıyorum (3), ortanın altında katılıyorum (2) ve katılmıyorum (1) şeklinde düzenlenmiştir. Her seçeneğe karşılık gelen puan aralıklarının eşit olduğu (4/5) düşüncesinden hareket edilerek seçeneklerin sınırları aşağıdaki gibi (Tablo 2) belirlenmiştir.

Tablo 2. Ölçek seçenekleri ile ilgili puan aralıkları

Seçenekler	Maddelere Verilen Puanlar	Puan Aralığı
Tamamen katılıyorum	5	4.20 – 5.00
Ortanın üstünde katılıyorum	4	3.40 – 4.19
Orta düzeyde katılıyorum	3	2.60 – 3.39
Ortanın altında katılıyorum	2	1.80 – 2.59
Katılmıyorum	1	1.00 – 1.79

Bu puan aralığına göre 2.60 ve yukarısı olumlu katılım olarak kabul edilmiştir.

Anketler, firma yetkilisi ve tasarımcılar ile birebir görüşülerek yapılmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Bu araştırmada elde edilen betimsel veriler, istatistiksel yöntemler kullanılarak yorumlanmıştır. Araştırmada SPSS programı kullanılmış elde edilen sonuçlar tablolar halinde sunulmuştur.

Araştırmada, alt amaçlara göre uygulanmış anketlerin analizlerinde yüzde frekans, t testi ve aritmetik ortalama kullanılmıştır. Anketin 1. ve 2. alt amacında yüzde frekans ve aritmetik ortalama, 3. alt amacında t testi ve aritmetik ortalama kullanılarak verilerin analizi yapılmıştır.

BÖLÜM IV

BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde, değerli taş ve mücevherat sektöründeki firma yetkilileri ve tasarımcılardan anket yoluyla toplanan verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular, araştırmanın alt amaçlarına göre gruplandırılarak yorumlanmıştır. Firmaların tasarım profiline, işyeri üretim bilgilerine, araştırma ve geliştirme etkinliklerine, tasarımcı istihdamındaki önemli konulara ve tasarım eğitimi konusundaki görüşlere yer verilmiştir.

4.1. Değerli taş ve mücevherat sektöründeki tasarım profiline ilişkin firma yetkililerinin ve tasarımcıların görüşleri

Firma yetkililerinin tasarımcıların, sektörün tasarım profiline ilişkin, mesleğiyle ilgili eğitim alma durumuna, işyerinde tasarım departmanı olma durumuna, tasarım departmanında çalışan tasarımcı sayısı ve tasarım departmanlarının faaliyet süreleriyle ilgili görüşleri Tablo 3.a, 3.b, 3.c’de yer almaktadır.

Tablo 3.a. Firma yetkililerinin ve tasarımcıların değerli taş ve mücevherat sektöründeki tasarım profiline ilişkin görüşleri

Yanıtlar Görüşler		Evet		Hayır		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
1. Firma yetkilisinin ve tasarımcısının mesleğiyle ilgili eğitim alma durumu	Yetkili	29	29	71	71	100	100
	Tasarımcı	74	74	26	26	100	100
2. İşyerinde tasarım departmanı olma durumu	Yetkili	69	69	31	31	100	100
	Tasarımcı	100	100	--	--	100	100

Tablo 3.a. incelendiğinde meslekleriyle ilgili eğitim alma durumuyla ilgili firma yetkililerinin % 71'i "hayır", yanıtını % 29'i "evet" yanıtını, firma tasarımcılarının ise % 74'ü "evet", yanıtını % 26'sı "hayır" yanıtını vermiştir. İşyerinde tasarım departmanı olma durumuna ilişkin firma yetkililerinin % 69'u "evet" yanıtını, % 31'i "hayır" yanıtını, firma tasarımcılarının % 100'ü "evet" yanıtını, yanıtını vermiştir.

Tablo 3.a.'daki verilere göre firma yetkililerinin büyük bölümünün meslekleriyle ilgili eğitim almadığı, firma tasarımcılarının ise büyük bölümünün meslekleriyle ilgili eğitim aldığı söylenebilir. Firma yetkililerine göre firmaların % 69'luk büyük bir bölümünde tasarım departmanı olduğu, tasarımcılara göre ise tasarımcı bulunan tüm firmalarda tasarım departmanı olduğu söylenebilir.

Firma yetkililerine ve tasarımcılara sorulan 3. ve 4. sorularda işyerlerinde tasarım departmanı var ise bu sorulara yanıt vermeleri istenmektedir. İşyerlerinde tasarım departmanı olan firma yetkililerinden 69'u bu sorulara yanıt vermiştir.

Tablo 3.b. Firma yetkililerinin ve tasarımcıların değerli taş ve mücevherat sektöründeki tasarım profiline ilişkin görüşleri

Yanıtlar Görüşler		1 Kişi		2 Kişi		3 Kişi		4 Kişi		5 ve üzeri		Toplam	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
3. İşyerinde tasarım departmanı var ise kaç kişi çalışmaktadır?	Yetkili	17	24,6	20	28,9	11	15,9	9	13	12	17,4	69	100
	Tasarımcı	21	21	24	24	24	24	19	19	12	12	100	100

Firmaların tasarım departmanlarında çalışan tasarımcı sayısının yer aldığı tablo 3.b.'de görülen verilere göre firma yetkililerinin; % 28,9'unda 2 kişi, % 24,6'sında 1 kişi, % 17,4'ünde 5 ve üzeri, % 15,9'unda 3 kişi ve % 13'ünde 4 kişi

yanıtını, firma tasarımcılarının ise; % 24'ünde 2 kişi, % 24'ünde 3 kişi, % 21'inde 1 kişi, % 19'unda 4 kişi ve % 12'sinde 5 ve üzeri kişi çalışmaktadır yanıtını verdiği görülmektedir.

Firma yetkililerine göre firmalarda en çok % 28,9 oranla 2 tasarımcı ve % 24,8 oranla 1 tasarımcı çalıştığı görülmektedir. Firma tasarımcılarına göre firmalarda en çok % 24 oranlarıyla 2 veya 3 tasarımcı ve % 21 oranla 1 tasarımcı çalıştığı görülmektedir. Buna göre firmaların büyük bölümünde 1 ile 3 arasında tasarımcı çalıştığı söylenebilir. Firmalarda en az 5 ve üzerinde tasarımcı çalıştığı söylenebilir.

Tablo 3.c. Firma yetkililerinin ve tasarımcıların değerli taş ve mücevherat sektöründeki tasarım profiline ilişkin görüşleri

Yanıtlar Görüşler		1 – 5		6 – 10		11 – 15		16 – 20		21 ve üzeri		Toplam	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
4. İşyerinde tasarım departmanı var ise faaliyet süresi (yıl)	Yetkili	9	13	20	28,9	15	21,7	17	21,6	8	11,6	69	100
	Tasarımcı	19	19	20	20	15	15	26	26	21	21	100	100

İşyerlerindeki tasarım departmanlarının kaç yıldır faaliyet gösterdiğine yönelik, firma yetkililerinin verdiği oranlar şöyledir: firmaların % 28,9'unda 6 ile 10 yıl arasında, % 21,7'sinde 11 ile 15 yıl arasında, % 21,6'sında 16 ile 20 yıl arasında, % 13'ünde 1 ile 5 yıl arasında ve % 11,6'sında 21 ve üzeri yıl faaliyet gösterdiği, firma tasarımcılarının görüşlerine göre; firmaların % 26'sında 16 ile 20 yıl arasında, % 21'inde 21 ve üzeri yıl arasında, % 20'sinde 6 ile 10 yıl arasında, % 19'unda 1 ile 5 yıl arasında ve % 15'inde 11 ile 15 yıl arasında faaliyet gösterdikleri görülmektedir.

Firma yetkililerine göre işyerlerindeki tasarım departmanlarının en fazla 6 ile 10 yılları arasında kurulduğu görülmektedir. Tasarımcılara göre işyerlerindeki tasarım departmanlarının en fazla 16 ile 20 yılları arasında kurulduğu görülmektedir. Buradan yola çıkarak mücevher sektöründe faaliyet gösteren firmaların büyük bölümünde tasarım departmanlarının yaklaşık son 20 yıldır faaliyet gösterdiği söylenebilir.

Firma yetkililerinin ve tasarımcıların değerli taş ve mücevherat sektöründeki tasarım profiline ilişkin görüşlerine genel olarak bakıldığında, firma yetkililerinin büyük bölümünün mesleğiyle ilgili eğitim almadığı, tasarımcıların ise büyük bölümünün mesleğiyle ilgili eğitim aldığı görülmüştür. Firmaların büyük bölümünde tasarım departmanı olduğu düşünülmektedir. Firmaların tasarım departmanlarında en fazla 1 ile 3 tasarımcı çalıştığı ve firmaların tasarım departmanlarının son 20 yıldır faaliyet gösterdiği görülmektedir.

4.2. Değerli taş ve mücevherat sektöründeki firma yetkililerinin ve tasarımcıların işyeri üretim bilgilerine ilişkin görüşleri

Firma yetkililerinin ve tasarımcılarının işyeri üretim bilgilerine yönelik dağılımları Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. Firma yetkililerinin ve tasarımcılarının işyeri üretim bilgilerine yönelik görüşleri (n=100)

Yanıtlar		Tamamen Katılıyorum		Ortanın Üstünde Katılıyorum		Orta Düzeyde Katılıyorum		Ortanın Altında Katılıyorum		Katılmıyorum		$\overline{X}$
		5		4		3		2		1		
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
5. Değerli taşlarla mücevher üretimi yapılmaktadır.	Yetkili	36	36	31	31	20	20	8	8	5	5	3.85
	Tasarımcı	31	31	35	35	21	21	7	7	6	6	3.78
6. Yarı değerli taşlarla mücevher üretimi yapılmaktadır.	Yetkili	44	44	20	20	18	18	12	12	6	6	3.84
	Tasarımcı	39	39	24	24	17	17	15	15	5	5	3.77
7. Değerli madenlerle mücevher üretimi yapılmaktadır	Yetkili	65	65	17	17	13	13	5	5	--	--	4.42
	Tasarımcı	57	57	21	21	19	19	3	3	--	--	4.32
8. Kendi markamızla mücevher üretimi yapılmaktadır.	Yetkili	73	73	13	13	8	8	4	4	2	2	4.51
	Tasarımcı	76	76	13	13	9	9	2	2	--	--	4.63
9. Özgün tasarımlara sahip mücevherler üretilmektedir.	Yetkili	43	43	30	30	17	17	6	6	4	4	4.02
	Tasarımcı	61	61	23	23	12	12	4	4	--	--	4.41

Tablo 4’ e bakıldığında değerli taşlarla mücevher üretimi konusunda firma yetkililerinin; % 36’sının en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 5’inin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, firma tasarımcılarının ise; % 35’inin en yüksek ortalama ile ortanın üstünde katılıyorum, % 6’sı en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını vermişlerdir.

Tablo 4' göre firma yetkililerinin ve tasarımcılarının ortak görüşüne göre mücevher üretimi yapan firmaların büyük bölümünde değerli taş kullanılmaktadır. Firmaların az bölümünde ise değerli taş kullanılmamaktadır. Buna göre değerli taş ve mücevherat sektöründe değerli taşlarla mücevher üretiminin büyük oranda yapıldığı söylenebilir.

Tablo 4'te yarı değerli taşlarla mücevher üretimi yapılmasına yönelik firma yetkililerinin; % 44'ünün en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 6'sının en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, firma tasarımcılarının ise; % 39'unun en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 5'inin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını verdiği görülmektedir.

Firma yetkililerinin ve tasarımcıların yarı değerli taşlarla mücevher üretimine yönelik görüşlerine göre firmaların büyük bölümünde yarı değerli taşlarla mücevher üretimi yapıldığı söylenebilir. Firmaların az bir oranında yarı değerli taşlarla mücevher üretimi yapılmadığı görülmüştür.

Tablo 4'te değerli madenlerle mücevher üretimi yapılmasına yönelik firma yetkililerinin; % 65'inin en yüksek oranla tamamen katılıyorum yanıtını, % 5'inin en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını, firma tasarımcılarının; % 57'sinin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 3'ünün en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını verdiği görülmüştür. Mücevher üretiminde değerli maden kullanımında, katılmıyorum yanıtını veren olmamıştır.

Mücevher üretimi konusunda firma yetkililerinin ($\bar{X}=4.42$) ortalama ve tasarımcıların ($\bar{X}=4.32$) ortalama ile firmaların büyük bölümünde değerli madenlerle mücevher üretimi yapıldığı söylenebilir.

Firmalarının kendi markasıyla mücevher üretimi yapılmasına yönelik firma yetkililerinin, % 73'ünün en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 2'sinin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, firma tasarımcılarının; %

76'sının en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 2'sinin en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Tasarımcıların, firmalarının kendi markasıyla mücevher üretimi yapılmasına yönelik görüşünde katılmıyorum yanıtını veren olmamıştır.

Kendi markasıyla mücevher üretimine yapılmasına yönelik görüşlerine göre firma yetkililerinin ($\bar{X}=4.51$) ve tasarımcıların ($\bar{X}=4.63$) ortalama ile firmaların büyük bölümünün kendi markasıyla mücevher üretimi yaptığı söylenebilir. Mücevher üretimi yapan firmaların büyük bölümünün kendi markasıyla mücevher üretimine önem verdiği söylenebilir.

Tablo 4'e göre firmalarında özgün tasarımlara sahip mücevher üretimine yönelik firma yetkililerinin; % 43'ünün en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 4'ünün en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, tasarımcıların % 61'inin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 4'ünün en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Tasarımcıların, firmalarında özgün tasarımlara sahip mücevher üretimine yönelik görüşünde katılmıyorum yanıtını veren olmamıştır.

Firma yetkililerinin ve tasarımcıların özgün tasarımlara sahip mücevher üretimine yönelik görüşlerine göre firmaların büyük bölümünün özgün tasarımlara sahip mücevher üretimi yaptığı söylenebilir. Tasarımcıların firmalarında özgün tasarımlara sahip mücevher üretimi konusunda firma tasarımcılarının ($\bar{X}=4.41$) ortalama ile firma yetkililerine göre ($\bar{X}=4.02$) daha çok önem verdiği söylenebilir.

Tablo 4'e göre firma yetkililerinin ve tasarımcıların değerli taş mücevherat sektöründe firmaların üretim bilgilerine ilişkin görüşlerine genel olarak bakıldığında; firmaların bölümünde değerli ve yarı değerli taşlar kullanıldığı söylenebilir. Firmaların büyük bölümünde değerli madenler kullanılmaktadır denilebilir. Firmaların büyük bölümü kendi markasıyla mücevher üretimi yaparken, firmalarında

özgün tasarımlara sahip mücevher üretimi yapılması konusunda firma tasarımcılarının firma yetkililerine oranla daha çok önem verdiği görülmektedir.

4.3. Değerli taş ve mücevherat sektöründeki firma yetkililerinin ve tasarımcıların araştırma ve geliştirme etkinliklerine ilişkin görüşleri

Firma yetkililerinin ve tasarımcıların araştırma ve geliştirme konusuna yönelik dağılımları Tablo 5’te görülmektedir.

Tablo 5. Firma yetkililerinin tasarımcıların araştırma ve geliştirme konusuna yönelik görüşleri (n=100)

Yanıtlar		Tamamen Katılıyorum		Ortanın Üstünde Katılıyorum		Orta Düzeyde Katılıyorum		Ortanın Altında Katılıyorum		Katılmıyorum		$\overline{X}$
		5		4		3		2		1		
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
10. Geçmiş kültür ve doğadan esinlenme.	Yetkili	32	32	30	30	15	15	18	18	5	5	3.66
	Tasarımcı	36	36	37	37	17	17	7	7	3	3	3.96
11.Dergi, kitap, internet, fuar broşürleri ve kataloglardan yararlanma.	Yetkili	42	42	35	35	11	11	9	9	3	3	4.04
	Tasarımcı	44	44	36	36	9	9	11	11	--	--	4.13
12. Sergi, fuar ve defileleri takip etme.	Yetkili	42	42	24	24	25	25	7	7	2	2	3.98
	Tasarımcı	57	57	17	17	21	21	5	5	--	--	4.26
13.Tasarımcıların aldıkları eğitim doğrultusunda edindikleri teorik bilgileri pratiğe dönüştürmeye imkan sağlama.	Yetkili	6	6	19	19	19	19	14	14	42	42	2.33
	Tasarımcı	--	--	5	5	30	30	29	29	36	36	2.04
14.Diğer firmaların takı tasarımlarını takip etme.	Yetkili	41	41	29	29	18	18	10	10	2	2	3.97
	Tasarımcı	46	46	35	35	15	15	2	2	2	2	4.21

Tablo 5'e bakıldığında araştırma ve geliştirmede geçmiş kültür ve doğadan esinlenme konusunda firma yetkililerinin; % 32'sinin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 5'inin ise en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını verdiği, firma tasarımcılarının; % 37'sinin en yüksek ortalama ile ortanın üstünde katılıyorum yanıtını, % 3'ünün ise en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firmaların tasarımlarını oluştururken firma yetkilisi ($\bar{X}=3.66$), tasarımcı ($\bar{X}=3.96$) aritmetik ortalamalarına göre ile geçmiş kültür ve doğadan etkilendiği görülmektedir.

Araştırma ve geliştirmede dergi, kitap, internet, fuar broşürleri ve kataloglardan yararlanılması konusunda firma yetkililerinin; % 42'sinin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 3'ünün ise en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, firma tasarımcılarının; % 44'ünün en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 9'unun en düşük ortalama ile orta düzeyde katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firmaların tasarımlarını oluştururken firma yetkilisi ($\bar{X}=4.04$) ve tasarımcıların ($\bar{X}=4.13$) aritmetik ortalamalarına göre dergi, kitap, internet, fuar broşürleri ve kataloglardan yararlandığı görülmektedir.

Tablo 5'e bakıldığında araştırma ve geliştirmede sergi, fuar ve defileleri takip etme konusunda firma yetkililerinin; % 42'sinin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 2'sinin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, tasarımcıların ise; % 57'si en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 5'inin en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firmaların tasarımlarını oluştururken firma yetkilisi ($\bar{X}=3.98$) ve tasarımcıların ($\bar{X}=4.26$) aritmetik ortalamalarına göre sergi, fuar ve defileleri takip ettiği görülmektedir.

Tablo 5'e göre araştırma ve geliştirmede, tasarımcıların aldıkları eğitim doğrultusunda edindikleri teorik bilgileri pratiğe dönüştürmeye imkân sağlama konusunda firma yetkililerinin; % 42'sinin en yüksek ortalama ile katılmıyorum yanıtını, % 6'sının en düşük ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını,

tasarımcıların ise; % 36'sının en yüksek ortalama ile katılmıyorum yanıtını, % 5'inin en düşük ortalama ile ortanın üstünde katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firmaların tasarımlarını oluştururken firma yetkilisi ($\bar{X}=2.33$) ve tasarımcıların ($\bar{X}=2.04$) aritmetik ortalamalarına göre de tasarımcıların aldıkları eğitim doğrultusunda edindikleri teorik bilgileri pratiğe dönüştürmeye imkân sağlamadığı görüşünde oldukları görülmektedir.

Tablo 5'e göre araştırma ve geliştirmede, diğer firmaların takı tasarımlarını takip etme konusunda firma yetkililerinin; % 41'inin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 2'sinin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, tasarımcıların ise % 46'sının en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 2'sinin en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum ve katılmıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firmaların tasarımlarını oluştururken firma yetkilisi ($\bar{X}=3.97$) ve tasarımcıların ($\bar{X}=4.21$) aritmetik ortalamalarına göre diğer firmaların takı tasarımlarını takip edildiği görüşünde oldukları görülmektedir.

Firma yetkililerinin ve tasarımcıların değerli taş ve mücevherat sektöründeki araştırma ve geliştirme konusuna ilişkin görüşlerine genel olarak bakıldığında; firmaların araştırma ve geliştirme konusunda sırasıyla en çok dergi, kitap, internet, fuar broşürleri ve kataloglardan yararlandığı, daha sonra sergi, fuar ve defileleri takip ettiği, diğer firmaların takı ve tasarımlarını takip ettiği ve en son olarak geçmiş kültür ve doğadan etkilendiği söylenebilir. Firma yetkililerinin ve tasarımcıların görüşlerine göre tasarımcıların aldıkları eğitim doğrultusunda edindikleri teorik bilgileri pratiğe dönüştürmeye imkân sağlama konusunda firmaların yetersiz olduğu söylenebilir.

4.4. Değerli taş ve mücevherat sektöründeki firma yetkililerinin ve tasarımcıların tasarımcı istihdamındaki önemli konulara ilişkin görüşleri

Firma yetkililerinin ve tasarımcıların tasarımcı seçimine ve değerlendirilmesine yönelik dağılımları Tablo 6’da görülmektedir.

Tablo 6. Firma yetkililerinin ve tasarımcıların tasarımcı seçimine ve değerlendirilmesine yönelik görüşleri (n=100)

Yanıtlar Tasarımcı Seçimi ve Değerlendirilmesi İle İlgili Görüşler		Tamamen Katılıyorum		Ortanın Üstünde Katılıyorum		Orta Düzeyde Katılıyorum		Ortanın Altında Katılıyorum		Katılmıyorum		$\overline{X}$
		5		4		3		2		1		
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
15. Eğitim durumu önemlidir.	Yetkili	8	8	16	16	13	13	20	20	40	40	2.38
	Tasarımcı	28	28	25	25	19	19	9	9	19	19	3.34
16. İş deneyimi önemlidir.	Yetkili	48	48	27	27	15	15	5	5	2	2	4.08
	Tasarımcı	35	35	29	29	28	28	6	6	2	2	3.89
17. Çalışma hızı önemlidir.	Yetkili	43	43	24	24	20	20	7	7	5	5	3.92
	Tasarımcı	28	28	21	21	31	31	10	10	8	8	3.51
18. İş disiplini önemlidir.	Yetkili	58	58	22	22	13	13	4	4	3	3	4.28
	Tasarımcı	44	44	30	30	21	21	5	5	--	--	4.13
19. Tasarım yeteneği önemlidir.	Yetkili	64	64	25	25	11	11	--	--	--	--	4.53
	Tasarımcı	51	51	30	30	17	17	2	2	--	--	4.30
20.Tasarımlarının uygulanabilirliği önemlidir.	Yetkili	64	64	29	29	7	7	--	--	--	--	4.57
	Tasarımcı	24	24	56	56	16	16	4	4	--	--	4.00
21. Tasarımlarını üretme becerisi önemlidir.	Yetkili	27	27	33	33	14	14	15	15	11	11	3.50
	Tasarımcı	9	9	19	19	22	22	21	21	29	29	2.58

Tablo 6'ya bakıldığında tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde eğitim durumunun önemine ilişkin firma yetkililerinin; % 40'ının en yüksek ortalama ile katılmıyorum yanıtını, % 8'inin en düşük ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, tasarımcıların; % 28'inin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 9'unun en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkililerine göre tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde ($\bar{X}=2.38$) aritmetik ortalama ile eğitim durumunun önemli olmadığı görülmektedir. Tasarımcılara göre ise ($\bar{X}=3.34$) aritmetik ortalama ile tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde eğitim durumunun önemli olduğu görüşündedirler.

Tablo 6'ya göre tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde iş deneyiminin önemine ilişkin firma yetkililerinin; % 48'inin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 2'sinin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, firma tasarımcılarının; % 35'inin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 2'sinin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=4.08$), tasarımcıların ($\bar{X}=3.89$) aritmetik ortalama ile tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde iş deneyiminin önemli olduğu görüşündedirler.

Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde çalışma hızının önemine ilişkin Tablo 6'daki görüşlerine göre firma yetkililerinin; % 43'ünün en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 5'inin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, firma tasarımcılarının; % 30'unun en yüksek ortalama ile orta düzeyde katılıyorum yanıtını, % 8'inin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=3.92$), tasarımcıların ($\bar{X}=3.51$) aritmetik ortalama ile tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde çalışma hızının önemli olduğu görüşündedirler.

Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde iş disiplininin önemine ilişkin Tablo 6'daki görüşlerine göre firma yetkililerinin; % 58'inin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 3'ünün en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, firma tasarımcılarının; % 44'ünün en yüksek ortalama ile tamamen

katılıyorum yanıtını, % 5'inin en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Tasarımcılardan bu soruda katılmıyorum yanıtını işaretleyen olmamıştır. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=4.28$), tasarımcıların ($\bar{X}=4.13$) aritmetik ortalama ile tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde iş disiplininin önemli olduğu görüşündedirler.

Tablo 6'ya göre tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarım yeteneğinin önemine ilişkin firma yetkililerinin; % 64'ünün en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 11'inin en düşük ortalama ile orta düzeyde katılıyorum yanıtını, tasarımcıların; % 51'inin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 2'sinin en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Bu soruda firma yetkilileri ortanın altında katılıyorum ve katılmıyorum yanıtlarını, tasarımcılar ise katılmıyorum yanıtını işaretlememiştir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=4.53$) tasarımcıların ($\bar{X}=4.30$) aritmetik ortalama ile tasarım yeteneğine tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarım yeteneğinin önemli olduğu görüşündedirler.

Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarının uygulanabilirliğine ilişkin Tablo 6'daki görüşlere göre firma yetkililerinin; % 64'ünün en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 7'sinin en düşük ortalama ile orta düzeyde katılıyorum yanıtını, tasarımcıların; % 56'sının en yüksek ortalama ile ortanın üstünde katılıyorum yanıtını, % 4'ünün en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Bu soruda firma yetkililerinden ortanın altında katılıyorum ve katılmıyorum yanıtlarını, tasarımcılardan ise katılmıyorum yanıtını işaretleyen olmamıştır. Tablo 6'daki aritmetik ortalamalara bakıldığında firma yetkililerinin tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde en çok ($\bar{X}=4.57$) aritmetik ortalama ile tasarımlarının uygulanabilirliğine önem verdiği, tasarımcıların ise ($\bar{X}=4.00$) ortalama ile önemli olduğu görüşündedirler.

Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarını üretme becerisine ilişkin Tablo 6'daki görüşlere göre firma yetkililerinin; % 33'ünün en yüksek ortalama ile ortanın üstünde katılıyorum yanıtını, % 11'inin düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, tasarımcıların; % 29'unun en yüksek ortalama ile katılmıyorum yanıtını, % 9'unun en düşük ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=3.50$) aritmetik ortalama ile tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarını üretme becerisine önem vermektedir. Tasarımcılar ise ($\bar{X}=2.58$) aritmetik ortalama ile tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarını üretme becerisinin önemli olmadığı görüşündedirler.

Firma yetkililerinin ve tasarımcıların değerli taş ve mücevherat sektöründe tasarımcı seçimi ve değerlendirilmesi konusundaki görüşlerine genel olarak bakıldığında; firma yetkililerine göre tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarının uygulanabilirliği, tasarım yeteneği ve iş deneyiminin önemli olduğu söylenebilir. Firma yetkililerinin tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde eğitim durumuna önem vermediği söylenebilir. Tasarımcılara göre ise tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarım yeteneğinin, iş disiplininin ve tasarımlarının uygulanabilirliğinin önemli olduğu, tasarımlarının üretme becerisinin önemli olmadığı görüşünde oldukları söylenebilir.

4.5. Değerli taş ve mücevherat sektöründeki firma yetkililerinin ve tasarımcıların tasarım eğitimi konusundaki görüşleri

Bu bölümde firma yetkililerinin ve tasarımcıların tasarım eğitimi ve tasarımcıların yeterliliği konusundaki görüşlerine yer verilmiştir.

Firma yetkililerinin ve tasarımcıların tasarım eğitimi konusundaki görüşlerine yönelik dağılımları Tablo 7'de görülmektedir.

Tablo 7. Firma yetkililerinin ve tasarımcıların tasarım eğitimi konusundaki görüşleri (n=100)

Yanıtlar		Tamamen Katılıyorum		Ortanın Üstünde Katılıyorum		Orta Düzeyde Katılıyorum		Ortanın Altında Katılıyorum		Katılmıyorum		$\overline{X}$
		5		4		3		2		1		
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
22. Eğitim almış tasarımcılar özgün tasarımlar ortaya çıkarmaktadır.	Yetkili	33	33	32	32	20	20	8	8	7	7	3.76
	Tasarımcı	38	38	19	19	15	15	20	20	8	8	3.603
23. Eğitim almış tasarımcılar hızlı kavrama yeteneğine sahiptir.	Yetkili	21	21	40	40	26	26	10	10	3	3	3.66
	Tasarımcı	42	42	20	20	25	25	9	9	4	4	3.87
24. Eğitim almış tasarımcılar yeterli teorik bilgiye sahiptir.	Yetkili	37	37	30	30	23	23	5	5	5	5	3.89
	Tasarımcı	36	36	32	32	17	17	15	15	--	--	3.89
25. Eğitim almış tasarımcılar yeterli teknik bilgiye sahiptir.	Yetkili	7	7	11	11	30	30	24	24	28	28	2.45
	Tasarımcı	4	4	36	36	13	13	15	15	22	22	3.05
26. Eğitim almış tasarımcılar araştırma ve geliştirme yeteneğine sahiptir.	Yetkili	37	37	36	36	22	22	3	3	2	2	4.03
	Tasarımcı	44	44	23	23	21	21	12	12	--	--	3.99
27. Lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.	Yetkili	8	8	17	17	33	33	17	17	25	25	2.66
	Tasarımcı	37	37	21	21	17	17	10	10	15	15	3.55
28. Ön Lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.	Yetkili	15	15	19	19	35	35	12	12	19	19	2.99
	Tasarımcı	24	24	42	42	12	12	18	18	4	4	3.64
29. Orta Öğretim düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.	Yetkili	9	9	19	19	21	21	25	25	26	26	2.60
	Tasarımcı	9	9	7	7	25	25	31	31	28	28	2.38

Tablo 7'nin devamı

Yanıtlar		Tamamen Katılıyorum		Ortanın Üstünde Katılıyorum		Orta Düzeyde Katılıyorum		Ortanın Altında Katılıyorum		Katılmıyorum		$\overline{X}$
		5		4		3		2		1		
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
30.Çıracılık Eğitimi düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.	Yetkili	26	26	28	28	20	20	15	15	11	11	3.43
	Tasarımcı	14	14	14	14	23	23	29	29	30	30	2.73
31.Sektörde yetişen tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli buluyorum	Yetkili	28	28	31	31	12	12	23	23	6	6	3.52
	Tasarımcı	17	17	11	11	20	20	19	19	33	33	2.60
32.Sektörde yetişen tasarımcıların bilgi birikimini yeterli buluyorum.	Yetkili	42	42	36	36	19	19	3	3	--	--	4.17
	Tasarımcı	5	5	13	13	34	34	25	25	23	23	2.52
33. Takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli buluyorum.	Yetkili	23	23	15	15	31	31	14	14	17	17	3.13
	Tasarımcı	44	44	27	27	14	14	7	7	8	8	3.92
34. Takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların bilgi birikimini yeterli buluyorum.	Yetkili	23	23	34	34	27	27	11	11	5	5	3.59
	Tasarımcı	24	24	11	11	31	31	23	23	11	11	3.14

Tablo 7’de tasarım eğitimi ile ilgili, eğitim almış tasarımcıların özgün tasarımlar ortaya çıkarması konusunda firma yetkililerinin; % 33’ünün en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 7’sinin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, tasarımcıların; % 38’inin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 8’inin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkilileri ($\bar{X}=3.76$) ortalama ile, tasarımcılar ise ($\bar{X}=3.603$) ortalama ile eğitim almış tasarımcıların özgün tasarımlar ortaya çıkardığı görüşündedirler.

Tablo 7’de tasarım eğitimi ile ilgili, eğitim almış tasarımcıların hızlı kavrama yeteneğine sahip olması konusunda firma yetkililerinin; % 40’ının en yüksek ortalama ile ortanın üstünde katılıyorum yanıtını, % 3’ünün en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, tasarımcıların ise; % 42’sinin en yüksek ortalama ile tamamen

katılıyorum yanıtını, % 4'ünün en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=3.66$) ortalama ile, tasarımcıların ise ($\bar{X}=3.87$) ortalama ile eğitim almış tasarımcıların hızlı kavrama yeteneğine sahip olduğu görüşündedirler.

Tablo 7'ye bakıldığında tasarım eğitimi ile ilgili, eğitim almış tasarımcıların yeterli teorik bilgiye sahip olması konusunda firma yetkililerinin; % 37'sinin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 5'inin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, tasarımcıların ise; % 36'sının en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 15'inin en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=3.89$) ortalama ile, tasarımcıların ise ($\bar{X}=3.89$) ortalama ile eğitim almış tasarımcıların yeterli teorik bilgiye sahip olduğu görüşündedirler.

Tablo 7'ye göre tasarım eğitimi ile ilgili, eğitim almış tasarımcıların yeterli teknik bilgiye sahip olma konusunda firma yetkililerinin; % 30'unun en yüksek ortalama ile orta düzeyde katılıyorum yanıtını, % 7'sinin en düşük ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, tasarımcıların ise; % 30'unun en yüksek ortalama ile orta düzeyde katılıyorum yanıtını, % 7'sinin en düşük ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=2.45$) ortalama ile, eğitim almış tasarımcıların yeterli teknik bilgiye sahip olmadığı görüşünderken, tasarımcıların ($\bar{X}=3.05$) ortalama ile eğitim almış tasarımcıların yeterli teknik bilgiye sahip olduğu görüşündedirler.

Tablo 7'ye bakıldığında tasarım eğitimi ile ilgili, eğitim almış tasarımcıların araştırma ve geliştirme yeteneğine sahip olması konusunda firma yetkililerinin; % 37'sinin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 2'sinin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, tasarımcıların ise; % 44'ünün en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 12'sinin en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Tasarımcılar bu bölümde katılmıyorum

yanıtını işaretlememişlerdir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=4.03$) ortalama ile, tasarımcılar ise ($\bar{X}=3.99$) ortalama ile eğitim almış tasarımcıların araştırma ve geliştirme yeteneğine sahip olduğu görüşündedirler.

Tablo 7'ye göre lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulma konusunda firma yetkililerinin, % 33'ünün en yüksek ortalama ile orta düzeyde katılıyorum yanıtını, % 8'inin en düşük ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, tasarımcıların ise; % 37'sinin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 10'unun en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=2.66$) ortalama ile, tasarımcıların ($\bar{X}=3.55$) ortalama ile lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulduğu görülmektedir.

Tablo 7'ye bakıldığında ön lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulma konusunda firma yetkililerinin, % 35'inin en yüksek ortalama ile orta düzeyde katılıyorum yanıtını, % 12'sinin en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını, tasarımcıların ise; % 42'sinin en yüksek ortalama ile ortanın üzerinde katılıyorum yanıtını, % 4'ünün en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=2.99$) ortalama ile, tasarımcıların ($\bar{X}=3.64$) ortalama ile ön lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulduğu görülmektedir.

Tablo 7'ye göre tasarımcıların orta öğretim düzeyindeki eğitimlerinin yeterliliği konusunda firma yetkililerinin, % 26'sının en yüksek ortalama ile katılmıyorum yanıtını, % 9'unun en düşük ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, tasarımcıların ise; % 31'inin en yüksek ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını, % 7'sinin en düşük ortalama ile ortanın üzerinde katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=2.60$) ortalama ile, tasarımcıların ($\bar{X}=2.38$) ortalama ile orta öğretim düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulmadığı görülmektedir.

Tablo 7’de, tasarımcıların çıraklık eğitimi düzeyindeki eğitimlerinin yeterliliği konusunda firma yetkililerinin; % 28’inin en yüksek ortalama ile ortanın üzerinde katılıyorum yanıtını, % 11’inin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, tasarımcıların ise; % 30’unun en yüksek ortalama ile katılmıyorum yanıtını, % 14’ünün en düşük ortalama ile ortanın üstünde katılıyorum yanıtını ve tamamen katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=3.43$) ortalama ile, tasarımcıların ($\bar{X}=2.73$) ortalama ile çıraklık eğitimi düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulduğu görülmektedir.

Tablo 7’ye göre sektörde yetişen tasarımcıların tasarım yeteneğinin yeterliliği konusunda firma yetkililerinin; % 31’inin en yüksek ortalama ile ortanın üzerinde katılıyorum yanıtını ve % 6’sının en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, tasarımcıların ise; % 33’ünün en yüksek ortalama ile katılmıyorum yanıtını ve % 11’inin en düşük ortalama ile ortanın üzerinde katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=3.52$) ortalama ile, tasarımcıların ($\bar{X}=2.60$) ortalama ile sektörde yetişen tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli bulduğu görülmektedir.

Tablo 7’ye göre sektörde yetişen tasarımcıların bilgi birikiminin yeterliliği konusunda firma yetkililerinin; % 42’sinin en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 3’ünün en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını, tasarımcıların ise; % 34’ünün en yüksek ortalama ile orta düzeyde katılıyorum yanıtını, % 5’inin en düşük ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Bu soruda firma yetkililerinden katılmıyorum seçeneğini işaretleyen olmamıştır. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=4.14$) ortalama ile sektörde yetişen tasarımcıların bilgi birikiminin yeterli olduğu görüşünderken, tasarımcılar ($\bar{X}=2.52$) ortalama ile sektörde yetişen tasarımcıların bilgi birikiminin yeterli olmadığı görüşündedirler.

Tablo 7'ye göre takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların tasarım yeteneğinin yeterliliği konusunda firma yetkililerinin; % 31'inin en yüksek ortalama ile orta düzeyde katılıyorum yanıtını, % 14'ünün en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını, tasarımcıların ise; 44'ünün en yüksek ortalama ile tamamen katılıyorum yanıtını, % 7'sinin en düşük ortalama ile ortanın altında katılıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=4.17$) ortalama ile sektörde yetişen tasarımcıların bilgi birikimini yeterli bulduğu, tasarımcıların ise ($\bar{X}=2.52$) ortalama ile sektörde yetişen tasarımcıların bilgi birikimini yeterli bulmadığı görülmektedir.

Tablo 7'ye göre takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların bilgi birikiminin yeterliliği konusunda firma yetkililerinin; % 34'ü en yüksek ortalama ile ortanın üzerinde katılıyorum yanıtını, % 5'inin en düşük ortalama ile katılmıyorum yanıtını, % 31'inin en yüksek ortalama ile orta düzeyde katılıyorum yanıtını, % 11'inin en düşük ortalama ile ortanın üstünde katılıyorum yanıtını ve katılmıyorum yanıtını verdiği görülmektedir. Firma yetkililerinin ($\bar{X}=3.59$) ortalama ile tasarımcıların ($\bar{X}=3.14$) ortalama ile takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların bilgi birikimini yeterli bulduğu görülmektedir.

Tablo 7'e bakıldığında firma yetkililerinin ve tasarımcıların tasarım eğitimi alan tasarımcıların en çok yeterli teorik bilgiye ve araştırma – geliştirme yeteneğine sahip olduğu düşüncesindedirler denilebilir. Verilere göre firma yetkililerinin tasarımcıların teknik bilgi bakımından yeterli olmadığı görüşüne sahip oldukları söylenebilir. Firma yetkililerinin büyük bölümünün ortanın üstünde bir oranla tasarımcıların hızlı kavrama yeteneğine sahip olduğu düşüncesinde olduğu söylenebilir.

Tablo 7'ye göre firma yetkililerinin aldıkları eğitime göre en çok çıraklık eğitimi alan tasarımcıların eğitimini yeterli bulmaktayken, en az lisans düzeyindeki eğitimi yeterli bulmaktadır denilebilir. Verilere göre tasarımcıların sektörde yetişen tasarımcıların bilgi birikimini ve tasarım yeteneğini az yeterli bulurken, tasarım

eğitimi alan tasarımcıların bilgi birikimini ve tasarım yeteneğini daha çok yeterli buldukları söylenbilir.

Firma yetkililerinin değerli taş ve mücevherat sektöründe tasarım eğitimi konusundaki görüşlerine genel olarak bakıldığında tasarımcıların, özgün tasarımlar ortaya çıkarma, hızlı kavrama yeteneğine sahip olma, yeterli teorik bilgiye ve araştırma – değiştirme yeteneğine sahip olma konusunda büyük oranla katılırken; tasarımcıların mücevher üretimine yönelik teknik bilgiye sahip olma konusunda yeterli bulmadığı söylenbilir. Ayrıca firma yetkililerinin sektörde yetişen tasarımcıları tasarım yeteneği ve bilgi birikimi açısından takı tasarımı eğitimi alan tasarımcılara oranla daha yeterli buldukları söylenbilir.

Firma tasarımcılarının değerli taş ve mücevherat sektöründe tasarım eğitimi konusundaki görüşlerine genel olarak bakıldığında tasarım eğitimi almış tasarımcıların, özgün tasarımlar ortaya çıkarma, hızlı kavrama yeteneğine sahip olma, yeterli teorik bilgiye ve araştırma – değiştirme yeteneğine sahip olma, yeterli teknik bilgiye sahip olma konusunda büyük oranla katılmaktadırlar. Tasarımcıların, tasarım eğitimi alan tasarımcıları, sektörde yetişen tasarımcılara oranlara tasarım yeteneği ve bilgi birikimi açısından daha yeterli buldukları söylenbilir.

4.6. Değerli taş ve mücevherat sektöründe tasarım eğitiminin önemine ilişkin firma yetkililerinin ve tasarımcıların görüşlerinin karşılaştırılması

Bu bölümde Değerli Taş ve Mücevherat Sektöründe tasarım eğitiminin yerine ve önemine ilişkin firma yetkililerinin ve tasarımcıların görüşleri arasında anlamlı bir fark olma durumuna ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Firma yetkililerinin ve tasarımcıların işyeri üretim bilgilerine yönelik t testi sonuçları tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Değerli Taş ve Mücevherat Sektörü’nde firma yetkilileri ve tasarımcıların işyeri üretim bilgilerine yönelik t testi sonuçları

Görüşler	Görüş Bildirenler	n	$\bar{X}$	SS	t	p	Anlam
5. Firmamızda elmas, yakut, zümrüt, safir, inci, topaz gibi değerli taşlarla mücevher üretimi yapılmaktadır.	Yetkili	100	3.85	1.143	0.43	0.66	
	Tasarımcı	100	3.78	1.138			
6. Firmamızda ametist, akik, mercan, türkuaz, kehribar, opal, gibi yarı değerli taşlarla mücevher üretimi yapılmaktadır.	Yetkili	100	3.84	1.27	0.39	0.69	
	Tasarımcı	100	3.77	1.249			
7. Firmamızda altın, gümüş, platin, paladyum gibi değerli madenler kullanılmaktadır.	Yetkili	100	4.42	0.896	0.788	0.43	
	Tasarımcı	100	4.32	0.887			
8. Firmamızda kendi markamızla mücevher üretimi yapılmaktadır.	Yetkili	100	4.51	0.943	0.995	0.31	
	Tasarımcı	100	4.63	0.739			
9. Firmamızda özgün tasarımlara sahip mücevherler üretilmektedir.	Yetkili	100	4.02	1.095	2.694	0.006	*
	Tasarımcı	100	4.41	0.934			

(*) işareti farkın 0,05 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. ($p < 0,05$)

Tablo 8'e bakıldığında değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilileri ve tasarımcıların işyeri üretim bilgilerine yönelik t testi sonuçlarının karşılaştırılması görülmektedir.

Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının firmalarında elmas, yakut, zümrüt, safir, inci, topaz gibi değerli taşlarla mücevher üretimi yapılması konusundaki görüşlerde t testi sonuçlarında [$t=0.43$, $p=0,66>0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının firmalarında ametist, akik, mercan, türkuaz, kehribar, opal, gibi yarı değerli taşlarla mücevher üretimi yapılmasına yönelik 6. ifadedeki görüşleri açısından t testi sonuçlarında [$t=0.39$, $p=0,69>0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının firmalarında altın, gümüş, platin, paladyum gibi değerli madenler kullanılmasına yönelik t testi sonuçlarında [$t=0.788$, $p=0,43>0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının firmalarında kendi markalarıyla mücevher üretimi yapılmasına yönelik görüşleri açısından t testi sonuçlarına göre [$t=0.995$, $p=0,31>0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

9. ifadede değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının firmaların özgün tasarıma sahip mücevher üretilmesi konusundaki görüşlerine ilişkin t-testi sonuçlarına bakıldığında, firma yetkilisi ve tasarımcısının görüşleri arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir [$t=2,694$, $p=0,006>0,05$].

Firma tasarımcılarının firmalarında özgün tasarım ortaya çıkarmada, aritmetik ortalamalara bakıldığında firma yetkililerine göre (tasarımcı $\bar{X} = 4.41$, firma yetkilisi $\bar{X} = 4.02$) tasarımcıların konuya daha olumlu yaklaştığı ve tasarımlarının özgün olduğu görüşünde oldukları söylenebilir.

Değerli taş ve mücevherat sektöründeki firmaların işyeri üretim bilgilerine genel olarak bakıldığında firma yetkililerinin ve tasarımcıların benzer görüşe sahip oldukları ancak özgün tasarımlar üretme konusunda tasarımcıların firma yetkililerine göre daha olumlu baktıkları söylenebilir.

Tablo 9. Değerli Taş ve Mücevherat Sektörü’nde firma yetkilileri ve tasarımcıların araştırma ve geliştirme konusundaki görüşlerine yönelik t testi sonuçları

Görüşler	Görüş Bildirenler	n	$\bar{X}$	SS	t	p	Anlam
10. Tasarımlarımızı oluştururken geçmiş kültür ve doğadan esinleniyoruz.	Yetkili	100	3.66	1.234	1.819	0.06	
	Tasarımcı	100	3.96	1.0809			
11. Tasarımlarınızı oluştururken dergi, kitap, internet, fuar broşürleri ve kataloglardan yararlanıyoruz.	Yetkili	100	4.04	1.0762	0.615	0.53	
	Tasarımcı	100	4.13	0.98			
12. Takı ve mücevher ile ilgili yapılan sergi, fuar ve defileleri takip ediyoruz.	Yetkili	100	3.98	1.058	1.917	0.04	*
	Tasarımcı	100	4.26	0.995			
13. Tasarımcıların aldıkları eğitim doğrultusunda edindikleri teorik bilgileri pratiğe dönüştürmeye imkân sağlıyoruz.	Yetkili	100	2.33	1.342	1.742	0.07	
	Tasarımcı	100	2.04	0.97			
14. Diğer firmaların takı tasarımlarını takip ediyoruz.	Yetkili	100	3.97	1.081	1.666	0.09	
	Tasarımcı	100	4.21	0.939			

(*) işareti farkın 0,05 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. ($p < 0,05$)

Tablo 9’a bakıldığında değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilileri ve tasarımcıların araştırma ve geliştirme konusundaki görüşlerine yönelik t testi sonuçlarının karşılaştırılması görülmektedir.

Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının firmalarında tasarımlarını oluştururken geçmiş kültür ve doğadan esinlenilmesine yönelik t testi sonuçlarında [$t=1,819$, $p=0,06>0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

11. ifadede değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının firmalarında tasarımlarını oluştururken dergi, kitap, internet, fuar broşürleri ve kataloglardan yararlanılmasına yönelik t testi sonuçlarında [$t=0,615$, $p=0,53>0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

12. ifadede değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının firmalarında tasarımlarını oluştururken, takı ve mücevher ile ilgili yapılan sergi, fuar ve defileleri takip etmelerine yönelik t testi sonuçlarında [$t=1,917$, $p=0,045<0,05$] anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Tablo 9'daki 12. sorunun aritmetik ortalamalarına bakıldığında, firma yetkilisi ve firma tasarımcısının firmalarında tasarımlarını oluştururken, takı ve mücevher ile ilgili yapılan sergi, fuar ve defileleri takip etmeleri görüşüne tasarımcıların ($\bar{X}=4.26$) ortalama ile firma yetkililerine göre ($\bar{X}=3.98$) ortalama ile daha fazla önem verdiği gözlenmektedir.

Firmaların tasarımlarını oluştururken, takı ve mücevher ile ilgili yapılan sergi, fuar ve defileleri takip etmeleri konusunda tasarımcıların daha firma yetkililerine oranla daha çok önem verdiği söylenebilir.

Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, 13. ifadede firmalarının, tasarımcıların aldıkları eğitim doğrultusunda edindikleri teorik bilgileri pratiğe dönüştürmeye imkân sağlama konusuna yönelik t testi sonuçlarında [$t=1,742$, $p=0,07>0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

14. ifadede Değerli aş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, diğer firmaların takı tasarımlarını takip etmelerine yönelik t testi sonuçlarında [$t=1,666$, $p=0,09>0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının araştırma ve geliştirme konusundaki t testi sonuçlarına genel olarak bakıldığında anlamlı bir fark olmadığı söylenebilir.

Tablo 10. Değerli Taş ve Mücevherat Sektörü’nde firma yetkilileri ve tasarımcıların tasarımcı istihdamındaki önemli konulara ilişkin görüşlerinin t testi sonuçları

Görüşler	Görüş Bildirenler	n	$\bar{X}$	SS	t	p	Anlam
15. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde eğitim durumu önemlidir.	Yetkili	100	2.38	1.419	4.254	0.000	*
	Tasarımcı	100	3.34	1.739			
16. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde iş deneyimi önemlidir.	Yetkili	100	4.08	1.1285	1.233	0.051	
	Tasarımcı	100	3.89	1.036			
17. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde çalışma hızı önemlidir.	Yetkili	100	3.92	1.1805	2.3357	0.016	*
	Tasarımcı	100	3.51	1.287			
18. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde iş disiplini önemlidir.	Yetkili	100	4.28	1.0304	1.077	0.28	
	Tasarımcı	100	4.13	0.924			
19. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarım yeteneği önemlidir.	Yetkili	100	4.53	0.6849	2.096	0.033	*
	Tasarımcı	100	4.30	0.8502			
20. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarının uygulanabilirliği önemlidir.	Yetkili	100	4.57	0.6205	5.032	0.000	*
	Tasarımcı	100	4.00	0.9406			
21. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarının üretme becerisi önemlidir.	Yetkili	100	3.50	1.3228	4.394	0.000	*
	Tasarımcı	100	2.58	1.609			

(*) işareti farkın 0,05 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. (p<0,05)

Tablo 10'a bakıldığında değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilileri ve tasarımcıların tasarımcı istihdamındaki önemli konulara ilişkin görüşlerinin t testi sonuçlarının karşılaştırılması görülmektedir.

15. ifadede firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde eğitim durumunun önemine yönelik t testi sonuçlarında [$t=4.254$, $p=0.000<0,05$] anlamlı bir fark vardır. Tablo 10'daki 15. ifadenin aritmetik ortalamalarına bakıldığında, tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde eğitim durumunun önemli olduğu görüşüne, tasarımcıların ($\bar{X}=3.34$) ortalama ile önemli olduğu görüşünderken, firma yetkilileri ($\bar{X}=2.38$) ortalama ile önemli olmadığı görüşündedirler.

Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde firma tasarımcılarının, eğitim durumuna önem verdiği ancak firma yetkililerinin tasarımcıların eğitim durumuna önem vermediği söylenebilir.

Tablo 10'daki 16. ifadede firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde iş deneyiminin önemine yönelik t testi sonuçlarında [$t=1,233$, $p=0.051>0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 10'daki 17. ifadede değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde çalışma hızının önemine ilişkin t testi sonuçlarında [$t=2,3357$, $p=0.016<0,05$] olduğu için anlamlı bir fark vardır. Tablo 10'daki aritmetik ortalamalara bakıldığında, tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde çalışma hızının önemli olduğu görüşüne, firma yetkililerinin ($\bar{X}=3.92$) ortalama ile firma tasarımcılarına ($\bar{X}=3.51$) ortalama göre daha çok önem verdiği görüşündedirler.

Tablo 10'a bakıldığında tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde çalışma hızının önemi konusunda firma yetkililerinin tasarımcılara oranla daha çok önem verdiği söylenebilir.

Tablo 10'daki 18. ifadede firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde iş disiplininin önemine yönelik t testi sonuçlarında [$t=1.077$, $p=0.28>0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 10'daki 19. ifadede firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarım yeteneğinin önemine yönelik t testi sonuçlarında [$t=2,096$, $p=0,033<0,05$] anlamlı bir fark vardır. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarım yeteneği önemine ilişkin ortalamalara bakıldığında firma yetkilisinin ($\bar{X}=4.53$) ortalama ile firma tasarımcısına ($\bar{X}=4.30$) ortalamaya göre daha çok önem verdiği görülmektedir.

Tablo 10'a göre tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarım yeteneğinin önemi konusunda firma yetkililerinin tasarımcılara oranla daha çok önem verdiği söylenebilir.

Tablo 10'daki 20. ifadede firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarının uygulanabilirliğine yönelik t testi sonuçlarında [$t=5.032$, $p=0.000<0,05$] anlamlı bir fark vardır. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarım yeteneği önemine ilişkin görüş ortalamalarına bakıldığında firma yetkilisinin ($\bar{X}=4.57$) ortalama ile firma tasarımcısına göre ($\bar{X}=4.00$) ortalama ile daha çok önem verdiği görülmektedir.

Tablo 10'a bakıldığında tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarının uygulanabilirliği konusunda firma yetkililerinin tasarımcılara oranla daha çok önem verdiği söylenebilir.

Tablo 10'daki 21. ifadede firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarını üretme becerisine yönelik t testi sonuçlarında [$t=4,394$, $p=0.000<0,05$] anlamlı bir fark vardır. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarını üretme becerisine ilişkin görüş ortalamalara

bakıldığında firma yetkilisinin ($\bar{X}=3.50$) ortalama ile firma tasarımcısına göre ($\bar{X}=2.58$) ortalama ile daha çok önem verdiği görülmektedir.

Tablo 10'a bakıldığında tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarını üretme becerisi konusunda firma yetkililerinin tasarımcılara oranla daha çok önem verdiği söylenebilir.

Tablo 11. Değerli Taş ve Mücevherat Sektörü'nde firma yetkilileri ve tasarımcıların tasarım eğitimi konusundaki görüşlerine ilişkin t testi sonuçları

Görüşler	Görüş Bildirenler	n	$\bar{X}$	SS	t	p	Anlam
22. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar özgün tasarımlar ortaya çıkarmaktadır.	Yetkili	100	3.76	1.1926	0.8508	0.35	
	Tasarımcı	100	3.603	1.3809			
23. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar hızlı kavrama yeteneğine sahiptir.	Yetkili	100	3.66	1.0121	1.337	0.17	
	Tasarımcı	100	3.87	1.1904			
24. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar yeterli teorik bilgiye sahiptir.	Yetkili	100	3.89	1.1126	0.00	1.00	
	Tasarımcı	100	3.89	1.0573			
25. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar yeterli teknik bilgiye sahiptir.	Yetkili	100	2.45	1.2031	3.0808	0.037	*
	Tasarımcı	100	3.05	1.519			
26. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar araştırma ve geliştirme yeteneğine sahiptir.	Yetkili	100	4.03	0.9429	0.2799	0.78	
	Tasarımcı	100	3.99	1.0637			
27. Lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.	Yetkili	100	2.66	1.2427	4.21	0.000	*
	Tasarımcı	100	3.55	1.6969			
28. Ön Lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.	Yetkili	100	2.99	1.2922	3.506	0.000	*
	Tasarımcı	100	3.64	1.3163			

Tablo 11'in devamı

Görüşler	Görüş Bildirenler	n	$\bar{X}$	SS	t	p	Anlam
29. Orta Öğretim düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.	Yetkili	100	2.60	1.2961	1.2229	0.21	
	Tasarımcı	100	2.38	1.2345			
30. Çıraklık Eğitimi düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.	Yetkili	100	3.43	1.3134	3.512	0.000	*
	Tasarımcı	100	2.73	1.4856			
31. Sektörde yetişen tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli buluyorum	Yetkili	100	3.52	1.2765	4.2606	0.000	*
	Tasarımcı	100	2.60	1.7281			
32. Sektörde yetişen tasarımcıların bilgi birikimini yeterli buluyorum.	Yetkili	100	4.17	0.8373	7.5782	0.000	*
	Tasarımcı	100	2.52	1.9980			
33. Takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli buluyorum.	Yetkili	100	3.13	1.3686	3.8958	0.000	*
	Tasarımcı	100	3.92	1.4824			
34. Takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların bilgi birikimini yeterli buluyorum.	Yetkili	100	3.59	1.1053	2.5248	0.010	*
	Tasarımcı	100	3.14	1.3866			

(*) işareti farkın 0,05 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. ($p < 0,05$)

Tablo 11'e bakıldığında değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilileri ve tasarımcıların tasarım eğitimi konusundaki görüşlerine ilişkin t testi sonuçlarının karşılaştırılması görülmektedir.

Tablo 11'de değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların özgün tasarımlar ortaya çıkarmasına yönelik 22. ifadedeki t testi sonuçlarında [$t=0,8508$, $p=0,35 > 0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 11'de 23. ifadede değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların hızlı kavrama

yeteneğine sahip olmasına yönelik t testi sonuçlarında [$t=1,337$, $p=0,17>0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların yeterli teorik bilgiye sahip olmasına yönelik tablo 11'deki 24. ifadedeki t testi sonuçlarına göre [$t=0,00$, $p=1,00>0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 11'deki 25. ifadede değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların yeterli teknik bilgiye sahip olması konusundaki t testi sonuçlarında [$t=3,0808$, $p=0,037<0,05$] anlamlı bir fark vardır. Firma tasarımcısının ($\bar{X}=3.05$) ortalama ile takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların yeterli teknik bilgiye sahip olduğu görüşünde iken firma yetkilisinin bu görüşe ($\bar{X}=2.45$) ortalama ile katılmadığı görülmektedir.

Tablo 11'e bakıldığında tasarımcıların, takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların yeterli teknik bilgiye sahip olduğu görüşünde olduğu söylenebilir. Ancak firma yetkililerinin tasarım eğitimi almış tasarımcıları yeterli teknik bilgiye sahip olmadığı görüşünde oldukları söylenebilir.

Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların araştırma ve geliştirme yeteneğine sahip olmasına yönelik tablo 11'deki 26. ifadenin t testi sonuçlarında [$t=0,2799$, $p=0,78>0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 11'deki 27. ifadede değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulma konusundaki t testi sonuçlarında [$t=4.21$, $p=0,000<0,05$] anlamlı bir fark vardır. Lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulma konusunda firma tasarımcısının ($\bar{X}=3,55$)

ortalama ile firma yetkilisine göre ($\bar{X}=2.66$) ortalama ile daha çok yeterli bulunduğu görölmektedir.

Tablo 11'e bakıldığında tasarımcıların, lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulunduğu söylenebilir. Ancak firma yetkililerinin lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini tasarımcılara göre daha az yeterli bulunduğu söylenebilir.

Tablo 11'deki 28. ifadede değeri taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, ön lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulma konusundaki t testi sonuçlarında [$t=3,506$, $p=0,000<0,05$] anlamlı bir fark vardır. Ön lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulma konusunda firma tasarımcısının ($\bar{X}=3.64$) ortalama ile firma yetkilisine göre ($\bar{X}=2.99$) ortalama ile daha çok yeterli bulunduğu görölmektedir.

Tablo 11'e bakıldığında tasarımcıların, ön lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulunduğu söylenebilir. Ancak firma yetkililerinin ön lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini tasarımcılara göre daha az yeterli bulunduğu söylenebilir.

Tablo 11'deki 29. ifadede değeri taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, Orta Öğretim düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulma konusuna yönelik t testi sonuçlarında [$t=1,2229$, $p=0,21>0,05$] anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 11'deki 30. ifadede değeri taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, çıraklık eğitimi düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulma konusundaki t testi sonuçlarında [$t=3,512$, $p=0,000<0,05$] anlamlı bir fark vardır. Çıraklık eğitimi düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulma konusunda firma

yetkilisinin ($\bar{X}=3.43$) ortalama ile firma tasarımcısına göre ($\bar{X}=2.73$) ortalama ile daha çok yeterli bulunduğu gör÷lmektedir.

Tablo 11'e bakıldığında firma yetkililerinin, ıraklık eğitimi düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli bulunduğu söylenebilir. Ancak firma tasarımcılarının ıraklık eğitimi düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini firma yetkililerine göre daha az yeterli bulunduğu söylenebilir.

Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, sektörde yetişen tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli bulma konusundaki tablo 11'de 31. ifadedeki t testi sonuçlarında [$t=4,2606$, $p=0,000<0,05$] anlamlı bir fark vardır. Sektörde yetişen tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli bulma konusunda firma yetkilisinin ($\bar{X}=3.52$) ortalama ile firma tasarımcısına göre ($\bar{X}=2.60$) ortalama ile daha çok yeterli bulunduğu gör÷lmektedir.

Tablo 11'e bakıldığında firma yetkililerinin, sektörde yetişen tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli bulunduğu söylenebilir. Ancak firma tasarımcılarının, sektörde yetişen tasarımcıların tasarım yeteneğini firma yetkililerine göre daha az yeterli bulunduğu söylenebilir.

Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, sektörde yetişen tasarımcıların bilgi birikimini yeterli bulma konusundaki tablo 11'deki 32. ifadenin t testi sonuçlarında [$t=7,5782$, $p=0,000<0,05$] anlamlı bir fark vardır. Sektörde yetişen tasarımcıların bilgi birikimini yeterli bulma konusunda firma yetkilisinin ($\bar{X}=4.17$) ortalama ile firma tasarımcısına göre ($\bar{X}=2.52$) ortalama ile daha çok yeterli bulunduğu gör÷lmektedir.

Tablo 11'e bakıldığında firma yetkililerinin, sektörde yetişen tasarımcıları bilgi birikimi açısından çok yeterli bulunduğu söylenebilir. Ancak tasarımcılarının, sektörde yetişen tasarımcıların bilgi birikimini çok az yeterli bulunduğu söylenebilir.

Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli bulma konusunda tablo 11'deki 33. ifadenin t testi sonuçlarında [$t=3,8958$, $p=0,000<0,05$] anlamlı bir fark vardır. Takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli bulma konusunda firma tasarımcısının ($\bar{X}=3.92$) ortalama ile firma yetkilisine göre ($\bar{X}=3.13$) ortalama ile daha çok yeterli bulduğu görülmektedir.

Tablo 11'e bakıldığında tasarımcılarının, takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli bulduğu söylenebilir. Firma yetkililerinin takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli olduğu konusunda tasarımcılara oranla daha az yeterli bulduğu söylenebilir.

Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların bilgi birikimini yeterli bulma konusunda tablo 11'deki 34. ifadenin t testi sonuçlarında [$t=2,5248$, $p=0,010<0,05$] anlamlı bir fark vardır. Takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların bilgi birikimini yeterli bulma konusunda firma yetkilisinin ($\bar{X}=3.59$) aritmetik ortalama ile firma tasarımcısına göre ($\bar{X}=3.14$) ortalama ile daha çok yeterli bulduğu görülmektedir. Tablo 11'e bakıldığında firma yetkililerinin, takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların bilgi birikimini yeterli bulduğu söylenebilir. Tasarımcılar, takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların bilgi birikiminin yeterli olduğu konusunda firma yetkililerine göre daha az yeterli bulduğu söylenebilir. Tasarımcıların, tasarım eğitimi alan tasarımcıların bilgi birikimini yetkililere göre az bulmasının nedeni eğitim almamış tasarımcılarda bu soruya yanıt vermelerinden ortalamayı düşürmüş olmalarından kaynaklanabilir.

Tablo 11'deki verilerdeki aritmetik ortalamalara bakıldığında firma yetkilileri takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların yeterli teknik bilgiye sahip olmadığı, orta öğretim düzeyindeki tasarım eğitimini yeterli bulmadığı söylenebilir.

Firma yetkilileri sektörde yetişen tasarımcıların bilgi birikimini ve tasarım yeteneğini yeterli bulurken tasarımcılar yeterli bulmamaktadır. Tasarımcılar tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde eğitim durumu önemli olduğu görüşünderken firma yetkilileri önemli olmadığı görüşündedirler. Firma yetkililerinin tasarımcıların seçiminde ve değerlendirilmesinde eğitim durumuna önem vermediği düşünülmektedir.

Firma yetkilileri tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarını üretme becerisi önemli olduğu görüşünderken tasarımcılar tasarımlarını üretme becerisinin önemli olmadığı görüşündedirler. Firma yetkilileri tasarımcıların tasarımlarını üretme konusunda yetenekli olması görüşünderken, tasarımcıların tasarım yapabilmenin yeterli olduğu görüşünde oldukları söylenebilir. Tasarımcılar tasarım eğitimi alan tasarımcıların tasarım yeteneğini firma yetkililerine oranla daha çok yeterli bulmaktadır.

Tasarımcılar aldıkları eğitimin tasarım yeteneği konusunda yeterli olduğu düşüncesinden kaynaklanabilir. Ancak firma yetkililerinin eğitim alan tasarımcıların daha ileri düzeyde tasarım yeteneğine sahip olması gerektiği düşüncesinden bu görüşe tasarımcılara oranla daha az katıldığı söylenebilir.

Firma yetkilileri, tasarımcılara göre lisans düzeyinde tasarım eğitimi alan tasarımcıların tasarım yeteneğini daha az yeterli bulmaktadır. Bunun nedeni firma yetkililerinin lisans düzeyinde tasarım eğitimi alan tasarımcılardan tasarım yeteneği konusundaki beklentilerinin daha yüksek olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

BÖLÜM V

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde; araştırmadan elde edilen bulgulara dayalı olarak ulaşılan sonuçlar ve geliştirilen öneriler yer almaktadır.

SONUÇLAR

Bu araştırmanın sonuçları şöyledir;

1. Firma yetkililerinin büyük bölümünün meslekleriyle ilgili eğitim almadığı ancak firma tasarımcılarının büyük bölümünün meslekleriyle ilgili eğitim aldığı görülmüştür. Bu durum değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkililerinin meslekleriyle ilgili eğitim almaya önem vermediklerini, ancak tasarımcıların daha fazla önem verdiğini göstermektedir.

2. Mücevher üretimi yapan firmaların büyük bir bölümünde tasarım departmanı olduğu belirlenmiştir.

3. Değerli taş ve mücevherat üretimi yapan firmalarda çoğunlukla 1 veya 3 arasında tasarımcı çalıştığı görülmektedir. Firmalarda en az 4 veya 5 tasarımcı çalıştığı belirlenmiştir. Firmaların tasarımcı istihdam etme sayısının oldukça düşük olduğu görülmüştür.

4. Firmaların tasarımcı çalıştırmaya başlama süreleri incelendiğinde 6 – 10 yılları arası en çok tasarımcı çalıştırılmaya başlanıldığı dönemdir. En az 21 ve üzeri yıllar arasında tasarımcı çalıştırılmaya başlanmıştır. Buradan yola çıkarak değerli taş ve mücevherat sektöründe tasarımcı çalıştırılma süresi yakın zamana tarihlendirilmektedir. Mücevher firmalarının yakın zaman kadar çok az tasarımcı

çalıştırdıkları belirlenmiştir. Değerli taş ve mücevherat üretimi yapan firmaların tasarım departmanlarının son 20 yıldır faaliyet gösterdiği belirlenmiştir.

5. Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkililerine ve tasarımcılara göre firmaların büyük bir bölümünde değerli ve yarı değerli taşlar ve değerli madenler kullanılmaktadır. Firmaların büyük bölümünün kendi markasıyla mücevher üretimi yaptığı belirlenmiştir. T testi sonuçlarına göre firmalarında özgün tasarımlara sahip mücevher üretimi yapılması konusunda firma tasarımcılarının firma yetkililerine oranla daha çok önem verdiği görülmektedir.

6. Değerli taş ve mücevherat üretimi yapan firmalarda en çok sergi, fuar, defile, dergi, kitap ve broşürleri takip edildiği gözlenmiştir. Firmaların tasarımlarını oluştururken geçmiş kültür ve doğadan daha az etkilendiği belirlenmiştir. Genel olarak incelendiğinde ise firmaların araştırma konusuna önem verdiği kitap, dergi ve internetten yararlandığı, fuarları ve sergileri, diğer mücevher firmalarını takip ettiği sonucu ortaya çıkmaktadır. T testi sonuçlarına göre firma tasarımcıları, firma yetkililerine göre takı ve mücevher ile ilgili yapılan sergi, fuar ve defileleri daha çok takip ettiği belirlenmiştir.

7. Tasarımcıların aldıkları eğitim doğrultusunda edindikleri teorik bilgileri pratiğe dönüştürmeye imkân sağlama konusunda firmaların yetersiz olduğu belirlenmiştir.

8. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde eğitim durumunun önemi konusundaki t testi sonuçlarına göre firma tasarımcılarının, eğitim durumuna önem verdiği ancak firma yetkililerinin tasarımcıların eğitim durumuna önem vermediği belirlenmiştir.

9. Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde iş deneyiminin, çalışma hızının, iş disiplininin, tasarım yeteneğinin ve tasarımlarının uygulanabilirliğinin önemli olduğu görüşünde oldukları belirlenmiştir.

10. Araştırmadaki t testi sonuçlarında göre, tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarını üretme becerisi konusuna firma yetkilileri önem verirken, tasarımcılar önem vermemektedir.

11. Değerli taş ve mücevherat sektöründe firma yetkilisi ve firma tasarımcısının, takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların özgün tasarımlar ortaya çıkardığı, hızlı kavrama yeteneğine, yeterli teorik bilgiye, araştırma ve geliştirme yeteneğine sahip olduğu görüşünde oldukları belirlenmiştir.

12. Tasarım eğitimi almış tasarımcıların yeterli teknik bilgiye sahip olması konusundaki t testi sonuçlarına göre firma tasarımcıları, takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların yeterli teknik bilgiye sahip olduğu görüşünderken, firma yetkililerinin bu görüşe katılmadığı belirlenmiştir.

13. Firma yetkililerinin sektörde yetişen tasarımcıların tasarım yeteneğini tasarım eğitimi alan tasarımcılara göre daha yeterli bulduğu belirlenmiştir. Firma yetkilileri lisans ve orta öğretim düzeyinde tasarım eğitimi alan tasarımcıların eğitimi çok az yeterli bulurken, ön lisans ve çıraklık eğitimi düzeyindeki tasarım eğitimini daha yeterli bulmaktadırlar.

14. T testi sonuçlarına göre tasarımcılar, Lisans ve Ön lisans düzeyindeki tasarım eğitiminin yeterli olduğu görüşünderken, firma yetkilileri bu görüşe katılmamaktadır. Tasarımcılar orta öğretim ve çıraklık eğitimi düzeyindeki tasarım eğitimini az yeterli bulmaktadır.

15. T testi sonuçlarına göre firma yetkililerinin, sektörde yetişen tasarımcıların tasarım yeteneğini ve bilgi birikimini yeterli bulduğu, ancak firma tasarımcılarının, sektörde yetişen tasarımcıların tasarım yeteneğini ve bilgi birikimini firma yetkililerine göre daha az yeterli bulduğu belirlenmiştir.

16. T testi sonuçlarına göre tasarımcılar, takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların tasarım yeteneğini ve bilgi birikimini yeterli bulurken, firma yetkilileri takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların tasarım yeteneğini ve bilgi birikimini firma tasarımcılarına oranla daha az yeterli bulduğu görülmektedir.

ÖNERİLER

Uygulamaya Yönelik Öneriler

1. Yapılan araştırmada firma yetkililerinin meslekleriyle ilgili eğitime az önem verdiği gözlenmiştir. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde firma tasarımcılarının, eğitim durumuna önem verdiği ancak firma yetkililerinin, tasarımcıların eğitim durumuna önem vermediği belirlenmiştir. Firma yetkililerinin tasarımcıların, tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde eğitim durumuna önem vermesi çoğu tasarımcının eğitime almaya yönelmesine, tasarım eğitimi konusunda bilinçlenmeye ve mücevherat sektörünün standartların yükselmesine neden olabilir. Ayrıca firmalar bir eğitim araştırma ve geliştirme departmanı oluşturabilir ve düzenli olarak eğitim ihtiyaçları bu departman tarafından sağlanarak giderilebilir.

2. Mücevher üretimi yapan firmaların büyük bir bölümünde tasarım departmanı olduğu belirlenmiştir. Ancak tasarım departmanı olmayan firmalarda bu konuya önem vermeli firmalarında tasarım departmanı oluşturmalarıdır. Tasarım departmanı firmaların yeni ve farklı ürünler ortaya çıkarmasında etkili olabilir.

3. Değerli taş ve mücevherat üretimi yapan firmalarda çalışan tasarımcı sayısının az olduğu görülmektedir. Çalışan tasarımcı sayısını yükseltilmesi ve stajyer çalıştırılması yeni ve farklı tarzda tasarımcıları tanıma fırsatı doğurabilir. Tasarımcı sayısının yüksek olması rekabet ortamı yaratacağından birçok yeni fikir ve tasarım ortaya çıkabilir. Bununla firmanın ürün kalitesinde ve tasarım zenginliğinde bir artış yaşanabilir.

4. Firmaların büyük bölümü kendi markasıyla mücevher üretimi yapmaktadır. Markalaşma ilerlemede ve firmanın çizgisini ortaya koyabilmede önemli bir etkidir. Firmaların tasarımlarını kendi markalarıyla sunmaları gelişmelerine katkı sağlayabilir. Firmalarda büyük oranda özgün tasarımlara sahip mücevher üretimi yapıldığı belirlenmiştir. Ancak özgün olmayan standart tarzda da mücevher üretildiği görülmektedir. Standart takıları günümüzün moda anlayışına göre yeniden uyarlamak ve sunmak firmanın farklılığını ortaya koyabilir.

5. Değerli taş ve mücevherat üretimi yapan firmalarda en çok sergi, fuar, defile, dergi, kitap ve broşürleri takip edildiği gözlenmiştir. Firmaların tasarımlarında özgünlük ve farklılık oluşturmaları için tasarımlarını oluştururken geçmiş kültür ve doğadan daha çok etkilenmelidirler.

6. Tasarımcıların aldıkları eğitim doğrultusunda edindikleri teorik bilgileri pratiğe dönüştürmeye imkan sağlama konusunda firmaların yetersiz olduğu belirlenmiştir. Firmaların tasarımcıların aldıkları eğitime önem vermeleri onları iş ortamına uyum sağlama ve tasarımcı olarak özgür ve özgün tasarımlar ortaya çıkarmalarına olanak sağlayabilir.

7. Firma yetkililerinin tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarını üretme becerisini önemserken, tasarımcılar önemsememektedir. Bu bakımdan tasarım eğitimi veren eğitim kurumlarında öğrencilerin tasarımlarını üretme becerisini gerçekleştireceği uygun atölyeler, öğretim yöntemleri ve rehberlik hizmetleri gibi hazırlanmalı, bu konuda firmalarla iletişim sağlanmalı, malzeme araç-gereç temini talep edilmeli, tasarımcılardan beklentileri öğrenilmeli, firmaların beklentilerine uygun olarak tasarımcılar yetiştirilmeli. Öğrencilerin mücevher tasarımı konusunda teknik ve teorik yönden tam donanımlı olabilmesi için firmalarda staj yapmalarına olanak sağlanmalı.

8. Firma yetkilileri sektörde yetişen tasarımcıların, ön lisans ve çıraklık eğitimi düzeyindeki tasarım eğitimini yeterli bulmaktadır. Ancak lisans ve orta

öğretim düzeyinde tasarım eğitimi alan tasarımcıların tasarım eğitimi çok az yeterli bulunmaktadır. Tasarım eğitimi veren kurumların program içerikleri incelenmeli ve bunlar arasında farklılıklar tespit edilmeli, sektörün ihtiyaçları doğrultusunda eğitim programları düzenlenmelidir. Firma tasarımcıları sektörde yetişen, çıraklık eğitimi ve orta öğretim düzeyinde tasarım eğitimi alan tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli bulmamaktadır. Firma tasarımcısı ve yetkilisi arasındaki bu görüş ayrılığındaki nedenleri incelenmeli ve sektörde istihdam edilen tasarımcıların tasarım eğitimi konusunda bilinçlenmesi ve gelişmeleri sağlanmalıdır

9. Firma yetkilileri, sektörde yetişen tasarımcıları bilgi birikimi ve tasarım yeteneği açısından eğitim alan tasarımcılara oranla daha başarılı bulunmaktadır. Ancak firma tasarımcılarının, sektörde yetişen tasarımcıların tasarım yeteneğini ve bilgi birikimini firma yetkililerine göre daha az yeterli bulduğu belirlenmiştir. Tasarım eğitimi alan öğrencilerin de sektörde çalışanlar gibi uygulamaya yönelik çalışmalı, pratik becerilerini geliştirmeleri için ürün tasarımını ve üretimini yaparak ve yaşayarak öğrenmelidir. Bunu için okul ve işyerleri ortak hareket edip atölye kurmalı ve öğrenciler bu atölyelerde firma çalışanları gibi istihdam edilmeli. Tasarımlarını üretebilmelerine olanak sağlanmalıdır.

10. Tasarım eğitimi alan tasarımcılar ile sektörde yetişen tasarımcılar aynı ortamlarda istihdam edilmelidir. Sektördeki tasarımcıların, eğitim alan tasarımcıların tasarım yeteneğinden ve teorik bilgisinden yararlanmaları sağlanmalıdır. Eğitim alan tasarımcılarında sektördeki yetişen tasarımcılardan teknik bilgi, üretim v.b. konularda bilgi akışı yapmaları sağlanmalıdır.

11. Gelişen Dünya’da tasarım zenginliği ve özgünlüğü ön planda olan ürünler her alanda olduğu gibi mücevherat sektöründe de tercih edilmeye başlamıştır. Tasarım bir markanın zenginliğini, farklılığını ve kimliğini ortaya koyan önemli bir unsurdur. Değerli taş ve mücevherat sektöründeki firmaların Türkiye’de ve Dünya’da önemli bir marka olabilmeleri için tasarım konusuna önem vermeliler. Bunun için tasarım eğitimi alan, yaratıcı düşünce gücüne sahip tasarımcılar firmalarında istihdam etmelidir.

Araştırmaya Yönelik Öneriler

1. Değerli taş ve mücevherat sektörünün gelişimi için sektörün eğitim kurumlarından beklentilerini içeren araştırmalar yapılmalıdır.
2. Değerli taş ve mücevherat sektörünün gelişimi açısından çalışma evreni daha genişletilerek daha büyük kitlelerle araştırmalar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Acar, O. (2004). 1980 Sonrası Dönemde Türkiye’de Altın Piyasası ve Türkiye’de Altın Piyasasının Gelişimi İçin Bir model Önerisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Alkan, C. (1997). **Eğitim teknolojisi** (5. baskı). Ankara: Anı Yayınları.
- Alpaslan, S. A. (2003). **Tasarım**. (Birinci Baskı). İstanbul: Ya-Pa Yayınları.
- Artut, K. (2001). **Sanat Eğitimi**. (Birinci Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Aydın, S ve Çakar, G. (1993) Çağdaş Giysi Tasarımında Öge ve Prensipler, Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Kongresi Bildirileri, İstanbul.
- Barnard, M. (2002). **Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür**. İngilizceden Çeviren: Güliz Korkmaz. (Birinci Baskı). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Bingöl, I., (1999). **Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Antik Takılar**. Ankara: Dönmez Ofset Basımevi.
- Çakar, G., Kişoğlu, S., Bayraktar, F., (2003). **Temel Tasarım Bilgisi**. (Birinci Baskı). İstanbul: YA-PA Yayınları.
- Demirel, Ö., Kaya, Z., (2001). **Öğretmenlik Mesleğine Giriş**. (Birinci Baskı). Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Denel, Bilgi (1981). **Temel Tasarım ve Yaratıcılık**, Ankara: ODTÜ, Mimarlık Fakültesi.
- Doğan, N. (1984). **Tasarımda İnsan Etmenleri**, İstanbul: Kültürel Özellikler.
- Etike, S. (2001). **Desen**. (Birinci Baskı). Ankara: Devlet Kitapları, S.H.Ç.E.K. Basımevi.
- Erginsoy, Ü. (1978). **İslam Maden Sanatının Gelişimi**. İstanbul: Kültür Bakanlığı Yayınları, Milli Eğitim Basımevi.
- Fischer, E. (1979). **Sanatın Gerekliliği**. İngilizceden Çeviren: Cevat Çapan. (Üçüncü Baskı). İstanbul: e Yayınları.
- Gerdan, Y. (2007). Takı ve Takı Tasarımının Eğitimdeki Yeri ve Önemi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, El Sanatları Eğitimi Anabilim dalı, Ankara.
- Gladiss, A. V. **“Ortaçağ Akdeniz İslam Topluluklarında Altın”**. Almandan Çeviren: Ayça Sabuncuoğlu. P Dünya Sanatı Dergisi, 2007, sayı:43, İstanbul: MAS Matbaacılık.
- İrepoğlu, G. **“Bir İmparatorluğun Görkemi, Osmanlı Mücevheri”**. P Sanat, Antika ve Kültür Dergisi, 2000, sayı:17, sayfa:100. İstanbul: MAS Matbaacılık.
- İrepoğlu, G. **“Rönesans’tan Günümüze Batı’da Takı Kültürü”**. P Sanat, Antika ve Kültür Dergisi, 2000, sayı:17, sayfa:54. İstanbul: MAS

Matbaacılık.

- İslimyeli, N. (1975). **Sanat Terimleri Ansiklopedisi**. Cilt-2 Ankara: Ankara Sanat Yayınları.
- Karasar, N. (1994). **Bilimsel Araştırma Yöntemi**. Ankara: Sanem Matbaası
- Karlıklı, Ş. (2004). **Yaşayan Anadolu Takıları**. İstanbul: Atasay Kuyumculuk Yayınları, Ohan Matbaacılık.
- Köroğlu, G. “**Bizans Kuyumculuğu**”. P Sanat, Antika ve Kültür Dergisi, 2000, sayı:17, sayfa:26. İstanbul: MAS Matbaacılık.
- Kuşoğlu, M., Z., **Resimli Ansiklopedik Kuyumculuk ve Maden Terimleri Sözlüğü** (İkinci Baskı). (2006). İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Meriçboyu, Y. A. “**Anadolu Eski Çağında Takıların Dili**”. P Sanat, Antika ve Kültür Dergisi, 2000, sayı:17, sayfa:16. İstanbul: MAS Matbaacılık.
- Meriçboyu, Y. A. (2001). **Antik Çağda Anadolu Takıları**. İstanbul: Akbank Kültür ve Sanat Kitapları.
- Özbaşı, T. (1989). Ankara İl Merkezinde Yaşayan Kadınlarda Bulunan Geleneksel Gümüş Takılar Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özpınar, C. “**Art Deco Mücevherinin Temsilcisi: Bengel, Başrolde Süttaş**”. P Dünya Sanatı Dergisi, 2007, sayı:43, İstanbul: MAS Matbaacılık.
- Öztürk, M. (2007). **Öğretimi Planlama-Uygulama ve Değerlendirme**. (Birinci Baskı). Ankara: Bizim Büro Basımevi.
- Rigault, P. “**Louvre Müzesi Koleksiyonundan Eski Mısır Mücevherleri**”. İngilizceden Çeviren: Serra Yılmaz. P Sanat, Antika ve Kültür Dergisi, 2000, sayı:17, İstanbul: MAS Matbaacılık.
- San, İ. (1985). **Sanat ve Eğitim**. (Birinci Baskı). Ankara: A.Ü. Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- San, İ. (1983). **Sanat Eğitim Kuramları**. (Birinci Baskı). Ankara: Tan Yayınları.
- San, İ. (2003). **Sanat ve Eğitim, Yaratıcılık Temel Sanat Kuramları Sanat Eleştirisi Yaklaşımları**. (Üçüncü Baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Savaşçın, Y., Türe, A. “**Takı Malzemeleri ve Tekniği III Granülasyon (Güherse Tekniği)**” Antika Dergisi, Mart -1987, Sayı: 24. İstanbul: Mısırlı Yayınları.
- Sezgin, Ş.ve Önlü, N. (1992). **Tekstilde Tasarım Olgusu**, Bursa:Tekstil ve Mühendis Dergisi, Nisan, Yıl 6, Sayı 52.
- Sönmez, V. (2004). **Öğretmen El Kitabı**. (On Birinci Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Sözen, M., Tanyeli U. (2007). **Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü**. (Dokuzuncu Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi Yayınları.

- Sungur, N. (1997). **Yaratıcı Düşünce**. İstanbul: Evrim Yayınları.
- Timuçin, A. (2000). **Estetik**. (Beşinci Baskı). İstanbul: Bulut Yayınları
- Tunalı, İ. (2009). **Tasarım Felsefesi**. (Üçüncü Baskı). İstanbul: Yem Yayınları
- Türe, A., Savaşçın, Y. (2002). **Anadolu Antik Takıları**. İstanbul: Goldaş Kültür Yayınları-2.
- Türe, A., Savaşçın, Y. (2000). **Kuyumculuğun Doğuşu**. İstanbul: Goldaş Kültür Yayınları-1.
- Türe, A., Savaşçın, Y. “**Takı Malzemeleri ve Teknikleri V Repousse, Kurşuna Dövme ve Stampa**” Antika Dergisi, Ocak-1988, Sayı:33. İstanbul: Mısırlı Yayınları.
- Türe, A. (2006). **Takının Öyküsü**. İstanbul: Goldaş Kültür Yayınları-5.
- Türkdoğan, G. (1984). **Sanat Eğitimi Yöntemleri**. (Birinci Baskı). Ankara: Kadioğlu Matbaası.
- Yetkin, S. K. (1979). **Estetik ve Ana Sorunları**. (Birinci Baskı). İstanbul: İnkılap ve Aka Basımevi.

İnternette Alınan Bilgilerin Web Site Adresleri

Anadolu Takıları, (2005),

Web: <<http://www.discoverturkey.com/yeni/anadolu/takilar.html/>>

adresinden 10.03.2007 tarihinde alıntı yapılmıştır.

Bektaş, B., Altın Mücevherat, (2007), Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi,

Web: <<http://www.kobi.mynet.com/pdf/altinvemucevher.pdf/>>

adresinden 11.07.2008 tarihinde alıntı yapılmıştır.

Bilgin, M., Takı Sektör Profili, (Aralık, 2006), İstanbul Ticaret Odası Dış Ticaret Şubesi Uygulama Servisi,

Web: <<http://www.kobi.mynet.com/pdf/taki.pdf/>> adresinden 30.07.2008 tarihinde

alıntı yapılmıştır.

Demir, R., Türkiye’de Kuyumculuk Sektörü Analizi, (2006),

Web: <<http://www.turkishtime.org/sector2/118tr.asp/>> adresinden 10.03.2007 tarihinde alıntı yapılmıştır.

İstanbul Değerli Maden ve Mücevherat İhracatçıları Birliği, Ar&Ge Şubesi, Türk Değerli Maden ve Mücevherat Sektörü İhracatı, (2007), Web: <http://www.immib.org.tr/mucevher/> adresinden 11.07.2008 tarihinde alıntı yapılmıştır.

Meslek Liseleri Kuyumculuk Teknolojisi Bölümü Ders İçeriği (Ocak 2006), Web: <<http://www.okulweb.meb.gov.tr/>> adresinden 05.07.2008 tarihinde alıntı yapılmıştır.

Milli Eğitim Bakanlığı Çıraklık Eğitimi Ustalık Programı Ders Çizelgesi, (2006), Web: <<http://www.cygm.meb.gov.tr/ciraklikegitimiciderigi/>> adresinden 08.07.2008 tarihinde alıntı yapılmıştır.

Takı, Kuyumculuk ve Süs Taşları Tasarımı Eğitimi Ders Programı (2006), Web: <<http://www.yok.gov.tr/universiteler/universiteler.htm/>> adresinden 05.07.2008 tarihinde alıntı yapılmıştır.

Tasarım tanımı (2009)
Web: <<http://tdkterim.gov.tr/bts/kategori/>> adresinden (15.07.2009) tarihinde alıntı yapılmıştır.

Yılmaz,B., Altın Mücevherat, Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, (2006), Web: <<http://www.atonet.org.tr/sektorler/altinmucevher.pdf/>> adresinden 11.09.2008 tarihinde alıntı yapılmıştır.

İnternette Alınan Resimlerin Web Site Adresleri

Akik, (Mart 2009)

Web: <<http://www.newkon.net/>> adresinden 10.04.2009 tarihinde alınmıştır.

Akuamarin, Elmas, Lapislazuli, Malahit, Mercan, Opal, Safir, Topaz, Turkuaz, Yakut, Yeşim, Zümrüt, Altın, Gümüş, Platin, (2008)

Web: <<http://www.upload.wikimedia.org/wikipedia/>> adresinden 10.04.2009 tarihinde alınmıştır.

Ametist (2008)

Web: <<http://www.itusozluk.com/>> adresinden 10.04.2009 tarihinde alınmıştır.

Çeşitli Tekniklerle Yapılmış Takılar, (2008)

Web: <http://www.tekplatform.com/> adresinden 10.04.2009 tarihinde alınmıştır.

Kehribar, (2008)

Web: <<http://www.kehribar-amber.com/>> adresinden 10.04.2009 tarihinde alınmıştır.

Turmalin, (2008)

Web: <<http://www.1mazine.com/>> adresinden 10.04.2009 tarihinde alınmıştır.

EK - 1

Sayın Yetkili;

Bu çalışmanın amacı, sizlerin vereceği bilgiler doğrultusunda “**Değerli Taş ve Mücevherat Sektöründe Tasarım Eğitiminin Yeri ve Önemi**” konusunda bilgi toplamaktır. Toplanan bilgilerin bu amaç dışında başka bir nedenle kullanılması söz konusu değildir. Lütfen aşağıda verilen ifadelerin tümünü dikkatle okuyarak size en uygun seçeneği işaretleyiniz. Verdiğiniz tüm bilgiler gizli kalacaktır.

Katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Tarih :

(A)

Saygılarımla...

Ayten DOĞAR

FİRMA YETKİLİSİ

ANKET SORULARI

1. Mesleğinizle ilgili bir alanda eğitim aldınız mı?

() Evet () Hayır

2. İşyerinde tasarım departmanı var mıdır?

() Evet () Hayır

3. İşyerinde tasarım departmanı var ise kaç kişi çalışmaktadır?

() 1 () 2 () 3 () 4 () 5 ve üzeri

4. İşyerinde tasarım departmanı var ise kaç yıldır faaliyet göstermektedir?

() 1 – 5 () 6 – 10 () 11 – 15 () 16 – 20 () 21 ve üzeri

İŞYERİ ÜRETİM BİLGİLERİ	Tamamen Katılıyorum	Ortanın Üstünde Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Ortanın Altında Katılıyorum	Katılmıyorum
5. Firmamızda elmas, yakut, zümrüt, safir, inci, topaz gibi değerli taşlarla mücevher üretimi yapılmaktadır.					
6. Firmamızda ametist, akik, mercan, türkuaz, kehribar, opal, gibi yarı değerli taşlarla mücevher üretimi yapılmaktadır.					
7. Firmamızda altın, gümüş, platin, paladyum gibi değerli madenler kullanılmaktadır.					
8. Firmamızda kendi markamızla mücevher üretimi yapılmaktadır.					
9. Firmamızda özgün tasarımlara sahip mücevherler üretilmektedir.					

ARAŞTIRMA GELİŞTİRME	Tamamen Katılıyorum	Ortanın Üstünde Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Ortanın Altında Katılıyorum	Katılmıyorum
10. Tasarımlarımızı oluştururken geçmiş kültür ve doğadan esinleniyoruz.					
11. Tasarımlarınızı oluştururken dergi, kitap, internet, fuar broşürleri ve kataloglardan yararlanıyoruz.					
12. Takı ve mücevher ile ilgili yapılan sergi, fuar ve defileleri takip ediyoruz.					
13. Tasarımcıların aldıkları eğitim doğrultusunda edindikleri teorik bilgileri pratiğe dönüştürmeye imkan sağlıyoruz.					
14. Diğer firmaların takı tasarımlarını takip ediyoruz.					

TASARIMCI İSTİHDAMI	Tamamen Katılıyorum	Ortanın Üstünde Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Ortanın Altında Katılıyorum	Katılmıyorum
15. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde eğitim durumu önemlidir.					
16. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde iş deneyimi önemlidir.					
17. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde çalışma hızı önemlidir.					
18. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde iş disiplini önemlidir.					
19. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarım yeteneği önemlidir.					
20. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarının uygulanabilirliği önemlidir.					
21. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarını üretme becerisi önemlidir.					

TASARIM EĞİTİMİ KONUSUNDAKİ GÖRÜŞLER	Tamamen Katılıyorum	Ortanın Üstünde Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Ortanın Altında Katılıyorum	Katılmıyorum
22. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar özgün tasarımlar ortaya çıkarmaktadır.					
23. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar hızlı kavrama yeteneğine sahiptir.					
24. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar yeterli teorik bilgiye sahiptir.					
25. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar yeterli teknik bilgiye sahiptir.					
26. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar araştırma ve geliştirme yeteneğine sahiptir.					
27. Lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.					
28. Ön Lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.					
29. Orta Öğretim düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.					
30. Çıraklık Eğitimi düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.					
31. Sektörde yetişen tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli buluyorum					
32. Sektörde yetişen tasarımcıların bilgi birikimini yeterli buluyorum.					
33. Takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli buluyorum.					
34. Takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların bilgi birikimini yeterli buluyorum.					

EK - 2**Sayın Yetkili;**

Bu çalışmanın amacı, sizlerin vereceği bilgiler doğrultusunda “**Değerli Taş ve Mücevherat Sektöründe Tasarım Eğitiminin Yeri ve Önemi**” konusunda bilgi toplamaktır. Toplanan bilgilerin bu amaç dışında başka bir nedenle kullanılması söz konusu değildir. Lütfen aşağıda verilen ifadelerin tümünü dikkatle okuyarak size en uygun seçeneği işaretleyiniz. Verdiğiniz tüm bilgiler gizli kalacaktır.

Katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Tarih :

(B)

Saygılarımla...

Ayten DOĞAR

TASARIMCI

ANKET SORULARI**1. Mesleğinizle ilgili bir alanda eğitim aldınız mı?**

() Evet () Hayır

2. İşyerinde tasarım departmanı var mıdır?

() Evet () Hayır

3. İşyerinde tasarım departmanı var ise kaç kişi çalışmaktadır?

() 1 () 2 () 3 () 4 () 5 ve üzeri

4. İşyerinde tasarım departmanı var ise kaç yıldır faaliyet göstermektedir?

() 1 – 5 () 6 – 10 () 11 – 15 () 16 – 20 () 21 ve üzeri

İŞYERİ ÜRETİM BİLGİLERİ	Tamamen Katılıyorum	Ortanın Üstünde Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Ortanın Altında Katılıyorum	Katılmıyorum
5. Firmamızda elmas, yakut, zümrüt, safir, inci, topaz gibi değerli taşlarla mücevher üretimi yapılmaktadır.					
6. Firmamızda ametist, akik, mercan, tırkuaz, kehribar, opal, gibi yarı değerli taşlarla mücevher üretimi yapılmaktadır.					
7. Firmamızda altın, gümüş, platin, paladyum gibi değerli madenler kullanılmaktadır.					
8. Firmamızda kendi markamızla mücevher üretimi yapılmaktadır.					
9. Firmamızda özgün tasarımlara sahip mücevherler üretilmektedir.					

ARAŞTIRMA GELİŞTİRME	Tamamen Katılıyorum	Ortanın Üstünde Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Ortanın Altında Katılıyorum	Katılmıyorum
10. Tasarımlarımızı oluştururken geçmiş kültür ve doğadan esinleniyoruz.					
11. Tasarımlarınızı oluştururken dergi, kitap, internet, fuar broşürleri ve kataloglardan yararlanıyoruz.					
12. Takı ve mücevher ile ilgili yapılan sergi, fuar ve defileleri takip ediyoruz.					
13. Tasarımcıların aldıkları eğitim doğrultusunda edindikleri teorik bilgileri pratiğe dönüştürmeye imkan sağlıyoruz.					
14. Diğer firmaların takı tasarımlarını takip ediyoruz.					

TASARIMCI İSTİHDAMI	Tamamen Katılıyorum	Ortanın Üstünde Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Ortanın Altında Katılıyorum	Katılmıyorum
15. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde eğitim durumu önemlidir.					
16. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde iş deneyimi önemlidir.					
17. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde çalışma hızı önemlidir.					
18. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde iş disiplini önemlidir.					
19. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarım yeteneği önemlidir.					
20. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarının uygulanabilirliği önemlidir.					
21. Tasarımcı seçiminde ve değerlendirilmesinde tasarımlarını üretme becerisi önemlidir.					

TASARIM EĞİTİMİ KONUSUNDAKİ GÖRÜŞLER	Tamamen Katılıyorum	Ortanın Üstünde Katılıyorum	Orta Düzeyde Katılıyorum	Ortanın Altında Katılıyorum	Katılmıyorum
22. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar özgün tasarımlar ortaya çıkarmaktadır.					
23. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar hızlı kavrama yeteneğine sahiptir.					
24. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar yeterli teorik bilgiye sahiptir.					
25. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar yeterli teknik bilgiye sahiptir.					
26. Takı tasarımı eğitimi almış tasarımcılar araştırma ve geliştirme yeteneğine sahiptir.					
27. Lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.					
28. Ön Lisans düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.					
29. Orta Öğretim düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.					
30. Çıraklık Eğitimi düzeyinde takı tasarımı eğitimi almış tasarımcıların eğitimlerini yeterli buluyorum.					
31. Sektörde yetişen tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli buluyorum					
32. Sektörde yetişen tasarımcıların bilgi birikimini yeterli buluyorum.					
33. Takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların tasarım yeteneğini yeterli buluyorum.					
34. Takı tasarımı eğitimi alan tasarımcıların bilgi birikimini yeterli buluyorum.					