

TASARIMDA YARATICILIK VE İŞLEVSELLİK TEKSTİL TASARIMINDAKİ KONUMU

Nesrin ÖNLÜ*

Özet : Tasarım, istenilen amaca cevap veren bir düşünce sürecidir. Bu süreç hem işlevselliği hem de yaratıcılığı bünyesinde barındırır. Tasarım aşamasında tasarımılanan ürün öncelikle işlevsel olmalıdır. Bir giysinin vücudumuzu örtmesi gibi belirli bir amaca hizmet etmelidir. İkinci olarak, benzerlerinden farklı bir görsellik taşımalı, estetik görüntüsü alışılmışın dışında olmalıdır. Yaratıcılık, bir tasarımda hem işlevselliğe hem de estetik görünüme biçim verir. Tasarlanan ürüne alışılmışın dışında farklı yada ikinci bir işlevsellikle birlikte ,estetik olarak diğerlerine benzemeyen bir görsellik de verebilir. Tekstil tasarımında yaratıcılık ve işlevsellik tekstil ürününün estetik ve teknik tasarımından üretim sürecine kadar geniş bir alanı içerir. Örneğin, kışlık giysilik bir kumaş tasarlanıyorsa, kumaş öncelikle sıcak tutmalı, daha sonra, renk, esen, doku v.b. özellikleri ile alıcının beğenisine cevap verebilecek estetik değerde olmalıdır.

Anahtar Kelimeler : Yaratıcılık, işlevsellik, tekstil tasarımı

I. Giriş

Tasarım kavramı günümüzde insanı ilgilendiren her alanda etkisini hissettirmekte olup, modern yaşamın bir gerekliliği haline gelmiştir. Günümüzde moda olgusu bütünlüğünde etkisini daha çok hissettiren tasarım kavramı, yaratıcılık ve işlevselliğin aynı potada eritilmesiyle ortaya konmaktadır. Tasarım kavramında, tekstil gibi kullanım amaçlı, endüstriye yönelik ürünlerin tasarımında ürünün işlevselliği birinci derecede önem taşıyor görünse de, kişisel beğenilerin ön plana çıktığı ve de kişiye özel tasarımların ağırlık kazandığı günümüzde yaratıcı süreç, özellikle estetik öğeler açısından daha fazla önem taşımaktadır. Kaldı ki, yaratıcı süreç ürünün işlevselliği üzerinde de etkili olmaktadır. Zira, işlevselliğin boyutu ürünün kullanım alanını doğru yerine getirmenin ötesine çıkmıştır. Geçmişten günümüze değişim ve gelişim göstererek gelen kültür, ülke, yöre ve kişisel farklılıklar işlevselliğin sınırlarını genişletmiş, estetik öğelerle iç içe bir hal almasına neden olmuştur. Örneğin, bugün bir giysilik kumaşın işlevsellik kapsamında, sadece, iklim koşullarına bağlı işlevini yerine getirip getirmediğini düşünmek doğru değildir. Ürünün kültüre, ülkeye, yöreye ve elbet de kişiye uygun olup olmadığı da işlevini tam olarak yerine getirip getirmediği ile ilgilidir. Bu nedendir ki tasarım yaratıcılık ve işlevsellik açısından ele alındığında, bilginin çok önemli olduğu ve hızla ulaşıldığı günümüzde konuya daha geniş açıyla yaklaşılacaktır.

* Yrd.Doç., Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Bölümü.

II.Tasarımda Yaratıcılık ve İşlevsellik

Tasarım, yaratıcılığı ve problem çözümünün her ikisini de bünyesinde barındıran bir süreçtir. İstenilen amaca cevap veren bir düşünceyi ifade eder. Anlaşılabilir bir bütünün parçalarının organizasyonudur. Belli bir amaca hizmet etmesi için, malzeme ve biçimden oluşan bir bütündür (Bevlin,1977,3-10). Bir tasarlama eylemi sonucunda beliren ve asıl yapıtın gerçekleştirilmesi sırasında yönlendirici olan proje, çizim, maket v.s. ürünlerin tümüdür (Sözen, Tanyeli, 2003 ; 231).

Tasarım sürecinde ortaya konan ürün belirli bir amaca hizmet etmeli , bilinçli bir düşünce sonucu ortaya çıkarak işlevsel olmalı, alışılmışın ötesinde ve daha önce hiç yapılmamış yada benzerlerinden çok farklı bir görseellikle, kendine has bir özellik taşımalıdır. Çalışma yada ürün yaratı içermelidir.

Sanat yapıtlarında estetik nitelik ve buna bağlı olarak özgün olma koşulu ön planda olmasına rağmen,tekstil gibi kullanım amaçlı olan ürünlerin tasarımında işlevsel olma zorunluluğu, eş değer bir öneme sahiptir.Kullanım amacıyla seri olarak üretilmedikçe, söz konusu yapıt, malzemesi tekstil olan , estetik değerlerle bezeli özgün bir sanat objesinden başka bir şey olmayacaktır (Ergür,1989 ; 41).

Kullanıma yönelik ürünlerde işlevsellik büyük öneme sahip olmakla birlikte, tıpkı sanat yapıtlarında olduğu gibi yaratıcılık da aynı öneme sahiptir. Gerçekte, düşündüğümüzde, yaşantımızı içeren her alanın özünü yaratı oluşturur. Var olduğumuzdan buyana, bizi ilgilendiren her alanda meraklı oluşumuz yaratıcılığın bir göstergesidir. Yaratıcılık merak demektir. Kişisel girişim gerektirir. Dışa açıktır. Katılığı kabul etmez. Bağımsızlık ve özerklik demektir.

Yaratıcılık tasarımla bağdaştırıldığında, yaratıcılıkta ürünün değeri başkalarının beğenisinde değil, kendi özündedir. Yargı kaynağı ürünün kendisidir. Önemli olan yaratıcı özümü doyuracak bir şey yaratabilmektir. Yaratıcılık, yeni ve geçerli fikirlerin yaratılmasıyla sonuçlanan bir düşünce sürecidir (Küçükerman, 1996; 63).

Yaratı yapan tasarımcının kendisine sorması gereken sorular vardır. Bunlar;

-Yaratıcı fikirler ileri sürüp onu somutlaştırabildim mi? Bir başka deyişle 'Yaratıcı özümü doyuracak bir şey yapabildim mi?'

-Duygumu, düşüncemi, acımı yada sevincimi, ürünün amacını doğru yansıtabildim mi? Tasarımcı, başkaları tarafından görülmeyen iç potansiyelleri gerçekleştirebiliyor, görülmeyeni görüyor ise yaratıyor demektir. Yaratıcılık, öğeler ve kavramlarla oynayabilme, hünerle işleyebilme anlamına gelmektedir. Yaratı yapabilen bir tasarımcı yaratıcı düşünceye sahip demektir. Yaratı, ortaya konan son ürünle kendini göstermez. 'Tasarlamak'dan 'Tasar' aşamasına kadar geniş bir süreçte yer alır. Bu nedenledir ki, bir tasarımcı yaratı sürecinde tasarımın her aşamasını paralel bir düzende yürütmek için açık ve net bir

biçimde düşünebilmelidir. Çünkü yaratı çok yönlülük ve farkındalık ister. Yaratıcı kişinin çevresinde olup bitenlere karşı duyarlı ,genel algılaması kuvvetli, detayları görebilen analizci bir göze sahip olması gerekir. ‘Yaratıcılık karşılaşma ile ortaya çıkar ve karşılaşma merkez olarak alınırsa anlaşılabilir’ (May, 1991;92). Yaratıda, tasarımcı ile karşılaştığı obje arasında bir ileti söz konusudur. Obye yaratıcı kişiyi-tasarımcıyı harekete geçirir. Kendi yaratıcı iç potansiyelleri sayesinde karşılaştığı objelerden seçim yapar. Bu seçimi zihninde şekillendirerek düşünceye dönüştürür.

Yaratıcılık içeren, açmak gerekirse, diğerlerinden farklı olan, hissedilmeyeni ortaya koyan, farkındalık içinde olabilecekleri önceden tahmin ederek tasarlanan düşünce gerçekleştirilirken, bir amaca erişebilmelidir. Bu da işlevsellikle bütünleşir.

İşlev, diğer bir adıyla fonksiyon, en basit tanımı ile, ortaya konan ürünün bir amaca hizmet etmesidir. Diğer bir tanımla, referans ettiği şeyin sonucudur.

Su koymak için içi boş bir kap tasarlarız. Herhangi bir şeyi kesmek için bir ucu keskin bir metal. Eşyalarımızı saklamak için içi boş, raflar olan bir dolap yada sandık. Vücudumuzu örtmek için, iplikleri bir araya getirerek bir kumaş. Bu nedenledir ki, biçim ve işlev bir bütünlük içinde olmalıdır. Biçim fonksiyonu izlerse ve fonksiyon istenilen sonuç ise,biçim amaca ulaşmış demektir. İşlevini yerine getirmesi esas olan bir üründe işlev, tasarlama sürecinde özellikle estetik öğeler kazandırmada sınırlayıcı bir unsur olabilmektedir. Hatta, fonksiyon yaygın olarak, objelerin görünümünü sınırlayan tüm faktörleri örtmek için de kullanılmaktadır.

Nesneleri işlev yükleyerek tasarlarken, bir yandan da onları insanlaştırmayı düşünürüz. Bir bıçağın kestğini, bir kabın su taşıdığını,bir kumaşın örttüğünü v.b. Aslında tasarlama sırasında onlara yüklediğimiz fonksiyon, tüketici olarak nitelendirdiğimiz alıcıya ‘bardağa su konur, bıçak keser, kumaş örter’i öğretmektir.

Çağımızda iyi bir tasarım kolaylık demektir. Farklı kültürlere, ülkelere, yörelere ve kişiye, yani belirlenen hedef kitleye hitap edebilmek demektir. İyi bir tasarım estetik tasarım ve işlevselliğin başarılı birlikteliğinin sonucudur. Bu da yaratıcılığın hem estetik hem de işlevsel açıdan iş başında olduğu anlamına gelir. Örneğin, yazlık giysilik bir kumaş tasarlarken kumaşın öncelikle vücudu serin tutması gerektiği, bu nedenle de bu işlevi yerine getirebilecek tekstil materyallerinden dokunması esastır. Tasarım sürecinin yaratı aşaması kumaş tasarlanırken üç farklı boyutta kendini gösterebilir. Estetik unsurlar göz önüne alınarak, daha önce kimsenin tasarlamadığı bir kumaş yüzeyi oluşturmak, teknik unsurlar dikkate alınarak, tekstil materyalini çok farklı bir konuma getirerek hem serinletici özelliğini arttırmak hem de son derece hafif ve hava geçirgenliği olan bir kumaş tasarlamak, üçüncü olarak da belirlenen hedef kitlenin beğeni ve isteklerini yerine getirebilmek.

Günümüzde bir ürün tasarlamada genel yaklaşım kullanıcının çok yönlü ihtiyaçlarına cevaplar veren standart ürün tasarlanması şeklindedir. Böyle bir yaklaşım ilk bakışta yaratıcılığı köstekler gibi görünse de, tam tersi yaratıcı sürece daha fazla sorumluluk yükler. Çünkü, hem standart bir ürün tasarlanarak seri olarak üretilmeli, hem de kullanıcıya kişisel seçim olanağı vermelidir.

Tasarımcı böyle bir yaklaşımda her zamankinden daha fazla dışa dönük, duyarlı ve gözlemci olmalıdır. Yeni biçimlere, yeni simgelere yönelebilmelidir. Onlara yeni bir anlam yükleyerek, şekil vererek özdeki işlevini yerine getirmesini sağlamalıdır.

Bir amaca hizmet eden, işlevselliği olan ürünlerde en iyi tasarımlar ihtiyaçtan doğar. Yaratıcılık ilk bakışta estetik görünümle, güzellikle zihinde bağlantı kurarsa da, işlevsellikle doğru orantılıdır.

Kullanım amaçlı ürünlere yönelik tasarımda yaratıcılık ve işlevsellik vazgeçilmez bir ikilidir ve iki konumda ele alınabilir.

Birincisi;

Öncelikle ürünün bir amaca hizmet edecek işlevselliğini düşünerek, ürüne estetik görünüm kazandırmayı, yani estetik yaratıcılığı ürünü işlevsel hale getirdikten sonra irdelemek,

İkincisi;

İşlevselliği ve yaratıcılığı bir bütün olarak düşünüp, hem ürünün işlevselliğini yaratıcı düşünceyle daha da geliştirmek, hem de ona estetik bir boyut katmak.

Birinci konumda, ürünün işlevselliği tasarlanmanın başlangıcından itibaren bellidir. Örneğin kışlık giysilik bir kumaş tasarlanacaksa, kumaşın ana işlevi soğuk havalarda sıcak tutmasıdır. Tasarlama süreci başlangıçtan son ürüne kadar söz konusu işlevi yerine getirmek amacıyla gelişim gösterir. Ham madde, iplik seçimi, kumaş sıklığı, örgü türü v.b.

Bu amaçla, sadece ısıtıcı özelliği olan, kaliteli yün iplikten dokunacak düz renkli bir kumaş tasarlanabileceği gibi, estetik yaratıcılığı tasarım sürecine katarak, ısıtma fonksiyonunu yerine getirmekle birlikte, kumaş görsel olarak da son derece renkli, farklı motiflerde ve dokuda tasarlanabilir. Yaratıcı, bu tür bir tasarlamada (işlev ve bağlı olarak genel form başlangıçta belli olduğu için) işlevsel özelliği yok etmeden, genel forma yeni bir biçim ve estetik öğeler kazandırmak için tasarımcısının sanatçı kimliğinde harekete geçecektir.

İkinci durumda yaratıcı düşünce hem işlevsellik hem de estetik görünüm açısından benzerlerinden çok farklı bir ürün tasarlamayı hedefler. İşlevsellikte yaratıcılık ön plana çıktığında en iyi tasarımlar ihtiyaçtan doğar.

Kışlık bir giysi alan bir tüketici giysinin ağırlığından şikayetçi olduğunda şu soruyu sorar. 'Neden hem ısıtan hem de daha hafif olan bir kumaştan dikmiyorlar sanki?'. Aynı şekilde, şişman bir kişi 'Neden sürekli zayıf kişilere hitap eden desende kumaş ve giysi üretiyorlar?', yaşadığı evin odaları geniş

olmayan bir kişi de ‘Neden mekanları daha geniş gösterecek kumaşlar tasarlamıyorlar ‘ diye düşündüğünde yaratıcı düşüncüyü harekete geçirir.

Farkındalığı üst düzeyde, gözlemi ve araştırmacı yönü kuvvetli olan bir tasarımcı kışlık giysi örneğinde, yaratıcı düşüncesini öncelikle kışın hem ısıtacak hem de hafif olan bir kumaş tasarlamaya yönlendirecek, ikinci aşama olarak estetik yaratisını harekete geçirecektir ve diğerlerine benzemeyen güzellikte bir kumaş tasarlamaya yönelecektir. İkinci örnekte daha küçük motifli ve daha ince gösterecek yüzey dokulu, üçüncüsünde ise hem renk hem motif açısından mekanları geniş gösterecek kumaşlar tasarlamayı hedefleyecektir.

Tasarımcı her iki durumda da yaratıcılık ve işlevsellik bütünlüğünde aynı zamanda, uygun malzeme seçimi, renk ve doku seçenekleri, son ürünün kullanım yeri, tasarlanan ürünün kalitesi, hitap edeceği sosyal kesim, günün moda eğilimlerini de göz önünde bulundurmalıdır. Özellikle endüstriyel ürünlerde ürünün fabrikasyon üretim olacağı da yaratıcı-işlevsel süreçte önemli bir noktadır. Kimi zaman bu aşama kısıtlayıcı da olabilmektedir. Örneğin, kumaş tasarımında farklı bükümlü fantezi ipliklerin atkı yönünde kullanılması tercih edilir. Çözgüde kullanımları sakıncalıdır.

Amacı, işlevi olan herhangi bir ürünü belli bir firma için tasarlıyorsanız ve diyelim ki sizin tasarladığınız özellikleri üretim aşamasında firmanın yetersiz donanım nedeniyle üretmesi olanaksızsa tasarım amacına ulaşamaz. Yada siz bu yetersizliği göz önüne alarak daha kısıtlı koşulda tasarım yapmak durumundasınızdır.

Tasarımda yaratıcılığı ve işlevselliği kısıtlayan en önemli konu ise ekonomik etkidir. Özde ürünün maliyeti tasarım sürecindeki en etkin halkadır. Bu etkiyi, işin içinde sanatsal yaratı da olduğu için ne kadar inkar edersek edelim, bireysel olarak ekonomik etki bilinçaltımızda daima vardır ve bizi yönlendirir. Dolaylı yada dolaysız tasarım sürecinde, yaratı-işlev bütünlüğünde çoğu kez sınırlayıcı olabilmektedir. Ekonomik sınırlayıcılık kimi zaman tasarlanması ve hayata geçirilmesi çok basit gibi görünen bir ürünü işin içinden çıkılmaz hale getirebilir.

Zihinde tasarlanan düşünce kağıt üzerine başarı ile geçirilebilse bile, uygulama aşamasında işlevini tam olarak yerine getirebilmesi yada istenilen estetik görünüme ulaşabilmesi için gerekli malzemelere ulaşmak ekonomik açıdan çok güç olabilir.

Tasarlama sürecinde ekonomi de dahil tüm aşamalar yerine getirilip son ürüne ulaşılsa da, bunlar ürünü tek başına başarılı kılmaz. Tasarlanan ürünün kullanıcıya ulaşması, eşdeğer rakipleri ile rekabet edebilmesi gerekir. Ürünün kullanıcıya ulaşması aşamasında kullanıcı tarafından beğenilip alınması tasarlanan ürünün asıl başarısıdır. Böyle bir durumda tasarlanan ürünün kullanıcıya en iyi şekilde sunulması gerekir. Bu da ürünün kimliğinden, ambalajına ve tanıtımına kadar(özellikle endüstriyel ürünlerde) geçen süreci

içerir ve her aşaması yaratıcı düşünce ürünüdür. Tasarlanan ürünler aynı zamanda tanıtım ve dikkat çekmek amaçlı olarak satıldıkları mağazaların vitrinlerinde tüketicinin beğenisine sunulmaktadır. Tanıtımın ve dikkat çekerek beğenin alma isteği uyandıracak kadar en üst düzeye ulaşması başarılı bir vitrin tasarımı ile olasıdır. Ve bu tasarım sislsilesi insanı ilgilendiren her alanda aralıksız devam eder. Paralel olarak yaratıcı düşüncede sürekli iş başındadır.

III. Yaratıcılık ve İşlevselliğin Tekstil Tasarımındaki Konumu

Tekstil tasarımında yaratıcılık ve işlevsellik tekstil ürününün estetik ve teknik tasarımıyla üretim sürecine kadar geniş bir yelpazeyi içermektedir. Yaratıcılığın boyutları bilgi toplumuna geçişin başlaması ile giderek artmış, bilim ve teknolojinin gelişen olanaklarından faydalanılarak el becerisine dayanan geleneksel tekstil ürünlerinden endüstriyel ürünlere geçilmiştir. Tekstil tasarımında yaratıcılık, toplumun geçmişten günümüze değişim ve gelişim göstermesi nedeniyle, fiziksel işlevini yerine getirmesi zorunluluğu ile sıradan, tek düze tasarımların çıkmaması için işlevin kapsamını genişleterek, estetik işlev adı altında tasarımcıya bireysel birikimlerini ortaya koyma şansı vermiştir. Tasarımcının bireyselliğinden kaynaklanan yaratıcılığa da bağlı olarak, tekstil tasarımında yaratıcılığın boyutları desen tasarımı ile sınırlı kalmamış, gelişen teknoloji sayesinde genişleyerek hammaddeden iplik ve farklı malzemeye, örgülendirmeden doku farklılıklarına, üretim biçimlerinden dokuma, örme gibi farklı teknikler kullanılarak üretilmiş tekstillerin yüzeyine uygulanan baskı tekniklerine ve bitim işlemlerine v.d lerine kadar geniş bir alana yayılmıştır. Tekstil endüstrisinde tasarımcıların teknik adamları, teknik adamların tasarımcıları zorlamaları, hatta büyük bir rekabet içinde olmaları yeni malzeme ve tekniklerin bulunmasına, dokuma, örme, baskı, işleme v.d. makinelerinin kapasitelerinin genişlemesine ve hatta bilgisayar destekli tasarımları destekleyen bilgisayarlı makinelerin ortaya çıkmasına v.b. gelişmelere neden olmuştur. Tasarımcılar ve teknik adamlar arasında başlayan bu işbirliği sayesinde tekstil tasarımında çok farklı görsel etkilerle beraber geniş kapsamlı işlevsellik elde edilmiştir. Çünkü günümüzde endüstriyel olarak üretilmekte olan tekstillerde günün koşulları nedeniyle çok amaçlılık ön plandadır. Bu da bir ürünün birden fazla amaçla kullanılmakta olduğu, ürünün sadece fiziksel kapsamda düşünülen işlevini yerine getirmesinin yeterli olmadığı, beğeniye ve görsele hitap eden estetik işlevini, ülke, şehir, yöre, statü, kişilik, cinsiyet, yaş, ekonomik durum gibi özellikleri bünyesinde barındıran toplumsal işlevini de yerine getirmek zorunda olduğu ve bu nedenle yaratıcı sürecin bu doğrultuda işlemesi gerektiğini gözler önüne sermektedir. Tekstil tasarımında işlevselliği, özellikle, günün değişen sosyal, kültürel yapısında, örneğin sadece ürünün giysilik kumaş olarak iklim koşullarında korunma, mekanda perde olarak dışarıdan içerisinin görünmemesini engelleme şeklinde fiziksel amaçlı algılamak doğru değildir. Ürünün renk, desen, doku,

malzeme, uygulanan teknik ile bir bütünlük taşıyan ve kişisel beğeniye hitap eden estetik işlevi de vardır. Kaldı ki tekstil ürünlerinin ilk çağlardan beri hem fiziksel hem de sembolik işlevi olduğu bilinmektedir. Tarihsel süreç için de tekstil ürününün vücutu dış etkenlerden koruma gibi fiziksel amaçlı işlevi insanoğlunun değişen gereksinimleri doğrultusunda devam etmiştir. Statüyü belirleyen, sosyal alanda saygınlık kazandıran, estetik açıdan beğeni içerikli kişisel tatmin sağlamak olan sembolik işlevi ise, kapsamı genişleyerek ve Croce'nin mantık alanının öğeleri ile sanat alanının öğelerini birbirinden ayırdığı estetik kavramı ile bütünlüğe, özellikle sanayi devrimi sonrası sanat hareketleri ve gelişen teknolojiye de bağlı olarak değişim göstermiştir.

Klasik anlamıyla estetik, güzelin ne olduğu sorusunun yanıtıyla ilgilenen bir felsefe dalı iken, 20. yüzyılda gelişen çağdaş estetik, güzelin ne olduğu sorusuna cevap aramamaktadır. Sanat artık sadece güzeli betimlemek değildir. Sezgiyi kendi içinde merkez alarak güzel ve çirkinini açıklayan ve güzeli salt sezgi, çirkinini ise ifade yoksunu olarak tanımlayan, duygunun estetik için önemli olduğunu ve buna bağlı olarak estetik duygular gibi bir tür duygu eleştiren Croce'nin estetiğini benimseyen 20.y.y. sanatına göre, kişisel beğeniler, eser yada ürün olarak nitelendirilen sanat yapının estetik etkisini içeren görsel ifadesi ön plandadır. Bu anlayışı benimseyen günümüz estetiği, geçmişteki kesin ve doktriner tutumundan uzaklaşmış, çoğunlukla tarihsel bir yöntem kullanan bir sanatı açıklama uğraşı haline gelmiştir. Bu nedendir ki, sözlük anlamı olarak işlev, bir yapının, bir tür eşyanın yada sanat ürününün kullanım amacı olarak tanımlansa da, yine sözlük anlamı olarak, işlevin mutlaka somut nitelikte olması gerekmez; yalnızca prestij işlevi olan sanat yapısından yada estetik bir işlevden de söz edilmesi olanaklıdır (Sözen, Tanyeli, 2003;116).

Tekstil tasarımında estetik işlev, yukarıda kısaca tanımlandığı gibi, tekstil ürününün renk, biçim, desen, doku, malzeme, teknik bütünlüğünde oluşturduğu yüzey görünümü, bu bütünlüğün oluşturduğu tarzıdır. Günün moda eğilimlerine uygunluk, son dönemde kişiye özel tasarım düşüncesi gibi çağın gerektirdiği günceli yakalama kaygıları estetik işleve destek veren unsurlardır. Yaratıcı süreçte tekstil tasarımcısı estetik işlevi yerine getirmek amacıyla, renk, desen, doku, malzeme, tekniği aynı potada eriterek, gelişen teknolojiyi, toplumun değişen sosyo-ekonomik kültürel değerlerini, gerekirse günün moda eğilimlerini de göz önüne alarak ve kendi yaratıcı edinimini ön plana çıkararak, benzerlerinden farklı görsellik ve estetik değer taşıyan tekstiller tasarlamalıdır. Bu süreci gerçekleştirirken tasarlanan ve ürün haline getirilecek olan tasarımın sosyal statü, kişisel kimlik, cinsiyet faktörü, ekonomik faktör gibi unsurları içeren toplumsal işlevi de yerine getirmesi gerektiğini de göz ardı etmemelidir.

Tekstil tasarımı kapsamında tekstil ürünlerinin kullanım alanlarının günün değişen yaşam koşullarına göre farklılık göstermesi, ekonomi ve zaman kavramının insan hayatında önemli bir yere sahip olması çok amaçlı ürünlerin ortaya konmasına neden olmuştur. Çok amaçlılık ürünün birden fazla konumda

kullanılabileceği şeklinde düşünüldüğü gibi, örneğin kumaşların desenlendirilmelerinde ve bezemelerinde aynı kumaşın hem fantezi hem günlük hem de spor giyimde kullanılabileceği şeklinde de değerlendirilmelidir. Bu da yaratıcılık ve işlevselliğin bir bütün olarak düşünülmesini gerektirir.

Tekstil tasarımında yaratıcılık ve işlevsellikte ekonomi ve zaman kavramı kadar etkin olan bir diğer konu da tasarlanan ürünlerin çıkış noktasıdır. Tasarlanan ürünün yaratı ve işlev boyutunu hem sosyal ve kültürel çevre hem doğal çevre doğrudan etkilemektedir. Tekstil her ne kadar endüstriyel kapsamda yer alsada sanatsal yaratıların ürünüdür. ‘Sanatsal yaratılar yazı gibi düşünceyi somutlaştıran eylemlerdir. Dolayısıyla üretilenler ortam, kayıtsız şartsız özgürlüğün var olduğu toplumsal bir çevre olmalıdır. Yasakların ve tabuların geçerli olduğu toplumlarda üretilen yapıtlar özgür düşüncenin ürünü olmaması nedeniyle çoğunlukla bağımlı, güdümlü ve egemen görüşün sesi olma durumundadır. Buyrukçu, baskıcı ve kısıtlayıcı yönetimlerin giysileri de tek tiptir’ (Ergür,1989,42). Böyle bir toplum yapısında yaratı kısır bir döngü içinde sıkışıp kalacaktır. Oysa düşüncelerin özgürce söylendiği, seçim hakkı olan, kısıtlamaların olmadığı toplumlarda yaratıcılık, kendiliğinden, doğal bir süreç içinde ortaya çıkacaktır. Sosyal ve kültürel çevreye bağlı yaratıcılıkta elbette gelenek ve göreneklerin de etkisi büyüktür. Yine kısıtlamaların olmadığı yada az olduğu toplumlarda geçmişten günümüze süregelen kültürel zenginlikler ve gelenek-göreneklerin çeşitliliği geniş bir yelpazeye sahip olacağından, yeni ürünlerin tasarlanmasında bu tür öğelerin günün koşulları doğrultusunda yeniden irdelenmesiyle yaratıcılık üst düzeyde, ürünün işlevselliği de çok yönlü olacaktır.

Sosyal ve kültürel çevre ile beraber doğal çevre de yaratıcı –işlevsel süreçte önemli bir etkiye sahiptir. Doğal çevre, birbirinden farklı doku ve rengeyle tasarımcıya geniş olanaklar sunarak daima esin kaynağı olmuştur. Bitkilerden hayvanlara, dünya yüzeyinden gökyüzüne kadar sayısız tasarım olanakları sağlar. Yaratıcılığın boyutlarını hem estetik hem işlevsel açıdan zorlar. Farklı doku, biçim, renk ve pek çok öğesiyle tekstil yüzeylerine desen olanağı sunduğu gibi, sarmaşık dallarının birbirine dolanmasıyla ilk dokuma fikrinin oluşmasına neden olmuştur. Aynı şekilde palmye ağacını kabukları arasındaki lif yapısı incelendiğinde şaşılacak derecede seyrek bir kumaş yapısı gözlenecektir. Doğa tasarımcıya estetik ve teknik açıdan sayısız yaratıcılık örnekleri sunmaktadır.

Kuşkusuz tekstil tasarımında yaratıcılık ve işlevsellikte yukarıda sözü edilen bütün öğeler kişisel yaratıcılıkla bir bütün haline gelebilmektedir. Tasarımcının kişisel kimliği ile birleşen sanatsal yaratısı son derece özgün ürünlerin çıkmasına neden olacaktır.

Teknolojinin çok hızlı gelişimi, her geçen gün farklı tekstil malzemelerinin ortaya konması, var olanların özelliklerinin geliştirilmeleri, tekstil makinelerinin özelliklerinin ve kapasitelerinin artırılmaları ve örnek

sayısı arttırılabilecek pek çok teknolojik gelişimi özgün tekstil ürünlerinin oluşturulmasında elbette göz ardı edilmemesi gereken en önemli faktörlerdendir. Teknolojinin gelişimi ile tekstil ürünlerinin hem estetik görünümüleri farklı boyutlara ulaşmış, hem de ürünün seri üretiminin yapılması sağlanmıştır. İşlevselliği ve estetik değerleri yüksek olan ürünler, teknolojik gelişim sayesinde hızlı, ucuz ve çok sayıda üretilerek geniş halk kitlelerinin hizmetine sunulmuştur.

IV. Sonuç

İşlevselliği olan ve endüstriyel olarak üretilen tüm alanlarda olduğu gibi tekstilde de tasarım çalışmaları her şeyden önce ön bilgi gerektirir. Tasarımcı bir ürün tasarlarırken ürünün işlevsel ve yaratıcılık boyutunu bütünleştirebilmesi için ürün ve üretilme nedeni hakkında gerekli bilgilere sahip olmalıdır. Gerekli bilgilere sahip olunduktan sonra yaratıcı süreç başlayabilir.

Yaratma-tasarlama sürecindeki diğer önemli bir konu da tasarımcının ürünün işlevselliğini göz ardı etmeksizin ve hatta kapsamını daha da genişleterek, ürüne vereceği yeni estetik görünümle tarzını, görüşünü ortaya koymasıdır. Tasarım tasarımcının yaratıcı düşüncesiyle orijinal kimliğe bürünür. Tasarımın orijinalliği yaratıcısının bireyselliğinden kaynaklanır. Her tasarımcı tasarımlarında kendi eşsiz dünyasının güzelliklerini anlatmaya çalışır. Kişinin doğumuna kadar uzanan genler, eğilimler, gelenekler, etnik ve sosyal özellikler kendi eşsiz dünyasının temelleridir. Tasarımcının kendi eşsiz dünyasının birikimlerini ve ürün hakkında edindiği bilgileri harmanlaması ile ortaya bambaşka bir ürün çıkacaktır. Bu da, tasarımda yaratıcılığın hem işlevsellik hem de estetik aşamada kendini göstermesi ile olasıdır.

Abstract : Design is thinking and planning of a product. The process involves both creation and function to built up its structures. Designing product, firstly, it must be serving a special purpose such as a clothe covering the body. Secondly, it must process, a different visuality from the similar products. Its aesthetic vision must be out of ordinary. The creation forms both function and aesthetic vision of a design. It can give a different aesthetic visuallity and different or second one function from its similars to the designed product. Cerativity and functional in textile design include an organized process including aesthetic and technical

requirements as well as the relationship of planned product to its user and consumer.

Key Words : Creativity, functional, textile design

Kaynakça

- Atalay, Faruk, "Kültürel Öncü: Yaratıcı Kişilik", 1994), 4. Ulusal Sanat Sempozyumu Kültürün Gelişiminde Sanatın Öncülüğü-Tebliğler, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları: 14, Ankara, syf: 33-40.
- Bevlin, Elliott Marjorie, (1977), Design Through Discovery, Holt Rinehart and Winston, New York.
- Ergür, Atilla, (1989), "Tekstil Tasarımında Yaratıcılık" Tekstilde Tasarım Sempozyumu, 3-4 Mayıs, İstanbul, syf 41-44.
- _____, (1997), "El Sanatları ve Endüstri", Türkiye'de El Sanatları Geleneği ve Çağdaş Sanatlar İçindeki Yeri Sempozyum Bildirileri, Kültür Bakanlığı Yayınları: 1861, Seminer-Kongre Bildirileri Dizisi: 51, Ankara, syf: 382-384.
- Ersoy, Ayla, (2002), Sanat Kavramlarına Giriş, Yorum Sanat Yayıncılık, İstanbul.
- Güngör İ. Hulusi, (1972), Temel Tasarım, Çeltük Matbaacılık, İstanbul.
- Jones, Christopher J. (1970), Design Methods- seeds of human futures, Wiley-Interscience, London,.
- Kagan, M., (1993), Estetik ve Sanat Dersleri, (Çeviren: Aziz Çalışır), İmge Kitabevi, Ankara
- Küçükerman, Önder, (1996), Endüstri Tasarımı / Endüstri İçin Ürün Tasarımında Yaratıcılık, Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul.
- Leppert, Richard, (2002), Sanatta Anlam Görüntüsü, (Çeviren: İsmail Türkmen), Ayrıntı Yayınları, Mart Matbaacılık, İstanbul
- May, Rollo, (1991), Yaratma Cesareti, Metis Yayınları, İstanbul.
- Oskay, Ünsal, (1994), "Sanatın İşlevi, Ama Nerede?" Culture'nün Gelişmesinde mi", Hümanizma Geleneğinin "Kültürü'nün Gelişmesinde mi?", 4. Ulusal Sanat Sempozyumu Kültürün Gelişiminde Sanatın Öncülüğü-Tebliğler, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları: 14, Ankara, syf: 131-133.
- Pye, David, (1978), The Nature And Aesthetics of Design, The Herbert Press, London.
- Read, Herbert, (1973), Sanat ve Endüstri, çeviren: Nigan Beyazıt, İstanbul Teknik Üniversitesi Matbaası, İstanbul.
- Seçkin, Yavuz, (1997), "Düşünsel Uzayımızda Yarı Olgusu ve Dekoratif Tasarımlar", Türkiye'de El Sanatları Geleneği ve Çağdaş Sanatlar İçindeki Yeri Sempozyum Bildirileri, Kültür Bakanlığı Yayınları: 1861, Seminer-Kongre Bildirileri Dizisi: 51, Ankara. Syf 228-229.

Sözen, Metin, Tanyeli, Uğur, (2003) Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü,
Remzi Kitabevi, İstanbul.
Yavuz (YAVUZER), Halide, S, (1996), Yaratıcılık, Boğaziçi Üniversitesi,
İstanbul.