

AKADEMİK SANAT, TASARIM VE BİLİM DERGİSİ

akademik sanat

ISSN - 2458-8776

SAYI ISSUE 23 • 2024





**ISSN - 2458-8776
SAYI ISSUE 23 • 2024**

**© ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ
EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

© ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF EDUCATION

akademik sanat

KURUCU FOUNDER

Prof. Dr. Mehmet Naci BOSTANCI

EDİTÖR EDITOR

Dr. Öğr. Üyesi Nesli Tuğban YABAN

YABANCI DİL EDİTÖRÜ FOREIGN LANGUAGE EDITOR

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Selmin SÖYLEMEZ

EDİTÖR YARDIMCILARI EDITOR ASSISTANTS

Öğr. Gör. Dr. Burhan ŞOHOĞLU

Arş. Gör. Ozan KAHVECİ

DİZGİ TYPOGRAPHIC/LAYOUT

Öğr. Gör. Dr. Burhan ŞOHOĞLU

YÖNETİM YERİ ve ADRESİ EXECUTIVE OFFICE

Akademik Sanat; Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Emniyet Mahallesi, Abant-1. Caddesi No:10/2 E Blok, Kat:7

06500 Yenimahalle/ANKARA Tel: (0312) 546 13 53

E-posta: akademik.sanat@hbv.edu.tr

© ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

© ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF EDUCATION

DANIŐMA KURULU ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Ali Akın AKYOL
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Prof. Dr. Attila DÖL
(Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)

Prof. Dr. Ayhan ÖZER
(Gaziantep Üniversitesi)

Prof. Dr. Aysun ALTUNÖZ
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Prof. Dr. Ayşen SOYSALDI
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Prof. Dr. Birsen ÇEKEN
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Prof. Cevza CANDAN
(İstanbul Teknik Üniversitesi)

Prof. Dr. Fehim HUSKOVİÇ
(Üsküp Kiril Metodi Üniversitesi)

Prof. Dr. Fulya BAYRAKTAR
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Prof. Dr. Gültekin AKENGİN
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Prof. Dr. Hakan PEHLİVAN
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Prof. Dr. Kaan CANDURAN
(Hacettepe Üniversitesi)

Prof. Dr. Mustafa ARAPİ
(American University of Tirana, Academy of Fine Arts)

Prof. Dr. Nehat BEKİRİ
(Makedonya Teteva Üniversitesi)

Prof. Dr. Saliha AĞAÇ
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Prof. Stalbek BAKTIGULOV
(Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi)

Prof. Dr. Turan AKSOY
(Arucad Arkin University of Creative Arts and Design)

Prof. Dr. Yüksel GÖĞEBAKAN
(İnönü Üniversitesi)

Doç. Dr. Gül YAŞARTÜRK
(Akdeniz Üniversitesi)

Doç. Dr. Üyesi Hüseyin ÖZÇELİK
(Hacettepe Üniversitesi)

Doç. Dr. İsmail Ayşad GÜDEKLİ
(Akdeniz Üniversitesi)

Doç. Dr. Mehmet SAĞ
(Akdeniz Üniversitesi)

Doç. Dr. Sevil KERİMOVA
(Azerbaijan State University of Culture and Fine Art)

YAYIN KURULU EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Fatma Engin ALPAT
(Çukurova Üniversitesi)
Prof. Dr. İbrahim Gökhan CEYLAN
(Sinop Üniversitesi)
Prof. Dr. Kıvanç Nazlım TÜZEL URALTAŞ
(Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Mehmet KOŞTUMOĞLU
(Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Nurgül KILINÇ
(Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Zühal ÖZEL SAĞLAMTİMUR
(Ege Üniversitesi)
Doç. Dr. Arzu GÜRDAL
(Süleyman Demirel Üniversitesi)
Doç. Dr. Asuman AYPEK ARSLAN
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Doç. Dr. Bahar ARTAN OSKAY
(Yeditepe Üniversitesi)
Doç. Dr. Cumhur Okay ÖZGÖR
(Balıkesir Üniversitesi)
Doç. Dr. Emin TOKSÖZ
(Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi)
Doç. Dr. Ergün ARDA
(Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Doç. Dr. Ezgi TOKDİL
(Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi)
Doç. Dr. Hatice BAHATTİN CEYLAN
(Sinop Üniversitesi)
Doç. Dr. Hülya DEMİR
(Ondokuz Mayıs Üniversitesi)

Doç. Dr. Mehmet Ali BÜYÜKPARMAKSIZ
(Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi)
Doç. Dr. Melike BAKAR FINDIKÇI
(Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi)
Doç. Dr. Muhammet AKAYDIN
(Pamukkale Üniversitesi)
Doç. Dr. Ozan BİLGİNER
(Hacettepe Üniversitesi)
Doç. Dr. Uğur GÜNAY YAVUZ
(Akdeniz Üniversitesi)
Doç. Dr. Ümit DEMİR
(Afyon Kocatepe Üniversitesi)
Doç. Dr. Zeliha KAYAHAN
(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Abdürrahim YILMAZ
(Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Başak ÖZKENDİRCİ
(Doğuş Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Erdem İLİC
(Başkent Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Ali GÖKDEMİR
(Dicle Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa YEĞİN
(Çukurova Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Sevgi KILINÇ
(Bitlis Eren Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Sümeyye ÜSTÜNTAĞ
(Erciyes Üniversitesi)

Serhat GÜVEN, Bahar YILDIZ

TEKSTİL YÜZEYİ TASARIMINDA İNOVATİF YÖNTEMLERİN KULLANILMASI: 3B YAZICI TEKNOLOJİLERİ İLE TPU FLEX FİLAMENT KULLANIMI VE DENEYSEL TEKSTİL YÜZEYLERİ OLUŞTURULMASI

01-23

Using Innovative Methods In Textile Surface Design: Using Tpu Flex Filament With 3d Printing Technologies And Creating Experimental Textile Surfaces

Mustafa Kemal ÜÇÜNCÜ, Yusuf ALİZADE

SHEKI KHAN PALACE WALL PAINTINGS: EVENT FLOW MINIATURE WAR SCENES

25-53

Şeki Han Sarayı Duvar Resimleri: Olay Örgüsü Minyatür Savaş Sahneleri

Ramazan CAN

YOKO ONO VE JOSEPH BEUYS ÖRNEKLERİYLE SPİRİTÜEL MANADA AĞAÇ

55-68

Tree in Spiritual Meaning with Examples of Yoko Ono and Joseph Beuys

Kader ATIŞ, Duygu İrem CAN

EV TEKSTİLİNDE GIDA ATIKLARI İLE DOĞAL BOYAMA SHİBORİ UYGULAMALARI

69-85

Natural Dyeing Shibori Applications with Food Waste in Home Textiles

Gökçin ÇUBUKCU, Güler ERTAN

GRAFİK TASARIM PERSPEKTİFİNDEN REKLAM VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINI ANLAMAK

87-113

Understanding of Advertising and Consumer Behaviour from The Perspective of Graphic Design

Gülcan BATUR

JEANS REDESIGN: DENİM ENDÜSTRİSİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR DÖNÜŞÜM

115-131

Jeans Redesign: Sustainable Transformation in the Denim Industry

Güner DÖNMEZ

KAPLAMA SERAMİKLERİ'NİN GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE MİMARİ YAPILARDA KULLANIMI

133-152

The Use of Cladding Ceramics in Architectural Structures from Past to Present

Çağatay OLGUN

MODERN ESTETİĞİN ÖNCÜ İSMİ: SHAFTESBURY'NİN FELSEFESİNDE SANAT VE ESTETİK

153-170

A Pioneer of Modern Aesthetics: Art and Aesthetics in Shaftesbury's Philosophy

Ali Asker BAL

RESİMDE 'CUMHURİYET'İN KURUCUSU' İMGESİ; "ATATÜRK TELGRAF BAŞINDA"

171-183

Image of the Republican Founder in the Painting; "Ataturk at the Telegraph"

Orhun TÜRKER

YAPAY ZEKA VE GÖSTERGEBİLİM: KİTAP KAPAĞI TASARIMLARI ÜZERİNE BİR DURUM ÇALIŞMASI

185-200

Artificial Intelligence and Semiotics: A Case Study On Book Cover Designs

Dilek KÖROĞLU, Nursen GEYİK DEĞERLİ

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMINDA VEGAN DERİ VE ÜNLÜ MODACILARIN TASARIM ÖRNEKLERİ

201-219

Vegan Leather in Sustainability Approach And Design Examples Of Famous Fashionists

Ayhan ÖZER, Recep BİNDAK

TÜRKİYE ÜNİVERSİTELERİNDEKİ SANATTA YETERLİK VE SANAT KONULU DOKTORA TEZLERİNİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

221-233

Comparative Analysis of Phd Thesis on Art and Proficiency in Turkish Universities

Tamer KAVURAN, Derya YILMAZ

TASARIM UNSURLARI AÇISINDAN SOKAK FOTOĞRAFÇILIĞINDA INSTAGRAM KOLLEKTİFLERİ "SPİ ÖRNEĞİNDE"

235-248

Instagram Collectives In Street Photography In Terms of Design Elements "In The Spi Example"

Fatma TOMBAK

FİLM KRİTİĞİ: XX. YÜZYILIN İLK YARISINDA ANATOMOPOLİTİKA VE İŞLEVİ: THE ZONE OF INTEREST FİLMİNE YANSIMASI

249-271

Film Criticism: Anatomopolitics and Its Function in the First Half of XX. Century: Its Reflection in the Film the Zone of Interest

Barış KONOR , Bülent SALDERAY

BELGESEL SİNEMANIN BELGESEL FOTOĞRAFA YAPISAL ETKİSİ

273-285

THE STRUCTURAL IMPACT OF DOCUMENTARY CINEMA ON DOCUMENTARY PHOTOGRAPHY

TEKSTİL YÜZEYİ TASARIMINDA İNOVATİF YÖNTEMLERİN KULLANILMASI: 3B YAZICI TEKNOLOJİLERİ İLE TPU FLEX FİLAMENT KULLANIMI VE DENEYSEL TEKSTİL YÜZEYLERİ OLUŞTURULMASI

Using Innovative Methods In Textile Surface Design: Using Tpu Flex Flament With 3d Printing Technologies And Creating Experimental Textile Surfaces

Serhat GÜVEN¹, Bahar YILDIZ²

ÖZ

Geleneksel üretim tekniklerinin yanında tekstil sektöründe kullanımı artan üç boyutlu yazıcı teknolojileri ile çeşitli özelliklere sahip tekstil yüzeyleri oluşturmak mümkündür. Dünya genelinde su kullanımında meydana gelen sıkıntılar çerçevesinde geri dönüşümü yüksek ve ardil kirlilik bırakmayan teknolojilerin kullanılması bu sorunun çözümüne olumlu etki sağlayacaktır. Tekstil sektörü suyun yoğun olarak kullanıldığı endüstrilerin başında gelmektedir. Üç boyutlu yazıcılar ile biyobozunur filamentlerin kullanılması tekstil sektörünün yeşil dönüşümüne katkı sunacaktır. Üç boyutlu yazıcılarda genellikle PLA (Polylactic Acid) filament kullanılırken bu filamentin esnek olmaması tekstil sektöründe daha esnek filamentlerin kullanılmasının önünü açmıştır. Filamentlerin kullanımı ile kumaş yüzeyini taklit eden kumaşın yapısal formuna daha yakın ürünlerin ortaya çıkması mümkün hale gelmiştir. Çalışmada PLA filamente nazaran TPU filamentler daha etkili sonuçlar vermiştir. Bu sonuçlarla birlikte geleneksel el sanatlarımızdan biri olan motifleri üç boyutlu yazıcılara uygun hale getirmek için ara programlar kullanılmış ve parametre ayarı çalışmaları yapılmıştır. Anadolu'da kullanılan yöreye özgü farklı şekil ve anlamları olan "elibelinde" motifinden esinlenerek 3 boyutlu (3B) yazıcılar ile deneysel tekstil yüzeyleri, deneysel yöntemler kullanılarak elde edilmiş ve bu tekstil yüzeyleri ile çeşitli kişiselleştirilebilir ürünler ortaya konmuştur. Makalede unutulmaya yüz tutmuş motiflerin günümüz teknolojilerinden biri olan üç boyutlu yazıcılar kullanılarak gelecek nesillere aktarımı amaçlanmıştır. Elde edilen tekstil yüzeyleri bütün olarak kullanılabilceği gibi elbiselerin veya çeşitli tekstil ürünlerinin belirli kısımlarında kullanılabilir.

Anahtar Kelimeler: Elibelinde, motif, 3b yazıcı teknolojileri, TPU flex filament, tekstil yüzeyleri

ABSTRACT

In addition to traditional production techniques, it is possible to create textile surfaces with various properties with 3D printing technologies, which are increasingly used in the textile industry. Within the framework of the problems in water use around the world, the use of technologies that are highly recyclable and do not leave behind pollution will have a positive impact on the solution of this problem. The textile industry is one of the industries where water is used intensively. The use of biodegradable filaments with three-dimensional printers will contribute to the green transformation of the textile industry. While PLA (Polylactic Acid) filament is generally used in three-dimensional printers, the inflexibility of this filament has paved the way for the use of more flexible filaments in the textile industry. With the use of filaments, it has become possible to produce products that mimic the fabric surface and are closer to the structural form of the fabric. In the study, TPU filaments gave more effective results than PLA filament. With these results, intermediate programs were used and parameter adjustment studies were carried out to make the motifs, one of our traditional handicrafts, suitable for three-dimensional printers. Inspired by the "elibelinde" motif, which has different shapes and meanings specific to the region used in Anatolia, experimental textile surfaces were obtained using 3D printers and experimental methods, and various customizable products were produced with these textile surfaces. The aim of the article is to transfer forgotten motifs to future generations. The resulting textile surfaces can be used as a whole or on certain parts of the clothes.

Keywords: Elibelinde, motif, 3d printing technologies, TPU flex filament, textile surfaces

1. ORCID: 0009-0007-8462-8663
2. ORCID: 0000-0002-0266-7154

1. Yük.Lisans Öğr, Nişantaşı Üniversitesi, sguven909@gmail.com
2. Dr.Öğr.Üyesi, Nişantaşı Üniversitesi, bahar.yildiz@nisantasi.edu.tr

EXTENDED ABSTRACT

The rapid depletion of resources in the fashion world has revealed the necessity of finding new and alternative solutions. Three-dimensional printing technologies stand out as an important solution in this context. Filaments are among the main materials of this technology, with PLA and TPU filaments standing out. PLA is derived from corn syrup and sugar beets and is widely used in the healthcare industry. However, it has limitations in the textile industry due to its rigid structure. On the other hand, TPU filaments are widely used in the automotive industry with their flexible structure and are considered as a potential alternative for the textile industry. In this study, textile surfaces were obtained using three-dimensional printers. In the research conducted with experimental method, various textile surfaces were designed using "elibelinde", one of the common motifs of Anatolia. Using three-dimensional printing technology, textures and patterns were created with filaments, replacing classical weaving technology. A home-type three-dimensional printer working on FDM (Fused Deposition Modeling) infrastructure was used in the study. This printer produces products by stacking molten thermoplastic filaments layer by layer. In this research, where the experimental method was used, various textile surfaces were created using three-dimensional printers using the "elibelinde" motif, one of the traditional motifs of Anatolia. Technical drawings of the designs were made with Adobe Illustrator, the models were made three-dimensional with Tinkercad and Maya programs and transferred to the printer with Ultimaker Cura software. Three-dimensional printing technologies have paved the way for new generation designs in the fashion industry, and this technology has provided a high level of customization in clothing design and production. In this study, TPU 95 A and TPU 98 A type flexible filaments and PLA type filament were used using the "Ender 3 S1 Pro" printer. The designs were converted into three-dimensional objects using Adobe Illustrator, Tinkercad and Maya programs and transferred to the printer with the Ultimaker Cura layering program. The "elibelinde" motif, which is a sign of femininity in Anatolia, represents abundance, fertility and joy. This motif has been used on textile surfaces in various forms. With three-dimensional printing technology, woven surfaces, knitted surfaces and non-woven surfaces have been obtained by using filament instead of thread. The motifs used in the study were designed to fit the base of the printer and were prepared in dimensions of 200 x 200mm. Sustainability and 3D printing technologies are relatively new concepts for the fashion industry. The combination of these two trends can revolutionize environmental and sustainability issues in the fashion industry and help overcome these challenges. This provides consumers with more choice and customization. Three-dimensional printing technologies increase the creative possibilities for fashion design. Instead of copying existing products, unique personalized products can be created. The use of personalized products is increasing in the fashion and textile sectors, as well as in other sectors (health, architecture, automotive). The surfaces obtained in this study can be used in a part of the product to be made, or it is possible to use the product alone. In clothing fashion, in recent years, home three-dimensional printers have become an important tool for designers who want to make a difference with personalized clothing designs or original product designs. These technologies have great potential for personalization and sustainability in the fashion industry, enabling the emergence of innovative and creative products.

GİRİŞ

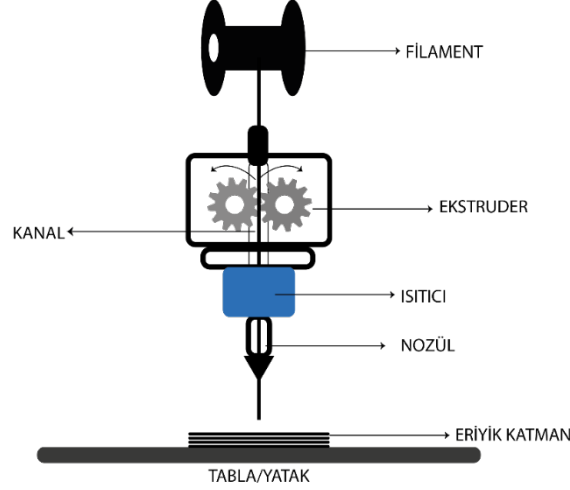
Moda, sosyokültürel ve ekonomik değişimlerle benzer bir şekilde gelişen ve sürekli olarak yenilenen bir olgudur. Toplumsal mimari ve kültürel değişimler, moda kavramının gelişimini destekleyerek tüketim alışkanlıklarını şekillendirmektedir (Kilisli ve Çoruh, 2023: 50). Moda dünyasında yaşanan gelişmelerle birlikte, bu gelişmelerin içinde önemli bir yer tutan hammadde açığı, insan nüfusundaki artış ve buna paralel olarak tüketimin artmasıyla birlikte kaynakların tükenmesine ve ihtiyaçların her geçen gün değişmesine yol açmaktadır. Giyim ve ayakkabı tüketiminin 2030 yılına kadar %63 oranında artarak şu anki 62 milyon tondan 2030 yılında 102 milyon tona çıkması bekleniyor (URL 1). Bu durum, sektörde yeni alternatif çözüm yolları bulma zorunluluğunu ortaya çıkarmaktadır. Bu bakımdan kaynakların tükenmesi durumu hammadde krizini de beraberinde getirmektedir. Alternatif kaynaklar arasında üç boyutlu yazıcı teknolojilerinin malzemeleri içinde önemli bir yere sahip olan filamentler başta gelmektedir. TPU ve PLA gibi filamentlerin geri dönüştürülebilir olması ve kişiselleştirilebilir ürünler için destekleyici bir malzeme olarak kullanılabilmesi alternatif kaynak olarak kullanılmasında önemli bir etken olarak görülebilir. Bu filamentler içinde özellikle sağlık sektöründe yaygın olarak kullanımı ile bilinen ve mısır şurubu, şeker pancarı gibi maddelerden elde edilen PLA (Polilaktik asit) (Barrasa vd.,2021: 2) filamentleri gelmektedir. PLA yapısı itibarı ile daha sert (rigid) olması üç boyutlu yazıcıdan çıktığı şekli ile esnek yapısının olmaması tekstil sektöründe kullanımına ilişkin belirli sınırlılıkları beraberinde getirmektedir. Bu sınırlılıklar; giyim, spor giyim ve ayakkabı gibi hareket kabiliyeti isteyen ürünler olarak sıralanabilir. Bu soruna çözüm olarak TPU filament yapısı ile daha esnek olması açısından bir alternatif olarak görülebilir. Özellikle otomotiv sektöründe yüksek elastikiyet, termoplastik işleme ve bununla birlikte biyolojik olarak parçalanabilmesi özellikleri ile TPU malzemeler daha çok tercih edilmektedir (Wang vd., 2020: 2). Bu özellikleri bakımından çalışmada, TPU filamentin tekstil sektöründe de kullanımı uygun olabileceği varsayımı üzerinden hareket edilmektedir.



Resim 1. TPU Malzemeden üretilmiş mutfak önlüğü. (URL 2)

Araştırmanın temelinde deneysel yöntem kullanılarak çeşitli denemeler yapılmış, uygun ortam ve filament yapısı ile Anadolu'da yaygın olarak görülen "elibelinde" motifi kullanılarak çeşitli tekstil yüzeyleri elde edilmiştir. Tekstil yüzeyi tasarımı; ipliklerin, liflerin renklendirilmesi veya yüzey hacmi verilerek çeşitli doku ve desenlerin birleşimi olarak tanımlanabilir (Güney, 2023: 201). Bu çalışmada liflerin ve ipliklerin yerini filamentler almıştır. Doku ve desen oluşturulmasında klasik dokuma teknolojisi yerine üç boyutlu yazıcı teknolojisi kullanılmıştır. Çalışmada yöntem olarak deneysel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Yapılan çalışmalar arasındaki neden-sonuç ilişkileri hakkında bir sonuca varmak için deneysel yöntem kullanılmıştır. Bu deneysel yöntemde üç boyutlu yazıcıdan alınacak tekstil yüzeyleri için yazıcı parametrelerinde verimlilik esas alınarak değişiklikler ve sınırlılıklar uygulanmıştır. Araştırmada FDM (Fused Deposition Modeling) (Birleştirmeli Yığıma Modeli) altyapısında çalışan ev tipi üç boyutlu yazıcı kullanılmıştır. FDM yapısı, eriyik

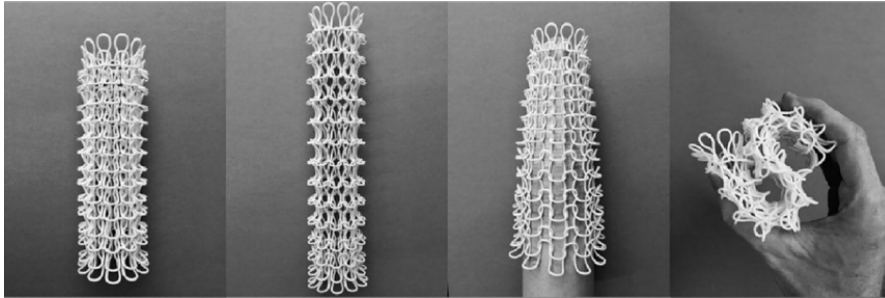
biriktirme şeklinde çalışan ve dünyada üç boyutlu yazıcılar içinde en sık kullanılan çalışma prensibidir (Dilek vd., 2021: 8). FDM çalışma prensibine sahip yazıcılar diğer yazıcı tiplerine göre daha ucuzdur. Çeşitli türde filament kullanımına olanak sağlaması en büyük avantajıdır. Ev tipi üç boyutlu yazıcılarda yaygın olarak kullanılması, kurulumunun kolay olması ve kişisel ürünlerin geliştirilmesi açısından prototip üretim için tercih nedenidir. Erimiş termoplastik (filament) bir kanal içinden itilerek yazıcı nozülünden geçer, filament yapısına göre ısıtılmış olan tabla üzerine katman katman yığılarak ürünler ortaya çıkar.



Şekil 1. FDM Çalışma prensibi, Serhat GÜVEN, 2024

1. 3D Baskı Teknolojileri

SLS teknolojisi, yüksek detaylı ve dayanıklı parçalar üretmesi nedeniyle medikal cihazlar ve otomotiv gibi sektörlerde yaygın olarak kullanılan (Seçici Lazer Sinterleme) çalışma prensibine sahip baskı teknolojisidir. 1980'li yılların başında Teksas Üniversitesi'nde Dr. Carl Deckard ve Dr. Joe Beaman'ın birlikte geliştirdikleri seçici lazer sinterleme (SLS) tekniğinde, ısıya maruz bırakıldığında kaynaşabilen toz zerreciği halindeki malzemeler kullanılır (Top, vd. 2019: 6). Kızılötesi lazer ışınları sayesinde katı bir nesne oluşturmak için yazıcıya yüklenen tozu katman katman seçerek eritir. Toz yüzeyini tarayan lazer ışını bu parçacıkları birleştirir. İlk katman oluşturulduktan sonra platform aşağı doğru hareket eder ve altta bulunan toz yüklemesi lazer ışını ile yeniden tozu biriktirir ve oluşturulan diğer katman üzerine eşit şekilde yayar (Danilo, vd. 2009). Bu baskı teknolojisi bütünsellik arz eden çalışmaların daha hassas üretilmesine olanak tanımaktadır. Detay barındıran ürünlerin baskılanmasında avantaj sağlayabilir.



Resim 2. SLS Çalışma prensibi ile oluşturulan yüzey örneği. (URL 3)

SLA (Tarayarak Işıklı Kütleleme) çalışma sistemini kullanan üç boyutlu baskı teknolojileri ise ışığa duyarlı ve lazer tabanlı sıvı reçine kullanan bir teknolojidir. SLA teknolojisi, özellikle yüksek yüzey kalitesi ve hassasiyet gerektiren küçük ve karmaşık parçaların üretiminde tercih edilir. Lazer ışını, kullanılan sıvı reçinenin yüzeyini detaylı bir şekilde tarar; daha sonra bu reçine enine kesit oluşturmak üzere ışığa maruz bırakılarak katılaştırılır. Bu katman tamamlandıktan sonra baskı katmanının kalınlığına kadar aşağı kayar ve bir sonraki reçine katmanını katılaştırır (Xiao ve Kan 2022: 3). SLS (Seçici Lazer Sinterleme) sisteminden farklı olarak toz yerine reçine maddesi kullanılmaktadır. Şeffaf, esnek ve dökülebilir reçineler sayesinde çok daha düzgün yüzey yapısına sahip ürünler elde etmek mümkündür.



Resim 3. SLA Çalışma prensibi ile oluşturulan yüzey örneği. (URL 4)

DLP (Dijital Işık İşleme) yöntemini kullanan üç boyutlu baskı teknolojileri her bir yüzeyin tek bir görüntüsünü aynı anda sertleştirmek için projektöre benzeyen bir dijital ışık kullanır. Tüm katmanı bir kerede açığa çıkarmasıyla SLA çalışma sistemine kıyasla daha hızlı baskı ürünleri ortaya çıkarabilir (Krkobabić, vd. 2020: 2). Günümüzde özellikle implant yapımında kullanılmaya başlanmıştır. DLP tabanlı üç boyutlu yazıcılarla basılabilen in vivo (canlı veya ölü organizma) tıbbi cihazlar alanı temel olarak metal, seramik ve polimer gibi çeşitli malzemelerden yapılmış biyolojik olarak parçalanabilen veya parçalanamayan insan implantlarını içerir (Zhang, vd. 2020: 16).



Resim 4. DLP Çalışma prensibi ile oluşturulan yüzey örneği. (URL 5)

	ÜRÜN HASSASİYETİ	MALİYET	ZAMAN
SLS	İşlevsel, mekanik, karmaşık ve dayanıklı prototipler üretilebilir	Herhangi bir kalıp veya alet gerektirmez. Geleneksel üretime göre daha uzundur.	Hızlı katman üretimi açısından zamandan tasarruf sağlar.
SLA	Çok ince katmanlar ile baskı ve yüksek detaylı ürünler	Reçine kullanımı sebebi ile pahalı	Yüksek detaylı ürünler için uzun zaman gerektirir.
DLP	Yüksek baskı çözünürlüğü ile pürüzsüz yüzeyler	Reçine kullanımı sebebi ile pahalı	Tabaka şeklinde çalışır sls ve sla ya göre daha hızlıdır.

Tablo 1. SLS, SLA ve DLP üretim modellerinin ürün hassasiyeti, maliyet ve zaman açısından karşılaştırılması, (Serhat GÜVEN, 2024)

Üç boyutlu baskı teknolojileri, ürün geliştirme süreçlerine ve geleneksel üretim sistemlerine meydan okuyarak birçok endüstride ve kişisel amaçlar için kullanılmaktadır. Tıp ve sağlık, mimarlık, inşaat, gıda, askeri uygulamalar ile endüstriyel imalat, eğitim, tekstil ve moda gibi alanlar örnek olarak verilebilir. Bu sektörlerdeki kullanım alanları sürekli olarak genişlemekte ve çeşitlenmektedir (Kökhan ve Özcan 2018: 81).

Sağlık alanında yapılan çalışmalarda organ ve doku çalışmaları ve ürün geliştirme gibi alanlar bulunmaktadır. Bireye özel çalışmalar ise uzuv protezleri (örneğin, kol ve bacak protezleri), işitme cihazları, dental ve implant operasyonları, ileri düzeyde yumuşak doku üretimi, iskelet sistemleri ve ortopedik uygulamalar gibi birçok uygulamayı içermektedir (Arslan, vd. 2018: 102). Kişiselleştirilmiş sağlık uygulamaları ile yeni araçlar ve tedavi yöntemlerinin ortaya çıkması mümkün hale gelmiştir. Bu uygulamalar ile sağlık alanında maliyetlerin büyük ölçüde düşeceği öngörülmektedir.



Resim 6. Elastik Bir 3D baskı malzemesinden yapılmış 'deri' de dâhil olmak üzere bir elin anatomik modeli. (URL 6)

Üç boyutlu yazıcı teknolojilerinin gelişmesi ve tekstil sektörünün bu gelişmeye kayıtsız kalmaması ile birlikte yeni nesil tasarımların önü açılmıştır. Üç boyutlu baskı teknolojileri insanların giyim modasına dair algılarını değiştirmeye başlamıştır. Günümüzde özellikle moda dünyasında üst düzey kişiselleştirme önem kazanmaktadır (Fanglan ve Kaifa 2020: 7). Bu gelişme moda tasarımcıları için farklı fikir arayışlarını beraberinde getirmektedir. Flex(esnek) filamentler ile bu tasarımlar giderek zenginleşmiş, günümüz moda tasarımcıları tarafından üç boyutlu yazıcı

TEKSTİL YÜZEYİ TASARIMINDA İNOVATİF YÖNTEMLERİN KULLANILMASI: 3B YAZICI TEKNOLOJİLERİ İLE TPU FLEX FİLAMANT KULLANIMI VE DENEYSSEL TEKSTİL YÜZEYLERİ OLUŞTURULMASI

teknolojileri ile flex malzemelerin kullanımı da artmıştır. Resim 7 ve Resim 8’de moda tasarımcısı Danit Peleg’e ait ev tipi üç boyutlu yazıcıdan çıkmış ürün tasarımları görülmektedir.



Resim 7. Nft Collection / LibertyLeadingThe People (Nft Koleksiyonu / İnsanlara Öncülük Eden Özgürlük), Danit Peleg, 2021, İsrail. (URL 7-8)



Resim 8. Nft Collection / LibertyLeadingThe People (Nft Koleksiyonu / İnsanlara Öncülük Eden Özgürlük), Danit Peleg, 2021, İsrail. (URL 7-8)

Resim 9’ da Nervous System tarafından geliştirilmiş aynı şekle sahip parçalar insan anatomisine göre büyük ve küçük şekillerde oluşturulmuştur. Bu parçaların birbirlerine eklenmesi ile bütünsel bir yapı elde edilmiştir. Yapımında sert bir malzeme olan PLA kullanılsa da eklemli yapısı sayesinde şekil alabilmiş ve etek formunu yakalayabilmiştir. Tekstil sektöründe üç boyutlu yazıcı kullanımı açısından önemli örnekler içinde yer almaktadır.



Resim 9. NervousSystem, KinematicsSkirt (Kinematik Etek), 2016, USA. (URL 9)

Resim 10 'da Iris Van Herpen'e ait iki ayrı temaya sahip tasarımlar görülmektedir. Bu tasarımların en büyük özelliği üç boyutlu yazıcıların yanı sıra ipek, tül, dantel gibi ek malzemelerin de kullanılmasıdır. Soldaki görselde James Webb Uzay Teleskobu tarafından çekilen fotoğraflar fon olarak kullanılmıştır. Tasarımcı bulutsu (nebula) temasını kullanmıştır. Sağ tarafta yer alan görselde ise mimari yapılardan esinlenerek bir koleksiyon ortaya çıkarılmıştır. Yine bu koleksiyon içinde tasarımcı ipek, dantel ve tül ile birlikte üç boyutlu yazıcının sınırlarını zorlamıştır.



Resim 10. Sculpting the Senses (Duyuları Şekillendirmek), Iris Van Herpen, 2024, Paris (URL 10)

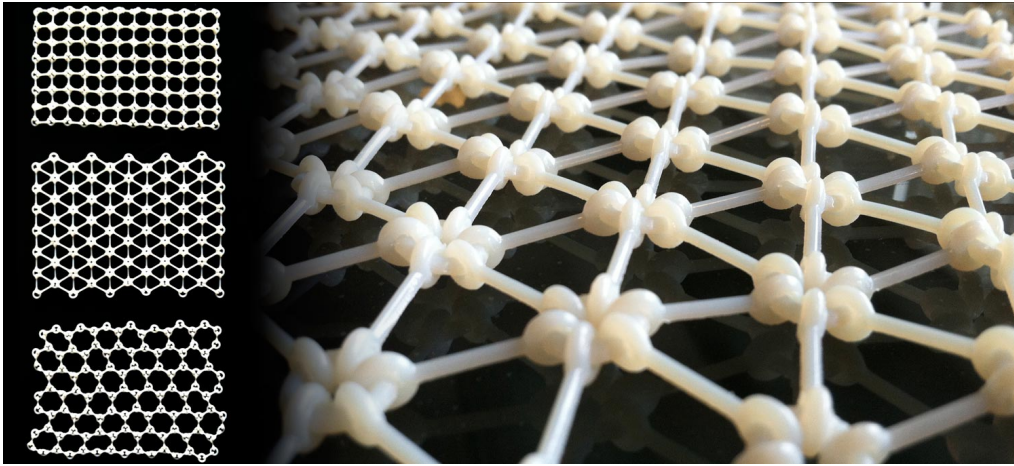
2.Yöntem

Deneysel tekstil yüzeyi çalışmaları yapılırken; üç boyutlu yazıcı olarak Creality markasının geliştirmiş olduğu genellikle orta segment kullanıcıya hitap eden ve ev tipi kullanıcıların tercihi olan “Ender 3 S1 Pro” yazıcısı kullanılmıştır. Maliyeti diğer yazıcılara göre daha düşük olması, kurulumu kolay ve çeşitli filamentler ile ürün çıktısına imkân sağlaması açısından tercih edilmiştir. Filament olarak baskı alınacak modele göre genellikle “TPU 95 A ve TPU 98 A” tipi esnek filamentler ile PLA tipi filament de çalışmalar içinde kullanılmıştır. Çalışmada TPU filamentler esnek yapısı, kolay şekil alabilmesi ve geri dönüşümü yüksek olması sebebi ile tercih edilirken; PLA filamentler ise daha sert yapısı, baskı kalitesinin yüksek olması ve çevre dostu özelliklerinden dolayı kullanılmıştır. Tekstil yüzeyi tasarımları için Anadolu’da yaygın olarak kullanılan “elibelinde” motifinin farklı kullanım şekillerinden yararlanılmıştır. Motiflerin özüne sadık kalınarak tasarımlar yapılmıştır. Üç boyutlu yazıcıdan çıktı alınacak formata uygun olmasına dikkat edilmiştir. Motiflerin teknik çizimlerinde sağladığı vektörel doğruluk nedeniyle Adobe İllustratör 2023 programı, modellerin üç boyutlu nesneye dönüştürülmesi ve karmaşık yüzeylerinin dijital olarak yeniden oluşturulması için ücretsiz ve web tabanlı çalışan Autodesk firmasının geliştirmiş olduğu

Tinkercad ile Maya programları ve tasarımların katmanlama, parametre ayarları ve optimizasyonu için Ultimaker Cura 5.4.0 katmanlama programı kullanılmıştır.

2.1. Tekstil yüzeyi tasarımı

Teknolojik gelişmelerin etkisiyle dokuma, yalnızca bir üretim yöntemi olmaktan çıkmış, sanatın bir aracı haline gelmiştir. Sanatçılar, sentetik malzemeler ve yeni dokuma teknikleri ile hem estetik hem de işlevsel yüzeyler üretmeye başlamışlardır. (Gülas, 2023: 44). Tekstil tasarımı; tekstilin üretim yöntemlerinden dokumanın haricinde örmeyi ve bu üretim yöntemleri ile elde edilen tekstil yüzeyinin dekore edilip desenlendirilmesi olan baskı tasarımını da içermektedir (Gür Üstüner, 2019: 142). Üstüner'in açıklamasına ek olarak gelişen teknoloji ile kullanılan üç boyutlu yazıcılar ile de tekstil yüzey tasarımı yapılmaktadır. Alternatif sayılabilecek tekstil yüzeyleri üretiminde eklemeli imalat olarak da bilinen üç boyutlu baskı ile dijital modeller oluşturup katı yüzeyler elde etmek mümkün hale gelmiştir. Eklemeli imalat, hızlı prototipleme, malzeme verimliliği ve karmaşık geometrilerin kolayca üretilmesine olanak tanıyarak, tekstil tasarımında devrim niteliğinde bir yöntem sunmaktadır. Bu teknoloji ile hızlı modelleme yaparak çeşitli üretim alanlarında son birkaç yılda üç boyutlu baskıya ek olarak yeni nesil teknoloji ile birlikte daha kullanılabilir ürünler ortaya çıkarmak kolaylaşmıştır. Çok çeşitli malzemelerden (termoplastik, saf metal, seramik vb.) üretim yapmak mümkündür (Kholiya, 2016: 80).



Resim 11. Üç boyutlu yazıcı kullanılarak yapılmış yüzey örneği. (URL 11)

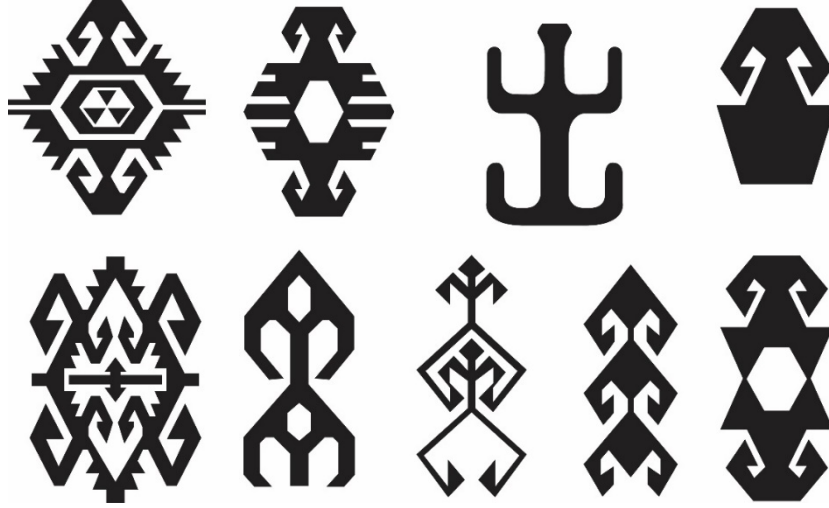


Resim 12. Üç boyutlu yazıcı kullanılarak yapılmış yüzey örneği. (URL 12)

Resim 11 ve 12’ de sert filament kullanımının dezavantajını ortadan kaldırmak için birimlerin daha küçük boyutlarda çalışılarak birbirlerine eklenmesi sonucunda şekil alabilen bir yapıya kavuşturulması amaçlanmıştır.

Çalışmada kullanılan “elibelinde” motifleri iki boyutlu programlar aracılığı ile yeniden yorumlanarak üç boyutlu yazıcının yazma kapasitesine uygun şekilde tasarlanmıştır. Anadolu’da dişiliğin göstergesi olarak “elibelinde” motifi kullanılmıştır. Elibelinde motifi aynı zamanda bolluğu, bereketi ve sevinci temsil eder (Erbek, 2002: 108). Bu sebeple elibelinde motifi Anadolu’da yöreye özgü çeşitli formlarda yaygın olarak görülmektedir. Tekstil yüzeyi tasarımı için öncelikle kumaşın temel yapı malzemesi olan liflerden söz etmek uygun olacaktır. Lifler ham hali ile üzerine çeşitli işlemlerin uygulanması sonucu iplik haline getirilirler. Elde edilecek olan kumaşın cinsine göre bu ipliklerin kalınlığı ve gramaj yapılarında değişikliğe gidilebilir. Bunun yanı sıra boyama, terbiye ve yıkama işlemleri de yapılmaktadır.

Kumaş yüzeyi oluşturulurken üç farklı teknikten bahsetmek mümkündür. Boyuna devam eden çözümler iplikleri ile enine devam eden atkı iplikleri ilişkisi bakımından dokuma yüzeyler, atkı ve çözümler iplikleri boyunca kumaşa esneklik kazandıracak şekilde birbirleri ile bağlantılı iplik ilmeklerinden oluşturulan örme yüzeyler ve günümüzde de teknolojinin gelişmesi, yapay zekânın da giderek etkisini artırması ile çeşitli şekillerde elde edilen dokusuz yüzeylerden bahsetmek mümkün hale gelmiştir. Yapay zekâ algoritmaları, dokusuz yüzeylerin daha karmaşık ve estetik olarak optimize edilmiş şekilde üretilmesine olanak sağlamaktadır. Bu teknolojiler, üç boyutlu baskı ile birleştğinde geleneksel yüzeylerden çok daha detaylı ve işlevsel ürünler elde edilebilmektedir. Çalışmada halı, kilim, takı ve objelerde kullanılan “elibelinde” motifi örnek alınmıştır.

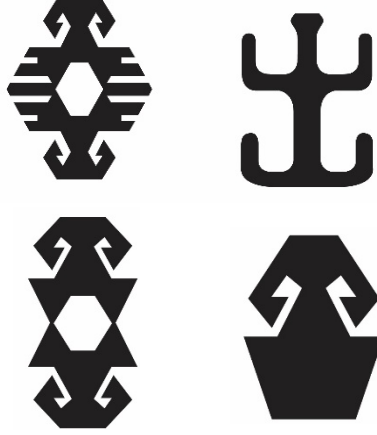


Resim 13. Elibelinde motif örnekleri, Çatalhöyük'ten günümüze Anadolu motifleri, Mine Erbek, 2002

Elde edilen yüzeyleri ‘yığma yüzey’ olarak isimlendirmek yerinde olacaktır. Üç boyutlu yazıcıdan çıkan eriyik malzemenin belirli parametreler doğrultusunda üst üste yığılarak elde edilen bu yüzeylerde önce 0.5 mm taban daha sonra 0.5 mm motif yüzeyi oluşturma tekniği kullanılarak ürünler ortaya çıkarılmıştır. 0.5 mm kalınlığındaki taban katmanları ve motif yüzeylerinin dikkatle optimize edilmesi, yığma yüzeylerin hem dayanıklı hem de estetik olmasını sağlamıştır. Bir diğer teknikte ise yüzeyde motife denk gelen kısımların içi boşaltılarak çeşitli tekstil yüzeyleri elde edilmiştir.

2.2. 2B Tasarım süreci

Çalışmada dört farklı elibelinde motifi seçilmiştir. Motiflerin seçilme sebebi diğer elibelinde motiflerine nazaran daha sade yapısal formlarının olmasıdır.



Resim 14. Elibelinde motif örnekleri, Çatalhöyük'ten günümüze Anadolu motifleri, Mine Erbek, 2002 (çalışmada kullanılacak motifler).

Motifin Adobe İllüstratör programı yardımı ile teknik çizimi gerçekleştirilir. Seçilen filamentin yapısı tasarım sürecinde oldukça önemlidir. Tasarımın çok detay barındırması, karmaşık bir nesnenin ortaya çıkması ve üç boyutlu yazıcının yazabileceği minimum (0.4 mm) değer göz ardı edilmesi durumunda çıktının (ürün ve obje) veriminde önemli görülebilecek düzeyde düşüşler meydana gelebilecektir. Bu sorunların başında tasarımdaki şekillerin birbirine çok yakın olması ile birlikte hem ipliklenme (ürün kenarında çapaklanma veya düzgünsüzlük) hem de birbirine yapışma sorunu ile karşı karşıya kalınmaktadır. Bu değerler göz önünde bulundurularak daha sade motiflerin seçilmesi yerinde bir tercihtir. Vektörel tabanlı olarak çalışan illüstratör yazılımı Adobe firması tarafından geliştirilmiştir. Matbaa, çoklu medya ve grafik çalışmalarında tercih edilen bir yazılımdır (Arslantunalı vd., 2014: 155). Yapılan çizim üç boyutlu tasarıma temel oluşturması sebebiyle Tinkercad programına aktarılmadan önce SVG dosya formatına dönüştürülür. SVG (Scalable Vector Graphics) bir vektör dosyasıdır. Matematiksel formüllerle görüntüleri saklar ve bu sayede veriler kalite kaybolmadan depolanabilir. Yeniden boyutlandırılabilmesi sebebiyle ideal bir veri depolama yöntemidir. SVG grafikleri, grafiği oluşturan yolları tarif ederek görüntünün oluşmasını sağlar. Çoklu platform desteğine sahiptir ve birçok tarayıcı bu formatı desteklemektedir (Gümüştepe, 2015: 507). Bu sebeple oldukça sık kullanılır. Veri transferi yaparken bozulmaması ve düşük boyutlarla saklanabilmesi önemli tercih sebepleri arasında gösterilebilir.

2.3. 3B Tasarım süreci

SVG formatına dönüştürülen motif Tinkercad programı ile üç boyutlu nesneye dönüştürülmüştür. Autodesk Tinkercad; üç boyutlu tasarım, elektronik ve kodlama için ücretsiz ve kullanımı kolay bir uygulamadır (URL 13). Burada önemli olan tekstil yüzeyini en yakın şekilde taklit edebilen nesne kalınlığını yakalayabilmektir. 0.5 mm kalınlık buna en uygun kalınlık olarak öngörülebilir. Zeminden yüksek motifler kullanılırken önce zeminde motif şekline uygun boşluk oluşturulur. Daha sonra yapılan motif bu temel üzerine yerleştirilir. Üç boyutlu yazıcının formu algılaması açısından bu oldukça önemli bir detaydır. Yapılan çalışma G-Code süreci için STL (Standart Üçgen Dili) formatında kaydedilmiştir. STL dosya formatı özellikle üç boyutlu yazıcılardan alınacak objelerin veri transferlerinde yaşanan kalite düşmesi problemini ortadan kaldıran matematiksel yüzey anlamında sırası ile ilintili üçgen formlardan oluşan verileri kapsamaktadır. Kalitenin yüksek olması için üçgen formların daha fazla olması gerekir (URL 14). Renk ve doku eksiklikleri nedeniyle STL dosyalarının boyutu daha küçük, işleme hızı ise diğer formatlara göre daha yüksektir. Tek renk veya tek malzemeli bir obje yazdırılacaksa format olarak STL formatı daha uygun olmaktadır.

2.4. G-Kod Tasarım süreci

G-Code “Geometrik Kod” anlamına gelir. G-Code bir makinenin nasıl çalışması gerektiğinin yollarını gösterir (Robocombo, 2021). G-Code formatına getirilen veri, slicer programında (Ultimaker Cura 5.4.0) üç boyutlu yazıcının program kodlarına uygun olması için dilimlendirilir. Açık kaynak olarak çalışan Ultimaker Cura programının temel işlevi, program bünyesine uygun formatta (STL, OBJ) gönderilen model dosyasını katmanlara bölerek (dilimleyerek) üç boyutlu yazıcıya özel G-Code şekline dönüştürmesidir. Dilimleme yazılımı olan Ultimaker Cura programı içinde çeşitli baskı ayarları da yapılarak çıktının daha verimli olması sağlanabilir. G-Code, CNC makineleri için bir programlama dilidir. FDM formatı özelliği olan üç boyutlu yazıcılarda bu işlem mutlaka yapılmalıdır. Eriyik biriktirme modeli olarak da bilinen FDM yapı malzemesi olarak filament kullanır. Filament genellikle eriyik hale gelene kadar ısıtılır ve daha sonra üç boyutlu yazıcının nozülünden itilerek dışarı çıkarılır. G-Code talimatlarına göre yapı plakası üzerine eriyik malzeme serilir (Mwema, F., Akinlabi, E. 2020: 3).

FİLAMENT YAPISI	TPU FLEX FİLAMENT 95 A
NOZÜL SICAKLIĞI	230°
TABLA SICAKLIĞI	65°
DOLGU YOĞUNLUĞU	15%
ÜST KATMAN KALINLIĞI	1mm
ALT KATMAN KALINLIĞI	0.5mm
YAZDIRMA HIZI	20mm/s
YAZDIRMA SOĞUTMASI ETKİN	✓
FAN HIZI ETKİN	✓
ÜTÜLEME FONKSİYONU ETKİN	✓
GERİ ÇEKME MESAFESİ	2mm
Z SIÇRAMASI ETKİN	✓

Tablo 2. Uygulamalarda Kullanılan Ultimaker Cura Parametre Ayarları

3. Uygulama

Çalışmalarda seçilen “elibelinde” motifleri çeşitli form ve düzenlerde kullanılarak tekstil yüzeyleri elde edilmiştir. Ürünlerde 95 ve 98 A TPU Flex filament kullanılmıştır. Tasarımlar düzenlenirken ipliklenme sorunu olmaması için çalışma yüzeyleri uygun olabilecek mesafelerde ve düzende ayarlanmıştır. Seçilen elibelinde motiflerinin diğer motif örneklerine göre daha sade olmasına dikkat edilmiştir. Çalışmalar yazıcının tabla alanı da düşünülerek 200 x 200mm boyutlarında hazırlanmıştır. Kullanılan filamentler 1.75 mm çapında ve esnek malzemelerdir. Üç boyutlu yazıcılarda tekstil sektöründe kullanılan lifler yerine filament adı verilen malzemeler kullanılmaktadır. Çeşitli yapıda ve özelliklerde olan bu filamentler ile çok farklı özelliklere sahip tekstil yüzeyleri ortaya koymak mümkündür. Bu malzemeleri kullanırken elde edilecek olan üründe istenilen niteliklere dikkat ederek malzeme seçimi yapılmalıdır.

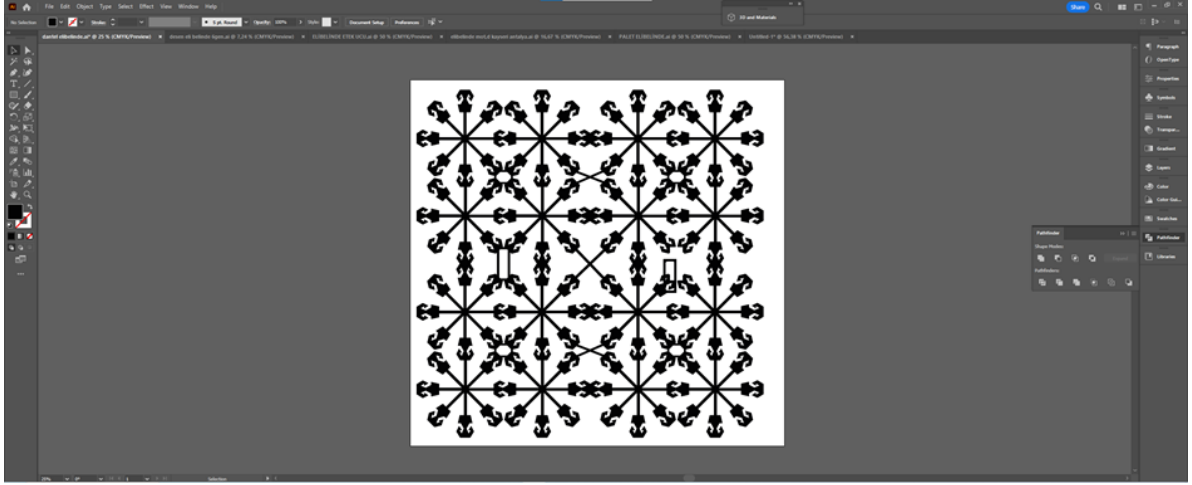
Özellik	PLA	Tough PLA	PETG	ABS	ASA	PC/ABS	TPU Flex
Yazdırma Kolaylığı	*****	*****	****	**	***	*	**
Sıcaklık Dayanımı	60°C	60°C	85°C	100°C	110°C	120°C	70°C
Yük Taşıyabilme	*****	****	*****	****	****	*****	***
Darbe Dayanımı	***	****	***	****	***	****	*****
UV Dayanımı	**	**	****	*****	*****	*****	****
Tokluk	***	****	****	****	****	****	*****
Çarpılma Davranışı	*	*	*	*****	****	*****	**
Koku	**	**	*	****	***	***	*
Baskı Yüzey İşlemi	****	*****	****	*****	*****	****	*
Çözünme Davranışı	**	**	*	*****	*****	****	*****
Esneklik	**	****	****	****	****	****	*****
Baskı Hızı	*****	*****	*****	*****	*****	***	**
Nozül Aşındırma	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok	Yok
Destek Ayrılması	****	****	****	*****	*****	*****	*
Ekstrüder Sıcaklığı	200-230°C	200-230°C	230-260°C	220-260°C	250-280°C	260-290°C	220-240°C
Tabla Sıcaklığı	60-75°C	60-75°C	70-100°C	80-110°C	100-110°C	100-120°C	50-70°C

Resim 15. Filament çeşitleri ve kullanım özellikleri. (URL 15)

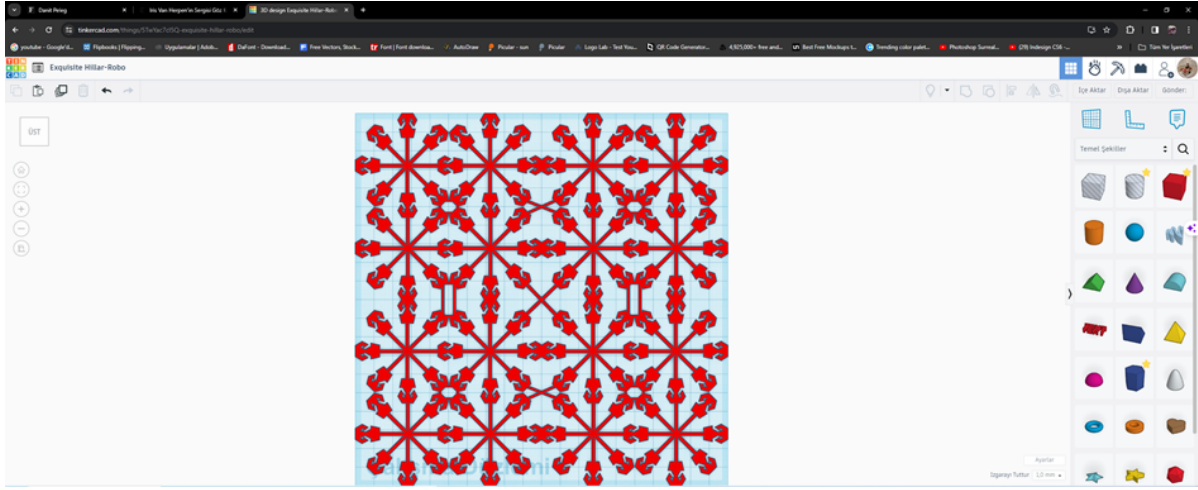
Ürünlerin ilk olarak teknik çizimleri yapılmış daha sonra boyutlandırma işlemleri uygulanmıştır. Tasarlanan yüzey tasarımları tamamı ürün olarak kullanılabilmesi gibi giysinin bir parçası veya bir bölümünde de kullanılabilir.

Sırası ile;

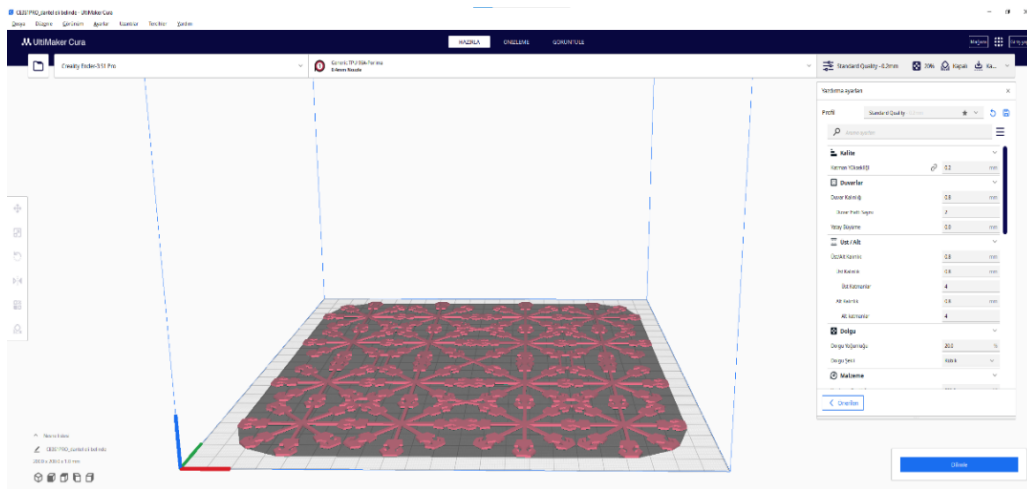
1. Motif illüstre edildikten sonra boyutlandırma aşaması için SVG (Scalable Vector Graphics) formatında kaydedilmiştir.
2. SVG formatında kaydedilen motif boyutlandırma yapılacak olan programa aktarılmıştır.
3. Boyutlandırma programında çalışılacak motif uygun form ve düzende tasarlanıp STL (Standard Triangle Language) formatında kaydedilmiştir.
4. Çalışmanın üç boyutlu yazıcıda yazdırılabilmesi için STL formatında kaydedilen dosya dilimleme programına aktarılmıştır.



Resim 16. Seçilen motifin ilüstre edilmesi, Serhat GÜVEN,2024



Resim 17. Seçilen motifin boyutlandırılması, Serhat GÜVEN,2024



Resim 18. Boyutlandırılan motifin dilimlendirilmesi, Serhat GÜVEN,2024

4. Bulgular

Giysi modasında son yıllarda kişiye özel giysi tasarımı veya özgün ürün tasarımlarıyla fark yaratmak isteyen tasarımcılar için alternatif olarak ev tipi üç boyutlu yazıcılar kullanılarak ürünler tasarlanabilir. Üç boyutlu baskı teknolojisinin en dikkat çekici yönü, bu alanın son derece hızlı bir şekilde gelişmesidir. (Lim ve Cassidy, 2014). Bu durum üç boyutlu baskı teknolojilerinin yenilikçi düşünen tasarımcılar için önemli bir çalışma alanı olduğunu göstermektedir.

Danit Peleg, ev tipi masaüstü üç boyutlu yazıcılar kullanarak tekstil yüzeyi oluşturan tasarımcıların başında gelmektedir. Tasarımlarında geleneksel tekstil özelliklerini ve yeni teknolojileri bir araya getirerek, dantele benzeyen yüzeyler oluşturmuştur. Danit Peleg'e göre, üç boyutlu baskı, dijital moda için somut hale gelmesini sağlıyor ve tasarım sürecinde büyük bir yaratıcı potansiyel sunuyor. Dolayısıyla, üç boyutlu baskı teknolojileri ile moda dünyasında sınırları zorlayan ürünlerin ortaya konması; bu ürünlerin giyilebilir teknolojiler ile bütünleşmesi mümkün hale gelmiştir.

Ev tipi üç boyutlu yazıcılar teknolojinin de yardımı ile giderek yaygınlaşmış daha önceleri çok daha pahalı olan bu teknolojiler seri üretimin de sunduğu avantaj ile ucuzlamış ve çoğu kullanıcı tarafından satın alınabilir hale gelmiştir. Teknoloji, geleneksel üretime kıyasla benzersiz avantajlar sunar ve bu nedenle giyim endüstrisinde sınırsız pazar beklentileri vardır.

Teknolojinin giyim sektöründe getirdiği inovasyonlar, giysi tasarımı, üretimi, ürünün kişiselleştirilmesi ve sürdürülebilir olması açısından büyük bir potansiyel sunmaktadır. Ancak bu kumaşların özellikleri, normalde tekstil denince aklımıza gelen ince, esnek ve nefes alabilen özelliklere yakın değildir (Forman, vd. 2020: 1222). Üç boyutlu yazıcıların daha etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla özellikle tekstil ve moda alanında çok çeşitli tasarımların günlük yaşama daha yakın hale geldiğini görmekteyiz. Ev tipi yazıcılar sayesinde, sektörden ayrılmadan kendi odamızda çeşitli üç boyut tabanlı bilgisayar programlarını kullanarak kişiye özel tasarımlar oluşturmak mümkün hale gelmiştir (Valtas ve Sun, 2016: 1).

Sürdürülebilirlik ve üç boyutlu baskı teknolojileri, moda endüstrisi için göreceli olarak yeni kavramlardır. Bu iki trendin birleşimi, moda endüstrisinde çevresel ve sürdürülebilirlik konularında devrim yaratabilir ve bu zorlukların üstesinden gelmesine yardımcı olabilir (Tancredi, 2022: 4). Bu da tüketicilere daha fazla seçenek ve özelleştirme imkânı sağlar (Wu, vd., 2022: 1). Üç boyutlu baskı teknolojileri, moda tasarımına yönelik yaratıcı olasılıkları artırmaktadır. Mevcut ürünleri kopyalamak yerine kişiye özel benzersiz ürünler ortaya konabilir (Shahrubudin, vd., 2019: 1293). Kişiselleştirilmiş ürünlerin kullanımı diğer sektörlerde (sağlık, mimari, otomotiv) olduğu gibi moda ve tekstil sektöründe de giderek artmaktadır.

Bu çalışma, Anadolu motiflerinden bir örnek alınarak farklı bir üretim tekniği ile özellikle ev tipi bir üç boyutlu yazıcı kullanılarak yapılmış olması bakımından önemlidir. Bir kültür olarak Anadolu motiflerini gelecek nesillere aktararak varlığını korumak ve yaşatmak, motifleri yeni nesil teknolojiler ile tekstil ve moda sektörüne entegre etmek; kişiselleştirilebilir, değiştirilebilir, yenilikçi ve yaratıcılığı arttıran ürünlerin tasarlanması açısından değerlendirilebilir. Bu çalışmalar ışığında çeşitli formlarda, içeriklerde ve FDM dışında farklı çalışma prensiplerine sahip olan üç boyutlu yazıcılar ile özellikleri değişken formda tekstil yüzeyleri oluşturulabileceği, yenilikçi ve yaratıcılığı arttıran ürünlerin tasarlanması açısından önemlidir.

Bu motifleri üç boyutlu yazıcının tabanı yerine kumaş üzerine direkt uygulama yolu ile de farklı tekstil yüzeyleri elde edilebilir. Bu prensipte çalışırken yazıcının tabla sıcaklığına dikkat etmek gerekir. TPU filamentlerin tabla sıcaklıkları genellikle 65° olduğundan yazıcı ile tabla arasına gelecek başka bir malzeme bu sıcaklığı azaltacağı düşünüldüğünde motiflerin kumaş üzerine tutulması sorunu da beraberinde getirebilir. Bir diğer problem ise tekstil yüzeyi elde ederken yazıcıda oluşan ipliklenme sorunudur. Z sıçraması ayarı (geri çekme) açılarak ipliklenme probleminde çözüm üretilebilir. Bir başka sorun ise yazıcı ekstruderinde tıkanıklık sorunudur. Bu tıkanıklık, yazıcının ekstruder içinde bulunan ve fabrikadan çıkmış hali ile kullanılan kanalın sert plastik bir malzeme olmasından kaynaklanır. Isının kanal içinde geriye doğru kaçışını engellemek için titanyum alaşımli kanal kullanılabilir. Üç boyutlu yazıcıların tabla alanlarının sınırlı olması, kullanılacak olan filamentlerin uygun nem koşulları gözetilerek saklanması gerektiği, üç boyutlu yazıcının hızına ve modelin ayrıntısına göre ürün çıktısının uzun süreler alması, ayrıntı barındıran modellerde ipliklenme sorununun olması gibi durumlar dezavantaj sayılabilir.

Çalışmada çeşitli formlarda elde edilen tekstil yüzeylerinden örnekler aşağıda verilmiştir.



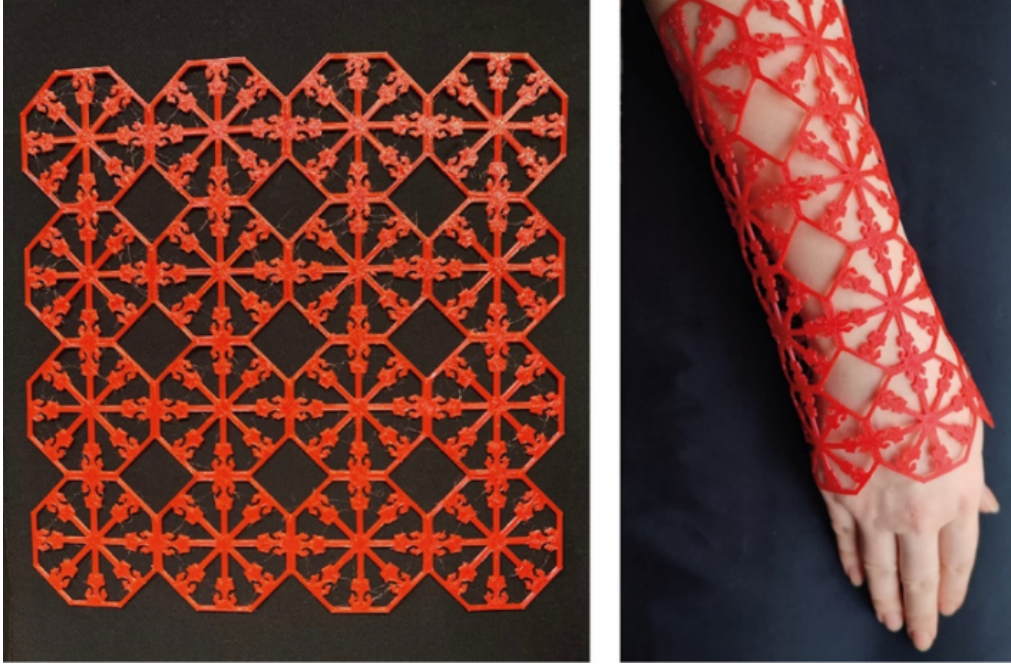
Resim 19. 98 A TPU Flex filament tekstil yüzeyi (uygulama sonucu), Serhat GÜVEN,2024

Resim 19’da (Resim 11’de uygulanan yöntemle benzer bir şekilde) elibeline motifini bir merkez etrafında 45° açılar ile yerleştirilmiş ve motifler dantel örgüsü oluşturacak şekilde birbirine bağlanmıştır. Çalışmada 98 A TPU esnek filament kullanılmıştır.



Resim 20. 98 A TPU Flex filament tekstil yüzeyi (uygulama sonucu), Serhat GÜVEN,2024

Resim 20’de elibeline motifini 0.5 mm kalınlığında boyutlandırılmıştır. Boyutlandırılan motif 0.5 mm taban üzerine yerleştirilerek kumaş yüzeyi elde edilmiştir. Çalışmada 98 A TPU esnek filament kullanılmıştır.

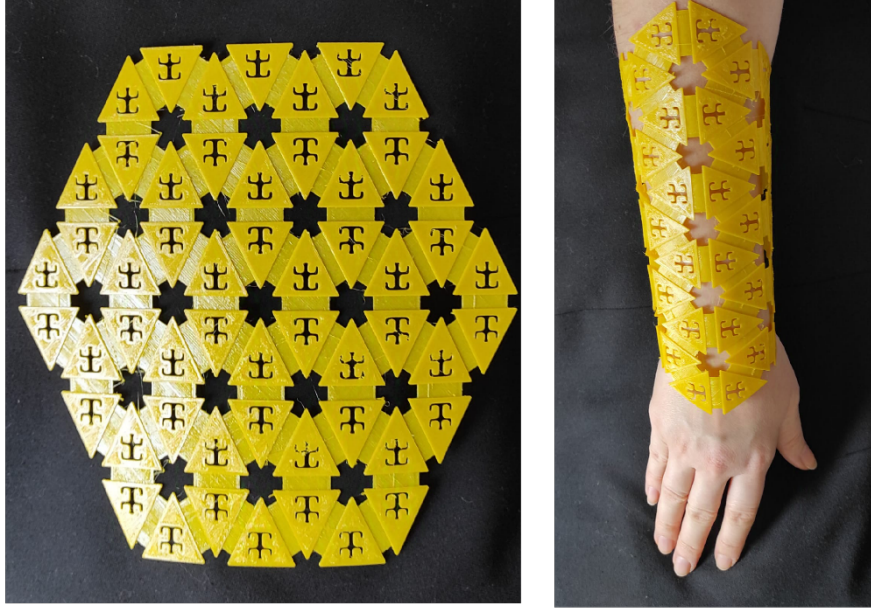


Resim 21. 98 A TPU Flex filament tekstil yüzeyi (uygulama sonucu), Serhat GÜVEN,2024

Resim 21’de elibelinde motifi bir merkez etrafında 45° açılar ile yerleştirilmiş ve motifler dantel örgüsü oluşturacak birim etrafına sekizgen çerçeve eklenerek birbirine bağlanmıştır. Çalışmada 98 TPU A esnek filament kullanılmıştır.



Resim 22. 95 A TPU Flex filament tekstil yüzeyi (uygulama sonucu), Serhat GÜVEN,2024



Resim 23. 95 A TPU Flex filament tekstil yüzeyi (uygulama sonucu), Serhat GÜVEN,2024

Resim 22 ve 23' de elibelinde motifi 1 mm kalınlığında tasarlanmış üçgen parçaların 0.5 mm kalınlığındaki bağlantı parçaları ile oluşturulan taban üzerinden motif şekli oyularak yüzey elde edilmiştir. Çalışmada 95 A TPU esnek filament kullanılmıştır.



Resim 24. 95 A TPU Flex filament tekstil yüzeyi (uygulama sonucu), Serhat GÜVEN,2024

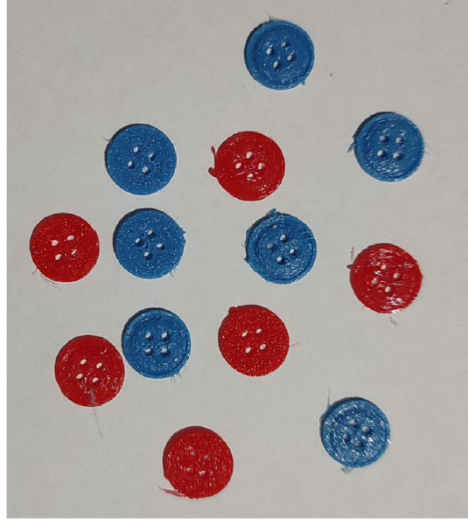
Resim 24' de elibelinde motifi 0.5 mm kalınlığında tasarlanmış taban üzerinden motifin şekli oyularak yüzey elde edilmiştir. Çalışmada 95 A TPU esnek filament kullanılmıştır. Resim 25 ve Resim 26'da elde edilen tekstil yüzeylerinin giysi tasarımında kullanım örnekleri görülmektedir. Resim 25'te tamamı 95 A TPU esnek filamentle elde edilen yüzey tasarımı, Resim 26'da elde edilen tekstil yüzey tasarımının kumaşla birleştirilerek oluşturulan ceket tasarımı görülmektedir.



Resim 25. Resim 19’da elde edilen 95 A TPU Flex filament yüzeyin kullanım alanına bir örnek, Serhat GÜVEN,2024

Resim 25' teki ürün elde edilirken;

1. 20cm x 20cm olacak şekilde (kullanılan yazıcının tabla alanına göre) yüzeyler elde edilmiştir.
2. Elde edilen yüzeyler birbirlerine uc uca yapıştırılarak yüzey alanı genişletilmiştir. Filamentin esnek yapısı sayesinde ürün rahat bir şekilde giyilebilmiş ve modelin anatomik yapısına uyum sağlamıştır.
3. Yapıştırma işlemi yapılırken yüzeylerin ekleme yerlerini gizlemek için yine aynı malzemeden (95 A TPU) küçük düğme şeklinde aksesuarlar kullanılmıştır.



Resim 26. Düğme şeklinde aksesuar örnekleri, Serhat GÜVEN,2024

SONUÇ

Sonuç olarak, üç boyutlu yazıcılar ile kişiselleştirilmiş ürünlerin oluşturulabilmesi, özgünlük açısından büyük bir avantaj sağlamaktadır. Ayrıca, tasarımcılar için kültürel değerlerin kullanılması ve bu değerlerin gelecek kuşaklara aktarılması açısından esneklik sağlaması ve yaratıcı düşünceye katkı sağlaması son derece önemlidir. Ekonomik açıdan ise, sadece istenilen parçanın ev ortamında basılabilmesi, maliyetleri düşürüp erişilebilirliği artırarak önemli bir katkı sunabilir. PLA ve TPU filamentlerinin geri dönüştürülebilir nitelikte olması ve ardıl kirlilik bırakmaması, tekstil sektöründe yeşil dönüşümü teşvik etme potansiyeli açısından da son derece önemlidir. Bu özellikler, sürdürülebilirlik ve çevresel etkiler açısından sektöre önemli katkılar sağlayabilir. Sürdürülebilirlik ve üç boyutlu baskı teknolojileri, moda endüstrisi için göreceli olarak yeni kavramlardır. Bu iki trendin birleşimi, moda endüstrisinde çevresel ve sürdürülebilirlik konularında devrim yaratabilir ve bu zorlukların üstesinden gelinmesine yardımcı olabilir. Bu da tüketicilere daha fazla seçenek ve özelleştirme imkânı sağlar. Üç boyutlu baskı teknolojileri, moda tasarımına yönelik yaratıcı olasılıkları artırmaktadır. Mevcut ürünleri kopyalamak yerine kişiye özel benzersiz ürünler ortaya konabilir. Karmaşık yüzeylerin üretilmesinde zorluklar yaşanabileceği gibi filamentlerin uygun sıcaklık ve nem koşullarında saklanması gerekliliği göz ardı edilmemelidir.

Kişiselleştirilmiş ürünlerin kullanımı diğer sektörlerde (sağlık, mimari, otomotiv) olduğu gibi moda ve tekstil sektöründe de giderek artmaktadır. Ayrıca, bu nitelikler unutulmaya yüz tutmuş değerlerin korunmasına ve günümüzde de varlığını sürdürmesine katkı sağlayarak kültürel çeşitliliğin ve tarihi değerlerin korunmasına yardımcı olabilir. Üç boyutlu yazıcılar ve kullanılan filamentlerin özellikleri, sadece teknolojik yenilikler getirmekle kalmayıp aynı zamanda sosyal, kültürel, çevresel sürdürülebilirlik ile döngüsel üretimi destekleyen önemli araçlar olarak değerlendirilebilir.

KAYNAKÇA

- Arslantunali, M., Karakoyun, D., Şermet, M., Demirten, M., Demirkol, Z. ve Harman, G. (2014). *Herkes İçin Grafik Tasarımı (1. Baskı)*, İstanbul: Pusula Yayınları.
- Arslan, N., Yaylacı, B., Eyüpoğlu, D., M. Kürtüncü (2018). Sağlıkta Gelişen Teknoloji: Üç Boyutlu Yazıcılar. *Uluslararası üç boyutlu Yazıcı Teknolojileri ve Dijital Endüstri Dergisi (2) 2*, 99-110.
- Barrasa, J., Montero, A., Ferrari, B. ve Pastor, Y. (2021). Characterisation and modelling of PLA filament sandevolution with time. *Polymers.13 (17)*, 2-19. Doi: <https://doi.org/10.3390/polym13172899>
- Dilek, E., Yıldırım, M. İ., & Uzun, M. (2021). Additive manufacturing (3D printing) in technical fashion industry applications. *Tekstilna industrija, 69(2)*, 4-15.
- Fanglan, Z., & Kaifa, D. (2021, February). Innovative application of 3D printing technology in Fashion design. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1790, No. 1, p. 012030). IOP Publishing.
- Forman, J., Dogan, M. D., Forsythe, H., & Ishii, H. (2020, October). DefeXtiles: 3D printing quasi-woven fabric via under-extrusion. In *Proceedings of the 33rd Annual ACM Symposium on User Interface Software and Technology* (pp. 1222-1233). Doi: <https://doi.org/10.1145/3379337.3415876>
- Gülas, S. B. Zamanının Ötesinde Bir Tekstil Tasarımcısı: Otti Berger. *Bodrum Journal of Art and Design, 2(1)*, 40-58.
- Gümüştepe, Y. (2015). *İllustratör CS&CC (7. Baskı)*, İstanbul: KODLAB yayınları.
- Güney, S. (2023). Örne ve dokumayı dikişsiz bir süreçte birleştiren tekstil yüzey tasarımı. *Uluslararası Akademik Araştırmada Sınırlar Konferansı, 1*, 201–204.
- İbrahim, D., Broilo, TL, Heitz, C., de Oliveira, MG, de Oliveira, HW, Nobre, SMW ve Silva, DN (2009). Mandibular anatominin çoğaltılmasında seçici lazer sinterleme, üç boyutlu baskı ve PolyJet™ modellerinin boyutsal hatası. *Kranio-Maksillofasiyal. Cerrahi Dergisi, 37 (3)*, 167-173. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcms.2008.10.008>
- Krkobabić, M., Medarević, D., Pešić, N., Vasiljević, D., Ivković, B., & Ibrić, S. (2020). Digital light processing (DLP) 3D printing of atomoxetine hydrochloride tablets using photoreactive suspensions. *Pharmaceutics, 12(9)*, 833. Doi: <https://doi.org/10.3390/pharmaceutics12090833>
- Kökhan, S., & Özcan, U. (2018). 3D yazıcıların eğitimde kullanımı. *Bilim Eğitim Sanat ve Teknoloji Dergisi, 2(1)*, 80-85.
- Kholiya, R. (2016). 3D Printing: The face of future fashion. *International Journal of Recent Research Aspects, 3(3)*, 2349-7688.
- Lim, H. W., Cassidy, T. D. (2014). 3D printing technology revolution in future sustainable fashion. In *Sustainability in Textiles and Fashion*. Leeds.
- Mwema, F. ve Akinlabi, E. (2020). Basics of fused deposition modelling (FDM). *Springer Nature Switzerland AG*. 1-15.
- Martinez Tancredi, A. S. (2022). *State-of-the-Art: Sustainability in 3D Printed Fashion* (Doktora Tezi, Moda).
- Özbaş Kilisli, M., & Çoruh, E. (2023). Moda Tüketicilerinin Giyim Ürünlerini Algılama Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Sanat(20)*, 50-61.
- Shahrubudin, N., Lee, T. C., & Ramlan, R. J. P. M. (2019). An overview on 3D printing technology: Technological, materials, and applications. *Procedia manufacturing, 35*, 1286-1296. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2019.06.089>
- Sun, D., & Valtas, A. (2016). 3D printing for garments production: An exploratory study. *Journal of Fashion Technology and Textile Engineering, 4(3)*, 1000139. doi: <http://dx.doi.org/10.4172/2329-9568.1000139>
- Top, N., Gökçe, H., & Şahin, İ., (2019). Eklemeli İmalat İçin Topoloji Optimizasyonu: El Freni Mekanizması Uygulaması. *Journal of Selcuk-Technic (vol.18)*, no.1, 1-13.
- URL 1: <https://www.eea.europa.eu/publications/management-of-used-and-waste-textiles> Erişim Tarihi: 05.10.2024.
- URL 2: <https://tr.aliexpress.com/i/1005006186376458.html> Erişim Tarihi: 03.11.2024.
- URL 3: <https://parametrichouse.com/flexible-textile/> Erişim Tarihi: 30.04.2024.
- URL 4: <https://tr.3dprototfab.com/post-curing-for-sla-3d-printing.html> Erişim Tarihi: 03.11.2024.
- URL 5: <https://3mash.com/crs-model-yuksek-hassasiyetli-model-recinesi?renk=sand&boyut=1000-gr&teknoloji=dlp> Erişim Tarihi: 01.05.2024.
- URL 6: <https://formlabs.com/asia/blog/3d-printing-in-medicine-healthcare/> Erişim Tarihi: 24.04.2024.
- URL 7-8: <https://bigsee.eu/danit-peleg-danit-peleg-3d-danit-peleg-nft-collection-liberty-leading-the-people/> Erişim Tarihi: 02.02.2024.
- URL 9: <https://n-e-r-v-o-u-s.com/projects/sets/kinematics-skirt/> Erişim Tarihi: 03.02.2024.
- URL 10: <https://www.nytimes.com/2024/01/23/style/iris-van-herpen-sculpting-the-senses-couture.html> Erişim Tarihi: 01.02.2024.
- URL 11: <https://internetmarketingop.amebaownd.com/posts/49545892/> Erişim Tarihi: 01.05.2024.

TEKSTİL YÜZEYİ TASARIMINDA İNOVATİF YÖNTEMLERİN KULLANILMASI: 3B YAZICI TEKNOLOJİLERİ İLE TPU FLEX FİLAMENT KULLANIMI VE DENEYSSEL TEKSTİL YÜZEYLERİ OLUŞTURULMASI

- URL 12: https://news.softpedia.com/news/3d-printed-clothes-is-the-next-big-thing-in-fasion-491412.shtml#sgal_0 Erişim Tarihi: 01.05.2024.
- URL 13: <https://www.autodesk.com.tr/education/covid-19/resource-center?us oa=dotcomus&us si=524162d2-9132-4fdc-b0fa-924697a3f48a&us st=Tinkercad> Erişim Tarihi: 02.02.2024.
- URL 14: <https://www.adobe.com/tr/creativecloud/file-types/image/vector/stl-file.html> Erişim Tarihi: 02.02.2024.
- URL 15: <https://www.porima3d.com/porima-eco-pla-filament-175mm-1kg> Erişim Tarihi: 24.04.2024.
- Üstüner,S. (2019). *Tekstil Yüze Tasarımında Deneysellik. Cilt: 4, Sayı: 8, Eylül-Ekim.*
- Wang, J., Yang, B., Lin, X., Gao, L., Liu, T., Lu, Y., & Wang, R. (2020). Research of TPU materials for 3D printing aiming at non-pneumatic tires by FDM method. *Polymers, 12*(11), 2492. doi: <https://doi.org/10.3390/polym12112492>
- Wu, S., Zeng, T., Liu, Z., Ma, G., Xiong, Z., Zuo, L., & Zhou, Z. (2022). 3D printing technology for smart clothing: A topic review. *Materials, 15*(20), 7391. Doi: <https://doi.org/10.3390/ma15207391>
- Xiao, Y. Q., & Kan, C. W. (2022). Review on development and application of 3D-printing technology in textile and fashion design. *Coatings, 12*(2), 267. Doi: <https://doi.org/10.3390/coatings12020267>
- Zhang, J., Hu, Q., Wang, S., Tao, J., & Gou, M. (2020). Digital light processing based three-dimensional printing for medical applications. *International journal of bioprinting, 6*(1). doi: <https://doi.org/10.18063%2Fijb.v6i1.242>

SHEKI KHAN PALACE WALL PAINTINGS: EVENT FLOW MINIATURE WAR SCENES

*Şeki Han Sarayı Duvar Resimleri: Olay Örgüsü Minyatür
Savaş Sahneleri*

Mustafa Kemal ÜÇÜNCÜ, Yusuf ALİZADE

ABSTRACT

The event flow war scenes from the murals of the Palace of Sheki Khan, built in 1762 in Sheki, Azerbaijan, which is among the rare examples of Turkish architecture, were examined. The research, was carried out through literature review, on-site examination of the Palace of Sheki Khans and interviews with palace officials. While human life continues with struggle, this struggle can sometimes turn into a war. Even though war involves violence, pain and death, it is a source of pride for all nations and is recorded in their history as a heroic story. For this reason, even in the most popular palaces, frames depicting the war adorn the palace walls. Starting from cave paintings, extending to the present day, major events that have become an important subject of wall painting are visually depicted in history. The objects, weapons, clothes, ornaments and everything belonging to the period used in historical events that occurred over time have survived to the present day visually through paintings. For this reason, visualizing history live by creating visuals of the events increases the importance of wall painting. One of the most important applications of war scenes in Turkish painting is in the Sheki Khan Palace, built in the 18th century. These war scenes are depicted in the form of a plot on the walls of Konak Otağı, approximately fifteen meters long. In the research, the war scenes depicted on the walls of the Konak Otağı of the palace were examined in terms of their composition, painting techniques, features and event flows. In the research, the artistic interactions of nations with mutual relations in the historical process, specifically Azerbaijan, has been evaluated.

Keywords: Palace of Sheki Khan, Mural, Miniature, Event flow, War scenes.

ÖZ

Türk mimarisinin nadir örnekleri arasında sanat incisi olarak yer alan, Azerbaycan'ın Şeki kentinde 1762'de inşa edilen Şeki Han Sarayı duvar resimlerinden olay örgüsü savaş sahneleri incelenmiştir. Araştırma, literatür taraması, Şeki Han Sarayı'nın yerinde incelenmesi ve saray görevlileri ile görüşmelerle gerçekleştirilmiştir. İnsan yaşamı, mücadele ile devam ederken, bu mücadele zaman zaman bir savaşa dönüşebilmektedir. Savaş her ne kadar şiddet, acı ve ölüm içerse de, tüm ulusların gurur kaynağı olup, tarihlerine kahramanlık öyküsü şeklinde işlenmektedir. Bu sebeple, en gözde saraylarda bile savaşı anlatan kareler saray duvarlarını süslemektedir. Mağara resimlerinden başlamak üzere, günümüze kadar uzanan, özellikle duvar resim sanatının da önemli bir konusu haline gelen büyük olaylar görsel olarak tarihi anlatmaktadır. Zaman içinde oluşan tarihi olaylardan kullanılan eşya, silah, giysi, süs ve devrine ait ne varsa resim aracılığıyla görsel olarak günümüze kadar ulaşmaktadır. Bu nedenle, oluşan olayların görselini oluşturarak tarihin canlı olarak görüntülenmesi duvar resim sanatının önemini artırmaktadır. Türk resim sanatında savaş sahnelerinin en önemli uygulamalarından biri de 18. yüzyılda inşa edilen Şeki Han Sarayı'nda bulunmaktadır. Bu savaş sahneleri olay örgüsü şeklinde Konak Otağı duvarlarında yaklaşık on beş metre uzunlukta işlenmiştir. Yapılan araştırmada, sarayın Konak Otağı duvarlarında resmedilen savaş sahneleri kompozisyonu, resim teknikleri, özellikleri ve akışı yönünden incelenmiştir. Araştırmada, Azerbaycan özelinde tarihsel süreçte karşılıklı ilişkileri olan milletlerin sanat etkileşimleri de değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Şeki Han Sarayı, Duvar resmi, Minyatür, Olay örgüsü, Savaş sahneleri.

ORCID: 0000-0002-5165-7710

1 Öğretmen – Yüksek Lisans, E-posta: mkeu@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-5125-6802

2. Prof.Dr. Trabzon Üniversitesi, E-posta: yalizada@trabzon.edu.tr

Makale Geliş Tarihi: 29 Haziran 2024

Makale Kabul Tarihi: 28 Aralık 2024

Üçüncü, M, K., & Alizade, Y., (2024) SHEKI KHAN PALACE WALL PAINTINGS: EVENT FLOW MINIATURE WAR SCENES GRAFİK TASARIM PERSPEKTİFİNDEN REKLAM VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINI ANLAMAK.

Akademik Sanat (23), 25-53

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Azerbaycan güzel sanatının kadim bir tarihi ve zengin sanatsal gelenekleri vardır. Azerbaycan'ın mimari ve sanat eserlerinin en önemlisi olan Şeki Han Sarayı 1762 yılında Şeki hanlarının yazlık konaklama yeri olarak Hüseyin Han Müştak zamanında (1758-1780) Usta Abbaskulu tarafından Şeki kentinde inşa edilmiştir. Şeki Han Sarayı'nın ön cephesinde ve iç yüzeylerinde duvar resmi sanatının etkin ve yoğun biçimde uygulanmış olması Türk resim sanatı açısından oldukça önemlidir.

Şeki kenti, Azerbaycan'ın kuzeybatısında, Büyük Kafkas Sıradağlarının güney kesiminde kurulmuştur. Kentin merkezi ve Şeki Han Sarayı, kendine özgü mimarisi ve İpek Yolu üzerinde önemli bir ticaret merkezi olan tarihi nedeniyle 7 Temmuz 2019'da UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne alınmıştır. Tarih boyunca Rus, Arap, İran ve Osmanlı egemenliklerinin etkisinde kalmış, bir süre hanlıklar tarafından yönetilmiştir. Yüzyıllar boyunca farklı kültürlerin etkisinde kalan Şeki şehri, İpek Yolu'nun üzerinde olması ve farklı medeniyetlerin etkisi sebebiyle çok özel bir sanat tarihine sahiptir.

Azerbaycan resim sanatında minyatür üslubu önde gelen önemli bir ifade aracıdır. Türk minyatür sanatı, Budizm, Maniheizm, Hıristiyanlık ve İslamiyet dini ve sonraki yıllarda Batılılaşma etkisinde gelişme göstermiştir. Ortaçağ Azerbaycan sanatının uluslararası ölçekte tanınmaya önemli ölçüde katkı sağlaması, öncelikle, önemli bir sanat türü olarak değerlendirilen minyatür sanatı ile mümkün olmuştur.

Türk duvar resminde ilk olay örgüsü anlatım örnekleri Orta Asya Afrasyab duvar resimlerinde görülmektedir. Olay örgüsü anlatım; bir metin veya resimde ifade edilen olayın öncesi ve sonrasıyla kendi içinde art arda gerçekleşen ve birbirine bağlanan bazı küçük olaylardan oluşmasıdır.

Şeki Han Sarayı, iki kat ve her katta birbirini izleyen üçer oda olmak üzere 6 oda, 4 koridor ve 2 aynalı balkona sahiptir. Sarayın her odası birbirinden farklı ve her biri duvar resimleri ile ustaca süslenmiştir. Duvar resimlerinin tamamında doğal boyalar kullanılmış ve boyandıkları tarihten bu güne çok az bozularak gelmiştir. Her iki kattaki orta salonların ve ikinci katın yan odalarının tüm duvarları, nişleri, duvarlardan tavanlara sarkıt şeklindeki geçişler ve tavanları resimlerle süslenmiştir. Saraya ayrı bir güzellik kazandıran muhteşem ızgaraların çevresinde yer alan duvar resimleri dört gruba ayrılır; renkleriyle dikkat çeken bu tablolar arasında (1) geometrik ve bitkisel desenli kompozisyonlar, (2) olay örgüsü desenleri, (3) hayvan resimleri, (4) bitki ve hayvanların bir arada gösterildiği görseller mevcuttur. Bu zarif süslemelerin çekiciliği altın, turkuaz, kırmızı, mor, yeşil ve sarı renklerin ustaca kullanımı ile güçlendirilmiştir. Saray, bölgenin zengin kültürel mirasını yansıtan Fars ve Türk mimari tarzlarının bir karışımını sergiler. Bu tarzda inşa edilen yapılara, aynı şekilde Tebriz, Tahran, Şuşa, Hoy, Erivan ve Tiflis'te de rastlanmaktadır.

Sarayın duvarları, tempera tip fresk resimleri ile süslenmiş, pencereler ise etkin ve estetik ışıklandırma ve gölgeleme tekniğine uygun olarak renkli cam mozaiklerden yapılmış vitray şebeke şeklindedir. Pencerelerde, 5.000 civarında cam parçası kullanılmıştır. Sarayın tüm pencere ve kapıları ahşap parçalarından ve renkli Venedik camlarından ustalıklı bir araya getirilmiştir. Ayrıntılı el oyması mukarnaslar, özenli vitray pencere camlarının üst kısımlarını süslüyor. Sarayın pencere camlarında farklı boyut ve renklerde, son derece hassas boyutlarda elle kesilmiş binlerce vitray parçası bulunmaktadır. Güneş ışınlarıyla etkileşime girdiğinde sarayın iç kısmı ruhani aydınlatma desenlerinden oluşan bir serap haline geliyor.

Şeki Han Sarayı, Azerbaycan mimarisine özgü her türlü işçilik ve resim sanatını bir araya getirmiştir. Bu sarayda sadece şebeke değil, taş, ahşap, alçı üzerine oymalar, gravür, yakma, geometrik ve bitkisel resim, minyatür resim ve dekoratif uygulamalı sanatlar da geniş çapta uygulanmıştır. Bu saray Azerbaycan'ın çok figürlü olay örgüsünün korunduğu tek eserdir.

İkinci katın ortasında Konak Otağı denen büyük bir toplantı odası vardır. Duvarlar çok sayıda çiçek ve kuşun resmedildiği tablolarla kaplıdır. Odanın ortasındaki küçük bir şerit, Şeki'nin savaşmış olabileceği çeşitli savaşları hayali olarak göstermektedir; Osmanlı, İran, Rusya ve Moğolistan gibi çok uzaklardan gelen ve hepsi de giysileri, şapkalı ve bayraklarıyla tanımlanabilen orduları içeriyor. Sarayın Konak Otağı, karmaşık geometrik ve bitki desenlerini gösteren çizimlerin yanı sıra avlanma ve savaş sahneleri ile zengin bir şekilde boyanmıştır. Konak Otağı frizleri, av ve savaş sahnelerini tasvir eden güzel resimlerle süslenmiştir. En ünlü fresklerden biri "hayat ağacının" yakınındaki tavus kuşudur. Konak Otağı olay örgüsü minyatür savaş sahneleri odanın doğu ve batı duvarlarında toplam 15 m uzunlukta ve 25 cm genişlikte bir şerit halinde düzenlenmiştir. Şeki Han Sarayı'nda ön cephe pencerelerinden itibaren başlayan savaş sahnelerinde savaşçıların yanında atlar, silahlar, bayraklar, gözetleme dürbünleri, çalgı aletleri gibi figürler bulunmaktadır. Arka pencere üzerinde yer alan ilk savaş sahnesinde belirgin figürler olarak; arka tarafta savaşçıların motivasyonunu artırmak amacıyla atlar üzerinde nefesli ve vurmali çalgı çalan askerler bulunmaktadır.

Savaş sahnelerinde savaşan taraflar konusunda kesin bir bilgi bulunmamasıyla birlikte, neticede bu sahnelerde bir savaş gösterilmiştir. Aynı mekanda zarafeti, estetiği, güzelliği simgeleyen çiçek tasvirleri yanında tam bir tezat teşkil eden savaş vahşetinin birlikte gösterilmesinin derin anlamlar içerdiği dikkate alınmalıdır. Konak Otağında, yaşamın en güzel ve en vahşi yanları birlikte ortaya konarak muhtemelen insanların yaşam dengesini oluşturmaya katkı sağlamak amaçlanmış olabilir.

Türk resim sanatı Şeki Hanları Sarayı'ndaki olay örgüsü minyatür duvar resimleri tarihi ve estetik sunumu ile tarihi aydınlatıcı niteliklere sahiptir.

INTRODUCTION

People have drawn pictures on rocks and cave walls to communicate with future generations and to pass on their culture to future generations. The oldest known examples of these drawings within the scope of visual art date back 60,000 years (Aydingüler, 2023: 8591). Visual art is a fundamental component of human experience that reflects the world and time we live in. Painting, one of the visual

arts, is the most effective way to reach human history, culture, life and experiences. In order to understand the development of societies, it is necessary to follow the paintings they produce. Painting, which witnesses the historical development of humanity, dates back to the paintings drawn on cave walls and ceilings during the Ice Age. Since these first examples, it has continued with various art movements, each of which reflects the political and social influences of the period in which it emerged and has its own style and characteristics (Joy Culture and Art, 2023).

A significant example of wall paintings is in the Sheki Khan Palace built in the city of Sheki in Azerbaijan (Fig. 1) in the Caucasus region. The ancient city of Azerbaijan, Sheki, was founded in the southern part of the Greater Caucasus Mountain Range in the 8th century BC (Fig. 2). It has remained under Russian, Arab and Iranian rule throughout history (Azizsoy, 2016: 611). In the early 18th century, when the Sheki Khan Palace was built, the struggle for dominance over Azerbaijan took place between the Ottomans, Iran and Russia (Binark, 1992; Göl, 2016).



Figure 1. Azerbaijan and surrounding countries (Travelaze Tourism Services, 2021. Azerbaijan. <https://www.travelaze.com/azerbaijan/>; Access date: 27.09.2024)



Figure 2. Azerbaijan Map: Geographical location of Sheki city

In the second half of the 18th century, almost all of the cities of Azerbaijan were damaged by the attacks of invaders and feudal conflicts, and from time to time the population structure in the cities was temporarily negatively affected (Kurban, 2009). After the end of the Safavid rule in 1747, as a result of the shaken political and central authority, independent khanates of Baku, Ganja, Karabakh, Shirvan, Sheki, Quba, Erivan and Talysh (Lenkeran) were established, ruled by khans of Turkish origin. The Sheki Khanate, whose foundations were laid by Haji Chelebi Khan in 1747, was ruled by Haji Chelebi Khan (1747), Muhammad Hasan Khan (1797), Mustafa Khan (1804), Cafer Kulu Khan

(1806) and Ismail Khan (1815) respectively (Mutallimov, 2015: 158, 162; Binark, 1992; Mecidov, 2008). The social order was based on sharia and customs. The administrative system of the khanates was generally preserved during the Russian period (Mutallimov, 2014). The failure to establish a strong and centralized state in the region for a long time strengthened Russia's desire to dominate this region, which had rich natural resources as well as commercial and agricultural importance (Mecidov, 2008; Turan, 2018). Until the beginning of the 18th century, there was a conflict between Iran and the Ottomans in Azerbaijan, and with Russia's turning to the region in these years, the three states began to fight, and in the early 19th century, Azerbaijan came under Russian rule (Binark, 1992).

The location and physical structure of the palace: The Sheki Khan Palace, the most beautiful example of Azerbaijani architecture, was built in approximately 1762 as a two-story summer palace. The length of the palace, whose main facade faces south, is 30 m and its area is 300 m². It has 6 rooms, 4 corridors and two mirrored balconies (Mammadova, 2022: 262). Basic natural materials such as raw brick, river stone, plane tree and oak were used in the construction of the Sheki Khan Palace. No adhesive or binding materials such as nails, glue, etc. were used in the construction. Thanks to the workmanship demonstrated with the production methods specific to the period, it was possible for the work to survive to the present day in a healthy way. It has an extremely beautiful appearance with the decoration of its surroundings, external and internal walls. Each room of the palace is different and each is skillfully decorated with wall paintings. All the walls, niches and stalactite-shaped transitions from the walls to the ceiling, as well as the ceilings of the central halls on both floors and the side rooms of the second floor, are decorated with paintings.

The exterior of the palace has many artistic elements that can enrich its artistic capacity. Geometric and floral patterns, stalactite arches and colorful networks made with sgraffito and relief-colored coating give the palace's facade a special beauty and uniqueness.

The wall paintings, which are located around the magnificent grids that add a special beauty to the palace and stand out with their colors, are divided into four groups: (1) compositions with geometric and floral patterns; (2) plot patterns; (3) animal images; and (4) paintings showing plants and animals together. The appeal of these elegant decorations is enhanced by the skillful use of gold, turquoise, red, purple and yellow colors. The palace exhibits a mixture of Persian and Turkish architectural styles that reflect the rich cultural heritage of the region. Buildings built in this style can also be found in Tabriz, Tehran, Shusha, Hoy, Yerevan and Tbilisi. The two-story building with a rectangular plan bears traces of the settlements of the Sheki people, and the rich decorative elements in its interior indicate that the building belongs to palace-type structures. There are important similarities between the Ishak Pasha Palace built in Doğu Bayezit in 1784 and the Sheki Khans Palace, especially in terms of flower and tree decorations. The Ishak Pasha Palace resembles the Topkapi Palace in terms of plan (Bulat, 2013: 22, 31). The Sheki Khan Palace is located within the castle walls, in the northeastern part of the castle. The rectangular palace courtyard is also surrounded by low protective walls. The courtyard consists of three terraces, and the palace building is located on the highest terrace (Fig. 3).

The Sheki Khan Palace is a two-story building built in the tradition of residential houses in Sheki (Fig. 4). The floor plans are repetitive, with three rooms arranged side by side on each floor (Fig. 5). What distinguishes the palace from other residential buildings is its elaborate decorative ornaments (Fig. 6).

In front of the south facade there is a rectangular pool and two plane trees. The main - south facade is divided into three sections by two portals, completed with stalactites, latticework decorated with colored glass and carved and painted patterns on the plaster (Fig. 7a). The north facade consists of a simply plastered flat surface deepening at the edges (Fig. 7b). The north facade also has sgraffito patterns consisting of two simple colors, simpler than the south facade, following the lines of the interior walls. Simple applications were made to the west and east facades. There are only doors with stairs on the plastered facades. The west facade also has two windows and a door on the first floor, opening to a staircase leading to the roof. The side sections are similarly developed with grid panels on the first floor and surface curtains on the ground floor. Two of them have grid windows, while the other four have panels with floral ornaments in the sgraffito style (The State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan, 2020).



Figure 3. Location plan of the Sheki Khan Palace (The State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan, 2020)

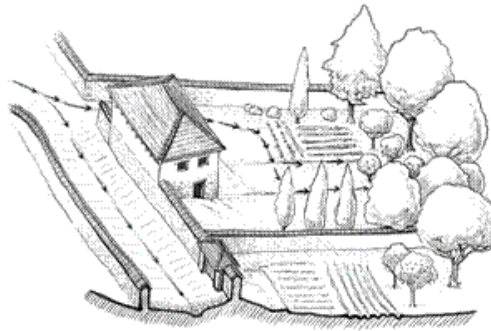


Figure 4. Traditional house culture with garden in Sheki (The State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan, 2020)

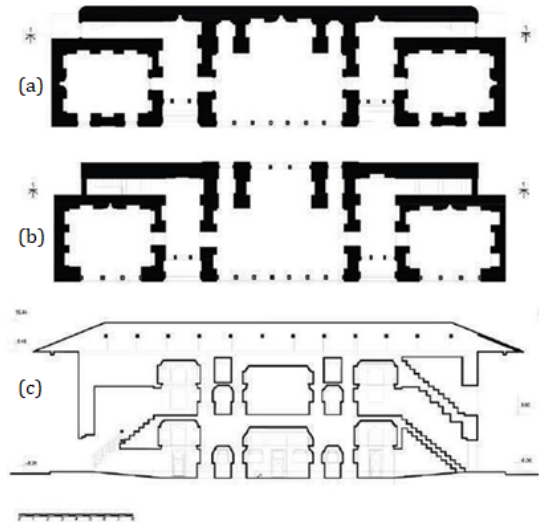


Figure 5. Layout of the Sheki Khan Palace: (a) ground floor, (b) first floor, (c) section (The State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan, 2020).

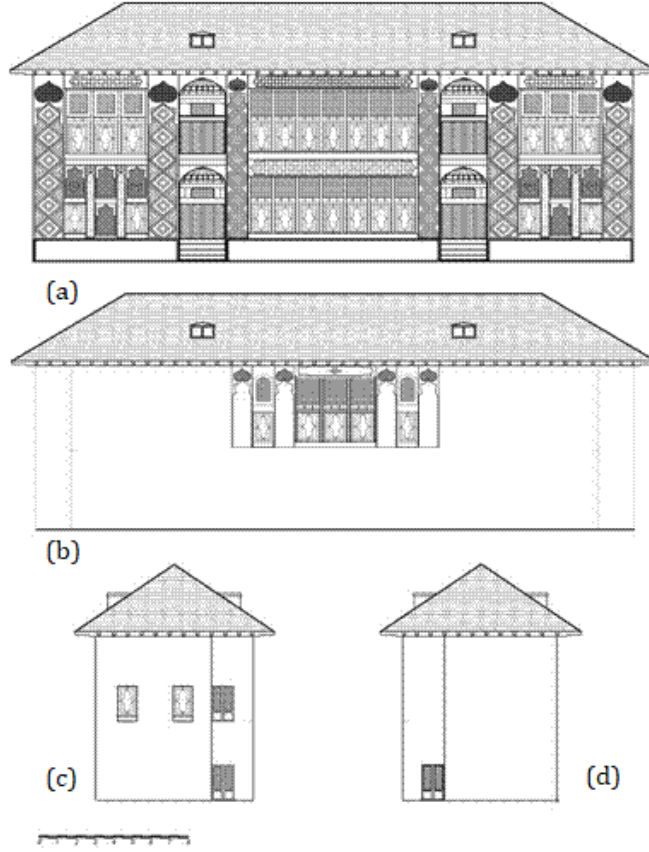


Figure 6. Facades of the Sheki Khan Palace: a) south facade, b) north facade, c) west facade, d) east facade (The State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan, 2020)



Figure 7. Sheki Khan Palace; (a) south facades, (b) north facades (The State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan, 2020; Üçüncü, 2024)

Cultural interaction: The Sheki Khan Palace, which is the most beautiful example of 18th century architecture in the Caucasus and reflects the characteristics of the people's houses, is a historical and architectural monument of world importance. The art of hunting and war painting, which is also used in the palace, has attracted the attention of the people in the state organization and military organization since the Central Asia of the ancient Turks. The historical roots and cultural function of this interest have also determined the legal, military, environmental and ecological regulations that provide significant support for war and hunting. Hunting in Turkish culture has played a role both in the development of military qualities that prepare for war and in the constant maintenance of shooting and riding skills (Güven and Gergüner, 1999). In the palace, a large place is given to gold plating,

gilding, mirroring, stained glass and ornamentation works in accordance with the folk architecture and decorative applied art of the time. The design of the palace's interior paintings shows that there are many influences here. In particular, Sheki's status as one of the most important trade centers on the Great Silk Road had an impact on the architecture and art of the Sheki Khan Palace (Fig. 8). Caravans and merchants coming to this city from all over the world brought not only the products they would sell, but also the architecture, culture and art of other nations. The works found on the Silk Road, which served as a trade route between Europe and China, are very similar in terms of grid windows, designs and colors to those of Turkey, Iran, Azerbaijan, Uzbekistan, Pakistan, Afghanistan, Kyrgyzstan, Kazakhstan, Mongolia, India, China and other countries (Rasulova, 2021). The Silk Road has been the most important road connecting eastern and western countries in history. While the main purposes of this road are political and economic, its cultural function is also extremely important. Many different societies learned each other's culture during this trade process. Azerbaijan and therefore the architecture and art of the Sheki Khan Palace were also affected by this. Due to its geographical location and architectural style, the Sheki Khan Palace is compared to Bakhchisaray (1532) in Crimea and the Al-Hambra Palace (1232) in Andalusia. There is also a similarity in terms of reflecting Islamic architectural traditions, the abundance of cypress trees and the importance given to fountains. The network art applied in the architecture of Iran, Azerbaijan and Central Asia in the 9th-12th centuries was also intensively applied in the Sheki Khan Palace (Rasulova, 2021). The depictions of war and hunting scenes bear important traces of Turkish-Persian art history in particular. Due to the prohibitions related to the Islamic religion in Muslim countries, only geometric ornaments, nature images and plant patterns were depicted for many years. Although the Sheki Khan Palace in Azerbaijan, a Muslim country, was built in the Eastern Islamic architecture style, the miniature human paintings applied in the palace create a belief-figure contradiction. Despite this, in the Sheki Khan Palace, artists tried to create flawless and harmonious works while remaining true to their traditions (Kanberova, 2019).



Figure 8. The Historical Silk Road (Şiraz Duvarı. 2017. “Tarihi” ve “Modern” İpek Yolu. <https://sirazduvari.com/tarihi-modern-ipek-yolu/>; Access date: 27.09.2024)

Although they live in different geographies, a unity of style in the works of art of the Turks, showing the characteristics of the Turkish belief and lifestyle, has continuously renewed and continued for years without losing anything (Berkli, 2020). Classical Azerbaijani-Turkish architecture and painting also developed together with the architecture and painting art created by the Turks in Asian countries extending to East Turkestan. Along with geometric, vegetal, and written patterns in the wall paintings of architectural structures, miniature drawings covering animal pictures, plants, war, hunting scenes, and palace life in the art and architecture of the Turks from ancient times formed the basis of the architectural structure patterns of the Islamic period of Azerbaijan. Although these drawings were used for ornamental purposes in architectural works, they are all signs that symbolically express the creation thoughts and mythology of the Turks (Kanberova, 2019).

The relations between Azerbaijan and Anatolian Turks began with the Seljuks in the 11th century. The arrival of Oghuz, Seljuk and Kipchak Turks to Anatolia via Azerbaijan had significant effects on these

relations. After the establishment of the Ottoman Empire, relations with Azerbaijan continued to increase, and relations with other countries continued in the same way. Although there were very lively commercial, economic and cultural relations between the two countries, political developments determined the course of relations between the Ottoman Empire and Azerbaijan (Khalilova, 2016: 1). These relations naturally affected the development of art between the countries. Two important Azerbaijani painters, Shahgulu and Veli Can, who worked in the Topkapi Palace in Istanbul at the beginning of the 16th century, and Azerbaijani artists such as Abdulgeni, Mensur Bey, Mir Agha, and Sheikh Kemal, who were in Turkey at various times and for various reasons, had significant effects on the development of Turkish Miniature Art (Mehdiyeva Azizzade, 2007: 2067). Relations with the Ottoman Empire developed since the establishment of the Azerbaijani Khanates in the second half of the 18th century. The Russian and Iranian pressure on the Khanates was an important factor in the development of relations between the Khanates and the Ottoman Empire (Mutallimov, 2015: 168–169). Migrations, wars and commercial relations were effective in the development of the culture and art understanding of societies (Kurtoğlu and Akengin, 2023: 603). The city of Sheki, which has been influenced by different cultures for centuries, has a very special art history due to its location on the Silk Road and the influence of different civilizations. In addition, Turkish and Persian poems, such as the Quran translated into Turkish, played an important role in administration and science. During this period, Ottoman Turkish and Azeri Turkish were quite similar to each other (Mutallimov, 2014).

Wall painting materials and techniques: The paints used in wall paintings consist of a mixture of binders and pigments that give color (Dikilitaş, 2005). In the paintings of the Sheki Khan Palace, paintings using the egg tempera technique and the technique of carving on clay were used. In Azerbaijani wall paintings, the transparency and flexibility of the paints in the paintings indicate that they were made with egg paints instead of glue. In addition, while adhesive paint always remains sensitive to water, egg paint strengthens over time and completely loses its sensitivity to water after a few years (Гаджиева, 2012; Miljković et al., 2017; Janson, 2020). Almost every facade of the palace is decorated with tempera-type fresco paintings, and the windows are in the form of a stained glass network made of glass mosaics of different sizes and colors suitable for effective and aesthetic lighting and shading techniques. Approximately 5,000 pieces of glass were used in the windows. All the windows and doors of the palace are skillfully assembled from pieces of wood and colored Venetian glass. Elaborate hand-carved muqarnas adorn the tops of the elaborate stained glass windows. The light filtering into the palace through the red, yellow, blue, purple and green colored glass reminds us of a rainbow. In the middle of the second floor is the Konak Otağı (Köşk Odası), which was used as a meeting room. In addition to the drawings depicting complex geometric, animal and plant patterns, the friezes of the Konak Otağı are decorated with beautiful paintings depicting hunting and war scenes. Miniature war scenes are designed as plots on the eastern and western walls of the Konak Otağı (Fig. 9). The war scenes fictionally depict various wars that Sheki may have fought in. These include armies from as far away as Turkey, Iran, Russia and Mongolia, all of which can be identified by their clothing, hats and flags (Гаджиева, 2012: 3). It is also suggested that these war scenes may represent conflicts during the Khanate period.



Figure 9. Sheki Khan Palace frieze mural: Event flow war scenes, (Üçüncü, 2024)

The first examples of plot (event flow) narration in Turkish wall paintings can be seen in the Central Asian Afrasyab wall paintings. The plot narration consists of some small events that occur in order and are interconnected within themselves, and the pre-event and post-event are expressed in a text or picture. This situation, which is connected to each other and creates continuity, is also expressed with the word "pattern" or "chain". For this reason, the expression "event chain" is also used to define the plot (Yakut, 2014: 62). Afrasyab wall paintings are divided into large and small event walls according to the logic of traditional Central Asian painting features. A different plot is visually reflected on each wall of the building. Although some of these paintings have been destroyed, the existing parts provide sufficient clues to understand the event (Yabalak and Sağ, 2020: 126). The principle of the plot selection, attack scenes, heroic displays and armies' wars after a series of clashes still continues, and the general structure has not changed. However, what is more important here is the present-day existence of these historical war scenes and their meaning in reflecting the conditions of the period.

Tourist importance and visitor potential: Art tourism is also an important tourism area. With art tourism, people from different countries and regions have the opportunity to express themselves through their cultural heritage, architectural values and art; in addition, art becomes a source of pride for societies that produce. Art tourism directs people's travels in order to see art and artists, examine their works and satisfy their curiosity. Therefore, the essence of art tourism is that art, artists and their works directly motivate travel. However, the main purpose of travel for tourists may be to engage in an artistic activity or to include artistic activities in their holiday experience. Art tourism also increases the tourism potential in economic terms (Özgürel and Baysal, 2018). Although there is no definite information on the number of visitors to the Sheki Khan Palace, the following data can be mentioned: The number of tourists visiting Azerbaijan in 2023 is 2.085.648 (Habibbaylı, 2024). Among the important works of Azerbaijani medieval architecture, the Sheki Khan Palace, which was included in the World Cultural Heritage List by UNESCO in 2019 and is famous for its historical and natural beauties, is one of the most visited works by tourists and fascinates those who see it. On the other hand, it is possible to expect that the number of visitors to Azerbaijan and the Sheki Khan Palace will increase due to the fact that both Azerbaijan and the city of Sheki are on the Silk Road and the Sheki Khan Palace has been included in the World Heritage List (Asian Art, 2019). Solutions have been produced to facilitate visitors' visits to the Sheki Khan Palace; turnstile, online ticket sales, photo studio. In addition, it may be useful to place information boards containing the architectural and historical features of the work in the palace courtyard in order to provide preliminary information to visitors to the Sheki Khan Palace (Habibbaylı, 2024).

Restoration and conservation work: The wall paintings of the Sheki Khan Palace, built in 1762, have deteriorated and opened over time (Fig. 10), therefore conservation and restoration work became necessary.



Figure 10. Cracks and deteriorations in some paintings in the Sheki Khan Palace.

After the Sheki Khanate came under the rule of the Russian Empire, the Sheki Khanate was used for military purposes and was repaired many times by the local government. The first restoration of the palace was carried out by the poet Karim Agha Fateh, grandson of Hussein Khan Mustag, between 1848 and 1851. The renovation was mostly carried out on the main facade and the ground floor; both the plaster and decorations of the main facade, the interior of the main hall on the ground floor were plastered and the wall paintings were renewed. The doors, ceilings, and mantelpieces were repaired. The roof was dismantled and rebuilt using painted oak shingles instead of ceramic tiles. It is believed that the other buildings of the palace complex were demolished in 1851. At the same time, two windows on the first floor on the eastern facade were covered with bricks and their interiors were decorated with wall paintings (The State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan, 2020). In 1939-1940, a scientific research was carried out by a team established by the Azerbaijan Monuments Protection Department to reveal and restore the original wall paintings of the palace. As a result of this research, the wall paintings in the halls of both floors and the additions of later artists were cleaned of dust and dirt, and paintings from the late 18th century, parts of the wooden ceiling of the hall on the first floor, some of the blue-toned paintings covering the stalactites, large sections of the famous hunting and war friezes on the second floor were revealed, and other paintings were discovered under the later paints. The poet Nikolay Tikhonov, who visited the palace in 1947, stated that the impressive wall paintings of the Sheki Khan Palace were skillfully preserved with their various patterns. The first complete restoration of the Sheki Khan Palace was carried out between 1955 and 1965 under the supervision of Niyazi Rzaev. In these restoration works, measurements and restoration drawings made by two talented architects, Kamal Mamedbekov and Nikolai Utsyn, were used. The restoration works based on the drawings were carried out by the artist F. Hajiyev and the network master A. Rasulov. The wooden poles and beams that had deteriorated over time were removed and reinforced with new elements. Although the project proposes a wooden structure instead of the existing roof structure, a reinforced concrete arch was built on the walls and a metal structure was mounted on it. Some parts of the foundation were also reinforced with concrete. The plaster of the walls, the decorations of the facades and the wall paintings were restored. The wall paintings were restored by the artist-restorer Farhad Hajiyev, and the frescoes were restored by the local fresco master Ashraf Rasulov from Sheki.

The last full and complete restoration, carried out within the framework of the project "Protection of Cultural Heritage" in 2002-2004, was carried out by the restoration team of the German company "Neumühler Bauhütte GmbH" (Uwe Henschel, Dietrich Wellmer, Elisabeth Wellmer, Andreas Lessmeister) with the support of the World Bank (The State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan, 2020).

Although the Sheki Khan Palace has been repaired and rebuilt many times since its construction, all this work has not had a negative impact on the appearance of the palace.

1. Materials and Methods

In the research, observation was applied as part of the quantitative research, interview, literature review and systematic evaluation methods were applied as part of the qualitative research. In the first stage of the research, literature review was conducted on the subjects of Turkish National Wall Painting, Miniature Art, War Scenes, Colors, Azerbaijani Wall Paintings and Miniature Art. In the second stage; miniature war scenes from the wall paintings of the Sheki Khan Palace built in 1762 in the city of Sheki in Azerbaijan were examined on site and interviews were conducted with palace officials. In the last stage, the findings were evaluated and the research was completed.

2. War Scenes in Turkish Miniature Art

Miniature is a term used for very finely crafted, small-sized pictures (Çetin, 2018: 8). It comes from the Latin word "miniare", meaning "to paint in red". The word "miniare", which was previously used to indicate the titles of a book in red, has also come to be used for pictures that decorate and support the written text over time (Konak, 2015: 228–29). An important feature of miniature art is that it conveys the subject to be depicted completely. Perspective is not used in miniature art; distance and height, light, color, shadow and emotion are not specified. It has been widely used in book processing.

Height increases or decreases according to the importance of the person; this is achieved by placing those in the foreground at the bottom of the paper and those in the background at the top. The figures are arranged so that they do not completely cover each other. The subject is covered in the smallest detail regardless of the distance. Although most miniatures aim to document reality, an ornamental structure is emphasized instead of the background, depth, perspective and time features that reflect space (Konak, 2014: 45–46). In Ottoman period painting sources, the words "tasvir" or "embroider" are used instead of the term miniature, and the word "nakkaş" is used for those who do embroideries. Miniatures, in a broad sense, are explanatory pictures placed in manuscripts to illuminate the text (YEM-2, 2008: 1070).

Miniature art is a visual narrative technique developed to document personalities, events and various depictions in the texts they wrote in order to pass on Turkish-Islamic culture to the next generations. In Turkish-Ottoman culture, miniature was used as a means of documenting information by visualizing it rather than expressing artistic tendencies related to aesthetics and beauty (Özcan, 2005: 238–239; Yuldashev, 2022: 13). The first known miniature examples of the Turks appeared in Central Asia during the Uyghur period (745-840) (Compareti, 2009: 55-66; Kundak, 2017: 44; Marshak, 2002: 5-20; Yabalak and Sağ, 2020: 120). The Kızıl, Khotan, Bezeklik and Sorçuk fresco-type wall paintings and miniatures found in the Turfan region show that there was a Central Asian Turkic painting style different from Chinese painting. Uyghur miniatures, unearthed in the Uyghur capital Hoço and depicting texts in the Manichaeism religion, are an introduction to 9th and 10th century Turkish painting (Muradova, 2021: 8). The human types, composition approach and some motifs of this period are later seen in the miniature art of the Seljuk period (YEM-2, 2008: 1070–1071).

The wall paintings of the Warakhsha Palace in Old Penjakity (Tajikistan) and Bukhara (Uzbekistan) were probably painted in the 7th and 8th centuries (Kundak, 2017: 48–49; Sazak, 2013: 1–2). Among the Warakhsha Palace paintings, there is a figure of a horseman riding on horseback, turning back and shooting an arrow, which is called the "Turkish shot" (Kundak, 2017: 47–48; Sazak, 2013: 10–11). Old Turkish painting includes works on the subjects of beliefs such as Buddhism, Manichaeism and the Islamic period, which remained within the beliefs of more than a thousand years from the 8th century to the end of the 19th century. The composition is painted in a sequential and symmetrical order, using bright colors, mostly dark blue and red. The art of making a portrait of a person's face, which reflects their personal character, was first seen in Turkish wall paintings in 750 (Aslanapa, 2010: 15–16; Berkli, 2010: 158–159). In the early archaic period, Chinese influence began to be seen alongside Indian influence (Berkli, 2010: 161). After the middle of the archaic phase, Manichaeism and Chinese influence gained importance.

Some Uyghurs came to Baghdad in the early 9th century during the reign of Caliph Ma'mun and later engaged in artistic activities in the city of Samarra. The miniatures made by the Uyghur Turks in the Turfan region in the mid-8th century later became the sources of Turkish miniature art. The influence of Uyghur paintings can be seen in the frescoes of the Laşker-i Pazar Palace of the Ghaznavids in the early 11th century and in the wall paintings in Rey and Keşan, the centers of the Seljuks, at the end of the same century. The Turks carried the Uyghur painting and miniature style from Central Asia to the West and settled it in Ghazni, Rey, Keşan, Mosul and Anatolia. On the other hand, the fact that Tuğrul Bey, the founder of the Great Seljuk State, entered Baghdad in 1055 and received the title of Sultan marked the beginning of the spread of Seljuk art and culture in this region. Seljuk-style miniatures were made on ceramics and tiles. During this period, the life of the Seljuks, including their style, clothing and war scenes, were depicted realistically (Aslanapa, 2010: 364).

Although monumental wall paintings or figurative mosaics were encountered in some religious works and palaces in the early periods of Islam, miniature art, which developed under the patronage of powerful palace circles in the Islamic world, continued to exist as the only dominant type of painting until the 19th century. Miniature is actually a figurative form of expression.

After the Karakhanids (840–1202) accepted Islam, the influence of Islam began to be seen in Turkish wall paintings. In the 10th and 11th centuries, there were many architectural works such as centrally planned mosques, iwan-shaped madrasahs, square-planned domed tombs and caravanserais in important cities of the period such as Balasagun, Samarkand, Bukhara, Özkent, Termez and Talas;

Wall paintings were made in each of these works (Karev, 2005: 130). Indian and Islamic influences are seen in the works of the Ghaznavids (962-1186) (Küçükıldız, 2023: 34). Turkish painting in Anatolia began with the entry of the Seljuks into Anatolia in 1071 (Özdemir, 2021: 131-133). Figures seen in various branches of handicrafts, ceramics, tiles and especially frescoes show that the Seljuks developed a certain style of painting before coming to Anatolia (Şahin Tekinalp et al., 2023: 81).

The miniature in *Kitab-ı Tiryak*, found in Mosul in the mid-13th century, bears the Uyghur-Seljuk style. In this work, the miniatures are designed in three rows on a red background, with a realistic scene depicting palace life in the middle, a hunting scene with cavalry on top, and a passenger caravan with men and women on horses below. It is stated that the *Varka* and *Gülşah* manuscript, which contains small miniatures, also tells a love story and was prepared by an Azerbaijani miniaturist from the city of Hoy for Sultan Mahmud of Ghazni and is in the same style. Although the *Varka* and *Gulshah* mathnawi was written in Persian, the 71 miniatures in it show the continuation of Turkish types and styles that had developed in Anatolia since the Uyghurs. It is thought that the artist who made the miniatures was Nakkaş Abdulmumin, son of Muhammed, from the city of Hoy in Azerbaijan. It is understood from the inscriptions on the monuments that many artists came from various centers of Azerbaijan in the 13th century and settled in Anatolia. It is seen that this style continued in the early 14th century with the Turkish Mamluks and in Egypt (Aslanapa, 2010: 365).

Mosaic and tile techniques were also widely used in Ottoman wall decorations. Ottoman miniatures depict real events, war scenes and real life. All historical scenes were depicted only once (Aslanapa, 2010: 366-368). There was a significant development in portrait art during the reign of Fatih (Aslanapa, 2010: 369; YEM-2, 2008: 1073). After the reign of Suleiman the Magnificent, miniatures depicting city, castle and harbor views were produced without figures. Abdülcelil Çeleb (Levni) was a turning point in Turkish miniature art in the 18th century. At the beginning of the 19th century, Ottoman miniature lost its importance and Western painting began to spread (Aslanapa, 2010: 372-484).

The history of Azerbaijani wall paintings is based on the Gobustan rock depictions. From the 5th century BC to the 4th century BC, the adobe walls of houses in historical settlements in Azerbaijan were decorated with geometric shapes with red ocher. Although geometric patterns and themed wall paintings are common in Azerbaijan, geometric figures and three-leafed flowers have been found in Mingachevir, fresco ruins in Ören-Kale, and wall paintings in the Midiya places of worship in Caucasian Albania. Archaeology and written sources show that wall paintings were used as decoration in the architecture of public buildings and residential areas in the Middle Ages (Özdemir, 2019: 200). It is thought that Gobustan, whose roots date back to ancient times, has a culture even older than Mesopotamia. Looking back, it is possible to say that the miniature style has been the leading means of expression in Azerbaijani painting since the Middle Ages, along with Islam (Mammadova, 2023: 8–9). Since the 15th century, it has been possible to see human, animal, bird, arrow, bow, rose and even moon, star and sun figures, as well as floral and geometric patterns on Azerbaijani gravestones. Fruit decorations are one of the main features of wall painting art in the Westernization period. Similar practices are based on Uyghur wall art (Kanberova, 2019: 972–984; Okçuoğlu, 2000: 28–30). In the works of the Islamic period of Azerbaijan, there are depictions of animals, swallows and peacocks standing face to face, peacock and dragon fighting scenes and dragon depictions (Kanberova, 2019: 986).

While searching for alternative forms of self-expression, Azerbaijani painters discovered that miniature art had literary principles that were wonderful and incredible, secret, otherworldly and spiritual. Artists who adopted decorative and symbolic colors and managed to add meaning to certain postures and gestures of their characters rejected the European approach. The finest examples of medieval miniature art, still considered one of the expressions of unique mastery, were created in the 13th-16th centuries in the city of Tabriz in Southern Azerbaijan, currently under Iranian rule. The earliest known examples of Azerbaijani miniature art, *Varka* and *Gulshah* (before the 13th century), *Ma'nafi al-Hayvan* (1298) and *Jami ut-Tawarih* (1308-1314), show the influence of the Tabriz School in the East (Karimov, 2014: 211). Since the 18th century, the so-called Qajar style has had a modernizing effect on the artistic environment. This change is based on the works of artists who studied in Europe and returned to Azerbaijan. This modernity entered the artistic pool and had some

obvious positive effects. In Azerbaijan, the opening of the Azerbaijan Miniature Art Center in the Old City, the book illustration and miniature art section in the Union of Painters, separate miniature art exhibitions throughout the country, and the activities of the Peykar group of artists (Elchin Aslanov, Sanan Gurbanov, and Mazahir Avshar) encouraged artists to revive and spread classical traditions with new content. With the renewal of independence, some artists believed that miniature art could create an international language for Azerbaijan in the art world. The revival of the miniature style, the use of national folklore elements, including national symbols, in the plot and artistic structure of miniature compositions, and the great interest in ancient national traditions in modern times confirm this passion (Muradova, 2021: 61–62; Rzayeva, 2023: 88–92).

A unique feature of Turkish miniatures is that colors are often used as a means of abstraction, flat, bright and shadowless. Another feature is that there is no intense illumination (gold ornamentation) on the page edges as in Iranian miniatures. While historical, literary and scientific subjects are generally handled in miniature art, the Turks mostly preferred to reflect history. Illustrated manuscripts describing the wars, expeditions and festivals of the Ottoman Empire were handled in a realistic style, unlike their examples in other Islamic countries. This feature of Turkish miniatures provides the opportunity to follow the customs and traditions, clothing and Turkish-Ottoman history of the period in which they were made; each of these works has gained the quality of a historical document. During this period, wall paintings were made for decorative purposes in religious buildings, as in civil architecture. However, the wall paintings applied in Azerbaijani mosque architecture have deteriorated significantly and only a few examples remain today (Azizsoy, 2015: 160). In the 18th and 19th centuries, wall paintings not only decorated the interiors of palaces and places of worship, but also began to be used on the walls of houses. As wall paintings became more widespread in the early 18th century, the use of decorative tile art in interiors decreased. It is possible to see that the interior wall painting arrangements of houses and public buildings in Azerbaijani provinces such as Sheki, Lakhchich, Shusha and Ordubad have survived to the present day, preserving their artistic values and developmental features (Özdemir, 2019: 200).

Wall paintings began to become widespread in Azerbaijani painting in the 18th century. The most important works reflecting the stylistic features of wall paintings of this period are seen in the wall paintings of the Sheki Khan Palace and the Shekihanov House. The paintings were located on walls, panels, boards, friezes, cornices and ceiling (Seyidehmedli, 2021: 84).

It is seen that there was both national and international interaction in Azerbaijani painting. It is seen that the effects of relations with the Ottoman Empire, Iran and Russia were more intense in this area. In Eastern art, especially in miniature painting, it is possible to observe a clear differentiation of genres such as legendary-mythological, lyrical-epic, animalistic and historical in schools such as Geyrat, Tabriz and Shiraz. In Eastern art, war scenes have been in the first place along with hunts, which have been military exercises since ancient times. Over the past few centuries since the Caliphate, the existence of the war miniature painting genre has shown a strong development, starting with medieval frescoes and rock art. Each of these compositions began to be interpreted in different ways as the style developed (Elshad, 2020: 655).

The Turks have fought many wars in Central Asia throughout their history. These legendary wars and the extraordinary heroism of the warriors have led to the emergence of works of art on this subject. One of the most important areas of application of this art has been the art of miniature. Ottoman miniatures include subjects such as castle sieges, hand-to-hand combat with the enemy, head-to-head combat of the vanguard forces, and landing by naval forces. Similarly, Iranian miniatures depicting the struggles of the Turks include subjects such as castle sieges, wars between two armies, and struggles between two wrestlers. There are differences in the quality of each subject in both Ottoman and Iranian miniatures. For example, the struggle of two wrestlers was depicted less in Ottoman miniatures (Deveci, 2017: 311–313). The Turkish-Iranian wars and feudal conflicts between the khanates negatively affected the development of visual arts in the 17th-18th centuries. Iranian miniatures were developing in the lands of Azerbaijan in the Middle Ages. Manuscripts with miniature images of people, animals, and landscapes were popular at that time. In the mid-15th century, the Karakoyunlu and Akkoyunlu states developed a new miniature style (Turkmen style). Miniatures in this style were also made in Tabriz and other cities in the territory of present-day Azerbaijan. Colorful masterpieces

of fine art continued to be created in Azerbaijan, and the Sheki Khan Palace, built in 1762, is one of these masterpieces. The walls of the palace were painted with images of people and animals, as well as miniature scenes of war and hunting (Bretanitsky and Weymarn, 1976).

3. Sheki Khan Palace Konak Otağı Event Flow Miniature War Scenes

The friezes depicting hunting and war scenes in the central hall known as Konak Otağı on the second floor of the Sheki Khan Palace are of great artistic importance. The war scenes in the Konak Otağı, which has a total length of 15 m, are designed on the eastern and western walls of the room and continue on the southern walls of small rooms in the form of cellars on both sides (Fig. 11). The friezes, which are quite different in color and theme against the background of the general images of the Konak Otağı, not only represent a special stage of development in the history of Azerbaijani fine arts, but also have value as rich ethnographic and partly historical material. This frieze, which is 25 cm wide, covers the walls of small rooms, starting from the grille and passing over the doors and niches. In the upper part, the frieze protrudes slightly, forming a 10 cm shelf. The frieze at the top of the basement rooms of the hall depicts war scenes for about 15 m. On the western and eastern walls of the Konak Otağı, there are various scenes from the wars of the Sheki Khans or friendly troops against their enemies. Although various interpretations have been made for the movements of the military units, it can probably be said that the first attack of the army is depicted in the west and its return from the warfield in the east.

Studies on the war scenes and the flags, uniforms and weapons depicted in these scenes lead to different opinions. However, the general consensus is that this war could be the War of Chaldiran, which took place in 1514 between the Ottoman Empire under the command of Yavuz Sultan Selim and the Safavid Empire under the command of Shah Ismail. Cavalry groups with various costumes and weapons under the command of the Shah and the Sultan move against each other under waving flags. Infantry and cavalry units also enter the war with them. Artillery fire on both sides; infantry engage in hand-to-hand combat; corpses and severed heads are seen everywhere; wild horses that have lost their owners run in different directions. While armed warriors bring prisoners, others throw the heads of slain enemies at the feet of the ruler. In traditional descriptions, perspective is not applied in the design of landscapes and skies. In order to open the composition inward, the artist placed the figures on top of each other or the figures in the background were slightly shifted to the side. Thus, the people and horses as a whole are depicted only in the foreground, in front of the group; at the end, the rest are given in a single line and only their heads are visible. Therefore, to show the mass of the troops, the artist traditionally depicted more than thirty horsemen on ten horses. The conventionality of the compositional structure is undoubtedly related to the traditions of medieval miniature painting (Rasulova, 2021: 160).

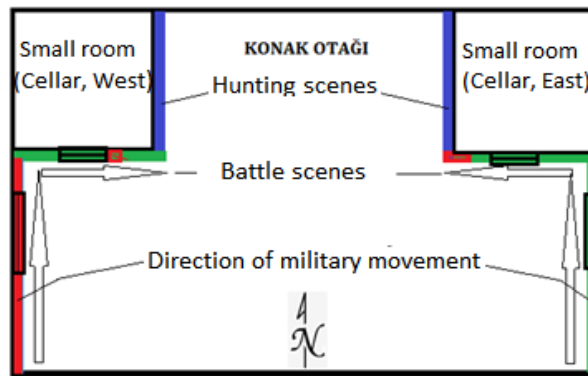


Figure 11. Locations of war scenes on the walls of Konak Otağı and direction of military movement

3.1. Horses, Equipment, Flags and Banners Used in War Scenes

Throughout history, martial arts have been an element of Turkish culture.

The common war tools of the Turks are divided into two as offensive weapons and defensive weapons. They used rifles, swords, rapiers, machetes, daggers, spears, javelins, harbes, maces, axes, bows and arrows as offensive weapons; and helmets, shields and armor as defensive weapons. Knitted armor formed by connecting steel rings together, armlets to protect the arms and wrists and knee pads to protect the knees are types of armor that protect cavalymen. In addition, horse foreheads, neck armor, body armor and stern armor are also used to protect horses against various weapons during war. Floral and geometric motifs, various decorations and writings were also used in horse armor (Özbek, 2015: 14–22).

Horses and therefore cavalry units have become indispensable for Turks and Turkish armies in wars. Horses were the first and most important war vehicle of the Turks on the warfields, apart from war; they were also used for racing, food, mail, trade and gift purposes (Baykal, 2022).

In the miniature of the Sheki Han Palace Konak Otağı, in the war scenes; horses as war vehicles; rifles, cannons, spears, bows and arrows; uniforms, flags or banners; wind instruments (trumpets) and percussion instruments (drums); and binoculars were used. Although the saddles are not clearly visible on the horses, the ornamented and similar coatings are impressive.

Flags with different designs are seen in the war scenes (Rasulova, 2021: 161–165). There are many flag figures in many war scenes. There may be two reasons for the presence of so many flags: first, these flags may be the flags of different units of the same army, and second, different army units may have fought on the same side.

Yellow flag: A very simple sun image is given in the double-tongued or crossed flag. The sun is one of the important motifs for the Turkish people and symbolizes freedom. The sun drawn on this flag is made to resemble a human by adding eyebrows, eyes, mouth and nose.

Green colored flag: There is a red border with two crosses and a black curved sword figure on the edges of the flag. Images of such swords are also found on the flags of other khanates in Azerbaijan and are called şemşir. The main feature of curved swords is that they are very sharp and cutting. Therefore, when a brave man goes to war and says "May your sword be sharp!" he begs for goodness and success. Swords are depicted on flags as a symbol of victory, power and triumph. The flag is white and has a crescent on it: The flag, which is thought to be made of white satin, appears in red tones when waving. The crescent is an image generally used in the Islamic religion and especially in the Sunni sect. It has been used as a symbol of success and victory in the Turkish-Islamic world. A symbol in the form of an open hand is placed at the top of this flagpole. The hand symbol is also used under other names in beliefs and practices among Islamic societies. The open-fingered hand motif is believed to have been used in the 11th century with Shiite influences as the "hand of Ali" (Pençe-i Ali), representing Hz. Ali who lost his hand in Karbala or one of Hz. Ali's sons. On the other hand, in Azerbaijan, it is also known as "Yadullah", meaning the hand of God. Hikmet Tanyu, who stated that there is a picture of a hand with open fingers on both sides of the pulpit of a Shiite mosque in Baku, says that the wrist represents Allah, the thumb represents Hz. Muhammad, the index finger represents Hz. Ali, and the other two fingers represent Hz. Hasan and Hz. Hussein. He states that there is a belief that he represents himself (Aydoğan, 2019: 139–140). Regardless of the diversity of religion, culture and geographical settlements, in all nations of the world, the open hand, especially the raising of the right hand, is considered a sign of goodwill, kindness, generosity and peace. This image is also widely used on flags.

Triangular white and orange flag: The striped flag has a black image of holding hands. A diamond-shaped metal piece is attached to the top of the flagpole. Orange triangular flag with a sword image: It has a curved sword image. The handle of the sword is in the shape of an animal; it resembles a leopard's head. The figure at the top of the flagpole is in the form of a ram's stamp. Signs and decorations called ram's horns have been used in the ethnic symbolism of the Turkish peoples (Kazakhs, Kyrgyz, Khakass, etc.) since ancient times. The first images can be found in rock paintings dating back to 3000 BC. In the symbol system of the ancient Turks, the image of the ram's horn was

considered one of the oldest sacred symbols. There are many types of carpet ornaments in the rock paintings of Gobustan, Gamigaya, Kelbecer, Goyche and Deveboynu in the historical lands of Azerbaijan alone, in the examples of the Kura-Araz culture, in the material and cultural heritage examples of the Manna, Midyan, Sakha-Scythian periods, in the Caucasian Albania, Akkoyunlu, Karakoyunlu and Safavid states, Hun Bulgar, Savir, Khazar, Oghuz and Kipchak stamps. In ancient mythological images, the ram image, on the one hand, expresses abundance and fertility, and on the other hand, it was considered one of the sacred creatures that brought the souls of the dead to God.

A triangular flag with a dark green floral pattern: The edges of the triangular flag with a golden floral pattern on a dark green background are surrounded by orange fabric. Here, there is a delicate figure in the form of a ram sign at the top of the flag tree.

A mixed-color flag with two languages: The flag is two-lingual and has mixed colors; green, red and yellow colors. It is felt that there are geometric and floral patterns on it, but they are not clearly distinguishable. The figure at the top of the flag tree is a rhombus.

3.2. Artistic Features of Konak Otağı Event Flow Wall Paintings

It should be noted that almost all colors and tones were used to create the patterns on the walls of the Sheki Khan Palace, but warm and gilded tones were the most common. However, contrast harmony was also provided between different colors (The State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan, 2020).

The role and changes of nature, color mixture and brush techniques, figures, elegance of lines and artistic features of miniature in general are of primary importance in war scenes (Dieji, 2007). These features are also present in the war scenes of the Sheki Khan Palace and are similar to Iranian miniature wall art. In the war scenes, earth, water, sky, people, war weapons and equipment, sound devices and flags are depicted.

The friezes depicting hunting and war scenes in the central hall called Konak Otağı on the second floor of the Sheki Khan Palace are of great artistic importance. Against the background of the general images of the hall, the frieze, which is quite different in terms of color and theme, attracts the attention of the viewer with the events experienced in the images. These friezes with their interesting panoramas represent a special stage of development in the history of Azerbaijani visual art, and also provide rich ethnographic and partly historical material. While the colors in the original paintings are bright and light, the new paintings after the restoration carried out between 1955 and 1965 used dark tones, which are mainly evident in the sky images. Although the style of the old paintings is close to miniature painting, and the new paintings are close to examples of folk creativity, the decorativeness is striking in both versions of the paintings. In the new paintings, the most common colors are brick red, red, green, black, pink and white. The sky is depicted in the same way throughout the frieze; a dark sky with a low horizon is depicted. The ground is also as plain as possible; vertical bushes and grass are located on the general dark green area. The foreground is usually made up of brown hills in the form of zigzags. The landscape is enriched with trees depicted in a rather primitive manner, the trees are depicted in the form of a round green hat on a thick pole.

3.3. Konak Otağı Event Flow Miniature War Scenes

3.3.1. Konak Otağı Eastern Wall Event Flow Miniature War Scenes

The eastern wall of Konak Otağı is in the form of a plot of miniature war scenes (Fig. 12), and these pictures were divided and examined in 10 pictures to provide as much semantic integrity as possible (Fig. 13–22).

In the war scenes, weapons are used depending on the nature of the war. Spears were used in close-range wars, and rifles were used in distant wars. In the first war scene, a unit with a spear in front and a rifle behind is shown. There are many flag figures in this war scene (Fig. 13).



Figure 12. Sheki Khan Palace: Konak Otağı east wall war scenes (Üçüncü, 2024)

In the scene where the ruler joins the war, a young ruler accompanied by three nobles is in front of the two groups (Fig. 14). He has a golden scepter in his hand, a crown on his head, and a valuable robe. The ruler's horse also stands out from the soldiers with its beauty and color. The horse's cape and the ruler's robe have a dominant golden appearance. Probably some parts of these items were embroidered with gold threads. The ruler is depicted as very young, without a moustache or beard. The ruler is thought to be the Safavid Union Husayni Khan Mustak, and the ruler is thought to be Shah Ismail Hatai, who ascended to the throne at the age of 15 due to his colorful turbans. In some sources, the crown depicted on the ruler's head is suggested to resemble the crown of Nadir Shah Afshar and resembles those used in the East. Nadir Shah was Turkish; his reign was between 1736-1747. This may be the reason why some sources show the war scenes as the Iran-Ottoman wars. The ruler's entourage is young and bearded nobles. Their turbaned hats are decorated with feathers symbolizing their nobility, and their costumes are distinguished by rich floral embroidery and gold embroidery. All three of them have spears in their hands, and special bags are hung from their belts to store bows and arrows. Another important point is that the tails of both the ruler's and the nobles' horses are knotted. This tradition belongs only to the Turkish people. Knotting the horse's tail was also used by religious figures such as heroes. In the war scene, five severed heads are thrown at the feet of the ruler. One of the heads is still held by a bearded warrior. One of the horsemen opposite the ruler watches the enemy troops in the distance; he has a white horse and a striped turban. The warriors of the group in the next scene differ from the others in their headgear, facial features, and the fact that they are armed with more bows, arrows, and spears. Folded headgear of different colors is used (Rasulova, 2021: 165–169).

It can be seen that spare horses are also present in some scenes (Fig. 13). It is understood that these horses were not designed to carry loads. Therefore, they can be interpreted as spare horses to replace dead soldiers or existing horses that may become weak. Although there is no scene of conflict, the presence of enemy heads on the spears of some soldiers can be interpreted as some soldiers acting separately from the military unit and probably hunting enemies who have infiltrated the units (Fig. 14). The headgear and clothing of the unit seen in Fig. 15 are different from the plot pictures up to this section. The warriors wore Ottoman-style hats, wide trousers and frilled caftans at the ankles. They were armed with firearms, especially spears. The warriors in the front ranks hold two war banners. It is striking that each of the horses has almost different colors. The sky is dark blue and the horizon is shaped. After the frieze on the east side, on the wall above the cellar door, there is a war march scene primarily to motivate the soldiers to fight. In front of the spear-wielding military unit is a rifle-wielding military unit (Fig. 16). The soldiers have different headgear and clothing from the group in front of them. Two war banners are carried in front. In this scene, the horses are seen to be of different colors and the sky is dark blue.

A military unit armed with spears, with different headgear and clothing, advances accompanied by a commander holding a flag in front. This war banner or flag, similar to other flags, has triangular parts and is red in color. There is a similar figure on the banner (Fig. 19).



Figure 13. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; Beginning of armed military action (Üçüncü, 2024)



Figure 14. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; war scene: Watcher, khan, and nobles (Üçüncü, 2024)



Figure 15. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; controlled military march (Üçüncü, 2024)



Figure 16. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; enemy heads on soldiers' spears (Üçüncü, 2024)



Figure 17. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; soldiers with spears; unit commander in front; and flags (Üçüncü, 2024)

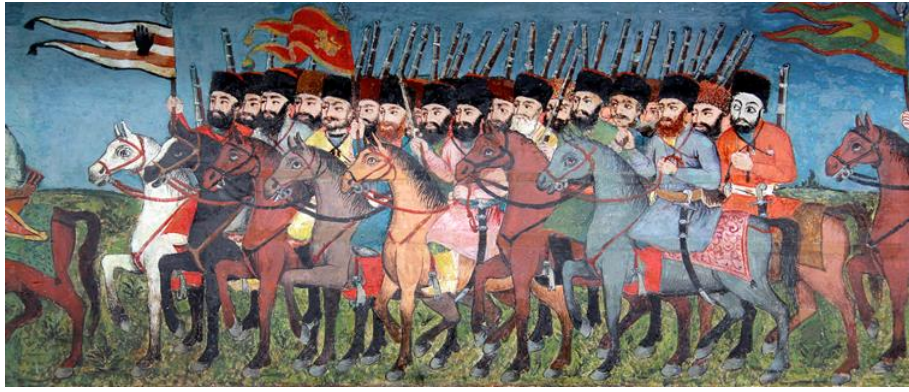


Figure 18. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; war scene: Soldiers with rifles and flags (Üçüncü, 2024)

The prominent figures in the artillery scene include warriors, horses, cannons, explosives, flags, wind instruments, guards and the severed head of a soldier (Fig. 20). After the artillery fire, two plot-based war scenes take place in the form of hand-to-hand combat (Fig. 21). As a result of the fierce fighting, some soldiers and horses fell to the ground. Weapons such as rifles, bayonets and swords were used in the fighting. Some fought with fire, some with cold weapons. Horses trampled people underfoot; wounded people lay on the ground; lifeless bodies and severed heads show all the horrors of war (Fig. 22).



Figure 19. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; lancer military unit (Üçüncü, 2024)



Figure 20. Sheki Khan Palace: Konak Otağı: War Scene, Military Orchestra, and Artillery (Üçüncü, 2024)



Figure 21. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; war scene: The beginning of hand-to-hand combat (Üçüncü, 2024)



Figure 22. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; war scene: hand-to-hand combat (Üçüncü, 2024)

3.3.2. Konak Otağı West Wall Event Flow Miniature War Scenes

The west wall of Konak Otağı is in the form of miniature war scenes (Fig. 23), and these pictures were divided and examined on 10 pictures to provide as much semantic integrity as possible (Fig. 24–33).

The war scene in the plot on the west wall begins with an armed military unit walking comfortably. There are two flags in the foreground. In this scene, the sky is dark blue and there are grasses and similar short plants on the ground. The soldiers are equipped with weapons such as bayonets and rifles (Fig. 24). In front of the group, another observer is watching from a distance with binoculars. In front

of him is another group with spears. In front of the group, there is another person dressed in red, standing on a white horse and thought to be the leader of the group (Fig. 25).



Figure 23. Sheki Khan Palace: Konak Otağı western wall war scenes (Üçüncü, 2024)



Figure 24. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; The soldier is ready for war (Üçüncü, 2024)



Figure 25. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; the observer and the cut begin. (Üçüncü, 2024)

In a similar sky and vegetation setting, another small military unit with similar attire continues to march ahead. Most of the soldiers carry horses in reserve (Fig. 26). The scene in Fig. 27 gives the impression that a military unit is taking a break to assess. After the break, the military unit continues its march. In this scene, a tree figure is rarely seen (Fig. 28). The military operation continues. In this scene, there is a hand figure on the flag carried. The dark blue sky and the tree figure are seen as elements that complete the picture. An observer in the front watches into the distance (Fig. 29).



Figure 26. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; a small military unit is on the march. (Üçüncü, 2024)



Figure 27. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; War scene: military evaluation break (Üçüncü, 2024)



Figure 28. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; war scene: Action after the break (Üçüncü, 2024)

In a war scene consisting of spearmen, there is a middle-aged ruler with a turban on his head and a golden staff in his hand in front of the troops (Fig. 30). The fluttering feather on his turban proves that he is a nobleman. His clothes show that he is an Ottoman ruler. His black horse cloth and his golden jacket decorated with jewels are indicators of his wealth. Behind him, an Ottoman hero and a horse are depicted, probably holding the rope to which he is tied and leaning his spear on the ground. Later, unlike the opposing army, a scout with binoculars and two clergymen are depicted. The clothes of these two clergymen are striking with their simplicity. These sheikhs or pirs wear white and black striped clothes and their hats are also different. They hold staffs with ram-like figures on their heads. In the Ottoman Empire, great importance was generally given to scholars, ulemas, sheikhs, in short clergymen, and some of them would accompany the army and give valuable advice when they went to war. In fact, his teacher Ak Şemseddin played a major role in the conquest of Istanbul by Fatih Sultan Mehmed. Then there are ten horsemen holding staffs of different shapes and three loose horses with

beautiful saddles and bridles. In front of these horsemen, a foot captive in armor and holding a spear appears. The horseman behind him grasps the rope that ties his hands and arms. Another group of warriors came from the Ottomans. They were armed with rifles and spears. One of the two rectangular flags depicts a crescent moon, the other a scimitar. There is a ram sign and a circular figure at the ends of the flagpoles (Rasulova, 2021: 173). Although there are many human figures in the scene, there are few horse figures in the front. In another spear soldier unit, the most



Figure 29. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; war scene: march of a military unit (Üçüncü, 2024)



Figure 30. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; spear soldiers; unit commander and flag in front; observer at the back (Üçüncü, 2024)

After the west wall frieze is completed, the war scenes continue in the upper part of the cellar room. The first scene was designed as a military orchestra (Fig. 31). The Janissary army, founded by Sultan Murat in 1362, had its own orchestra and always accompanied the sultan in important ceremonies. From that date on, the Ottoman army began its wars with military marches. In this scene, two of the horsemen play trumpets and four play serpent-shaped curved wind instruments. Two people stand up and play the kos drum to announce the start of the war. In the same scene, the commander on a black horse extends his left hand forward and gives the order to fire with his index finger. Three artillerymen with spears on their heads are firing. Behind the cannons, the cannon barrels representing the majority of the army can be seen. In front of the cannons, infantrymen wearing plain hats and simple robes and trousers engage in war with firearms and melee weapons. A horseman dressed in the same outfit observes an opposing unit coming from behind with binoculars (Rasulova, 2021: 175). In this scene, there is a rectangular flag with an open hand figure on it.

There are also soldiers being shot in a scene where different faces, heads, clothes, flags and weapons are used (Fig. 32). In the next scene, a wounded soldier is being rescued by being helped on horseback (Fig. 33). In front of this unit are corpses. In the war scene to the right of this group, it is possible to distinguish two separate groups by their clothes and faces. The warriors in the first group are seen wearing black hats made of sheepskin, which is part of the national costume of Azerbaijan. The four armed warriors identified as the second group were in front of the group. Their hats are surrounded by a striped cloth. The second group of warriors, who carry firearms, also carry spears. In front of the warriors are corpses and severed heads. This unit carries a rectangular flag with a picture in the middle and an open hand at the end of the pole.



Figure 31. Sheki Khan Palace: Konak Otağı: War scene; military orchestra and artillery (Üçüncü, 2024)



Figure 32. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; hand-to-hand combat scene (Üçüncü, 2024)



Figure 33. Sheki Khan Palace: Konak Otağı; full combat and rescue of the wounded soldier (Üçüncü, 2024)

The war scene is incomplete. When viewed from both sides, preparations for war, advance and war are depicted in both the Eastern and Western friezes, but the scene depicting the end of the war is not included.

DISCUSSION AND CONCLUSION

Sheki Khan Palace is a magnificent architectural marvel known for its unique design and intricate details. The palace exhibits a blend of Persian, Turkish and Azerbaijani architectural styles reflecting the rich cultural heritage of the region. Buildings built in this style are also found in Tabriz, Tehran, Shusha, Khoy, Yerevan and Tbilisi. Sheki Khan Palace is an architectural example representing the transition from residential houses to palace-type houses. The rectangular, two-story building bears traces of the settlements of the Sheki people and the rich decorative elements in its interior indicate that the building belongs to palace-type structures.

The polychrome hand-drawn works applied in the palace are made on light-colored plaster. The richness of forms and motifs is clearly noticeable in the decorations. The plastered ceiling with carvings, the panels dividing the walls, niches, various frames and connections, lower arches and eaves and the muqarnas covering the walls are decorated with carvings. The paintings covering the upper frieze of the central hall of the second floor of the palace are valuable in terms of pictorial art. The hunting scene in the paintings is 6 m long, and the war scene is 15 m long. Applied Azerbaijani miniature art includes depictions of leopards, cattle, people, mehter bands, trumpeter cavalymen and drummers. Among the paintings in the Sheki Khan Palace, plot, geometric and floral patterns, and sometimes bird images were used (Mammadova, 2022: 262). Of particular interest are the paintings depicting various hunting and war scenes located in the form of friezes between the niches in the hall on the second floor. Miklashevskaya divides all the paintings into the main decorative elements of the interior: panels, niches, piers, bukharas, friezes, lampshades, pendants, doors, etc., emphasizing the course of events in a special group (Gadzhieva, 2012, p. 8). The facade of the building, the main decoration of the southern floor, the corner details of the rear ceiling of the second floor and the decorations of the recessed ceiling of the first floor are made using carved ornamental patterns. On the surface of the vertical and horizontal partitions between the lampshade gridded windows, there are geometric carpet ornaments consisting of multi-rayed stars and polygons. The panels covered with floral patterns are very similar in structure and motifs to decorative interior design patterns. Bird figures combined with flowers are used on many panels.

Due to the prohibitions related to the Islamic religion in the Eastern countries, the main goal was to create a perfect series of ideal images of nature and geometric ornaments. In the Sheki Khan Palace, artists tried to create perfect and harmonious works while remaining faithful to their traditions. It would not be wrong to say that the Sheki Khan Palace is the richest architectural work in terms of wall paintings. The Sheki Khan Palace brings together all kinds of crafts and painting art specific to Azerbaijani architecture. In this palace, not only grilles, but also carvings on stone, wood, plaster, engraving, etching, geometric and floral paintings, miniature paintings and decorative applied arts were widely applied. This palace is the only work in Azerbaijan where the multi-figured plot is preserved.

The similarity between the flower and tree decorations in the wall paintings between the Sheki Khan Palace and the Ishak Pasha Palace built in the same century (1784) shows the close relations and interaction between the Turkish tribes of the period. It is possible to clearly see the artistic sensitivity of a society in the decorative arts of that society. Before and after Islam, the Turks were influenced by various decorative traditions in their areas of sovereignty, and this influence is natural. The Turkish painting art and miniature wall paintings in the Sheki Khan Palace also have historical and aesthetic presentation and enlightening qualities.

The Sheki Khan Palace has a different position and feature in this field with its architectural design, as well as the miniatures of war scenes used in wall decorations and the mass production of these miniatures in the form of a flow of events. These wall decoration processes require great mastery and talent.

Although there is no clear information about the parties of the war scenes, a war is ultimately shown in these scenes. In addition to the display of flower depictions symbolizing elegance, aesthetics and beauty in the same place, it should be noted that the brutality of war, which is its exact opposite, carries deep meanings. Konak Otağı may have aimed to contribute to the balance of people's lives by presenting the most beautiful and the most brutal aspects of life together.

As a result, it is important to continue two types of consistent efforts for these reasons:

- 1) Training masters who will restore the wall paintings and miniatures of the Sheki Khan Palace, which are considered normal to deteriorate under the influence of time.
- 2) Making special efforts for the international promotion of the Sheki Khan Palace, which has design and aesthetic visual potential not only in the Turkish world but also worldwide, and in this context, making foreign scientific publications introducing the palace. The Sheki Khan Palace has a different position and feature in this field with its architectural design, as well as the miniatures of war scenes used in wall decorations and the mass production of these miniatures in the form of a flow of events. These wall decoration processes require great mastery and talent.

REFERENCES

- Asian Art.(2019). Sheki in Azerbaijan. <https://asianartnewspaper.com/sheki-azerbaijan/>; Access date: 27.09.2024.
- Aslanapa, O. (2010). *Türk sanatı*. (9. baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Aydınçüner, M. H. (2023). Geleneksel sanatların dijitalleşmesi: Güncel sanatta minyatür örnekleri. *International Social Sciences Studies Journal*, 9(115): 8591-8604.
- Aydoğan, H. A. (2019). *Türk halk inancı ve uygulamalarında el sembolü*. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Azizsoy, A. (2015). Türk saray mimarisinde konut tasarımı ile biçimlenen anıtsal yapıya Azerbaycan'dan bir örnek. *Art-Sanat*, 4: 81-96.
- Azizsoy, A. (2016). Çarlık Rusya'sı devri Şeki (Azerbaycan) tarihi kent dokusunda oluşan değişim ve gelişen konut tiplerinde sürdürülen geleneksel unsurlar. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(44): 610 – 626.
- Baykal, B. (2022). *Dîvânü Lugâti't-Türk'e göre Türklerde ordu (Savaş, at ve teçhizat)* (Unpublished Master's thesis). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Berkli, Y. (2010). Uygur resim sanatının üslup özellikleri. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(45): 155-166.
- Berkli, Y. (2020). Avrupa sanatının temellerinde Orta Asya Türk sanatının izleri. *EKEV Akademi Dergisi*, 24(81): 571-586.
- Binark, İ. (1992). *Osmanlı Devlet İle Azerbaycan Türk Hanlıkları Arasındaki Münasebetlere Dair Arşiv Belgeleri (Karabağ-Şuşa, Nahçıvan, Bakü, Gence, Şirvan, Şeki, Revan, Kuba, Hoy) I (1578-1914)*. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı, Yayın Nu: 4, Ankara.
- Bretanitsky, L. S., Weymarn, B. V. (1976). *Art of Azerbaijan IV-XVIII centuries*. Essays on the History and Theory of Fine Arts, Art, Moscow.
- Bulat, S. (2013). İshak Paşa Sarayı taçkapılarının bezemeleri açısından değerlendirilmesi. *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 30: 19-43.
- Comparesi, M. (2009). *Samarcanda centro del mondo: Proposte di lettura del ciclo pittorico di Afrāsyāb*. Milano: Mimesis.
- Çetin, U. (2018). *Smyrna physiologus'u* (Unpublished doctoral thesis). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Deveci, A. (2017). İran ve Osmanlı minyatüründeki savaş ve mücadele sahnelerine mukayeseli bir bakış. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(48): 311 – 329.
- Dieji, A. (2007). *İran Minyatüründe Savaş Sahneleri* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dikilitaş, G. (2005). *Duvar Resimlerinin Bozulmasına Neden Olan Etkenler ve Koruma Uygulamaları* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Elshad, B. (2020). Azerbaijan and Iran's battle genre in the classical period Turkic dynasties rule of miniature painting in XIV-XVI centuries. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 10(12): 654-673.
- Göl, H. (2016). Geçmişten Günümüze Azerbaycan. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1): 153-170.
- Güven, Ö. ve Gergüner, G. (1999). Türk Kültüründe Avcılığın Temel Dayanakları. *PAÜ. Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5: 32-49.
- Habibbaylı, S. (2024). Azerbaycan Cumhuriyeti ve Gürcistan'ın turizm potansiyeli, politikaları, stratejileri ve karşılıklı turist akışının analizi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(1): 39-57.
- Janson, J. (2020). *The Anatomy of Paint: Pigment and Binder*. http://www.essentialvermeer.com/palette/palette_anatomy_of_paint.html; Access date: 10.10.2023.
- Joy Kültür Sanat. (2023). *Sanat tarihi: Antik dönem*. <https://www.necipyesiltepe.com/antik-donem-1/>; Access date: 27.09.2024
- Kanberova, G. (2019). Ortaçağ Azerbaycan mimari süs kompozisyonları ve kaynakları. *International Social Sciences Studies Journal*, 5(30): 969 – 988.
- Karev, Y. (2005). *Qarakhanid wall paintings in the cillidel of Samarqand: First report and preliminary observations* (A. Gedik ve A. F. Baysal, Çev.). In Muqamas: An Annual on the Visual Culture of the / Islamic World, XXII, 45-84.
- Kerimov, K. (2014). Azerbaycan minyatürleri (İ. Terzi, Çev.). *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 2010-2027.
- Khalilova, T. (2016). *XVI-XIX. Yüzyıllarda kuzeybatı Azerbaycan'ın Osmanlı Devleti ile ilişkileri ve kültürel bağlar: Car-Balaken örneği* (Unpublished Master's thesis). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Konak, R. (2014). Minyatür sanatında boşluk ve mekân anlayışı. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 7(14): 34-54.

- Konak, R. (2015). Minyatür sanatı bağlamında minyatür ve nakış kelimelerinin anlamına ilişkin bilgiler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1): 227-238.
- Kundak, A.N. (2017). Batı Türkistan duvar resimleri üzerine bir inceleme. *Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Konferansı*, Aralık 2017, Karadeniz Teknik Üniversitesi, 41 – 53, Trabzon.
- Kurban, V. (2009). 18–19. Yüzyıllarda Azerbaycan Şehirlerinde Sosyal ve Siyasi Durum. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1): 177-193.
- Kurtoğlu, S. ve Akengin, G. (2023). 15-16. Yüzyıl Osmanlı Dönemi minyatür sanatının incelenmesi ve disiplinler arası yaklaşımlarla güncel sanat pratiklerinde yorumlamaları. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 11(33): 501-619.
- Küçükyıldız, N. (2023). *Sanat tarihi 2*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.
- Mammadova, A. (2022). Azerbaycan'ın tarihi mimarlık abidesi Şeki Han sarayında ve geleneksel el dokumalarında kuş tasvirleri, *Arış*, 20-21: 260-274.
- Marshak, B.I. (2002). *Türkler ve Soğdlular: Türkler*, Cilt II, Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.
- Mecidov, 2008. *Sovyetler Birliği Öncesinde ve Sonrasında Azerbaycan'da Kapitalist Yapının Oluşum Sürecinin Karşılaştırmalı Analizi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Mehdiyeva Azizzade, T. (2007). *Türkiye'de çalışan Azerbaycanlı ressamların yaratıcılığı*. Atatürk Kültür Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Ankara.
- Miljković, M.N. Đorđević, D., Đokić, M., Miljković, V., Stoilkovski, K. (2017). Qualitative Analysis of Pigments and Binders in Paint Colors Used in "Gvozden" by Mića Popović. *Advance technologies*, 6(2): 56-59.
- Muradova, T. (2021). *Eski Türk simgelerinin çağdaş Azerbaycan sanatına etkisi* (Unpublised Master's thesis). Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Mutallimov, D. (2014). *Azerbaycan Hanlıkları Ve Gülistan-Türkmençay Antlaşmaları* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Mutallimov, D. (2015). Hanlıklar döneminde kuzey Azerbaycan'ın Osmanlı ile siyasi ilişkileri. *Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2): 155-177.
- Okçuoğlu, T. (2000). *18. ve 19. yüzyıllarda Osmanlı duvar resimlerinde betimleme anlayışı* (Unpublised Master's thesis). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özbek, H. (2015). *Osmanlı minyatürlerinde ordu teşkilatına mensup süvari birlikleri tasvirlerinin teknik analizi* (Unpublised Master's thesis). Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Özcan, O. (2005). Turkish – Ottoman miniature art within the context of electronic information design education. *International Journal of Technology and Design Education*, 15(3): 237-252.
- Özdemir, A. (2019). Şekihanovlar Evinin duvar resimlerinin restorasyon ve konservasyon aşamaları. *Journal of Arts*, 2(4): 199-208.
- Özdemir, Y. (2021). Karatay Medresesi çini eserler müzesinden ünük özellikte iki siren/Harpi figürlü seramik. *Arkhaia Anatolika Anadolu Arkeolojisi Araştırmaları Dergisi*, 4: 123-140.
- Özgürel, G., Baysal, K. (2018). Sanat turizmi açısından müze evler: zeki müren sanat müzesi örneği. *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(31): 4727-4741.
- Rasulova, Z. (2021). *Bir Saray Baladçisinin Qeydləri*. Qanun nəşriyyatı, Bakı.
- Rzayeva, N. (2023). 1990'lar – 2000'lerde Azerbaycan güzel sanatlarının minyatür gelenekleri. *Problems of Arts and Culture*, 17(3): 88-94.
- Sazak, G. (2013). Varahşsa Sarayı duvar resimleri. *Tarih Dergisi*, 57(1): 1-23.
- Seyidehmedli, G. (2021). *Minyatür sanatı: Gelenek ve çağdaşlık*. A. F. Baysal, R. Ak, Ş. Çaskır, Ed.). *Geleneğin mirası*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları: 117, Konya.
- Şahin Tekinalp, A.P., Dırık, A., Şay, S. (2023). Kapadokya Bölgesi Osmanlı dönemi duvar resimleri, korunma sorunları ve önerileri. *Arkeoloji Dergisi*, 2(1): 76-109.
- Şiraz Duvarı. (2017). "Tarihi" ve "Modern" İpek Yolu. <https://sirazduvari.com/tarihi-modern-ipek-yolu/>; Access date: 27.09.2024.
- The State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan. (2020). *Conservation master plan of the historic center of Sheki*. UNESCO World Heritage Site, The State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan. The State Tourism Agency of the Republic of Azerbaijan.
- Travelaze Tourism Services. (2021). Azerbaijan. <https://www.travelaze.com/azerbaijan/>; Access date: 27.09.2024.
- Turan, R. (2018). Kuzey Azerbaycan'da Modern Ulusal Kimliğin Gelişim Sürecine Genel Bir Bakış. *Atatürk Üniversitesi Yürkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, TAED-61*: 429-451.

- Üçüncü, M. K. E. (2024). *Türk milli duvar resmi sanatı kapsamında (Şeki Han Sarayı) fresk örnekleri* (Unpublished Master's thesis). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Yabalak, H. ,Sağ, M. (2020). Afrasyab duvar resimlerinde Türk gruplarının yer alış biçimi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 47: 119-138.
- Yakut, İ. (2014). Günümüzün eğitim ortamlarında resimli öykü taslağı (Story-board) ve öyküleştirme (Storyline) tekniklerinin işlevleri. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 7(14): 55 – 72.
- YEM-2. (2008). *Eczacıbaşı sanat ansiklopedisi: Resim, Heykel, Mimarlık, Tasarım, Arkeoloji, Fotoğraf*. YEM Yayın – 38.
- Yuldashev, I. (2022). Development of pictorial art and miniature art in Central Asia and their role in social life. *Science And Innovation International Scientific Journal*, 2(4): 13-18.
- Гаджиева, С.Х. (2012). Дворцовые Сооружения Города Шеки. *AMIT*, 3(20): 1-16.

Statement of Research and Publishing Ethics: The researchers declare that they follow all ethical principles and rules in the collection, analysis and reporting of data.

Authors' Contribution Ratios: The authors contributed equally to the work.

Declaration of Interest: There is no conflict of interest between the authors.

YOKO ONO VE JOSEPH BEUYS ÖRNEKLERİYLE SPİRİTÜEL MANADA AĞAÇ

Tree in Spiritual Meaning with Examples of Yoko Ono and Joseph Beuys

Ramazan CAN¹

ÖZ

İnsanoğlu var olduğu günden bu yana pek çok varlığı ve nesneyi kutsal olarak kabul etmiş ve kutsal gördüğü bu varlıkları, kendisinden sonra gelecek kuşaklara aktarmak için sanatı bir aracı olarak kullanmayı tercih etmiştir. Kadim zamanlardan bu yana tüm dünya halklarınca kutsal kabul edilen ağaç dünyadaki tüm kültürlerde yeri olan insanlığın ortak kültürel unsurlarından biridir. Edebiyattan resme mimarlıktan süsleme sanatlarına kadar bir çok sanat disiplininde ifadesini bulan Hayat Ağacı, ağacın kutsiyetinin geldiği son nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüz sanatında da farklı versiyonlarıyla karşımıza çıkan Hayat Ağacı'nın spiritüel tarafı da bazı sanatçıların dikkatini çekmiştir. Dönemin koşullarıyla doğayla yeniden buluşma girişimleri neticesinde spiritüel kavramlardan beslenen bazı sanatçılar özellikle Şamanizm ve ona benzer mistik, ruhani yaşam şekillerinden etkilenmiş ve bu yaşam şekillerinin içinde var olmuş kavramları ele alarak tekrar biçimlendirerek kendilerine mal etmeyi başarmışlardır. Betimsel tarama modeli ile gerçekleştirilen bu araştırma ağacın spiritüel tarafını ele alan (Joseph Beuys, Yoko Ono) sanatçılarla sınırlıdır. Bu sanatçılar hakkında gerekli literatür taraması yapılmış ve yaptığı eserlerden örnekler sunulularak ürettikleri işlerin arka planında yer alan kavramlar ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Varılan son noktada, çağdaş sanatta bir deneyim alanı yaratmak adına ağacın spiritüel yanı bazı sanatçılarca bir ifade aracı olarak kullanılmış ve bu bağlamda sanatçılar tarafından etkili sanat nesnelere ortaya çıkarılmıştır.

ABSTRACT

Since the day of its existence, human beings have accepted many beings and objects as sacred and have preferred to use art as a tool to transfer these beings, which they consider sacred, to future generations. The tree, which has been considered sacred by all the people of the world since ancient times, is one of the common cultural elements of humanity that has a place in all cultures in the world. The Tree of Life, which finds expression in many artistic disciplines from literature to painting, from architecture to decorative arts, appears as the ultimate point of the sanctity of the tree. The spiritual side of the Tree of Life, which we encounter in different versions in today's art, has also attracted the attention of some artists. As a result of their attempts to reconnect with nature under the conditions of the period, some artists, nourished by spiritual concepts, were especially influenced by Shamanism and similar mystical, spiritual lifestyles, and managed to take the concepts that existed in these lifestyles, reshape them and appropriate them for themselves. This research, conducted with the descriptive scanning model, is limited to artists who deal with the spiritual side of the Tree (Joseph Beuys, Yoko Ono). The necessary literature review about these artists was made and examples of their works were presented and the concepts behind the works they produced were tried to be revealed. At the final point, the spiritual side of the tree was used as a tool of expression by some artists in order to create a field of experience in contemporary art, and in this context, effective art objects were created by the artists.

Anahtar Kelimeler: Kutsal Ağaç, şamanizm, Joseph Beuys, Yoko Ono.

Keywords: Sacred Tree, shamanism, Joseph Beuys, Yoko Ono.

1. ORCID: 0000-0002-9024-5356 1. Öğr. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, n.ramazancan@gmail.com

EXTENDED ABSTRACT

Since the day of its existence, human beings have accepted many beings and objects as sacred and have preferred to use art as a tool to transfer these beings, which they consider sacred, to future generations. The tree, which has been considered sacred by all the people of the world since ancient times, is one of the common cultural elements of humanity that has a place in all cultures in the world. The Tree of Life, which finds expression in many artistic disciplines from literature to painting, from architecture to decorative arts, appears as the ultimate point of the sanctity of the tree. After 1960, following the political movements around the world, the Western society, bored with the orthodoxy of monotheistic religions, turned their faces to belief systems and lifestyles integrated with nature. At this stage, mythologically rooted lifestyles of Eastern culture and motifs integrated with nature have become trends again. The Kamlik belief, that is, Shamanism, which takes its share from this understanding, has re-emerged under the name of Neo-Shamanism and has become a big trend with the teaching that everyone can become a shaman for themselves. According to Perrin (2013:126), Neo-Shamanism adherents study psychology, ecology, orientology, archaeology, astrology, ethnology, etc. with great eclecticism. They refer to ideas or ideals specific to various fields, such as Others go further and assume that therapy sessions are uniquely therapeutic. In Neo-Shamanism, where individualism is at the forefront, the difficulty experienced by the majority in accessing scientific information, increasing materialism, encourages the search for a new meaning and the production of new myths. The hope from Neo-Shamanism is that it offers a more harmonious world design that integrates with the deepest essence of ecological philosophy. Human beings should be on equal terms with the beings in nature and act as an interlocutor and helper. Everyone expects Shamanism to help the process of "finding oneself" and to contribute to the development of one's "personal powers". Artists also turn to the shaman because they find in him a creative self, a person who listens to the world. Or, as in the example of Beuys, artists took on the mission of a shaman and tried to shape society. According to Beuys, Shamanism is the deepest of roots... and he thinks that this approach includes the idea of transformation and says that the nature of Shamanism is therapeutic. In his words: 'When I am thought of, or spontaneously refer to, as some kind of shamanic figure, I want to emphasize my belief in other priorities (other than those of our contemporary society)... In places like universities, where everyone has very rational conversations, some kind of sorcerer must emerge. Beuys, who gained a significant reputation at the Dusseldorf academy and introduced himself as a shaman, sees the Shaman as someone who constantly produces ceremonies, with the teachings of Shamanism, and this is why he presents all possible works he does as a ceremony.

Yoko Ono, like Beuys, is known for her presentations that involve the audience by creating an experiential space, and all the artists in Fluxus at that time came to the fore with their performative works based on experience. Yoko Ono, a key member of the Fluxus movement, is remembered as a pioneer of Punk feminism and the creator of primitive Shamanic energy. These two artists, who lived in the same period, contributed to the success of Fluxus with their individual fame. As mentioned above, these artists, nourished by spiritual concepts as a result of their attempts to reconnect with nature under the conditions of the period, were especially influenced by Shamanism and similar mystical, spiritual lifestyles, and they managed to appropriate the concepts that existed in these lifestyles by reshaping them. The sacred tree form that the research focuses on is only one of these concepts. This research, conducted with a descriptive scanning model, is limited to the works produced by Joseph Beuys and Yoko Ono by placing the tree in the center. Within this framework, a literature review was conducted by searching for the mythological and spiritual equivalents of the concept of Tree. In this context, we tried to give information about the source of these two artists and to reveal the concepts behind the works they produced.

GİRİŞ

İnsanlık tarihinin hemen her döneminde ağaç, verimlilik, yeniden doğuş, ölümsüzlük, safiyet ve varoluşun kaynağı gibi özelliklerden dolayı dünya topluluklarının kültür ve inanışlarında yer almıştır. Dolayısıyla hemen her dönemde dünya topluluklarının kültür ve inanışlarında ağaç kültü ve bu kült etrafında meydana gelen inanışlar görülmüştür. Onun gölgesi, meyvesi, ateş ve çiçekleri, mevsimlere göre değişmesi insanların her zaman dikkatini çekmiştir. Birçok toplum ve dinde ağaç, bu özelliklerinden dolayı, ilahların ve ruhların mekânı olarak görülmüştür. Bu da ağaçların içinde bir güç bulunduğu, cin ve perilerin ağaçlara yerleştiği, hatta orman ilahının varlığı gibi inançları ortaya çıkarmıştır. (Kıyak, 2011:91-92).

Ağacın beşikten mezara kadar hayatın her safhasında kullanılması insanların ona karşı özel bir ilgi duymasına neden olmuştur. Ağaç kültü ve kalıntıları hemen hemen bütün kıtaları sarmış ve hemen her toplumda kendisini göstermiştir. Masallar efsaneler, destanlar hep bu kültürün izleriyle doludur. Tekin olmayan ağaçlar, ormanlar, ormanlarda periler ve hortlaklar bunların basit birer örneğidir (Tanyu, 1976:129).

1960 sonra dünya genelindeki siyasi hareketlerin akabinde semavi dinlerin emrediciliğinden sıkılan batı toplumu yüzlerini doğayla bütünleşik inanç sistemi ve yaşam şekillerine çevirmişlerdir. Bu aşamada doğu kültürüne ait mitolojik köklü yaşam şekilleri ve doğayla bütünleşmiş motifler yeniden trend haline gelmiştir. Bu anlayıştan nasibini alan Kamlık inancı yani Şamanizm Neo-Şamanizm adıyla tekrar var olmuş herkesin kendisi için şaman olabileceği öğretiyile büyük bir trend haline gelmiştir. Perrin'e göre Neo-Şamanizm yandaşları büyük bir seçmecilik içinde psikoloji, çevrebilim, doğubilim, arkeoloji, astroloji, etnoloji, vd. gibi çeşitli alanlara özgü fikirlere ya da ideallere başvururlar. Kimileri de daha ileri gidip terapi seanslarının benzersiz bir tedavi niteliği taşıdığını varsayarlar. Bireyciliğin ön planda olduğu Neo-Şamanizm'de büyük bir çoğunluk için bilimsel bilgilere ulaşmada çekilen güçlük, giderek artan bir materyalizm, yeni bir anlam arayışını ve yeni mitlerin üretimini teşvik etmektedir. Neo-Şamanizmden umulan ekolojik felsefenin en derin özünü bütünleşen daha uyumlu bir dünya tasarımı sunmasıdır. İnsanoğlu doğadaki varlıklarla eşit koşullar içinde bulunmalı, bir muhatap ve yardımcı gibi davranmalıdır. Herkes Şamanizmden "kendini bulma" sürecine yardım etmesini, "kişisel güçlerini" geliştirmeye katkıda bulunmasını beklemektedir. Sanatçılar da şamana onun kimliğinde yaratıcı bir benlik, dünyaya kulak kabartan bir insan buldukları için başvurumaktadırlar. Ya da Beuys örneğinde olduğu gibi sanatçılar bir şamanın misyonunu yüklenip toplumu şekillendirmeye çalışmışlardır. Beuys'a göre Şamanizm köklerin en derinidir...ve bu yaklaşımın bir dönüşüm fikrini içerdiğini düşünmektedir ve Şamanizm'in doğasının tedavi edici olduğunu söyler. Onun ifadeleriyle: " Ben bir tür şamancıl figür olarak düşünülüğümde ya da buna kendiliğimden gönderme yaptığımda (çağdaş toplumumuzun öncelikleri dışında) başka önceliklere olan inancımı vurgulamak istiyorum... Üniversiteler gibi herkesi son derece rasyonel konuşmalar yaptıkları yerlerde bir tür büyücünün ortaya çıkması gerekmektedir. " Dusseldorf akademisinde önemli bir üne kavuşan ve kendini bir şaman olarak tanıtan Beuys Şamanizme ait öğretilerle Şamanı sürekli tören üreten birisi olarak görür ve olası muhtemel yaptığı tüm işleri bir tören gibi sunması bundan kaynaklanmaktadır (Perrin, 2013:26).

Yoko Ono'da Beuys gibi genellikle deneyimsel bir alan yaratarak izleyicinin de dahil olduğu sunumlarıyla bilinir ki o dönem Fluxus içinde yer alan tüm sanatçılar deneyime dayalı performatik işleriyle ön plana çıkmışlardır. Fluxus hareketinin kilit üyelerinden biri olan Yoko Ono Punk feminizminin öncüsü ve ilkel Şamanik enerjinin yaratıcısı olarak anılır. Aynı dönemde yaşayan bu iki sanatçı kendi bireysel ünleriyle Fluxus'un kazandığı sükseye katkıda bulunmuşlardır. Yukarıda bahsedildiği üzere dönemin koşullarıyla doğayla yeniden buluşma girişimleri neticesinde spiritüel kavramlardan beslenen bu sanatçılar özellikle Şamanizm ve ona benzer mistik, ruhani yaşam şekillerinden etkilenmiş ve bu yaşam şekillerinin içinde var olmuş kavramları ele alarak tekrar biçimlendirerek kendilerine mal etmeyi başarmışlardır. Araştırmanın üzerinde durduğu kutsal ağaç formu bahsedilen bu kavramlardan yalnızca bir tanesidir. Betimsel tarama modeliyle gerçekleştirilen bu araştırma Joseph Beuys ve Yoko Ono'nun ağacı merkeze yerleştirerek ürettiği işlerle sınırlıdır. Bu sınır çerçevesinde Ağaç kavramının mitolojik ve spiritüel anlamda karşılıkları araştırılarak literatür taraması yapılmıştır. Bu bağlamda bu iki sanatçının beslendiği kaynak hakkında bilgi verilmeye çalışılarak ürettikleri işlerin arka planında yer alan kavramlar ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

1.Kutsal Ağaç

Ağaç, dünya kültürlerinde doğurganlığın, ölümsüzlüğün, şansın, bereketin, sağlığın, hastalıktan kurtulmanın sembolüdür. Tanrı ile iletişim ağaç yoluyla kurulmuştur. Tabiat olayları da ağaç vasıtasıyla düzene girmiştir. Ağaçlar yağmuru yağdırma veya durdurma, güneşin batması, ayın tutulması, sürüleri ve sığırları çoğaltma, kadınları kolayca doğurtma gücüne sahip bir varlık olarak düşünülmüştür (Öztürk, Ateş, 2012:12).

Eski Grek'lerin, Zeus'un sesini kutsal meşe hışırtısında bulmaları, Apollo'nun Zeytin ağacı, Atina'nın muhtelif ağaçları, Buda'nın altında aydınlandığı, bilgiye erdiği, Nirvana'ya girdiği İncir ağacı, mitolojik bir sembol olarak görülmesi, Hindistan'da dünyayı taşıyan ağaç, Cermen, Romalı, Kelt toplumlarında ağaç kutsal birer varlıktır. Özellikle Çin ve Hint kültüründe dünyanın eksenini olarak düşünülmüştür. Ayrıca bazı yerlerde, Totem kayıklarının ağaçtan yapılışı dikkate şayandır. İsa'nın doğumu yıllarında Çin'de kutsal bir ağaçtan bahsedilmekte, ayrıca Çin şifahi geleneklerinde, dallarında 9 güneş (kuş gibi) bulunan FuSand ağacından bahsedilmektedir. Ağacın hemen her kısmında bir kuvvet var kabul edilmiş, dallar kutsal bir varlık sayılmıştır. Parsizim'de, Yunanistan, Roma ve Cermenler'de taze dallar bile ayinlerde bol bol kullanılmış ve halen de Hristiyan kilisesinde İsa'nın Kudüs'e girişini hatırlatmak üzere paskalyadan bir Pazar önce, dallar takdis edilmektedir. Ayrıca Katolik ve Ortodoks ayinlerinde dal demeti baş üzerine sürülmektedir. Ayrıca Tevrat'ın bazı bölümlerinde akasya ağacından bahsedilmekte, mabet yapımında ona yer verilmektedir. Bu etkiyle masonlukta bile akasya ağacı meşhur ve kutlu sayılır. İslam'dan önce Araplar arasında, meleklerin ve cinlerin ağaçları ziyaret ettiklerine inanılmakta, şif niyetiyle adak adanmaktaydı, Ayrıca bazı putlar tahtadan yapılmıştı. İslami metinlerde ve özellikle kurandaki bazı ayetlerde incir ağacı zeytin ağacı gibi ağaçlardan söz edilmektedir. Kuran ve Tevrat'ta Adem ve Havva hikayesinde yasak meyvenin yendiği ağaçtan etraflıca bahsedilmektedir (Tanyu, 1976:130).

Ağaçlar insanoğlu için ruhsal, fiziksel ve öteki dünyanın sürekli olarak kutsallığını ve hayatı simgeleyen doğal bir form olmuştur ve genellikle tanrısalılığı ya da dinsel bir oluşumu simgelemiştir. Dünya dinlerinde ağaç sembolizminde genellikle Tanrı bir ağaçta tezahür eder. Böylece ağaç, Tanrının yeryüzündeki sembolü olur. Bu nedenle insanoğlu, ağaçlara yakın olmaya çalışır, onlara bezler bağlayarak dilekte bulunur. Çeşitli faydaları, estetik özellikleri, sonbaharda kuruyup, baharda yeniden canlanmasıyla hayatın safhalarını temsil etmektedir. Çiçeği, meyvesi ve diğer özellikleriyle tarih boyunca insanların dikkatini çeken ağacın insan hayatının her safhasında kullanılması ona karşı özel bir ilgi uyandırmıştır (Belli, 1982:8).

Bu mit ve inançlar "kutsal ağaç", "dünya ağacı", "evren ağacı", "hayat ağacı" gibi çeşitli isimlerle anılmıştır (Öztürk, Ateş, 2012:12). Mitolojilerde dünyanın merkezinde, semavi dinlerde cennette bulunduğu anlatılan kutsal ağaç, "hayat ağacı" dır. Yeryüzünde ölümsüz olmayı başaramayan insanoğlu bu defa çareyi ölümden sonra dirilmeye veya ruhun ölümsüzlüğüne inanmakta bulmuş; hayat ağacı motifi bu duyguları simgelemek için kullanılmıştır (Erbek'ten aktaran Ağaç, Sakarya, 2015:3).

Ağaç kültürünün Türk sosyal hayatında da önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. Kült, kelime manasıyla ibadet, tapınma, din, ayin, kutsal varlıklara gösterilen saygı anlamlarına gelir. Kült, Tanrı veya Tanrı olarak kabul edilen tabiatüstü güçlere sahip varlıklara saygı göstermek, onlara tapınma ve bağlılığı ifade eden söz ve hareketlerde bulunmaktır. (Bayat, 2007:80).

Muhtemelen, mevsimden mevsime kendini yenilemesi ve daha birçok özelliğinden dolayı olsa gerek ağaç, Türk toplulukları arasında hayatın ve sonsuzluğun timsali olarak görülmüştür. Başka bir ifadeyle, Türk insanı ağacın oluşumu ile kendi hayatının tabii seyri arasında bir benzerlik olduğunu keşfetmiş ve yaşadığı her coğrafyada kutlu mekanlarla ağaçlar arasında münasebet kurmuştur. Bu inanışın bir sonucu olarak, en eski devirlerden günümüze kadar Türk toplulukları arasında mabetlerin çevrelerine ve mezarların yanlarına ağaç dikmenin kutsal bir görev olduğuna inanılmıştır. Ancak ağacın bizzat maddi varlığının değil, sahip olduğu birtakım özellikler ve temsil ettiği gücün bir sonucu olarak kutsal kabul edildiğini söyleyebiliriz. Orta Asya'dan Anadolu'ya farklı Türk toplulukları arasında görülen kutsal ağaç ile ilgili inanışlar ve bunlara bağlı kültürler benzerlikler arz etmektedir. Bu anlamda, Türk toplulukları arasında belli ağaçların her yerde kutsal kabul edildiğini söylemek mümkündür (Işık, 2004:90).

En arkaik devirlerden günümüze kadar, hemen bütün mabetlerde ve mukaddes beldelerde ağacın varlığı dikkat çekicidir. Türk toplulukları arasında dünya ağacı sembolizmi bulunur. Kozmik olarak dünya ağacı yerin merkezinden yükselmekte ve kozmik bölgeleri birbirine bağlamaktadır. Onun kökleri yerin derinliklerine kadar uzanmaktadır. Moğollar ve Buryatlara göre, Tanrılar bu ağacın meyvesiyle beslenir. Altay Türkleri ise çocukların ruhlarının doğmadan önce, küçük kuşlar olarak kozmik ağacın dallarında dinlendiğine inanırlar. Bu inanışın bir sonucu olarak, şamanın davulunun dünya ağacından yapılmış olduğu kabul edilir. Buryatlar, Yakutlar, Çeremisler, Başkurtlar, Kazaklar ve Kırgızlar, arazide tek duran ulu ve yaşlı çam, kayın, servi ve çınar ağaçlarına nezirler adanmış, kurbanlar sunmuş, birtakım dini törenlerle onlardan dilekte bulunmuşlardır. Ağaçlar kuruyup gitseler bile, yine de onlara nezirler ve kurbanlar sunulmaya devam edilmiştir. Yakut şamanlarının her birisinin ayrı bir ağacı olurdu. Şaman olmak isteyen bir genç, bir ağaç dikerdi. Bu ağacın büyüyüp gelişmesine paralel olarak şaman gencinin de rütbesi yükselirdi. Şamanın ölümü ile birlikte ağacı da yok edilirdi. Şaman ile ağacı arasında bir bağ olduğuna inanılır, birinin hayatının ötekiyle ilişkili olduğu düşünülürdü. Yakutlarda bazı ormanların kutsal olduğuna dair inanç vardı. Yakut

avcılar dokuz nefer orman iyesinin bulunduğuna inanırlardı. Bu inanca bağılı olarak, Yakut Türkleri güz avına çıkmadan önce, yağ ile eti ateşe atar, “Boyahay” adını verdikleri koruyucu orman iyesine sunar ve çeşitli hediyelerle onu memnun etmeye çalışırlardı. Böylece, avlarının bereketli geçeceğine inanırlardı. Ayrıca, ağaçlara renkli çaputlar ve kıymetli kürkleri bağlar, yaptıkları bu ilk avın şeklini de ağaç gövdelerine çizerlerdi. Türkler; doğum, ölüm, evlenme ağaçları gibi, belli ağaçların belli özelliklerinin olduğunu kabul ederler. Belli ağaçlar birtakım hastalıkları iyileştirici ve şifa verici özelliklere sahipti. Ağaçlar yaprak döktüğü dönemlerde keder ve uğursuzluk, çiçeklenip yaprak verdiği zamanlarda da hayır ve iyilik getirir. Bu inancın bir sonucu olarak, cenaze defni için yaprak dökümüne veya ağaçların tomurcuklanmasına kadar beklenilirdi (Işık, 2004:90-102).

Tatar Türklerinde yeni doğan bebek, hamamda kayın dallarından yapılan süpürge ile yıkanır. Böylece bebeğin sıhhatli, sağlıklı gelişmesi amaçlanır. Loğusanın kız kardeşi veya annesi, bebeği çeşitli büyü sözleri ve dualar okuyarak kayın dallarından yapılan süpürge ile yavaşça vurarak yıkar. Mişer Tatarları ise nazardan ve kara güçlerden koruma amacı ile kayın dallarından yapılan süpürge ile doğan bebeği yıkadıkları gibi gelin olacak kızı da yıkarlar. Kayın ağacı, Tatar Türklerinin cenaze merasimleri içinde de yer alır. Kreşin ve Astrahan Tatarları, ölüyü toprağa verirken tabuta koyarlar ve başucuna kayın dallarından yastık yaparlar. Tatarlar mezarın üzerine de genelde kayın ağacı dikerler. Tatar Türkleri, yeni doğan çocuğu yatırmak için hazırlanan beşiğin kayın ağacından yapıldığında, bu beşikte büyüyen çocuğun talihsiz olacağına inanırlar. Tatarlar, evlerinin yapımında kayın ağacını kullanmamak için özen gösterirler. Kayın gövdelerinden yapılan evde hayatın hüznü ve sıkıntı içinde geçeceğine inanırlar. Evin önünde veya bahçede büyüyen kayının gövdesinin nemlenmesi üzüntünün, evin yanındaki kayın ağacının birdenbire kırılması ölümün habercisidir. Evin yanındaki kayın ağacının birdenbire kırılması, bu evden cenaze çıkacağına işaret eder (Bars, 2014:387).

Çin kaynaklarının bilgilerine göre, Kök Tengri Dini birtakım dini törenlerin muayyen bir düzen içerisinde ifa edildiği bir sistemdir. Hunlardan sonra Türk Devletinin başına geçen Tabgaç sülalesi zamanında da bu inançlar devam ettirilmiş, onlar da baharın ilk ayında kutsal Atalar Mezarlığında Kök Tengri'ye kurbanlar sunmuşlardı. Onlar kurbandan sonra kayın ağaçları dikerler, böylece kutlu ormanlar meydana getirirlerdi. (İnan, 1986:3).

Kaşğârlı Mahmut “tengri” kelimesini şöyle izah ediyor: “kâfirler göğe “tengri” derler. Yine bu adamlar büyük bir dağ, büyük bir ağaç gibi gözlerine ulu görünen her şeye tengri derler. Bu yüzden bu gibi şeylere yüğünürler (secde ederler). Yine bunlar bilgin kimseye tengriken derler. Bunların sapıklıklarından Allaha sığınırız” (İnan, 1986:28).

Türk inanç sistemi içinde mukaddes sayılan ağaçların başında kayın ve ardıç ağaçları gelir. Bunların dışında karaçam, sedir [möş], söğüt, meşe ve akkavak ağaçları ve bunların meydana getirdiği ormanlar mukaddes sayılmaktadır. Bu cümleden olarak, yine mukaddes ağaçlar arasında köy koruları, dede ağaçları, fal ağaçları, uğurlu ve uğursuz sayılan ağaçlar, dertlere deva olan ağaçlar ve bu ağaçlara bağlanan çaputlar (Yalgın, 1949:59) ağaç ve orman kültürü ile ilgili inançların içinde yer alan unsurlardır (Özarlan, 2003:98).

Bugün eski Türk dininin geleneklerini yaşatan Türklerin kozmogonisine göre, esas itibarıyla tanrıların en yükseği, insan oğullarının atası olan Tengri Kayra Kan (veya Bay-Ülgen) kişiyi ve bunun aracılığıyla yeryüzünü yaratmış, kişinin kendisiyle mücadeleye girmesi üzerine ona Erlik adını vererek, ışık diyarından, yeraltına atmış ve yerden dokuz dallı bir ağaç büyüterek, her dalında bir cins insan üretmiştir (Gömeç, 1998:41).

Mitolojik dönem Türk düşüncesinde kutsal (mübarek) ağaç, Tanrı'ya ulaşmanın yoludur. Yani Tanrıyla insan arasında bir vasıta. İnanca göre kutsal dağlar gibi kutsal ağaçların da başları insan gözüyle görülmeyecek şekilde göğe doğru uzanmakta ve Türk düşüncesine göre gökte olduğu farz edilen ve bir ışık aleminden ibaret olan Cennet'e ulaşmaktadır. Cennet de Türk düşüncesinde esas itibarıyla ‘mekândan münezze’ olarak kabul edilen Tanrı'nın dünyayı ve insanları idare ettiği mekândır. Kutsal ağaçlar, zamanla bu konumdan uzaklaşarak Türkün düşüncesinde Tanrı'nın somut bir görüntüsü olarak algılanmaya başlamış ve tanrısallık kazanmıştır. Dağ ve Hakanla birlikte bir nevi Tanrı'nın yeryüzündeki izdüşümü olarak görülür hale gelmiştir. Tanrı değil, fakat tanrısallık olarak kabul edilen kutsal ağaç, Türk düşüncesinde ileriki dönemlerde Tanrı'yı sembolize etmeye başlamıştır. Kutsal ağaç artık mitolojinin sözcüklerinde Tanrı'nın ve dünyadaki tanrısallığın sembolü haline gelmiştir (Ergun, 2000:23).

Anadolu'nun bazı bölgelerinde, Şamanist Yakutlarda ve Altaylılarda tespit edilen ağaç kültürüne rastlanmaktadır. Evladı olmayan Yakut kadını bir nevi çam ağacına tapınarak dua ettiği gibi Beyşehir köylerinden birinde bir ihtiyar ağacın yanında dua ederek ve ağacın altından geçerek çocuk isteyen köylü kadınların bulunduğu görülmüştür. Bu tür durumlarla günümüzde de hala karşılaşmaktadır. Evliya Çelebi'nin “ağaca ibadet eden Ademi kavmi” diye hayretle zikrettiği Karakoyunlu Türkmenleri, kutsal saydıkları ağaçların etrafında kalabalık bir şekilde mum yakarak ayin yapmakta, ağaçlara demir parçaları takmaktadır. İnançlarına göre, kim ağaca demir takarsa, ağaç ona büyük faydalar sağlayacak, taktıkları demir onları cehennem ateşinden koruyacaktır. Ağaç kültürünün sıklıkla Alevî-Bektaşî

toplumunda görüldüğü de geniş bir gözlemdir. Geçimlerini ağaç kesmekle sağlayan Tahtacıların ağaçlara bağlılığı büyüktür. Bu sebeple olsa gerek Muharrem ayında ve salı günleri ağaç kesmezler. Yeni bir işe başlayacakları zaman ağaca dua eder ondan medet umarlar. Tahtacılar en çok Ladin, Köknar ve Ardiç ağacını, Yörüklerin ise genellikle karadut, çınar ve katran ağacını kutsal olarak kabul ettikleri bilinmektedir. Hepsindeki ortak nokta ise tek olan ağaçları kült kabul etmeleridir (Arslan, 2014: 61). Bugün halen Anadolu köylerinde hemen her evin önünde veya bahçesinde bir ulu ağaç bulunur. Bunlar adeta evlerin süsüdür. Bu ağaçlar ailenin, evin, soyun en değerli hatıralarındandır. Bu ağaçlar ancak bir felaket durumunda yok olur veya kururlar. Bunun dışında kesinlikle kesilmezler. Her evin olduğu gibi her köyün de bir ulu ve yaşlı ağacı vardır. Türklerde yeni nesiller köklü bir ağacın dalları ve yaprakları gibi görülürler. Mezarlara ağaç dikme eski bir Türk geleneğidir. Örneğin Antalya'nın Toros yaylalarında ladin dalını mezarın üzerine koymak bir gelenektir. Ardiçli mezarlar hem Orta Asya'da hem de Anadolu'da önemli bir yer tutar. Mezarlar üzerine dikilen ağaçlar aynı zamanda ölünün gömüldüğü yeri belirsiz hale getirmek için de en iyi yoldu. Anadolu'da dağların ve tepelerin üzerlerindeki tek ağaçlar halk nazarında daima büyük sevgi ve saygıyla anılmışlardır. Kutlu ağaçlara kurban kesilirken paçavra da bağlanırdı. Türklerdeki ağaç saygısı bir tapınma şeklinde olmamıştır. Anadolu'da ağaçlara bez bağlama yolu ile çocuk dileklerine rastlanır (Ögel, 2006:465-490).

Balikesir/Edremit'in Çamcı Köyü Türkmenlerinde (Tahtacılarında) karınları ağrıyan çocuklara nineler, analar şu duayı okurlar: "Dağlar, taşlar, ulu kaba ağaçlar, koca çaylar, Koyunoğlu Yusuf hû gel çocuğumun ağrısını al." Erzincan/Tercan'ın güneybatısındaki "Livağa" diye bilinen yatıra çevre halkı her yıl ziyarete gelir, mezarın çevresindeki ağaçlara iplik ve bez bağlar. Halk arasında bu ağaçları kesip götürülenlerin iflah olmayacağı inancı bulunur (Özarslan, 2003:95-101).

Malatya'nın Onar köyündeki Onar Dede ile Sakız Dede türbelerinde kutsal olduğu kabul edilen kuru bir ağaç bulunur. Halk bu ağacın gövdesinden çıkardığı yongaları kaynatır, hasta hayvanlara içirir. Böylece bu hayvanların şifa bulacağına inanılır. Mut bölgesinde bir kişi rüyasında ulu bir ağacın devrildiğini görürse, bu bölgedeki eşraftan birinin öleceğini gösterir. Türkler ağaç ve orman iyelerini memnun ettiklerinde, huzurlu, mutlu ve bereketli bir ömür süreceklerine inanırlardı. Halk, Siirt'te Kız Evliya Tepesi'nde bulunan kutsal olduğuna inanılan kayın ağaçlarını sık sık ziyaret eder, çaput bağlar. Diyarbakır'da Sin ve Sindaş adlı iki kardeşin türbesinin çevresinde bulunan ağaçlara dokunulmaz, bu ağaçların dallarını kıranların öküz gibi böğürerek öleceğine inanılır. Siirt, Tunceli ve Adıyaman illerinde de tek olan ardiç ve meşe ağaçları mukaddes kabul edilir, bu gibi ağaçlara dokunanlar hoş karşılanmaz. Günümüzde Anadolu'nun her neresine bakılırsa bakılsın, takdis olunan ağaçların, eski Türklerdeki ağaç kültürü ile ilgili inanışların bir devamı olduğu görülür. Sivas Divriği Vazıldan köyü ve çevresinde de ardiç ağacı kutsaldır. Bu köyün yakınında bulunan ardiç ağacının meyvesini çocuğu olmayan kadınların yedikleri takdirde, çocuklarının olacağına inanılır. Aynı bölgedeki Gemhu köyünde de çocuğu olmayan kadınlar, Koca Haydar Türbesi civarında bulunan bir söğüt ağacının yapraklarını yer, bu sayede çocuk sahibi olabileceklerine inanırlar. Divriği Odur köyünde ise kutsal olduğuna inanılan "Merg Ağacı" adı verilen bir ağaca karşı, bölge halkı hürmet gösterir, dallarını kırmaz, ona niyaz ederler. Bir adamın bu ağaca balta vurduğunu ve ağaçtan kan aktığına dair inanç vardır. Çevre halkı tarafından çok kutsal sayılan bu ağaca, her yıl haziran ayının üçüncü haftasında yöredeki köylüler tarafından ziyaretler yapılır, mumlar yakılır ve kurbanlar kesilir. Bölgede, bazı koruluklardan ağaç kesmek uğursuzluk getirir ve böyle bir eylemde bulunan kişinin başına birtakım musibetler gelir. Ayrıca bölgede, halk kutsal mekânlara her türlü ağrı ve sızılar için ziyaretler yapar. Ellerinde siğili olan kişiler buraya gider, ellerindeki siğil sayısınca dal bükür ve evlenmek isteyen genç kızlar ise dileklerinin gerçekleşmesi için bu çalıya mendillerini bağlar. Divriği Yağbasan köyünde ise bazı ardiç ağaçları, kurudukları halde kutsal kabul edildikleri için kesilmez. Bu ağaçlar sadece yapılan dinî bir tören esnasında kurban eti pişirilirken yakacak olarak kullanılabilir. Bazı ağaçların kutsal olduğu ile ilgili inanışlar Doğu Anadolu'daki Alevî toplulukları arasında da yaygındır. Siirt, Tunceli, Adıyaman, Elazığ illerinde yaşayan Alevîler, meşe ve ardiç ağaçlarını takdis ederler. Halk yılın belirli dönemlerinde en güzel elbiselerini giyer, kadınlı erkekli gruplar halinde ilahiler eşliğinde bu ağaçlara ziyaretler yapar, adaklar adar, kurbanlar keser ve ağaçlara dilek çaputları bağlarlar. Kazdağlı'nda çetlemik gibi kutsal olduğuna inanılan bazı ağaçlardan nazarlıklar yapılır. Çocuklarını nazardan koruyabilmek için çocukların beşiklerini de çetlemik ağacından yaparlar. Bu sayede ağaçtaki uğurdan, kuttan ve kutsallıktan korunduklarına inanırlar. Özellikle Tahtacı Türkmenlerinin çadırlarında kullanılmış olan ağaçlar, bu bölge insanının hayatında önemli bir yere sahiptir (Bars, 2014:388).

Alevî Türkmenlerde, kutlu ağaçlar Hz. Ali kültürüyle birleştirilmiş ve yaz kış yeşil kalmaları da Hz. Ali'nin yeşil eliyle ilişkilendirilmiştir. Gök Tanrı inancında Tanrı'nın sonsuzluk vasfıyla izah edilen yaz kış yeşil kalma olgusu, İslamî dönemde Alevî Türkmenler arasında Hz. Ali kültürü ve onun yeşil eliyle izah edilmiştir (Özdemir, 2010:104).

Kızılcahamam'ın içinde bir tepede bulunan ağaca halk, nezir olarak paçavra ya da ip bağlar. Yine Dört Yol ile Çay arasında "Cennet Ana" denilen ağaca halk, hasta çocuklarının iyileşmesi için paçavra bağlar ve öperler (Bars, 2014:388).

Ayrıca Balıkesir/Edremit'in Çamcı Köyü Türkmenlerinde [Tahtacılarında] karınları ağrıyan çocuklara nineler, analar şu duayı okudukları; "Dağlar, taşlar, ulu kaba ağaçlar, koca çaylar, Koyunoğlu Yusuf hû gel çocuğumun ağrısını al" şeklindeki duanın pek az farklı kelimelerle, hemen aynı şekil ve ruhta olmak üzere, Kızılbaş Karakeçili Yörüklerinde okunduğu Malatya'nın Onar Dede ve Sakız Dede türbelerinde bulunan kuru, koca bir ağacın gövdesinden kuru yonga çıkarılıp kaynatılıp hasta hayvanlara içirildiğinde şifa bulacağına inanıldığı tespit edilmiştir. Erzincan/Tercan'ın güneybatısındaki "Livağa" diye bilinen yatıra çevre halkının her yıl ziyarete gelip, mezarın çevresindeki ağaçlara iplik ve bez bağladıkları ve bu ağaçları kesip götürülenlerin iflah olmayacağı inancının var olduğu bilinmektedir (Özarslan, 2003:100).

2. Çağdaş Sanatta Spiritüel Bağlamda Ağaç

Özellikle 1970'li yıllardan sonra hem dünyada hem de Türkiye'de dini ve spiritüel söylem ve pratikler hem politik hem de kültürel ve toplumsal bir tepki olarak geri dönmekte, kamusal alanın, popüler kültürün ve medyanın periferisinden merkezine doğru bir seyirle ilerlemektedir. Son yıllarda New Age akımları ruhsallığı altında da toplanabilecek dini pratik ve söylemler tüketim kültürünün çeşitli kanallarında birtakım eklenme biçimleri meydana getirmekte, bu süreç dinsel ve prafan arasındaki ayrımların silikleştiği bir etkileşimi ve kutsalın tüketim kanallarında metalaşmasını kapsamaktadır (Aydemir, 2020:50).

Bu süreçte popüler kültürün dini anlam ve pratikleri yeni bağlamlarda tanımlama, değiştirme gücü ve gündelik hayata temas eden dinamiği iç içe geçen bir görünüm sergilemektedir. Son yıllarda popüler kültür tarafından keşfedilmiş dini, mistik motifler, sadece kendisi olarak değil zamanın ruhuna uygun içeriklerle ve eğilimlerle dolaşıma girmekte, güncel bir bakışın, anlayışın yorumladığı yeni bir fenomen olarak durmaktadır (Aydemir, 2017:156).

Arzu stratejileri ile varoluşun maddi yanını kuşatan tüketim nesneleri kimlik, statü, farklılık kodları sunarak nesneyle olan ilişkiyi ihtiyaç ilişkisinden göstergesel ve simgesel ilişki bağlamında yeniden düzenlemektedir (Baudrillard, 2016:101). Tüketim kültüründe sadece nesnelere bir değiş tokuş ortaklığı içerisinde salınmamakta; ideolojiler, fikirler, inanç sistemleri de bu sürece dahil olmaktadır (Baudrillard, 2016: 111). Yekpare bir anlam dünyası yerine birbirinden farklı, çoğulcu ve eklektik yapıyla karakterize olan Yeniçağ New Age düşüncesi, postmodern döneme özgü bir ideoloji olarak inancın bireyselleşmesinin radikal örneklerini ortaya koymaktadır (Paker, 2011:70). Öncelikle bu eğilim dini ve din dışı öğeleri içine alarak eklektik bir yapı sergiler. Temel alanları şunlardır: Astroloji, rüya, simya, bitkisel tedavi, büyü, gizemcilik, alternatif tıp, Şamanizm, Hristiyan sembolizmi, Feng Shu, Taoizm, Zen Budizm'i, mistisizm, sofizm meditasyon, yoga vb. (Bruce'den akt. Köse, 2011:134).

Gündelik yaşamı estetize etme, hayatı bir sanat eseri olarak yapılandırma eğilimlerinin (Featherstone, 2013:124) postmodern versiyonlarında, kutsal anlam ve pratikler de yaşam tarzı inşa etmek için kullanılabilir. Böylece tarihteki mitlerin, spiritüel sembol ve mitolojilerin kültürel tüketimi, geçmişin özne yorumları etrafında yeniden kuruluşuna, icat edilmesine de gönderme yapar, bu anlamda söz konusu tüketim bir kültürel yeniden üretim sürecini de imlemektedir. Geçmiş zamanlara ait spiritüel imgeler, efsaneler, semboller özne yorumları etrafında inşa edilirken, öznenin bireyselliğini besleyecek bir şekilde yeniden yapılandırılabilir. Geçmişe ait kültürlerin eklektik tüketimi özne mitleri inşa etmek için potansiyel bir alan haline gelebilmektedir (Possamai'den akt Aydemir, 2020:68).

2.1. Joseph Beuys, 7000 Meşe Projesi

Joseph Beuys (1921-1986) Almanya'da Kleve'de doğdu. Sanata ilgi duymasına karşın tıp okumaya karar vermiştir. II. Dünya Savaşı'nda hava kuvvetlerine katılıp ve pilotluk eğitimi görmüştür. Kırım üzerinde uçağı düştü ve Tatar köylüler tarafından kurtarıldı. Köylülerin onu içyağı ve keçeye sararak iyileştirmeleri, Beuys efsanesinin önemli bir parçasıdır. Savaş bittikten sonra Düsseldorf Akademisi'nde sanat eğitimi almış (1946-1951). 1950'lerde desen çalışmaları üzerine yoğunlaşmıştır. 1961'de Akademi'de heykel dalında profesör olmuş. 1972'de derslerine dileyen herkesi almak isteyince işini kaybetti, ama stüdyosunu kullanmaya devam etmesine izin verilmiştir.

Beuys'un inşa ettiği birçok şey yeniden doğuşu temsil ediyordu. Şamanizm yani doğunun mistisizmine ilgi duyuyor, kendini şaman olarak görüyordu. Kelt kültürüne de kayıtsız kalamayıp Batı'nın da mistisizmi ile de ilgilenen Beuys, doğunun ve batının ruhunu bütünlemek istemekteydi. Düşünceyi ve konuşmayı birer 'form' olarak düşünen, yaşadığımız dünyayı nasıl şekillendirdiğimizin bir tür 'heykel' gibi algılanabileceğini iddia eden Joseph Beuys için "bütün" sadece çokluk içinde tek tek bulabileceklerinizin toplamı değildi; onun anlayışına göre bütünlük kendini, var olan her şeyin oluşturduğu örgü ve etkileşimli ilintide ifade etmekte ve böyle temellendirmekteydi (Van Der Grinten, 2005:23). Beuys mistik-ezoterik bir dünya görüşüne sahiptir. Bu dünya görüşüne göre gerçekliğin temeli maddi değil ruhsaldır. Dünya veya evren fiziğin ötesinde bir düşünce biçimiyle kavranabilir ve bireyler kendilerini bu düşünce ekseninde dönüştürmeli ve sanatı da bunun merkezine koymalıdır. Toplum olarak her bir bireyin yaratıcı eylemi sanattır ve bütüncül bir amaca hizmet etmelidir. Beuys'un düşüncesine göre, her türden yaratıcı eylem sanattır ve yaratıcı eylemde bulunan herkes de bir sanatçıdır. Bu yaratıcı/dönüştürücü eylemlerin de toplamı toplumsal sanattır. Beuys buna "sosyal heykel" der. Kaotik ve biçimsiz olan, eylem aracılığıyla biçime kavuşur. Önce bireysel sonra toplumsal kurtuluşun, iyileşmenin formülü ve teorisi budur (Merdaner, 2016:12).

7000 Meşe projesi Almanya'nın Kassel şehrinde her beş yılda bir tekrarlanan ve 1982'de Documenta 7'nin açılışında ilk meşe ağacının dikimi ile başlayacak olan çevreci bir projedir. Bağışçıların yardımlarıyla gerçekleşen projede, bağışlara Beuys'un imzasının bulunduğu ağaç sertifikaları verilir. Ayrıca Beuys bu çalışmayla ilgili üç farklı kartpostal tasarlar.

Beuys bu projeyi kendisinin ve insanlığın, dünyaya, ekolojik sisteme ve diğer canlılara bir borç olarak görür. Hızla artan sanayileşme ve endüstriyel kirlilik ekolojik dengeyi bozmuş, doğaya zarar vermiş ve bu durumda toplumun fiziksel ve ruhsal sağlığını etkilemiştir. Temiz bir doğanın temiz bir toplum oluşturmak için ön koşul olduğunu savunan Beuys, bu projenin Kassel'de başlayıp tüm dünyaya yayılmasını umut etmiştir (Delibaş, 2008:90-91).

Beuys'un kendi sanat tanımına yönelik fikirlerini gerçekleştirme olanağı bulduğu heykeli, 1982 yılında yapılan 7. Documenta için tasarlanan ve hızlı endüstrileşme sonucunda ekolojik yapısı tahrip olan Kassel şehrinin tekrar ağaçlandırılmasını amaçlayan 7000 Eichen (7000 Meşe) projesidir. Heykelin gerçekleştirildiği 7. Documenta'ya gönderme yapan yedi sayısının katı olan 7000 sayısının seçilmesi, Beuys'un sosyal heykel projesinin bir parçası olarak yapının yararlılığını ve etkisini daha geniş bir alanda göstermesini sağlamak içindir. Ekolojik sorunlara olan duyarlılığı artırmak için yapılan ve tüm Documenta tarihinde de özel bir yeri olan çalışma Beuys'un "Sosyal Heykel" kavramının en büyük ölçekli uygulamasıdır. Sanatçı 7000 Meşe'nin günlük çalışmayı, insanların yaşamını kapsayan bir heykel olduğunu ve sanatın genişletilmiş tanımı olarak adlandırdığı kavramı, sosyal heykel sanatını örneklediğini belirtir. Tüm Kassel halkının ağaç dikerek heykelin oluşumuna katılması amaçlanmıştır. Büyüyüp gelişen ağaçlarla heykel, sürekli değişim halinde olan, zamana temellenmiş bir heykeldir.



Resim 1. Joseph Beuys, 7000 Meşe, 1982



Resim 2. Joseph Beuys, 7000 Meşe, 1982

Beuys'un beslendiği bir kaynak olan Şamanizm'de doğa en önemli unsurlardan biridir ve ağaçlar ile insan arasında ilişki olduğuna, hayvanların yardımcı ruh olduğuna inanılır. Şaman tüm bu doğal unsurlar ve yer ile gök arasında bir elçi, iyileştirici gücü olan bir aracıdır. Şaman toplumları için gerçek dünya gibi hakiki olan uzak kozmosla; transsendental gerçeğe ve ruhların dünyasıyla insan ilişkilerini belirleyen şaman figürü, dinsel, ideolojik sistemin merkez karakteridir. Pek çok tanımlama, şamanların insanların dünyası ve ruhlar alemi; yani doğaüstü ögeler arasında bir aracı olduğu görüşünü desteklemektedir (Hoppal, 2012:20). Aslında Beuys bir şamanın misyonunu üstlenerek Almanya'nın Kassel şehrinde bir koruluk oluşturmuştur. Şamanizm'de korulukların bir ruhunun olduğuna ve bu ruhun insanları koruduğuna inanılırdı. Türkler için Orman ve ormanı oluşturan ağaçlar yukarıda da bahsedildiği üzere

tanrıya ulaşmanın bir yolu olan Kutup Yıldızı ile bağlantılı kozmik yollardı. Bu kozmik yollara zarar vermek Tanrı ile insan arasındaki iletişimin yok olması demektir. Bu yüzden Türkler Orman'a "KORULUK" adını vermiştir. Beuys bu bilgilere vakıf mıydı bilinmez, fakat kendini bir şaman olarak gördüğü ve bu bağlamda sosyal heykel kavramını oluşturduğu bilinmektedir.

2.2.Yoko Ono, 'Wish Tree' Series

Yoko Ono Lennon, Japon müzisyen ve sanatçı. Amerika Birleşik Devletleri vatandaşı ve New York'ta yaşıyor. John Lennon'ın eşidir. İkinci dünya savaşı sırasında ailesiyle New York'a gelmiş, burada felsefe ve müzik okumuş ve 1960'ların başında avant-garde sanatla ilgilenmiştir.

Dilek Ağacı, Japon sanatçı Yoko Ono'nun 1996 yılında başlattığı ve kendi yönetimi altında bir alana özgü bir ağacın dikildiği, devam eden bir sanat enstalasyon serisidir. Bir ağacın daha savunmasız olabileceği kış ayları dışında, izleyiciler genellikle ağaca yazılı bir dilek bağlamaya davet edilir Dilek Ağacı enstalasyonu, iyimserlik ve umut için bir araç olarak tasarlanan ve devam eden kavramsal bir sanat eseridir. Finlandiya'da tek bir ağaçla başladı, sonra mini bir orman ve şimdi Venedik, İtalya'dan Pasadena, Kaliforniya'ya ve şimdi de Philadelphia, Pensilvanya'ya kadar dünya çapında birden 21'e kadar değişen bir dizi ağaç. Dilek Ağacı başlı başına açık kaynaklı bir eserdir ve herkesi Ono'nun yönetimi altında kendi enstalasyonunu sahnelemeye davet eder. Amaç basit: Daha iyi bir derece, yeni bir bisiklet ya da dünya barışı için bir dileği paylaşmak ve başkalarını da bunu yapmaya davet etmek (Tseng, 2018).

Yoko Ono'nun oluşturduğu dilek ağacı formu Beuys'un beslendiği kaynakla benzerlik göstererek Türklerin İslamiyet'ten önceki inanç sistemi olan Şamanizm'le ilişkilidir. Bu olgu öylesine güçlü olacak ki hala Türkiye'nin her bölge, yöre hatta en küçük köy yerleşmelerinde bile binlerce dilek ve adak ağacı örnekleri bulmak mümkündür. Bunların pek çoğu yoğun bir şekilde ziyaret edilmektedir. Türk inanç sisteminde; yaratıcı esirgeyici, eşsiz ve tek Tanrı'ya hastalıklardan belalardan kurtulmak ve şükran duygularını ifade etmek için adaklar adamak, kurbanlar sunmak yaygın bir uygulamadır. Giden tanrı kutunu geri getirmek için tanrıyı sembolize eden kutsal ağaçların altında törenler yapılmakta, bezler bağlanarak kutsal ağaç vasıtasıyla Tanrıya niyazlarda bulunmaktadır. Ağaç bu dünya ile öteki dünyanın, yeraltıyla yeryüzünün ve gökyüzünün, insanla Tanrı'nın irtibatını sağlayan bir varlıktır. İnanca göre, kökleri yer altındaki cehenneme, dalları gökyüzündeki cennete ulaşmaktadır. Cennette yani ışık aleminde tanrı bulunmaktadır. Tanrı'dan bir şey dileyen, başındaki bir hastalıktan, bir felaketten, beladan kurtulmak isteyen kişiyoğlu, Tanrı mekânına ulaştığına inandığı ağacı bir vasıta olarak kullanır. Ağaç vasıtasıyla kişiyoğlunun hastalığını, sıkıntısını öğrenen tanrı, yine ağaç vasıtasıyla onlara yardım etmektedir (Bulut, 2011:130).



Resim 3. Yoko Ono's 'Wish Tree' Series, 2018, Photo Courtesy of Studio One



Resim 4. Yoko Ono's 'Wish Tree' Series, 2018, Photo Courtesy of Studio One



Resim 1. Yoko Ono, 2007, Wish Tree, Washington, DC, Installed at the Hirshhorn Museum and Sculpture Garden



Resim 1. Yoko Ono, 2007, Wish Tree, Washington, DC, Installed at the Hirshhorn Museum and Sculpture Garden

SONUÇ

1960'lı yılların hareketli yapısı bünyesinde yepyeni bir sürü akım ve dünya görüşü ortaya çıkarmıştır. Özellikle semavi dinlerin emrediciliğinden sıkılan batı toplumu kendine yeni yollar aramış haliyle doğayla bütünleşik akım ve dünya görüşlerini yeniden trend haline getirmiştir. Plastik sanatların birçok disiplininde ve müzikte kendini gösteren bu yeni trendler içinde en önemlisi asıl adıyla Kamlık İnancı literatürü adıyla Şamanizm en fazla dikkat çeken akım haline gelmiş ve yeni adıyla (Neo-Şamanizm) anılmaya başlanmıştır. Bu yeni arayışlar Şamanizm ritüellerinin tekrar ele alınarak yeni nesil Şamancıl terapi seansları adı altında kültür endüstrisinin bir parçası haline getirmiştir. Bu tip olumsuzluklarla birlikte Şamanizm'in kutsal kabul ettiği öğretiler ve motifler bazı sanatçıların dikkatini çekmiş bu sanatçıların ürettiği işlere kaynaklık sağlamışlardır. Araştırmada ele alınan Joseph Beuys ve Yoko Ono gibi sanatçıların dönemin trendlerini gözlemlemenin ötesinde bu akım ve trendlere yol çizebilecek kadar güçlü iki sanatçıdır. Fluxus'un en popüler iki sanatçısı olarak Şamanizmin iyileştirici ve yönlendirici tarafını eylemlerinde kullanmışlardır. Araştırmanın kapsamını oluşturan kutsal ağaç motifine gelinecek olursa Yaşam Ağacı, Hayat Ağacı gibi formlarla farklı coğrafyalarda karşımıza çıkan bu kavram dönem dönem edebiyattan resme, mimarlıktan süsleme sanatlarına kadar birçok alanda karşımıza çıkmaktadır. Hayat Ağacı veyahut Yaşam Ağacı olarak literatüre geçen bu kavramın menşeyinin ağırlıklı olarak Orta Asya ve ona komşu ülkeler olduğu bilinmektedir. Joseph Beuys ve Yoko Ono'nun güçlü işleriyle ele alınan bu kavram iki sanatçının da ulaştığı izleyici kitlesi ve yarattığı bölgesel değişimle bir sanat nesnesinin yarabileceği değişimi gözler önüne sermektedir. İki sanatçının da yaşadığı dönem ve o dönemde trend olan anlayışların getirdiği öğretilerden etkilendiği aşikardır. Ayrıca bu gibi trendlere yön verdiklerini söylemek de yanlış olmayacaktır.

KAYNAKÇA

- Arslan, S. (2014). Türklerde Ağaç Kültü ve Hayat Ağacı, *International Journal of Social and Educational Sciences Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1:59-71
- Ağaç, S., Sakarya, M. (2015), Hayat Ağacı Sembolizmi, *International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)*,1:1-14.
- Aydemir, F. (2017). *Popüler Kültürde Mistik Motifler: Bir Anlatı, Tüketim ve Gösteri Alanı Olarak Tasavvuf*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydemir, F. (2020) Postmodern Tüketim Kültürü ve Kutsallık Biçimleri Üzerine Metateorik ve Kavramsal Bir Tartışma: Deneyim, Yaşam Tarzı ve Bireysellik Alanı Olarak Spiritüellik, *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 36:53-76
- Baudrillard, J. (2016). *Tüketim Toplumu*. H. Deliceçaylı ve F. Keskin (Çev.), İstanbul: Ayrıntı.
- Bayat, F. (2007). *Türk Mitolojik Sistemi 2*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Belli, O. (1982). *Urartularda Hayat Ağacı İnanıcı*, Anadolu Araştırmaları, İstanbul, 8:237-247
- Bars, M. E. (2014). Türk Kültüründe Ağaç Kültü ve Şor Kahramanlık Destanlarına Yansımaları, *International Journal of Social Science*, 27:379-398
- Bulut, İ. (2011). Anadolu'da İnanışların ve Geleneklerin Doğa Korunması Açısından Önemi Üzerine Örnekler, *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 46:119-134
- Delibaş, L. (2008). *Kelt kültürü bağlamında Joseph Beuys ve Eserleri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans tezi, Marmara Üniversitesi.
- Ergun, M. (2000). Türk Ağaç Kültü İnancının Dede Korkut Hikâyelerindeki Yansımaları, *Türk Dili Araştırmaları Yıllığı*, 46:71-80
- Featherstone, M. (2013). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. M. Küçük (Çev.). 3. Baskı, İstanbul: Ayrıntı.
- Gömeç, S. (1998). Şamanizm ve Eski Türk Dini, *PAÜ. Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4:39-51
- Ögel B. (2006). *Türk Mitolojisi II*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Özarlan, M. (2003). Türk Kültüründe Ağaç ve Orman Kültü, *Türkbilig*, 5:94-102.
- Öztürk, Ateş, Ş. (2012). *Yakandoğu Demirçay Uygurluklarında Hayat Ağacı İnanıcı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.
- Paker, K. O. (2011). Postmodern bilgelik: Yeni Çağ Söyleminde Kişisel Gelişim ve Ruhsal Alıştırmalar, *Psikoloji Çalışmaları Dergisi*, 31:61-98.
- Perrin, M. (2013). *Şamanizm, İletişim yayınları*, İstanbul
- Işık, R. (2004). Türklerde Ağaçla İlgili İnanışlar ve Bunlar Bağlı Kültler, *Fırat Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 9:89-106.
- İnan, A. (1986). *Tarihte ve Bugün Şamanizm Materyaller ve Araştırmalar*, Türk Tarih Kurumu Yayınları
- Kıyak, A. (2011). Geleneksel Türk Dininde Ağaç Kültü, *Elâzığ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 13:91-104
- Köse, A. (2011). *Milenyum Tarikatları: Batı'da yeni dini akımlar*. İstanbul: Timaş Yay.
- Merdaner, E. (2016). *Joseph Beuys "Sanatı ve Felsefesine Bir Bakış*. İstanbul: Tekhne Yayınevi.
- Tanyu, H. (1976). *Türklerde Ağaçla İlgili İnançlar*, *Türk Folkloru Araştırmaları Yıllığı*, Kültür Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları:17 Sürekli Yayınlar Dizisi: 2
- Millî Folklor, 47: 22-30.
- Tseng, S. (2018). *Yoko Ono's 'Wish Tree' Series is Coming to Penn This Friday*, <http://www.34st.com/article/2018/04/yoko-ono-wish-tree-for-peace-college-green-arts-philadelphia>.
- Van der Grinten, F. J. (2005), "...siz yaratıklar". M. Haydaroglu (Ed.), Joseph Beuys: Aslolan çizgidir, Schloss Moyland müzesi koleksiyonundan bir seçki içinde (s.23-26). Yapı Kredi Yayınları

EV TEKSTİLİNDE GIDA ATIKLARI İLE DOĞAL BOYAMA SHİBORİ UYGULAMALARI*

*Natural Dyeing Shibori Applications with Food Waste in Home
Textiles*

Kader ATIŞ¹, Duygu İrem CAN²

ÖZ

Sanayi ve teknolojinin hızla geliştiği üretim ve tüketimin arttığı tekstil alanında da sürdürülebilirlik kavramı ile karşılaşmaktayız. Bu kavram ürünlerin üretim aşamasından tüketim aşamasına tüm süreçlerde karşımıza çıkmaktadır. Bu süreçler içinden üretim aşamasında kullanılan elyaf, iplik, kumaş vb. ürünlerin renklendirilmesinde kullanılan boyarmaddelerin çevreye olan zararları bulunmaktadır. Günlük olarak tükettiğimiz yiyecekler sonrasında gıda atıklarına dönüşmektedir. Oluşan bu gıda atıklarından bazıları doğal boyama işlemlerinde kumaş yüzeylerini renklendirmek için kullanılabilir. Kumaş yüzeyi renklendirmek için kullanılan çeşitli kumaş boyama teknikleri bulunmaktadır. Bu teknikler arasında Uzakdoğu ve Asya kökenli shibori kumaş boyama tekniği yer almaktadır. Shibori kumaş boyama tekniği ile renklendirme yapılırken kumaşa çeşitli direnç işlemleri uygulanarak boyama yapılmaktadır. Bu direnç işlemleri kumaş üzerine yapılan dikiş, katlama, bağlama ya da bazı materyallerin yardımıyla gerçekleştirilen sıkıştırma işlemlerinden oluşmaktadır. Shibori tekniğinde kumaş yüzeyleri, giysiler, örtü vb. tekstil ürünleri renklendirilebilmektedir. Bu çalışmada shibori teknikleri kullanılarak gıda atıkları ile boyama çalışmaları yapılmıştır. İlk olarak seçilen kumaş üzerinde desen ve renk çalışmaları yapılmıştır. Bu çalışmalarda doğal boyama malzemesi olarak evsel atık kategorisinde yer alan soğan kabukları, nar kabukları ve siyah çay atıkları seçilmiştir. Shibori tekniklerinden sıkma-bağlama shibori ve katlama shibori seçilmiştir. Yapılan uygulamalar bu seçimler üzerinden şekillendirilmiş ve ev tekstili alanının mutfak tekstili kategorisi için runner ve amerikan servisi ürünleri tasarlanmıştır. Doğal boyama ve shibori tekniği uygulanan kumaş yüzey çalışmaları üzerinden Clo giysi simülasyon tasarım programı yardımı ile ürün tasarımları yapılmıştır. Yapılan çalışmada ev tekstili alanına teknoloji ve doğal boyama yöntemlerinin birlikte kullanıldığı yenilikçi, çevreye duyarlı ürünler kazandırılmak amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gıda atığı, doğal boyama, ev tekstili, shibori, clo 3b giysi simülasyon

ABSTRACT

Sustainability is an important consideration in the textile industry as production and consumption increase. One area of concern is the environmental impact of the dyes used in the coloring process. However, natural dyeing processes can use food waste to color fabric surfaces. The shibori fabric dyeing technique, originating in Far Eastern and Asian cultures, is one such technique. With shibori, fabric is colored by applying resistance processes such as stitching, folding, binding, or compression to the fabric. This technique can be used to color various textile products, including fabric surfaces, garments, covers, and more. This study focuses on dyeing food waste using shibori techniques. The researchers conducted pattern and color studies on fabric using natural dyeing materials such as onion peels, pomegranate peels, and black tea wastes. Two shibori techniques, squeezing-binding shibori and folding shibori, were chosen for the dyeing process. Based on these techniques, runner and American service products were designed for kitchen textiles. The designs were created using the Clo garment simulation design program, incorporating fabric surface studies with natural dyeing and shibori techniques. The aim of the study is to combine technology and natural dyeing methods to develop innovative and environmentally friendly home textile products. Overall, this research explores the potential of utilizing food waste for sustainable dyeing practices in the textile industry.

Keywords: Food waste, natural dyeing, shibori, home design, clo 3d garment simulation

1. ORCID: 0000-0002-7457-2178

1. Eskişehir Teknik Üniversitesi. kaderatis@ogr.eskisehir.edu.tr

2. ORCID: 0000-0001-9943-7154

2. Dr. Öğr. Üyesi, Eskişehir Teknik Üniversitesi, dican@eskisehir.edu.tr

EXTENDED ABSTRACT

The concept of sustainability appears in the field of textiles and fashion due to increasing production and consumption habits. Finishing processes applied to the fabric in textile production, harmful wastes generated after dyeing processes and rapidly changing fashion trends, constantly bought and discarded clothes cause this concept to appear frequently in the textile sector. The wastes that arise after consumption habits and the damage of these wastes to the environment have led to the emergence of movements that support sustainability.

Sustainability studies in the field of textiles include issues related to the harm of chemical dyes to the environment, nature and human health. With these studies, natural dyeing has come to the agenda again. In natural dyeing, dyeing is done by using the roots, flowers, stems, leaves, leaves and seeds of various plants. In addition to these, some insect and snail species are also used as natural dyes. These materials have been used to color fabrics and fibers from past to present.

In the literature, there are studies that present us the products dyed using natural dyestuffs and the measurements of the fastness of these products. Among these studies, there are also studies on natural dyeing process using domestic food wastes. In this study, the project titled 'Evsel ve Endüstriyel Atıklardaki Doğal Boya Kaynaklarının Rezerve Teknikleriyle Tekstil Tasarımında Geri Kazanımları' has been guiding

Within the scope of the study, food waste and natural dyeing products were determined and in addition to these, shibori fabric dyeing technique was used. Shibori technique is known as a fabric dyeing technique that emerged in the Far East and Asian countries in the 6th and 8th centuries and integrated with Japanese culture. In the Shibori technique, different resistance processes (such as squeezing, folding, binding) are applied to the fabric before dyeing. Then the dyeing process is carried out. After dyeing, different effects and patterns are formed on the fabric

The aim of this study is to create sustainable and environmentally friendly products and to make product designs by blending food waste and natural dyeing shibori techniques. In addition, it is to make product designs with the help of CLO garment simulation program through fabric surface studies on which natural dyeing and shibori techniques are applied. In this study, it is aimed to bring innovative, environmentally friendly and sustainable products to the field of home textiles.

The surfaces resulting from the patterning and painting processes were turned into printing surfaces with the help of computer design programs Photoshop and Illustrator. Home textile product designs were made on the prepared printing surfaces with the CLO three-dimensional clothing simulation program. Runner and placemat products, which are in the kitchen textile category, were designed as home textile products. 5 different collections including runners and placemats were designed with the CLO design program. The prepared design visuals are labeled 'Tasarım Uygulamaları' section. One of these collections was realized as a product. 'Ornek Uygulama' section, there are recipes for dyeing processes and dyed home textile product designs. The goal of the study is to create innovative and sustainable products in the field of home textiles. In addition, it is aimed to present to researchers that it is possible to use computer-aided design programs in the product making phase in the field of natural dyeing.

It is thought that the study contributes to the use of computer design programs and traditional painting techniques together.

GİRİŞ

Sürdürülebilirlik, adından da anlaşılacağı üzere daimi, sürekli olmak gibi devamlılık içeren anlamları bünyesinde barındırmaktadır. Sürdürülebilirlik ortaya çıkmış olduğu zamandan günümüze yenilikçi fikirler sunmak için üzerinde çalışmalar ve araştırmalar yapılan bir kavram olmuştur (Şen, Kaya ve Alpaslan, 2018). Yaşam şartları, çevre, ekonomi, üretim-tüketim gibi devamlılığının olması savunulan alanlarda sürdürülebilirlik adı altında pek çok araştırma ve çalışma bulunmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı son yıllarda tekstil ve moda alanında geniş bir yere sahip olmuştur. Hammadde üretiminde kullanılan insan sağlığına ve çevreye zararlı kimyasallar, tekstil ürünlerinde kullanılan kimyasallar ve boyalar bu alanda sürdürülebilirlik çalışmalarının yoğunlaşmasına yol açmıştır.

Bu üretim işlemleri ve tüketim sonrasında oluşan atıkların çevreye büyük ölçüde zarar vermesi sürdürülebilirlik çalışmalarının moda ve tekstil alanında yoğunlaşmasına neden olmuştur. Hızla değişen trendler ile insanları sürekli almaya ve atmaya yönelten yaklaşımlar ortaya çıkmıştır (Metlioğlu ve Yakın, 2021). Atık kavramı, kullanımını tamamlamış ve geriye kalıntılarını bırakmış şeyleri kapsamaktadır. Atık, üretim ya da tüketim aşamalarında kullanılan malzemelerin amaçlarını tamamladıktan sonra geride bıraktıkları kalıntılar olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım, İşmal ve Sağduyu, 2018).

Gıda sektöründe üretim ve tüketim aşamalarında pek çok atık oluşmaktadır. Gıda sektöründe oluşan atıklar meyveler, sebzeler, yemek artıkları gibi çeşitli yiyecek ve içeceklerden oluşmaktadır (Kılınç ve Bekar, 2018). Bu yiyecek ve içecek atıkları yeniden kullanıma kazandırılabilir. Meyve ve sebze atıkları gübre yapmak için kullanılacakları gibi tekstil alanında kumaşları, lifleri renklendirmek için boyama malzemesi olarak kullanılabilir. Bu atık malzemelerle boyama işlemi doğal boyamacılık yöntemleri ile yapılmaktadır. Doğal boyama için kullanılacak gıda atıkları arasında, soğan, avokado çekirdeği ve kabuğu, nar kabuğu, ceviz, enginar kabuğu, bakla, çay, kahve bulunmaktadır. Bu atıklara verilebilecek örnekler daha da çoğaltılabilir (Yıldırım, İşmal ve Sağduyu, 2018: 12).

Doğal boya, bitkilerden ve bazı kabuksu hayvanlardan elde edilip, kumaş, iplik gibi tekstil malzemelerini renklendirmek için kullanılmaktadır. Doğal boya bitkilerin; köklerinden, yapraklarından, çekirdeklerinden, kabuklarından, saplarından ve çiçeklerinden elde edilebilmektedir (Genç, 2020). Doğal boyamacılıkta boyama işlemi direkt, mordanlı ve küp boyama teknikleri kullanılarak yapılmaktadır. Direkt işlemde; boyanacak olan malzeme (kumaş, ip vs) belirli sıcaklıktaki boyarmadde içine atılarak belirli bir zamanda gerçekleştirilmektedir. Mordanlı işlemlerde ise, boyanmak istenen kumaş veya elyaf boyanmadan önce ya da boyama sırasında mordan malzemeleri kullanılarak işlem gerçekleştirilmektedir. Mordanlama; elyafın, ipliğin, kumaşın haslık derecelerini arttırmak için uygulanan işlemlere denilmektedir. Bu işlemler için mordan malzemesi olarak; düşük bazik ve asidik özellikleri olan sirke, çamaşır suyu, limon veya mandalina suyu; tuz, şap gibi madenler ve çeşitli suda çözülebilir demir tozları kullanılmaktadır (Cebeci, 2020: 659-660).

Ev tekstili, yaşadığımız alanı düzenlemeye, süslemeye ve dekore etmeye yarayan eşyalar bütünüdür. Ev tekstili ürünleri içerisinde koltuk kumaşları, perde, halı, yatak, yorgan, battaniye, mutfak örtüleri, bornoz, minder, yastık gibi geniş bir ürün yelpazesini barındırmaktadır (Durur ve Paker, 2009: 18). Yaşadığımız alan içerisinde yer alan bu ürünler giyim tekstilinden farklı bir alt grup oluşturmaktadır. Bu tekstil alt grubu da kendi içinde pek çok alt gruba ayrılmaktadır. Bunlar;

- Oturma grubu tekstil ürünleri (koltuk döşeme kumaşları, portatif örtü kumaşlar vb.)
- Pencere tekstil ürünleri (tül perdeler, kalın perdeler vb.)
- Yatak odası tekstil ürünleri (nevresim, yatak örtüsü vb.)
- Banyo tekstil ürünleri (havlu, bornoz vb.)
- Mutfak tekstil ürünleri (masa örtüleri, mutfak takımları vb.) olarak sınıflandırılmaktadır (Tasmacı, 1998: 16-24).

Eve ve insanlara bağlı şekillenen ev tekstili ürünleri, sürekli değişen dönemler ve yaşam tarzlarına göre şekillenmiştir. İnsanların alışkanlıklarına bağlı olarak şekillenen iç mekân düzenlemeleri yapılmıştır (Yıldırım, 2007: 16-18).

Günümüzde minimal bir çerçevede gelişen iç mekân düzenlemelerinin sürdürülebilirlik kavramının bir getirisi olduğu düşünülmektedir. Bu tarzda iç mekân düzenlemesi yapan insanlar, ev tekstili ürünlerini seçerken trend ürünlerden ziyade, kullanılabilir, rahat, sağlam ve çok yönlü ürün seçimine yönelmektedirler. Minimalist çerçevede gelişen bu anlayışla birlikte tasarımcılar bu yönde ürünler tasarlamaya başlamışlardır. Ekolojik tasarım anlayışını

benimseyen tasarımcılar, çevreye zarar vermeyen malzemelerle estetik bir bütünlük içinde çalışmalarını yapmaktadırlar. Bu sürdürülebilir tasarım anlayışı ürünün hammaddesinde başlayıp kullanıma kadar olan bütün süreçleri kapsamaktadır (Özdem, 2020: 260-261).

Bunlara ek olarak günümüz pandemi şartlarından dolayı zamanlarının çoğunu evde geçiren insanlar evlerinde gereksiz gördükleri ürünleri sadeleştirme yoluna gitmişlerdir. Kendileri için daha kullanışlı ve ferah yaşam alanları oluşturmaya başlamışlardır.

Sürdürülebilir ve çevreye duyarlı tasarımlar oluşturmada tasarımcıların rolü büyüktür. Tasarımcıların, ürünlerini çevreye duyarlı, yenilenebilir malzemeler kullanarak tasarlamaya özen göstermeleri büyük önem arz etmektedir. Ürünlerin hammadde aşamasından kullanım aşamasına kadar özenle hazırlanmasının günümüz dünyasında büyük bir yere sahip olduğu düşünülmektedir (Şahin ve Odabaşı, 2018).

1. Yöntem

Bu çalışmada Tasarım tabanlı araştırma yöntemi benimsenmiştir. Tasarım tabanlı araştırma; araştırmacılar ve katılımcılar ile işbirliği ile yapılan analiz, tasarım, geliştirme ve uygulama süreçlerini kapsamaktadır. Gerçek uygulama ortamında döngüsel olarak yapılan, tasarım ilkelerinin ve kuramlarının geliştirilmesini, eğitim uygulamalarını iyileştirmeyi amaçlayan bir yöntemdir (Kuzu, Çankaya ve Mısırlı, 2011).

'Tasarım tabanlı araştırma yönteminin de amaç, bir tasarımın uygulamadaki işleyişini iyileştirmektir. Dolayısıyla araştırma ilerledikçe uygulamadaki işleyişini iyileştirmek için tasarımda değişiklikler ve düzeltmeler yapılır. Tasarımın bir ögesinin çalışmadığı tespit edildiğinde, onun neden çalışmadığının analiz edilmesi önemlidir. Benzer şekilde bu düzeltmeler sonunda aynı tasarım ögesinin uygulamada çalışıp çalışmadığı tekrar test edilir' (Kuzu, Çankaya ve Mısırlı, 2011).

Çalışma kapsamında tasarlanacak ürünler için 'Shibori' teknikleri kullanılmıştır. Shibori, sıkmak ve bükme anlamına gelen Japon kökenli kumaş boyama tekniğidir. Kumaşa üç boyutluluk kazandırmak, desen oluşturmak için bükme ve presleme gibi işlemlerin, boyama işleminden önce yapılması yöntemidir. Bu teknikte kumaşa uygulanan büzgü, bağlama, dikiş, sıkıştırma gibi işlemlerle kumaşın belirlenen bölgelerine boyar maddenin nüfuz etmesi engellenmektedir. Kumaşa uygulanan her farklı yöntem, farklı desenler ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Yıldız, 2017).

Shibori teknikleri temelde 4 farklı yöntemden türemiştir. Bu teknikler; bağlama shibori, dikişli shibori, katlama shibori, boruya sarma shiboridir. Bağlama shibori; en eski tekniklerden biri olup taş, bilye, fasulye vb. malzemelerin belirli noktalardan kumaşa sıkıştırılması ya da bağlanması ile desen oluşturulması tekniğidir (Yıldız, 2017: 30). Dikişli shibori; kumaşı katlayarak veya katlamadan oluşturulacak desen belirlenip sağlam bir ip yardımıyla teyel yapılarak ya da dikiş makinası kullanarak kumaş üzerinde desen oluşturma tekniğidir (Novak, Ljubojev ve Kovacev, 2015: 234). Katlama shiboride; kumaş üçgen, kare, dikdörtgen vb. şekillerde katlanıp, tahta, kelepçe vb. malzemelerle sıkıştırılarak desen oluşturulmaktadır (Kırmızı, 2009: 36). Boruya sarma shiboride; Kumaş boruya sarılıp, ip yardımı ile sabitlenir sonrasında kumaş iki tarafından büzülüp boyama işlemi gerçekleştirilmektedir. Boruya sarma shiboride oluşan desenlerin fırtına gibi görünmesinden dolayı bu teknik 'Arashi shibori' olarak da bilinmektedir. Arashi, Japonca da 'fırtına' anlamına gelmektedir (Novak, Ljubojev ve Kovacev, 2015: 236).

Çalışmada doğal boyama işlemleri için soğan kabuğu, nar kabuğu ve siyah çay atıkları seçilmiştir. Mordanlama işlemi için şap mordan maddesi kullanılmıştır. Mordanlama işlemleri, doğal boyamacılıkta elyaf, iplik ve kumaşın haslık derecelerini iyileştirmek ve daha canlı renkler elde etmek için uygulanan işlemlerdir. Mordanlama işlemleri sırasında kullanılan asit, baz özellikleri olan ve suda çözünebilen maddelere mordan maddesi denilir (Öztürk ve Yılmaz Ege, 2019: 399).

Çalışma kapsamında seçilen gıda atıkları ile kullanılan doğal boyama shibori işlemleri için oluşturulan reçeteler doğrultusunda 9 farklı örnek uygulama yapılmıştır. Boyama işlemleri için pamuklu kumaş tercih edilmiştir. Boyarmadde olarak seçilen soğan kabuğu, nar kabuğu ve siyah çay atıklarının her birinden 3'er farklı boyama olacak şekilde uygulamalar gerçekleştirilmiştir. Mordanlama işlemi için soğan kabuğu ve nar kabuğu atıklarından oluşan boya banyosuna şap mordan maddesi eklenmiştir. Siyah çay atıklarından oluşan boya banyosuna mordan maddesi eklenmemiştir. Yapılan denemelerin sonuçları fotoğraflanmış ve photoshop programı kullanılarak kumaş yüzeyleri oluşturulmuştur. Oluşturulan yüzeyler ile CLO giysi simülasyon programı üzerinden ev tekstili alanının mutfak tekstili kategorisi için runner ve amerikan servisi ürünleri tasarlanmıştır. 5 farklı koleksiyon olarak tasarlanan

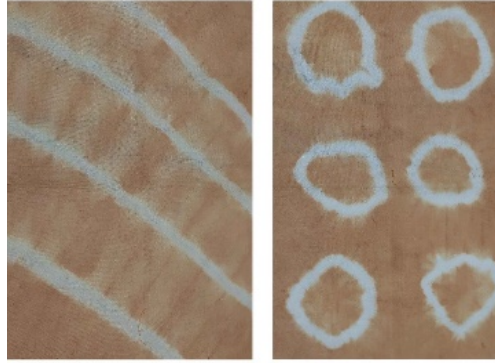
ürünlerden biri seçilmiş ve örnek çalışma olarak bir uygulama yapılmıştır. Yapılan tasarımlar, uygulamalar ve çalışmaların bulguları betimlenerek anlatılmıştır.

1.1. Boyama işlemleri

Çalışmada ilk olarak küçük parça halinde pamuklu kumaşlara sıkma bağlama shibori ve katlama shibori teknikleri uygulanmıştır. Bu uygulama sonrasında doğal boyama için seçilen evsel gıda atıkları yardımıyla renklendirme işlemi yapılmıştır. Bu gıda atıkları; soğan kabukları, nar kabukları ve siyah çay atıklarından oluşmaktadır. Mordan maddesi olarak şap kullanılmıştır. Aşağıda yer alan tablolar yapılmış olan ürün tasarımlarının ilk aşamasını oluşturmaktadır.

Tablo 1. Soğan kabuğu atıkları kullanılarak hazırlanan boya banyosunun reçetesi 1

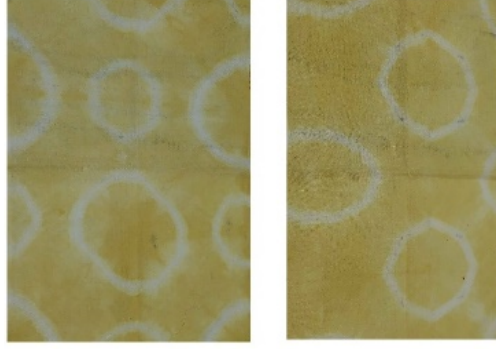
Elyaf tipi – Boyarmadde kazanı içerisine atılan kumaş gramı	Pamuk – 15 gr
Kullanılan shibori tekniği	Sıkma-bağlama ve katlama shibori
Boyarmadde - Boyar madde ağırlığı	Soğan kabuğu – 200 gr
Boyama öncesi kumaşa yapılan işlem	1000 ml su 50 ml sirke karışımında 2 saat bekletme
Boya banyosuna eklenen su miktarı	2000 ml
Mordanlama tipi ve mordan malzemesi	Birlikte mordanlama 5 gr şap
Kumaşın boya banyosunda kaynama süresi	2 saat
Boyama sonrası yapılan işlem	Elde yıkama



Resim 1. Tablo 1 soğan kabuğu atıkları ile yapılan boyama işleminin sonucudur.

Tablo 2. Nar kabuğu atıkları kullanılarak hazırlanan boya banyosunun reçetesi

Elyaf tipi - Boyarmadde kazanı içerisine atılan kumaş gramı	Pamuk – 15 gr
Kullanılan shibori tekniği	Sıkma-bağlama shibori
Boyarmadde- Boyar madde ağırlığı	Nar kabuğu- 200 gr
Boyama öncesi kumaşa yapılan işlem	1000 ml su 50 ml sirke karışımında 2 saat bekletme
Boya banyosuna eklenen su miktarı	1500 ml
Mordanlama tipi ve mordan malzemesi	Birlikte mordanlama 6 gr şap
Kumaşın boya banyosunda kaynama süresi	2 saat
Boyama sonrası yapılan işlem	Elde yıkama



Resim 2. Tablo 2 nar kabuğu atıkları ile yapılan boyama işleminin sonucudur.

Tablo 3. Siyah çay atıkları kullanılarak hazırlanan boya banyosunun reçetesi

Elyaf tipi - Boyarmadde kazanı içerisine atılan kumaş gramı	Pamuk – 15 gr
Kullanılan shibori tekniği	Katlama shibori
Boyarmadde - Boyar madde ağırlığı	Siyah çay – 800 ml
Boyama öncesi kumaşa yapılan işlem	1000 ml su 50 ml sirke karışımında 2 saat bekletme
Boya banyosuna eklenen su miktarı	-
Mordamlama tipi ve mordan malzemesi	-
Kumaşın boya banyosunda kaynama süresi	1 saat
Boyama sonrası yapılan işlem	Elde yıkama



Resim 3. Tablo 3 siyah çay atıkları ile yapılan boyama işleminin sonucudur.

Tablo 4. Nar kabuğu atıkları kullanılarak hazırlanan boya banyosunun reçetesi 2

Boyarmadde - Boyar madde ağırlığı	Nar kabuğu- 100 gr
Boya banyosuna eklenen su miktarı	2000 ml
Kaynama süresi	2 saat 30 dk
Kaynama sonrası oluşan boyarmadde miktarı	1200 ml

Tablo 5. Nar kabuğu atıkları kullanılarak hazırlanan boya banyosunun reçetesi 2.1. (Tablo 4.'deki boya banyosundan alınan boyarmadde ile hazırlandı)

Elyaf tipi - Boyarmadde kazanı içerisine atılan kumaş gramı	Pamuk - 8 gr
--	--------------

Kullanılan shibori tekniği	Sıkma-bağlama shibori ve katlama shibori
Boyarmadde - Boyar madde ağırlığı	Nar kabuğu - 400 ml
Boyama öncesi kumaşa yapılan işlem	1000 ml su 50 ml sirke karışımında 2 saat bekletme
Boya banyosuna eklenen su miktarı	500 ml
Mordanlama tipi ve mordan malzemesi	Birlikte mordanlama 2 gr şap
Kumaşın boya banyosunda kaynama süresi	35 dk
Boyama sonrası yapılan işlem	Elde yıkama



Resim 4. Tablo 5 nar kabuğu atıkları ile yapılan boyama işleminin sonucudur.

Tablo 6. Nar kabuğu atıkları kullanılarak hazırlanan boya banyosunun reçetesi 2.2. (Tablo 4.'deki boya banyosundan alınan boyarmadde ile hazırlandı)

Elyaf tipi - Boyarmadde kazamı içerisine atılan kumaş gramı	Pamuk - 8 gr
Kullanılan shibori tekniği	Sıkma-bağlama shibori ve katlama shibori
Boyarmadde - Boyar madde ağırlığı	Nar kabuğu - 450 ml
Boyama öncesi kumaşa yapılan işlem	1000 ml su 50 ml sirke karışımında 2 saat bekletme
Boya banyosuna eklenen su miktarı	-
Mordanlama tipi ve mordan malzemesi	Birlikte mordanlama 3 gr şap
Kumaşın boya banyosunda kaynama süresi	35 dk
Boyama sonrası yapılan işlem	Elde yıkama



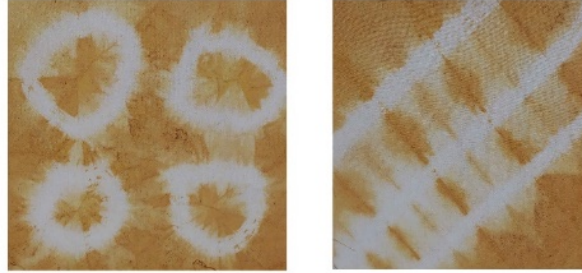
Resim 5. Tablo 6 nar kabuğu atıkları ile yapılan boyama işleminin sonucudur.

Tablo 7. Soğan kabuğu atıkları kullanılarak hazırlanan boya banyosunun reçetesi

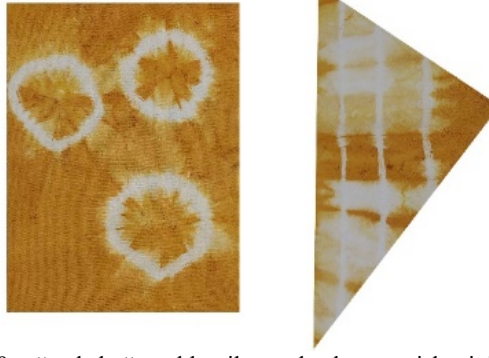
Boyar madde - Boyar madde ağırlığı	Soğan kabuğu - 300 gr
Boya banyosuna eklenen su miktarı	3000 ml
Kaynama süresi	3 saat
Kaynama sonrası oluşan boyarmadde miktarı	2200 ml

Tablo 8. Soğan kabuğu atıkları kullanılarak hazırlanan boya banyosunun reçetesi (Tablo 7.'deki boya banyosundan alınan boyarmadde ile hazırlandı)

Elyaf tipi - Boyarmadde kazanı içerisine atılan kumaş gramı	Pamuk - 9 gr
Kullanılan shibori tekniği	Sıkma-bağlama shibori ve katlama shibori
Boyar madde - Boyar madde ağırlığı	Soğan kabuğu - 700 ml
Boyama öncesi kumaşa yapılan işlem	1000 ml su 50 ml sirke karışımında 2 saat bekletme
Boya banyosuna eklenen su miktarı	-
Mordanlama tipi ve mordan malzemesi	Birlikte mordanlama 3 gr şap
Kumaşın boya banyosunda kaynama süresi	35 dk
Boyama sonrası yapılan işlem	Elde yıkama

**Resim 6.** Tablo 8 soğan kabuğu atıkları ile yapılan boyama işlemi sonucudur.**Tablo 9.** Soğan kabuğu atıkları kullanılarak hazırlanan boya banyosunun reçetesi (Tablo 7.'deki boya banyosundan alınan boyarmadde ile hazırlandı)

Elyaf tipi - Boyarmadde kazanı içerisine atılan kumaş gramı	Pamuk - 9 gr
Kullanılan shibori tekniği	Sıkma-bağlama shibori ve katlama shibori
Boyar madde - Boyar madde ağırlığı	Soğan kabuğu - 900 ml
Boyama öncesi kumaşa yapılan işlem	1000 ml su 50 ml sirke karışımında 2 saat bekletme
Boya banyosuna eklenen su miktarı	-
Mordanlama tipi ve mordan malzemesi	Birlikte mordanlama 5 gr şap
Kumaşın boya banyosunda kaynama süresi	35 dk
Boyama sonrası yapılan işlem	Elde yıkama



Resim 7. Tablo 9 soğan kabuğu atıkları ile yapılan boyama işleminin sonucudur.

Tablo 10. Siyah çay atıkları kullanılarak hazırlanan boya banyosunun reçetesi

Elyaf tipi - Boyarmadde kazanı içerisine atılan kumaş gramı	Pamuk - 6 gr
Kullanılan shibori tekniği	Katlama shibori
Boyar madde - Boyar madde ağırlığı	Siyah çay - 660 ml
Boyama öncesi kumaşa yapılan işlem	-
Mordamlama tipi ve mordan malzemesi -Mordamlama süresi	-
Kumaşın boya banyosunda kaynama süresi	35 dk
Boyama sonrası yapılan işlem	Elde yıkama



Resim 8. Tablo 10 Siyah çay atıkları kullanılarak yapılan boyama işleminin sonucudur.

Evsel gıda atıkları kullanılarak yapılan boyama işlemleri sonucunda; seçilen atık malzemelerin boya banyosuna farklı miktarlarda eklenmesi çeşitli renk tonlarının oluşmasını sağlamıştır. Uygulanan shibori teknikleri kumaş yüzeylerinde belirgin desenler oluşmasına olanak sağlamıştır.

Resim 1 'de soğan kabuğu atıkları ve şap mordan maddesi ile boyama işlemi gerçekleştirilmiştir. Sıkma- bağlama ve katlama shibori teknikleri kullanılmıştır. Boya banyosuna şap mordanı eklenen Resim 1 'deki çalışmanın renginin soğan kabuğu ile boyama yapılan diğer çalışmalar Resim 6 ve Resim 7 ' ye oranla daha açık bir renkte olduğu görülmektedir.

Resim 2 'deki çalışma da nar kabuğu atıkları ve şap mordan maddesi kullanılmıştır. Kumaşa sıkma- bağlama shibori tekniği uygulanmıştır. Nar kabuğu atıkları ile boyama yapılan Resim 4 ve Resim 5 'deki uygulamalara göre Resim 2 'deki çalışmanın rengin daha parlak sarı olarak görülmektedir. Resim 4 ve Resim 5 'de daha kavun içi rengine yakın bir renk elde edilmiştir.

Siyah çay atıkları ile yapılan uygulamalarda Resim 3 ve Resim 8 'deki uygulamalarda boya banyosuna eklenen kumaş miktarından dolayı renk farklılıkları olduğu düşünülmektedir.

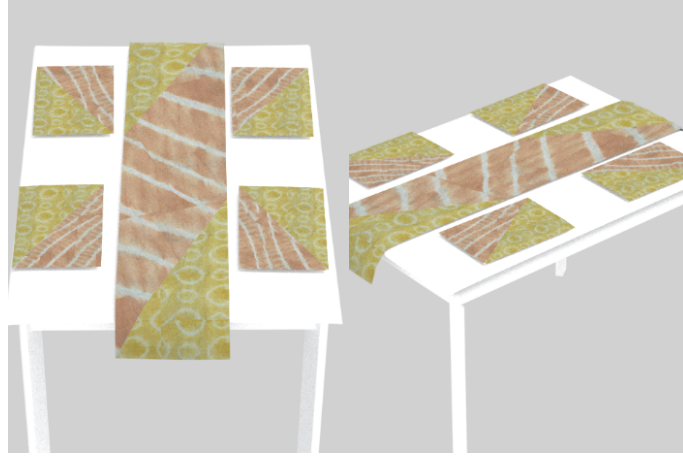
2. CLO Ürün Tasarımları

Teknolojinin gelişimi hayata çeşitli avantajlar sunmaktadır. Bu gelişim, geniş boyutlu etkileşimlere olanak sağlamaktadır. Bugün birçok firma ürünlerinin tasarım, üretim, pazarlama gibi süreçlerinde teknolojik olanaklardan faydalanmaktadır (Ağça, 2021).

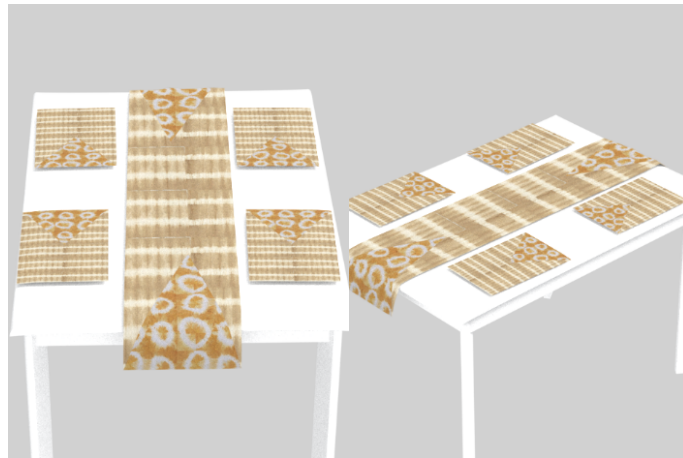
Bilgisayar Destekli Tasarım programları moda tasarımı, iç mimarlık, endüstriyel tasarım vb. sektörlerce yoğun olarak kullanılmaktadır. Ürünün ipliğinden başlayarak bitmiş ürün oluşumuna kadar, hatta pazarlama aşamasında bile bu alanlara yönelik yazılımlar bulunmaktadır. Ürün tasarımı aşamalarında (teknik çizim, yüzey tasarımı, giysi kalıbı) üç boyutlu sanal prototip hazırlama programları kullanılmaktadır. Moda tasarımında kullanılan üç boyutlu programlar bilgisayarda hazırlanmış giysi kalıplarının sanal ortamda, sanal mankenler üzerinde birleştirilerek, beden kontrolünün yapılması ve tasarımın bitmiş halinin görülmesine olanak sağlamaktadır (Öğülmüş, 2016).

Çalışma kapsamında boyama işlemleri sonrasında çıkan örnekler doğrultusunda CLO tasarım programı üzerinden ürün tasarımları yapılmıştır. Adobe Photoshop programı kullanılarak kumaş yüzeyleri oluşturulmuştur. Oluşturulan kumaş yüzeyleri kullanılarak CLO giysi simülasyon programı üzerinden koleksiyonlar tasarımları yapılmıştır. Koleksiyonlar mutfak tekstili ürün kategorisinde yer alan runner ve amerikan servis ürünlerini içermektedir. Runner 130x35 cm ve amerikan servisi 40x30 cm ölçüleri baz alınarak tasarımlar yapılmıştır.

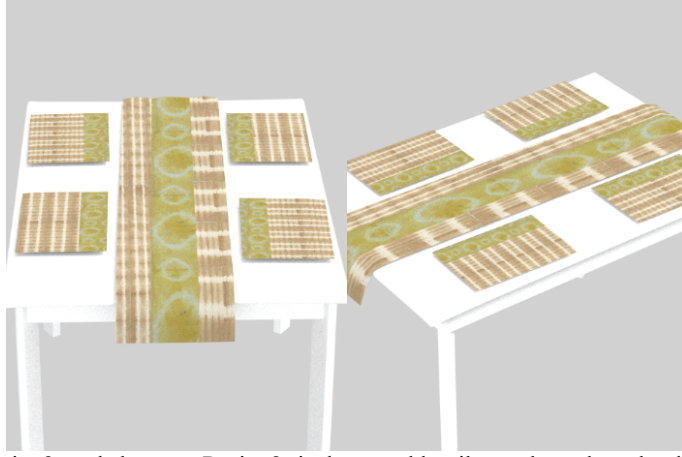
2.1. Tasarım uygulamaları



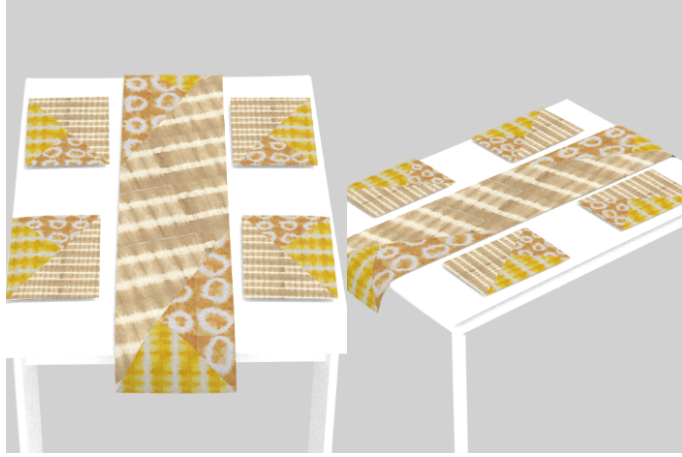
Resim 9. Resim 1 soğan kabuğu ve Resim 2 nar kabuğu atıkları ile yapılan çalışmalar doğrultusunda tasarlanmıştır.



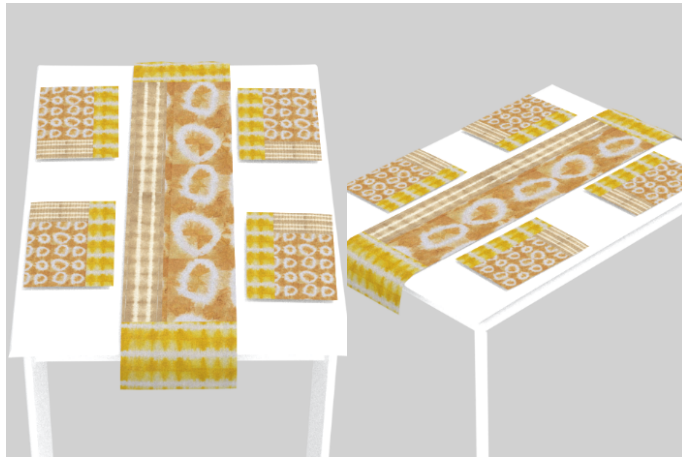
Resim 10. Resim 6 soğan kabuğu ve Resim 8 siyah çay atıkları ile yapılan çalışmalar doğrultusunda tasarlanmıştır.



Resim 11. Resim 2 nar kabuğu ve Resim 8 siyah çay atıkları ile yapılan çalışmalar doğrultusunda tasarlanmıştır.



Resim 12. Resim 6, Resim 7 soğan kabuğu ve Resim 8 siyah çay atıkları ile yapılan çalışmalar doğrultusunda tasarlanmıştır.



Resim 13. Resim 6, Resim 7 soğan kabuğu ve Resim 8 siyah çay atıkları ile yapılan çalışmalar doğrultusunda tasarlanmıştır.

2.2.Örnek Uygulama

Resim 12' deki tasarımın uygulaması yapılmıştır. Boyama işlemi için reçeteler Tablo 2 ve Tablo 11' de yer alan ölçüler doğrultusunda hazırlanmıştır. Runner 130x35 cm ve amerikan servisi 40x30 cm ölçülerinde yapılmıştır.

Tablo 11. Nar kabuğu atıkları kullanılarak hazırlanan boya banyosunun reçetesi

Boyar madde - Boyar madde ağırlığı	Nar kabuğu - 300 gr
Boya banyosuna eklenen su miktarı	2000 ml
Kaynama süresi	4 saat 25 dk
Kaynama sonrası oluşan boyarmadde miktarı	1500 ml
Elyaf tipi - Boyarmadde kazanı içerisine atılan kumaş gramı	Pamuk - 85 gr
Kullanılan shibori tekniği	Sıkma-bağlama shibori
Boyar madde - Boyar madde ağırlığı	Nar kabuğu - 1500 ml
Boyama öncesi kumaşa yapılan işlem	1000 ml su 50 ml sirke karışımında 45 dk bekletme
Mordanlama tipi ve mordan malzemesi	Birlikte mordanlama 7 gr şap, 1 gr zerdeçal
Kumaşın boya banyosunda kaynama süresi	1 saat 15 dk
Boyama sonrası yapılan işlem	Elde yıkama

Tablo 12. Siyah çay atıkları kullanılarak hazırlanan boya banyosunun reçetesi

Elyaf tipi - Boyarmadde kazanı içerisine atılan kumaş gramı	Pamuk - 90 gr
Kullanılan shibori tekniği	Katlama shibori
Boyar madde - Boyar madde ağırlığı	Siyah çay - 1500 ml
Boyama öncesi kumaşa yapılan işlem	-
Mordanlama tipi ve mordan malzemesi -Mordanlama süresi	-
Kumaşın boya banyosunda kaynama süresi	2 saat
Boyama sonrası yapılan işlem	Elde yıkama



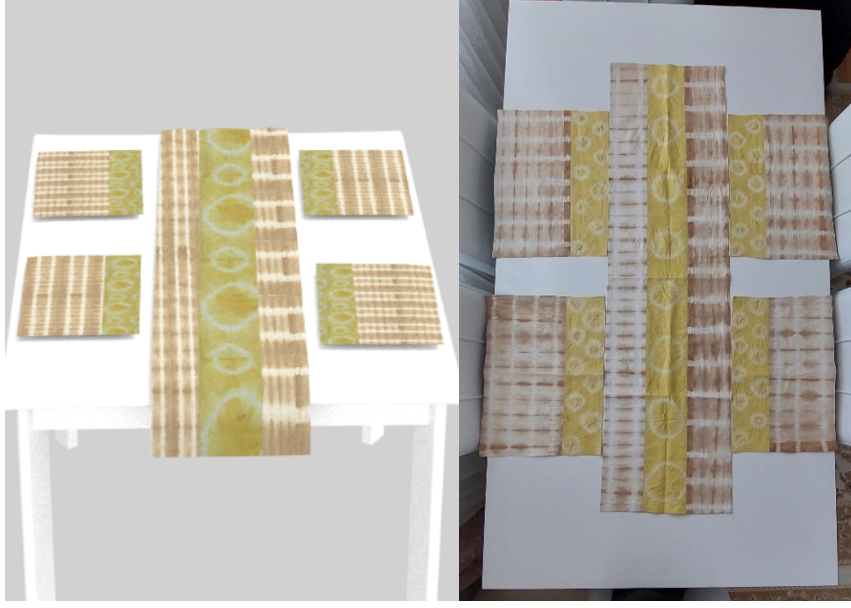
Resim 14. Resim 11' de yer alan CLO ürün tasarımıdır. Boyama işlemi nar kabuğu ve siyah çay atıkları kullanılarak yapılmıştır.



Resim 15. Resim 11’ de yer alan CLO ürün tasarımıdır. Boyama işlemi nar kabuğu ve siyah çay atıkları kullanılarak yapılmıştır.



Resim 16. Resim 11’ de yer alan CLO ürün tasarımıdır. Boyama işlemi nar kabuğu ve siyah çay atıkları kullanılarak yapılmıştır.



Resim 17. Soldaki görsel CLO programında tasarlanmış üründür. Sağdaki görsel örnek olarak yapılmış üründür.

3. Bulgular

CLO programında tasarlanan ve örnek çalışmada uygulanan shibori desenleri benzerlik göstermektedir. Örnek çalışma uygulamasında bu benzerliği sağlamak için tasarlanan ürüne en yakın görsel elde edilmeye çalışılmıştır. Runner örnek uygulamasındaki sıkma bağlama shibori; 4-5 cm çapında taşlar kullanılarak desen oluşumu sağlanmıştır. Katlama shibori; sol kumaş parçasında dikey, sağ kumaş parçasında yatay çizgiler oluşturulacak şekilde katlama yapılmış ve kumaş parçaları tasarım ile benzerlik gösterecek şekilde eşit parçalara ayrılarak sıkıştırma işlemi yapılmıştır. Amerikan servis örnek uygulamalarındaki sıkma bağlama shibori; yarım santim ve 1 cm çapında boncuklar kullanılarak desen oluşumu sağlanmıştır. Katlama shibori parçaları yatay ve dikey çizgiler oluşturulacak şekilde tasarlanmış ve uygulaması yapılmıştır.

Ürün tasarımı ve örnek çalışma uygulamasında renk tonu farklılıkları olduğu gözlemlenmiştir. Programda tasarlanan ürün daha canlı renklere sahipken örnek çalışmadaki ürün daha mat ve soluk renklere sahiptir. CLO programı ile oluşturulan desenlerin, uygulama aşamasında oluşturulacak desenler ile ilgili öneri niteliğinde çalışmaya katkı sağladığı düşünülmektedir.

Doğal boyama shibori olarak yapılacak deneme işlemlerinin sayısı arttırıldıkça tasarlanmak istenen ürünlerde de çeşitliliğin artacağı düşünülmektedir. Uygulama aşamasında kullanılan reçeteler doğrultusunda tasarlanan ürünlerle alınan sonuçların programdaki görsellerine en yakın sonuçlar olacağı düşünülmektedir. Yapılan boyama işlemlerinin CLO programında tasarlanan ürünlerin uygulanmasında çalışmaya katkı sağladığı düşünülmektedir. Bu kapsamda yapılacak doğal boyama shibori deneme çalışmalarının önemli olduğu düşünülmektedir. CLO ürün tasarımları doğal boyama shibori uygulamalarının birebir aynısı olmasa da yapılmak istenen ürünler ile ilgili öneri niteliğinde çalışmaya katkı sağlamıştır.

SONUÇ

Son yıllarda karşımıza çıkan sürdürülebilir yaşam ve çevre dostu ürün kavramları insanların günlük yaşantılarında değişikliklere sebep olmuştur. Bu değişiklikler göz önünde bulundurularak insanların yaşamını etkileyen pek çok sürdürülebilir ürün oluşturulmuştur. Bu ürünler arasında doğal boyamacılık yöntemleri ile renklendirilen ürünler de bulunmaktadır. Bu bağlamda geleneksel yöntemler kullanılarak yapılan ürün tasarımlarının çeşitlendirilmesi önem arz etmektedir. Bu ürün çeşitliliği arttıkça toplumların bu ürünlere olan ilgisinin de artış göstereceği düşünülmektedir. Bu ürünlerin oluşturulmasında tasarımcıların katkı payının önemli olduğu düşünülmektedir.

Boyama işlemlerinde kullanılan gıda atıkları günlük hayatta karşılaştığımız soğan kabuğu, nar kabuğu ve siyah çay atıklarından seçilmiştir. Seçilen pamuklu kumaş doğal boyamacılık yöntemleri kullanılarak gıda atıkları ile renklendirilmiştir. Uygulanan shibori teknikleri kumaş yüzeylerinde belirgin desenlerin oluşmasına yardımcı olmuştur. Oluşturulan shibori desenleri ile üç boyutlu tasarım programı CLO ile tasarlanan ürünler, gerçek hayatta hazırlanmak istenen ürünlerin örneklerinin oluşturulmasına zemin hazırladığı bilinmektedir. CLO ürün tasarımlarının hazırlanacak ürünlere ön izleme niteliğinde katkı sağladığı düşünülmektedir.

Çalışma kapsamında boyarmadde olarak kullanılacak gıda atıkları çeşitlendirilerek boyama işlemlerine alternatif önerilerin getirilebileceği ön görülmektedir. Kumaş ve desen çeşitliliği sağlamak için farklı doğal kumaşlar ve shibori teknikleri kullanılarak uygulamalar yapılabileceği ilinmektedir. Doğal boyama shibori tekniklerinde çeşitliliğin sağlanmasının, CLO ürün tasarımlarında da çeşitliliğin sağlanmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir. Teknoloji ve doğa iş birlikteliği ile hazırlanacak çalışmaların çevre dostu ürünlerin hazırlanmasında katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Shibori ile ilgili çeşitli kitler oluşturularak doğal boyama uygulamalarının yaygınlaştırılması sağlanabilir. Geleneksel yöntemler ve teknoloji iş birliği ile ürünlerin hazırlanmasının sürdürülebilir çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ağça, G. (2021). Moda sektöründe artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik. *Sanat Tasarım ve Bilim Dergisi*, 25, 1-15.
- Akdemir, İ. ve Korkmaz, F.D. (2021). Sürdürülebilirlik bağlamında moda ve sanat ilişkisi. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1), 191-207.
- Cebeci, D. (2020). Anadolu Türk dokumacılık sanatında kullanılan bazı doğal boyarmaddeler ve özellikleri. *İdil*, 68, 657-674.
- Durur, G. ve Paker, O. (2009). Türkiye ve Denizli’de ev tekstillerine genel bir bakış. *Tekstil Mühendisleri Odası*, 16 (76), 17-23.
- Genç, M. (2020). Keçede kök boya kullanımı. *Folklor Akademi Dergisi*, 3 (4), 33-52.
- Karadağ, R. (2007). *Doğal boyamacılık*. Ankara: DÖŞİM.
- Kılınç Şahin, S. ve Bekar, A. (2018). Küresel bir sorun ‘gıda atıkları’: otel işletmelerindeki boyutları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (4), 1039-1061. https://www.jotags.org/2018/vol6_issue4_article53.pdf, erişim tarihi: 21 Aralık 2021
- Kırmızı, G. M. (2009). *Japon tekstil boyama ve desenlendirme teknikleri üzerine bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.
- Kuzu, A., Çankaya, S. ve Mısırlı, Z.A. (2011). Tasarım tabanlı araştırma ve öğrenme ortamlarının tasarımı ve geliştirilmesinde kullanımı. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 1 (1), 19-35.
- Metlioğlu, H. ve Yakın, V. (2021). Tekstilde sürdürülebilirlik: hızlı moda markalarının sürdürülebilirlik stratejileri. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11 (18), 1883-1908.
- Novak, M., Ljubojev N. ve Kovacev V. (2015). Shibori overview of traditional japanase fabric dyeing method. *Textile Science and Economy*, 230-238. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48891711/Zbornik_2015-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1640540439&Signature=TUb6g8dphna11thoEq9sRZdGG-VdncEZ78bkdrUXAgMfID67-eLlyw96SZCkctWLGkoxNd2G6U7LLcTTDUh0rm1FbL1EvFKXxE--vKIAv-4d1SwCfjH11MuZi1DLIYDX7vEKGg8DGt6PbDjfbQRQEmALTgdq2VcvVTBx4UTJ2TsxJ5TF5NgDLTw4~UgUBsgdvvuX-g3uTbNqXUAR6NE7fUuv5WCzyLBZayrQ5sztW0b1K-mXF7CqeBDSHO5ZJ7Qi7fJGhOj~HK0cMBsAw0dq1VscqyRlz5aj7~vZJGFMHMMDrUz5hjflCmfPkI-9m1vxtotIVsVt0E5T9winXy~w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=231, erişim tarihi: 19 Aralık 2021.
- Öğülmüş, E. (2016). *Giysi tasarımında tekstil yüzeylerinin 3D program uygulamaları ile örneklendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Fen bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Özdem, Z. (2020). Ev tekstili sektöründe sürdürülebilirliğin tasarıma etkisi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sanat Tasarım Sempozyumu ve Dergisi*, 257-274. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65486527/Lisansustu_Ogrencileri_Sanat_ve_Tasar%C4%B1m_Sempozyumu_ve_Sergisi.pdf?1611329605=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCollective_Memory_Transported_By_Charact.pdf&Expires=1640559764&Signature=RmBvhE~fNmhufeIJSt7ZkFzDHJeTFIU67rVQarNemy~SU8ct68XhDx9EITiwMYO-05fxLB~iufc7WeZY0L-FP3jxtLmSjdcVC1IZsZIYDKMjSbTtmLZQ4Bq2gsXZPmYSBluQno~giEwiP2Noo13vsjsLZHHKUr8KiiY6BuqPTYwDr~CbTH71YEnxJgZ8xiD8EiM2CguohfppUAd3TvAXwcvn~hjb8Pqk-2O4fUTt8BSnDh-P-R-W93o~nUBlvzauQkWGxvvtGdJyJZBbyEo~m7p49ylyccAp3TphVXmje8vDrAr81bvqPBNwKYYFxfGUeDB6KOcPJOZv6yoxgbg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=257, erişim tarihi: 15 Aralık 2021.
- Öztürk, F. ve Yılmaz Ege, J. (2019). Sürdürülebilir modanın ekolojik baskı tekniği ile değerlendirilmesi ve bir örnek uygulama. *ASEAD*, 6 (5), 394-406.
- Şahin, Y. ve Odabaşı, S. (2018). Sürdürülebilir kalkınmada moda tasarımcının rolüne yönelik alan yazın incelemesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14 (2), 413-425.
- Şen, H., Kaya A. ve Alpaslan B. (2018). Sürdürülebilirlik üzerine tarihsel ve güncel bir perspektif. *Ekonomik Yaklaşım Derneği*, 29 (107), 1-47. <http://www.ekonomikyaklasim.org/fulltext/94-1522600271.pdf>, erişim tarihi: 20 Aralık 2021.
- Tasmacı, M. (1998). Ev tekstili tanım, özellikler ve sınıflandırılması. *Ev Tekstili Dergisi*, 5 (16). İstanbul: Doğan Ofset Yay. ve Mat. A.Ş. <https://docplayer.biz.tr/17702956-Birinci-bolum-ev-tekstilinin-tarihsel-gelisimi-teknik-ve-estetik-ozellikleri-1-1-ev-tekstilinin-tarihsel-gelisimi.html>, erişim tarihi: 26 Aralık 2021.
- Yıldırım, L. (2007). *Günümüz ev tekstil tasarımını etkileyen faktörlerin saptanması ve Türk ev tekstilindeki durumu*. (Sanatta Yeterlilik Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.

EV TEKSTİLİNDE GIDA ATIKLARI İLE DOĞAL BOYAMA SHİBORİ UYGULAMALARI

Yıldırım, L., Erdem İşmal, ř.Ö.ve Sağduyu G.B. (2018). *Evsel ve endüstriyel atıklardaki doğal boya kaynaklarının rezerve teknikleriyle tekstil tasarımında geri kazanımları*. TÜBİAK, Proje No: 216M004 Program Kodu: 3001.

Yıldız, E. (2017). *Tekstilde shibori ve stencil baskı tekniğinin sanatsal uygulamaları*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

GRAFİK TASARIM PERSPEKTİFİNDEN REKLAM VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINI ANLAMAK

*Understanding of Advertising and Consumer Behaviour from The
Perspective of Graphic Design*

Gökçin ÇUBUKCU¹, Güler ERTAN²

ÖZ

Bu çalışmanın temel amacı, reklamların mesaj iletimindeki rolünü ve grafik tasarımın bu süreçte sergilediği yaklaşımı merkeze alarak, reklam iletiminin tüketicilerin algıları ve davranışları üzerindeki etkilerini incelemektir. Ayrıca grafik tasarım alanındaki bireylerin temel kavramları daha iyi kavramaları da hedeflenmektedir. Yöntem olarak; reklam endüstrisi ile ilgili literatür taraması yapılmasının ardından, konunun görsel örnekler üzerinden daha iyi aktarılabilmesi adına, farklı sektörlerde faaliyetlerini sürdüren markaların logoları, logo değişim örnekleri, reklam kampanyaları, reklam filmleri ve medya haberleri detaylı bir şekilde analiz edilerek çalışmaya eklenmiştir. Ayrıca, reklam ajanslarıyla yapılan derinlemesine mülakatlar ve tüketicilere uygulanan anketler olmak üzere hem nitel araştırma yöntemlerinden uzman görüşlerine dayalı yüz yüze mülakat tekniği hem de nicel araştırma yöntemlerinden anket uygulaması bir arada kullanılmıştır. Araştırmanın bulguları, katılımcıların çoğunluğunun ihtiyaç duydukları ürünleri satın aldığını ve reklamların gıda ürünlerinin satın alınmasında etkili olduğunu ortaya koymuştur. Reklamlarda kullanılan mizah unsurlarının ve uygun fiyat mesajlarının tüketiciler üzerinde belirgin etkisi tespit edilmiştir. Özellikle dijital medyanın yükselişi ve tüketici davranışlarının sürekli değişimi dikkate alındığında, grafik tasarımın reklam sektöründeki etkinliği ve önemi vurgulanmıştır. Sonuç olarak, bu bulgular ışığında, reklamcılık ve grafik tasarım disiplinlerinin entegrasyonunun marka iletişiminin etkinliğini artırmada kritik bir rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Grafik tasarım, reklam, marka, tüketici, algı

ABSTRACT

The principal objective of this study is to examine the effects of advertisement transmission on consumers' perceptions and behaviours by focusing on the role of advertisements in message transmission and the approach of graphic design in this process. A further aim is to enable individuals in the field of graphic design to better grasp the basic concepts. The study employed a multifaceted approach encompassing a comprehensive literature review of the advertising industry, an analysis of brand logos across diverse sectors, a case study of logo changes, and an examination of advertising campaigns, films, and media news. This comprehensive review was then integrated with the insights from in-depth interviews with advertising agencies and consumer questionnaires, leveraging both qualitative and quantitative research methods. The study's findings indicated that the majority of participants purchased the necessary products, and advertisements were found to be effective in influencing the purchase of food products. The presence of humour and affordable price messages in advertisements was found to have a significant impact on consumers. In light of the increasing importance of digital media and the evolving consumer behaviour, the study emphasised the effectiveness and significance of graphic design in the advertising sector. In conclusion, the findings of this study highlight the importance of graphic design and advertising in the contemporary context.

Keywords: Graphic design, advertising, brand, consumer, perception

1. ORCID: 0000-0003-1113-3610
2. ORCID: 0000-0002-8928-0867

1. Dr. Öğr. Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, gokcincubukcu@gmail.com
2. Prof. T.C. İstanbul Arel Üniversitesi, gulerertan@arel.edu.tr

EXTENDED ABSTRACT

The aim of this study is to analyse the impact of advertising communication on consumer perceptions and behaviour, specifically the critical role of advertising in communicating messages and the multifaceted and interdisciplinary approach of graphic design in this process. In areas of intense competition, advertising strategies are essential to the sustained success of brands. However, the interdisciplinary relationships between graphic design and advertising have been under-researched, even though graphic design's impact on consumer consciousness is central to modern marketing strategies. The aim of the research is to understand how graphic design interacts with advertising and consumer behaviour through an examination of the interrelationships among brands, advertising and graphic design. This study provides an original interdisciplinary contribution to advertising, brand cognition and consumer behaviour, emphasising graphic design. It offers a broad range of references for both professionals and academia. The study aims to fill the knowledge gap in this area by highlighting the limited presence of graphic design studies in the literature. It approaches the subject from a multidimensional perspective, with insights from leading figures in the advertising industry and comprehensive analyses of the impact of advertising on consumer behaviour.

This research draws on a comprehensive set of data, incorporating both qualitative and quantitative data collection techniques, from both advertising industry professionals and consumers. The analysis also includes a variety of secondary data sources such as academic literature, media content and advertising field studies. In order to understand the impact of graphic design on advertising and consumer behaviour, the data set was analysed. Following a rigorous selection process, the data was categorised. The research analysed the role of graphic design in branding and advertising, advertising strategies, agency views, and consumer survey results. The conclusion of the study presents significant findings on the relationship between advertising and consumer behaviour from a graphic design perspective. It aims to guide future research. However, the limitations of the study arise from the fact that the literature review is limited to Turkish sources and academic studies in the field of graphic design are scarce. The scope and depth of the study is limited by the language barrier in foreign literature reviews and the shortcomings in the existing literature. These limitations are important reference points for future studies and encourage filling gaps in the literature. It is necessary to evaluate the findings in light of these limitations.

This study examines the impact of advertising and graphic design on brands and their influence on consumer behaviour. Advertisements transmit messages, and graphic design plays a crucial role in this multidisciplinary field. The study analyses the effects of advertisements on consumers' perceptions and behaviours. Briefing, strategic planning and media planning is essential to deliver advertising to the target public. It shows that advertising has an important impact on consumer behaviour and details how this is related to demographic characteristics. Advertisements have a strong influence on the purchase of food products and are linked to psychological and social-cultural factors. Humour and affordable price messages have a significant impact on consumers. Advertisements have an informative function and need to be communicated effectively through appropriate means. It has been concluded that advertisements are effective in influencing the purchase of products or services. However, the use of celebrities has been found to be ineffective in this regard. Advertisements containing sexual elements do not have a significant impact on purchase decisions, attitudes or behaviour. They may contribute to luxury consumption and extravagance, deceive the consumer and potentially alter psychological and socio-cultural structures. On the other hand, they may contribute positively to the image of brands and be effective in conveying brand messages.

This study highlights the importance of advertising and graphic design in shaping the image of a brand and influencing consumer behaviour, and shows that the combination of these disciplines can increase the effectiveness of brand communication. In this context, possible areas for future expansion of work include conducting academic studies to enhance the knowledge and skills of advertising and graphic design professionals on the elements that should be considered in the design and communication processes. Comparative analysis and further research will assist in addressing how digital media and changes in consumer behaviour affect advertising and graphic design, leading to more informed strategy and more effective practice. Graphic designers can better understand the impact of advertising on brand perception and integrate this knowledge into their practice by ensuring that brand communication strategies are based on scientific evidence.

This research serves as an important reference for future studies in graphic design, advertising and marketing. Further research in these areas will contribute to the development of industry and academia and increase the body of knowledge. The insights provided by this study will play a crucial role in shaping the future direction of the field and will encourage professionals to work in a more effective and aware manner.

GİRİŞ

Reklamcılık, tarih boyunca tüketici alışkanlıklarını ve ticari yönelimleri şekillendirme gücüne sahip olmuştur. Antik çağlardan itibaren, agoralardaki bağırarak yapılan duyurular ve "Sandviç Adamlar" aracılığıyla ürün ve satıcı tanıtımı yapılmış, böylece geniş kitlelere ulaşılması sağlanmıştır (Yılmaz, 2001:355). Zamanla, özellikle Avrupa ve Amerika'da reklamcılık sektörünün hızla büyümüş, Osmanlı'dan Türkiye Cumhuriyeti'ne geçişle birlikte ülkemiz de bu alanda önemli adımlar atmıştır. Bunun bir göstergesi olarak İlanlık Reklam Ajansı'nın 1933'te kurulması örnek gösterilebilir (Türkiye'nin İlk Reklam Ajansı, 2015, 18 Haziran).

Günümüzde, yoğun rekabet koşulları markaları etkili stratejiler geliştirmeye ve odak gruplarına ulaşmaya zorlamaktadır. Bu süreçte, dinamik bir alan olan grafik tasarım, iletilmek istenen mesajların tüketiciye en etkili biçimde ulaşmasındaki rolü kritiktir. Reklamcılık sektörü, grafik tasarımın sunduğu zengin olanaklarla mesajların kime, nasıl ve ne şekilde iletileceğini belirleyebilmektedir.

Reklamcılık, ürün veya hizmetlerin tanıtımını ve bilinirliğini artırmayı, tüketicileri etkileyerek davranışlarını yönlendirmeyi hedefleyen yaratıcı bir süreçtir. Farklı medya platformları aracılığıyla çeşitli mesajlar iletilirken, grafik tasarım bu mesajların tasarlanması ve iletilmesinde merkezi bir role sahiptir. Ne var ki, bu alanda yapılan akademik çalışmaların kısıtlı olması, grafik tasarımın potansiyelinin tam olarak keşfedilmesini engellemektedir. Bu makale, reklamların markalar üzerindeki etkisini grafik tasarım perspektifinden inceleyerek, önde gelen reklam ajanslarının görüşlerini ve tüketicilerin reklamlara yönelik tutumları ile satın alma davranışlarını derinlemesine analiz etmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve ve Literatür Taraması

1.1. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın esas amacı, reklamların mesaj iletimindeki kritik rolünü ve grafik tasarımın bu sürecin içindeki çok katmanlı ve disiplinlerarası yaklaşımını inceleyerek, reklam iletiminin tüketici algıları ve davranışları üzerindeki etkilerini derinlemesine analiz etmektir.

1.2. Problemin Tespiti

Reklam stratejileri, çekişmenin yoğun yaşandığı alanlarda markalar için sürdürülebilir başarıyı sağlamada hayati bir öneme sahiptir. Grafik tasarımın tüketici bilincine etkisi günümüz pazarlama stratejilerinin merkezinde bulunmasına rağmen, bu etkinin disiplinlerarası ilişkiler bağlamında yeterince araştırılmadığı gözlemlenmiştir. Bu çalışma, marka, reklam ve grafik tasarım arasındaki ilişkileri inceleyerek, grafik tasarımın reklam ve tüketici davranışları ile olan etkileşimini anlamayı hedeflemektedir.

1.3. Literatüre Katkı

Araştırma, grafik tasarımın rolüne vurgu yaparak reklamcılık, marka algısı ve tüketici davranışları üzerine disiplinlerarası bir perspektifle özgün bir katkı sunar. Bu yaklaşım, hem uzman profesyonellere hem de akademik çevreye geniş bir referans kaynağı sunar. Literatürdeki grafik tasarım çalışmalarının sınırlı varlığını vurgulayarak, bu alandaki bilgi boşluğunu doldurmayı amaçlar. Reklam sektörünün öncü isimlerinden alınan görüşler ve reklamın tüketici davranışları üzerindeki etkilerine dair kapsamlı analizlerle, konuyu çok boyutlu olarak ele alır.

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma, reklam sektörü profesyonellerinin görüşleri ve tüketici algılarına dayanarak, nitel ve nicel veri toplama yöntemlerini birleştiren zengin bir veri seti üzerine kurulmuştur. Profesyonel görüşlerine, nitel araştırma yöntemlerinden uzman görüşlerine dayalı yüz yüze mülakat tekniği adımıyla ulaşılrken, tüketici algıları nicel araştırma yöntemlerinden anket uygulaması aracılığıyla belirlenmiştir. Reklamcılık alanındaki konu ile alakalı olan akademik kitaplar, makaleler ve tezlerden oluşan literatür, çalışmanın aktarılmasında yardımcı olacak medya içerikleri ve saha çalışmaları gibi geniş çaplı ikincil veri kaynakları da analize dahil edilmiştir. Bunların içerisinde markalara ait logolar, bir markaya ait mevcut logonun revizyonu, markaların reklam ajansları vasıtasıyla üretmiş oldukları reklam çalışmaları da yer almaktadır. Elde edilen geniş çaplı veri seti, grafik tasarımın reklam ve tüketici davranışları üzerindeki etkisini anlamak adına detaylı bir değerlendirmeye tabi tutulmuş ve mümkün olduğunca anlaşılır bir biçimde aktarılmaya çalışılmıştır.

2.2. Ünitelerin Planlanması

Veriler, özenli bir değerlendirme ve eleştirel bir seleksiyon sürecinden sonra sınıflandırılmıştır. Araştırma,

marka ve reklamcılık kavramlarına girişten başlayarak, grafik tasarımın bu alanlardaki rolünü, reklam stratejilerini, ajans görüşlerini ve tüketici anketlerine dayanan sonuçları ayrıntılı bir şekilde irdelemiştir. Çalışmanın sonuç kısmı, grafik tasarım perspektifinden reklam ve tüketici davranışlarını anlama konusunda önemli bulguları sunar ve gelecek araştırmalara yönlendirmeyi hedefler.

2.3. Araştırma Sınırlılıkları

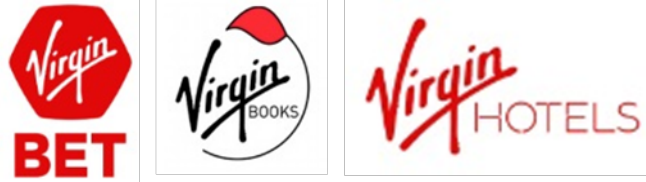
Araştırmanın sınırlılıkları, literatür taramasının Türkçe kaynaklarla sınırlı olması ve grafik tasarım alanındaki akademik çalışmaların kısıtlı olmasından kaynaklanmaktadır. Yabancı kaynak incelemelerinde dil bariyeri ve mevcut literatürdeki eksiklikler, çalışmanın kapsamını ve derinliğini sınırlamaktadır. Bu sınırlılıklar, gelecek çalışmalar için önemli referans noktaları sunar ve literatürdeki boşlukların doldurulmasını teşvik eder. Bulgular, bu sınırlılıklar ışığında değerlendirilmelidir.

3. Geniş Bir Perspektiften Marka ve Şirket Konseptinin İncelemesi

Günümüzde şirketler, tüketicilerle güven temelli ilişkiler kurabilmek için marka algısını dikkatlice oluşturmaktadır. Türk Dil Kurumu, "şirket" ve "marka"yı sırasıyla ticaret ve ortaklık (TDK,2015a) ve ürünleri tanıtan özel ad veya işaret (TDK,2015b) olarak ifade eder. Bu, markanın tüketicinin zihninde özel bir yer edinme amacını ve şirket ile ürün markasının önemini vurgular. Örneğin, Ford, Model T ve Mustang Shelby GT500 gibi ikonik modellerin (ürünlerinin) popülerliği sayesinde kendini güçlü bir marka olarak konumlandırmıştır.

Randall'ın (2005:142-144) Markalaştırma isimli yayınında şirket markası oluşturmanın avantajları ve dezavantajları arasındaki tartışmalarda destekçiler; tüketicilerin güvenilir bir organizasyon arayışı, şirketlerin temelde hizmet sağlayıcı olması gerektiği ve tekil markaları sürdürmenin ekonomik zorlukları gibi avantajları vurgularken, eleştiriler arasında; ürün yelpazesi nedeniyle markalaşmanın karmaşıklığı mirasa zarar verme riski, tüketicilerin şirket kimliğinden habersiz olması ve bu durumun net bir fayda sağlamamakla birlikte markaları felakete karşı savunmasız bırakılması gibi dezavantajlar öne çıkar. Koç Holding ve Türk Telekom, güçlü bir şirket markasının tüketici güvenindeki rolünü örneklerle pekiştirirken, Honda'nın motor endüstrisi dışındaki başarısı, geniş ürün yelpazesinin yönetiminin önemini gösterir.

Marka oluşturma sürecinde geniş ürün ve hizmet yelpazesinin yönetimi zorluklarla doludur. Bu süreç bir logo veya slogan yaratmaktan öte, şirketin tüm sektörlerde tutarlı ve bütünlük bir kimlik oluşturmaya zorunlu kılar. Virgin Group gibi çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren şirketler için bu, marka kimliğini korumayı ve müşterilere tutarlı bir deneyim sunmayı zorlaştırır. Grafik tasarım perspektifinden, marka kimliğinin görsel ve iletişimsel tutarlılığı sağlama ihtiyacı ön plana çıkmaktadır. Bu da şirketlerin başarılı bir marka stratejisi geliştirmede temel bir unsur olarak ön plana çıkar.



Resim 1. Virgin Group Bünyesinde Yer Alan Şirketlerden Bazıları, Erişim Tarihi: 02.09.2023 (URL 1, URL 2, URL 3).

Markaların tüketici zihnindeki algısı, sunulan değer ve kaliteyle doğrudan ilişkilidir. Örneğin, İstikbal gibi markaların güvenilirlik algısı, Boydak Holding'in sahipliğinden ziyade, ürünlerin kalitesiyle pekişir. Bu bağlamda, sosyal medya ve liderlik davranışlarının marka imajı üzerinde doğrudan etkileri bulunmaktadır. Milupa'nın GDO krizi gibi durumlar, tüketici güveninin hızlıca sarsılabileceğini göstermektedir. Bu, grafik tasarım çalışmaları ve kampanya yönetiminin entegrasyonunu ve aynı zamanda tüketici ilişkileri ve marka değerlerinin korunmasını zedeleyecektir.

Markalaşma, tüketicinin deneyim ve algılarıyla şekillenen çok boyutlu bir yapıdır. Randall'a (2005: 17) göre bir ürünün marka olarak kabul edilmesi, tüketicilerin ürünün özelliklerini algılamasıyla, tanımlanmasıyla ve ifade edebilmesiyle ilişkilidir. Bu, markanın zaman içerisinde kazandığı karakterin, bireysel değerlendirmelere dayandığını gösterir (Randall aktaran Bullmore, 1999:55). Rengin Küçükdoğan (2011:82-86) marka yaratımının bir süreç olduğunu belirtirken; logo ve amblem gibi tasarımların ve sloganların da kritik rol oynadığına ve tüketicilere karşı belirli bir temsil işlevini yerine getirdiğine vurgu yapmaktadır. Başarılı bir logo, markanın tanıtımında ve rekabet avantajının pekiştirilmesinde önemli bir araçtır. Ancak, bir logo tasarlamak kısa zaman alan bir süreç değildir. Logo tasarım süreci, markanın temel istek ve beklentilerine uygun olarak yürütülmeli ve yasal koruma altına alınmalıdır. Jacob Cass'in (2008) Fitucci markası için yürüttüğü çalışma, tasarım sürecinin stratejik önemini vurgular. Bu süreçte Cass stratejik adımlarını; brif, araştırma, fikir üretme,

konsept oluşturma, tipografi ve renk seçimi olarak belirlemiş, bu adımlarla sofistike, profesyonel ve eşsiz bir logo tasarımı hedeflemiştir. Güçlü bir konsept ve vektör tabanlı tasarımın, logo tasarımının başarısını belirleyen temel unsurlar olduğunu vurgulamaktadır. Logo tasarımı, markanın kimliğini, değerlerini ve benzersizliğini vurgularken, tüketici üzerinde güçlü bir etki bırakır.



Resim 2. Fitucci Eski ve Yeni Logosu, ABD, 1974-2008, Erişim Tarihi: 02.09.2023 (URL 4).

Şirketlerin itibarını, pazardaki rekabet avantajını ve tüketici tercihlerini etkileyen faktörler marka kimliği, imajı, bağlılık ve değer gibi kavramlardır. Marka imajı, tüketicilerin marka hakkındaki algılarını ve deneyimlerini yansıtırken, marka bağlılığı, kalite ve güvenilirlik gibi unsurlara dayanır. Grafik tasarım, bu öğeleri güçlendirerek markaların hedef kitle üzerinde etkili bir imaj ve kimlik oluşturmada kritik bir role sahiptir. Reklam stratejileri, markanın anahtar kavramlarla tüketici zihninde yer etmesini sağlamalı ve sürekli ürün kalitesi iyileştirmeleri ile desteklenmelidir. İç iletişim ve Ar-Ge yatırımları gibi faktörler, etkili marka yönetiminin temelini oluşturur. Audi, Alfa Romeo, Mercedes, Volvo ve BMW gibi markalar belirli kavramlarla tüketicilerin zihninde yer etmeyi başarmışlardır. Bu, markaların, müşteri kitlelerini belirli anahtar kelimelerle oluşturma çabalarının önemini vurgular. Aynı zamanda kurum içinde patetik haberleşmenin güçlendirilmesi, çalışanların istekliliğini yüksek tutulması ve Ar-Ge'ye odaklanılması gibi unsurlar, başarılı bir marka yönetiminin temel taşları olarak değerlendirilmelidir.

Markaların imaj yönetimi, çeşitli türlerde imajlar ve bu imajların nasıl oluşturulduğu üzerine geniş bir perspektif sunar. Tesla ve SpaceX şirketlerinin CEO'su Elon Musk gibi liderlerin pozitif medya görünürlüğü, şirketin ayna imajını oluşturmaktadır. Procter & Gamble'ın (P&G) bünyesinde bir araya gelen markalar olarak; Prima, Ariel, Orkid, Braun ve daha birçok sayılabilmektedir. Farklı kategorilerde bulunan bu markalar P&G'ı bir şemsiye imajın tipik bir örneği haline getirir. Üst yönetimin kendi deneyim ve düşüncelerine dayanarak oluşturduğu, ancak müşteri gerçekliğiyle uyum olmayan temelde hatalı bir imaj türü olan kuruluşun kendi algıladığı imaj türüdür (Oktay aktaran Ar-Mar: Araştır-Pazarla, 2012). Genellikle küçük ölçekli aile şirketleri bu tarz yaklaşımlar gösterebilmektedirler. Türkiye'de faaliyet göstermese de Merkezi ABD'de bulunan ve Meksika tarzı yemeklerle müşterilerine hizmet veren Taco Bell, dünya genelindeki tutkunları arasında yarattığı pozitif etki yabancı imajı olgusuna iyi bir örnektir. Kelebek Mobilya markasının ülkemizdeki olumlu imajını tekstil sektörüne transfer ederek hazır giyim ürünler üretmesi başka bir imaj türü oluşturmaktadır. Kelebek Mobilyanın müşterilerinin beklentilerine karşılık veren ürünleriyle tercih edilmeye devam etmesi mevcut imajını göstermektedir. Rakiplerinin mevcut imajlarını gözden geçirdikten sonra, hedeflediği ve müşterilerinin gözünde olmasını arzuladığı imaj türüne ise istenilen imaj denilmektedir (Oktay aktaran Ar-Mar: Araştır-Pazarla, 2012). Müşteri ve iştirakçileriyle samimi ve güvene dayanan ilişkiler pozitif/olumlu imaj oluştururken (Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2014), her kademedeki personelinin gözetilen amaca veya beklenene uygun olmayan katkısıyla marka değerinin düşmesi negatif/olumsuz imaj yansımasıdır. Rolex mağazalarının içerisinde bir dizi girişimle (vitrin tasarımı, çalışanların kıyafeti, bakımı, aydınlatma vb.) yaratılan atmosfere mağaza imajı (Taşyürek, 2010:117), bir saatin zarafet, kusursuzluk ve bir yere ait olma hissi gibi değerlerle müşterilerin gözünde eşsiz değer yaratmasına da ürün imajı olarak adlandırabiliriz (Oktay aktaran Ar-Mar: Araştır-Pazarla, 2012).

Belirtilmiş olan bu imaj türleri, işletmelerin kendilerini anlamlandırabilmesi ve şekillendirebilmesi için kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. Şirket böylece imaj türünü belirlemeli ve bu amaçlar doğrultusunda adım atmalıdır. Ardından sektörel ortaklıklar, tedarik zinciri yönetimi, sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliği ve

personel eğitimi gibi çeşitli etmenlerle desteklenerek bir taban oluşturulmalıdır. Akabinde marka hangi imajı benimseyeceğine karar vermelidir. Ardından, kurumun tanıtımına yönelik çalışmalar yapılarak hedef kitleyle iletişime geçilmeli ve bir dış imaj oluşturulmalıdır. Firma bulunduğu ve geride bıraktığı süreçlerini ve iç paydaş durumunu devamlı suretle ölçmelidir. Elde edilen verilerle sürekli değerlendirmeler yapıp gerekli tedbirleri alarak iç imajını doğru bir şekilde yönetmelidir. Nihayetinde soyut imaj oluşturma adımları atılmalıdır. “Soyut imaj, müşteri tatmini ve sadakati yoluyla ve örgütün sosyal sorumluluk sahibi bir kurum olduğunun hedef kitlelerce algılanmasıyla oluşur (Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2014)”. Sonuç olarak, markaların başarısı ve tüketici ile güçlü bağlar kurabilmesi, doğru imajın oluşturulması ve bu imajın etkili bir şekilde iletilmesiyle yakından ilişkilidir. Burada, markanın stratejik ve operasyonel yönetiminden önce, müşterileriyle olan iletişimde ilk adım olarak tasarımın geldiğini ve tasarımın markalar için nedenli önemli bir yere sahip olması gerektiğinin altı bir kere daha çizilmelidir.

Markalar arası rekabet, reklamlar aracılığıyla yeni bir boyuta ulaşmıştır. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/5 maddesi (Resmi Gazete, 2013), markaların benzerliklerinin karşılaştırılmasına olanak tanıyarak, rekabeti farklı bir açıdan değerlendirme fırsatı sunmuştur. Bu dinamik, Türkiye ve dünya çapında markaların çekişmesini inceleyerek daha iyi kavranabilir. Özellikle, 2009 yılında ABD, Kaliforniya’da Audi ve BMW arasında yaşanan billboard savaşları, marka rekabetinin somut bir örneğini teşkil etmektedir. Bu süreç, Beverly Hills ve Santa Monica bulvarlarını kapsayan dikkat çekici reklam panolarıyla, markaların birbirleriyle yaratıcı bir mücadeleye giriştiğini göstermektedir.



Resim 3. Senin Hamlen BMW, ABD, 2009, Erişim Tarihi: 02.09.2023 (URL 5).

Reklamlar, markaların kişiliklerini ve rekabetçi pozisyonlarını öne çıkarırken müşterilere olan taahhütlerini yansıtmaktadır. Türkiye’deki havayolu şirketleri arasındaki rekabet, stratejik hamlelerin bir örneğidir. Pegasus’un fiyat politikasına karşın Atlasjet buna agresif bir yanıt vermiş ve ardından koltuk aralıklarını kampanyasına dahil ederek rekabeti genişletmiştir. Pegasus’un zamanında kalkış vurgusuna karşın, müşteri şikayetleri ve iç hizmetlerdeki ücretlendirme gibi konular, Atlasjet’in reklam stratejisinde fırsat yaratmıştır.

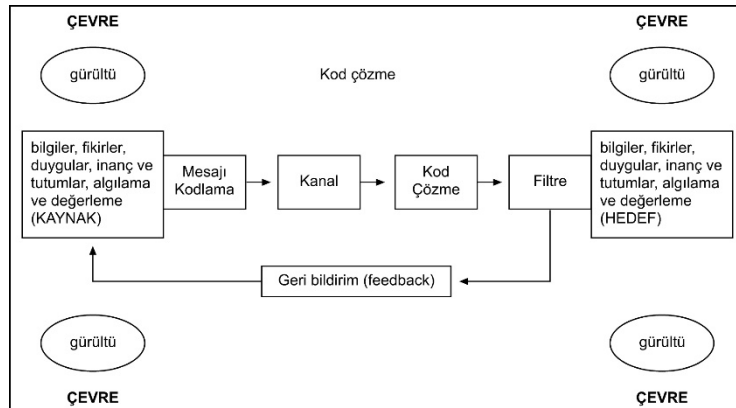


Resim 4. AtlasJet Gazete Reklamı Çalışması, Türkiye, 2011, Erişim Tarihi: 02.09.2023 (URL 6).

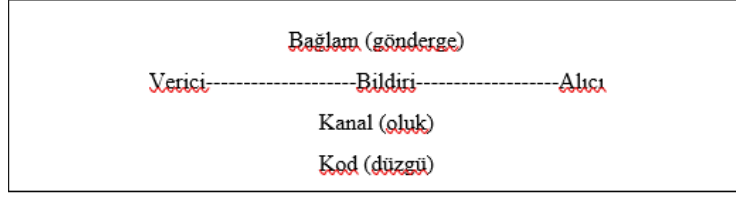
4. Geniş Bir Perspektiften Reklamın Anlamının ve Disiplinler Arası Etkileşiminin İncelenmesi

Reklam markaların tanıtım, etkileşim ve etkinlik stratejilerinin temelini belirleyen bir role sahiptir. Bu karmaşık ve çok yönlü alan, disiplinlerarası yapısıyla reklamın tanımını çeşitlendirir. Reklamın kökeni, “Latince "çağırılmak" anlamına gelen "domare" (Tikveş, 2005:194)” ve “Fransızca "yüksek sesle ileri sürmek, tellal ile ilan etmek" anlamına gelen "réclamer" fiilinden türemiş olup (Reklam, 2015, 26 Nisan)”, “...Türkçeye, Fransızca “réclame” sözcüğünden aynı içerikle geçmiştir (Fidan, 2007:109)” ve bu kökenler reklamın evrimine ışık tutar. Bu çeşitliliği yansıtan Türkçe'deki tanımlamalar da şu şekildedir; tanıtım yaptırmak isteyeninin fiyatını ödeyerek faaliyetini kamuya açık biçimde nakletmesidir (Tikveş, 2005:194), bir malın veya işin bedeli karşılığında alıcıya verilmesi için veya bir ülkü ya da düşüncenin yayılması adına kamuya yönelik izlenim bırakma faaliyetlerinin bedel karşılığı ayrılan vakitte ilan edilmesidir (Resmî Gazete, 1994), reklam bir iletişim aktarım dizisidir (Fidan, 2007:15) ve markaların mesajlarını çeşitli yollarla topluluklara ulaştırıp tutumlarını değiştirmeyi amaçlayan bir faaliyettir (Gürel, 1971:38). TDK'da ise reklam, “Bir şeyi halka tanıtmak, beğendirmek ve böylelikle sürümünü sağlamak için denenen her türlü yol (TDK, 2015c).” olarak belirtilmiştir. Çubukcu ise reklamı, “Reklam, tanıtımı yapılacak herhangi bir şeyin ve bu tanıtımı yaptıranın bilinmesi ile birlikte farklı disiplinlerden yararlanılarak, ücretinin ödenmesi ve bir veya birden çok kitle iletişim mecrasında belli bir süre ile kullanılması sonucunda, ulaşılması hedeflenen kitleyle ikna edici bir şekilde iletişime geçme çabasıdır (Çubukcu,2015:42).” biçiminde bir bütün olarak tanımlamakta ve bu karmaşıklığı tek bir açıklama içinde ifade etmeye çalışmaktadır.

Reklamlar, sunulan içeriğin ve amaçların çeşitliliğine göre mal, iş ve fikir gibi farklı kategorilere ayrılır. İlk zümre; piyasada var olan veya piyasaya giriş yapacak bir malın, nasıl çalıştığını veya işlediğini gösteren ve bundan nasıl bir fayda edinileceğini belirten örnekleri kapsamaktadır. İkinci zümre ise; birey ya da toplum yararına yapılan bir işin duyurusunun yapılmasıyla ilgilidir. Son olarak; istismar, trafik kuralları ya da çevre hassasiyeti vb. toplumsal konulara odaklanan reklamlar bu kategoriye girmektedir. Bu çeşitlilik, reklamın iletişim bağlamındaki anlamını da zenginleştirir. Tikveş'e (2005:1) göre iletişim, her türlü araçla bilgi, düşünce veya eylemin aktarılmasıdır. Alison Theaker'ın aktarımında “İletişim bilgilerin, fikirlerin ve duyguların bir taraftan diğerine semboller aracılığıyla aktarılmasıdır (Theaker aktaran Windhal, S., Signitzer, B. With Olsen, J.T., 1992:6).” diye belirtilmektedir. İnsanlık tarihi boyunca iletişim, karmaşık olmayan seslerden, el, kol ve baş ile yapılan içgüdüsel veya iradeli hareketlerden hiyeroglif ve petroglif gibi simge kullanımıyla bilgi, fikir, duygu ve eylemleri aktararak evrimleşmiştir. Bugünkü iletişim, ses, hareket, imaj, renk ve metin hiyerarşisi gibi unsurların entegrasyonuyla gerçekleşir. Fidan'ın şemasında iletişim süreci ise mesajın kaynaktan hedefe ulaştırılmasını ve geri bildirim alınmasını içerir biçimde gösterilmektedir. Benzer şekilde, Roman Jakobson'un İletişim Şeması da iletişim sürecini bağlam, verici, alıcı, mesaj, kanal ve kodlama gibi temel unsurlara dayandırmaktadır. Her iki şema da iletişimin; ileten, iletilen ve aralarında bir ileti varlığının olması zorunluluğu vurgulamaktadır.

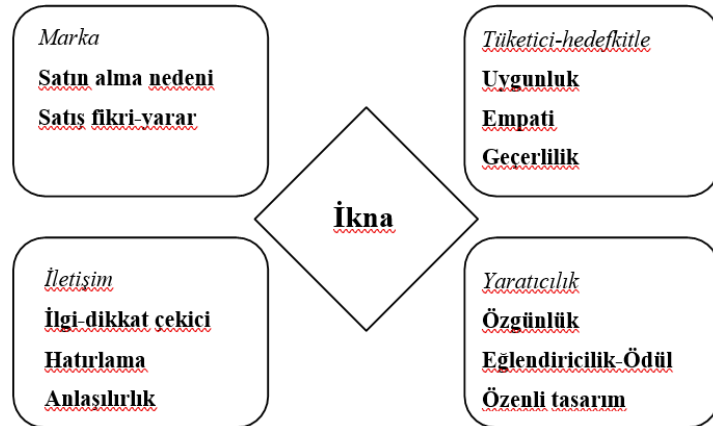


Resim 5. İletişim Süreci, Bülent Fidan, 2007, (Fidan, 2007:87).



Resim 6. İletişim Şeması, Roman Jakobson, 1960, (Günay, V.D., Parsa, A.F., 2012:11).

Reklamcılık, bilgilendirme ve ikna etme süreçlerini kapsar; ikna, "bir konuda birinin inanmasını sağlama, inandırma, kandırma (TDK, 2015d)" sürecini ifade etmektedir. Bu süreç, etik değerlere ve doğru bilgilendirmeye dayanmalıdır. Bu çerçevede, grafik tasarım önemli bir işlev görür; zira etkili bilgi aktarımı yoluyla tüketici davranışlarını yönlendirme gücüne sahiptir. Etik olmayan ikna yöntemleri ise propaganda ve yanıltıcı bilgilendirme olarak değerlendirilir. İkna süreci, günlük pratiklerdeki yansımalarda bireyler arasında da görülebilir; ancak reklamcılıkta, zaman ve hedef kitle dikkati sınırlıdır. Ferruh Uztuğ'un (2009:121) analizine göre, reklamın başarısında dört temel unsur bulunur: marka, hedef kitle, iletişim ve yaratıcılık. Bu unsurlar, hedef kitleyi etkileme ve ikna etme kapasitesinde merkezi bir role sahiptir.



Resim 7. İkna Şeması, Ferruh Uztuğ, 2009, (Uztuğ, 2009:121).

Reklamcılık alanında hem konvansiyonel medya hem yeni medya hem de özellikle sosyal medya ve dijital platformlar, iletişim stratejilerinin dönüşümünde kritik bir rol oynamaktadır. Bu platformlar, markaların hedef kitleleriyle daha etkin bir şekilde iletişim kurmasına olanak tanıyarak, bu kitlelerin tercihleri ve davranışlarına göre iletişim stratejilerini şekillendirme fırsatı sunmaktadır. İnteraktif reklamlar ise, tüketicilerin markalarla doğrudan etkileşimde bulunmalarına imkân sağlayan yenilikçi bir metot ortaya koyar. Bu bağlamda, Nestlé'nin Contrex markası adına düzenlenen etkileşimli reklam kampanyası, bu yaklaşımın gücünü göstermektedir. 2011 yılında yürütülen bu kampanyada katılımcı kadınların etkinlik sırasında kalori yakmalarını hedeflemiş, sosyal medya başta olmak üzere farklı platformlarda geniş çapta ilgi çekmiş ve milyonlarca izlenme sayısına ulaşmış ve nihayetinde markanın satış oranlarında %4 yükselme olmuştur.



Resim 8. Contrexperience – Contrex, Fransa, 2011, (URL7).

Reklam ve tüketici davranışlarının grafik tasarım perspektifinden incelenmesi, reklamcılığın tarihçesinden günümüze uzanan geniş bir çerçeveyi kapsar. Reklamcılık, M.Ö. 3000'lerde basit ilanlarla başlayan ve günümüze kadar uzanan köklü bir geçmişe sahiptir. Tan Akbulut ve Balkaş'a (2006:20) göre, eski Mısır'da

kullanılan "tekrarlama" tekniği gibi modern reklamcılık yöntemlerinin temelleri bu dönemlerde atılmıştır. Ağaç blok baskı teknolojisinin M.S. 593'te Çin'de geliştirilmesi ve yüzyıllar sonra matbaanın icadı, reklamcılığın evriminde dönüm noktaları olmuş, basım süreci ivmelenmiş, üretim miktarı çoğalmış ve bu süreçler için harcanan değerlerin toplamında azalma olmuştur.

1473'te William Caxton'ın "Recuyell of the Historyes of Troye" eserinin basılmasıyla matbu reklamın temelleri atılmış(William Caxton, 2015 22 Haziran), bu dönemden itibaren malların geniş pazarlara sunulması ve taşımacılık sektörünün gelişimi ile reklamcılık alanı genişlemiştir. Bilgi akışını sağlamak için ilk etapta kitapçıklarda kullanılmıştır. "İlk gazete ilanı olarak kabul edebileceğimiz reklam, 1525 yılında Almanya'da bir haber broşüründe basılmıştır ve ilanda gizemli bir ilacın faydaları anlatılmaktadır (Tan Akbulut, Balkaş, 2006:21)." Gazetelerin reklam sayısını artırması, reklamcılığın ayrı bir alan olma fikrini gündeme getirmiştir. Reklam ajanslarının yönetimi fikri 1588'de Montaigne (MEB, 2007), kurumsal dönüşüm fikri ise 1630'da Renaudot tarafından (Fidan, 2007:97) ortaya atılmıştır.

Amerika'da reklamcılık, 1704 yılında Boston News Letter'da yayımlanan bir emlak ilanı ile başlamış, 1842'de kurulan ilk reklam ajansı ile devam etmiş (Acıman, 1998:9) ve 1905'ten sonra raylı sistemlerin gelişmesiyle reklam uygulamaları içeren bir perspektif geliştirilmiştir (Tan Akbulut, Balkaş, 2006:23). Radyo ve televizyonun reklamcılıkta kullanılması, sektörün büyümesinde önemli katkılar sağlamıştır. 1922'de ilk ticari radyo istasyonunun kurulması ve 1943'te reklam kuşağının devreye girmesi (Ünsal, 1994:40), 1941'de ilk televizyon reklamının yayımlanması (Rutherford, 2000:22), reklamcılıkta yeni bir dönemin başlangıcını işaret etmiştir. WNBT ekranlarında 1 Temmuz 1941'de bir beysbol maçının devre arasında gösterilen dünyanın ilk televizyon reklamı Bulova isimli bir saat markası için yayımlanmıştır. Reklamcılığın evrimi, aynı çağın şartları altında yetişen jenerasyonların etkisiyle şekillenmiş, özellikle 1945 ile 1964 yılları arasındaki Baby Boomer nesli reklamcılarının hedef kitlesi olmuştur. 1969'da yayımlanan 30 saniyelik ilk renkli televizyon reklamı (Kollektif, 1998: 113) ve 1980'lerde bilgisayar kullanıcılarındaki yaygınlaşma, reklamcılık sektöründe yeni bir dönemi başlatmıştır. Sonraki yıllarda, teknolojik yenilikler ve sosyal medyanın ivme kazanması, reklamcılıkta yeni perspektifler ve yöntemlerin ortaya çıkmasına öncülük etmiştir.



Resim 9. Bulova: İlk Televizyon Reklamı, ABD, 1941, (URL8).

Reklamcılığın Anadolu'daki tarihi, pazarlarda doğrudan satış çığıllıklarıyla ilgiliyken, 1726'da İbrahim Müteferrika'nın matbaayı getirmesiyle bir dönüm noktasına ulaşmıştır. Bu, özellikle Gayri Müslim tüccarların dış ticaret yeniliklerine erişimini sağlayarak yerel pazarlarda rekabeti ve reklamcılığın önemini artırmıştır. Cumhuriyet dönemiyle çeşitlenen reklamcılık, 1831'de resmî gazete yayıncılığı, züccaciye alanında yeni ürün çeşitleri ithal eden bir işletmenin duyurusu niteliğini taşıyan (Tan Akbulut, Balkaş, 2006:24) basın ilanlarının ortaya çıkışı ve 1909'da İlançılık Kolektif Şirketi'nin kurulması ("Türkiye'nin İlk Reklam Ajansı", 2015, 18 Haziran.) gibi adımlarla kurumsal bir yapı kazanmıştır. Birinci dünya savaşı gibi tarihi olaylar sektörün gelişimini yavaşlatmıştır. 1911'de Trablusgarp Savaşı, 1912'de Balkan Savaşı ve özellikle 1914'te I. Dünya Savaşı gibi tarihi olaylar sektörü olumsuz etkilemiştir. 1923'te Cumhuriyet'in ilanı ve 1928'de Latin alfabesine geçiş ve 1932'de Ford Montaj Fabrikası'nın kurulması, 1945'de Türkiye İş Bankası gibi önemli kurumsal yatırımlar, sektörün yeniden ivme kazanmasına katkıda bulunmuştur.

1957'de yaşanan monopolleşme, 1961'deki yasal düzenlemeler ve 1964'te Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu'nun (TRT) kurulması, televizyon reklamcılığının temellerini atmıştır. 1971'de Türkiye Reklam Ajansları Birliği çatısı altında örgütlenmeler, 1974'te yabancı reklam ajanslarıyla iş birlikleri ve 1980'lerde

ekonomik istikrar programları, sektörün görsel boyutta gelişimini hızlandırmıştır. Özellikle 1984'te TRT'nin reklam politikalarındaki değişiklikler ve renkli TV reklamlarının yayımlanması (Yılmaz; 2001:362), sektörün önemli gelişmelerindendir. 1994 ekonomik krizine rağmen, "iktisadi durgunluk dönemlerinde en iyi savunmanın iyi hücum" olduğu fikrinden hareket edildi (Eryazar, 1994:6)" ve bu strateji uzun vadede başarı getirmiştir. Son olarak, internetin yükselişi ile dijital reklamcılık alanı açılmış ve bu yeni platform, reklamcılığın ve tüketici davranışlarının anlaşılmasında yeni perspektifler sunmuştur.

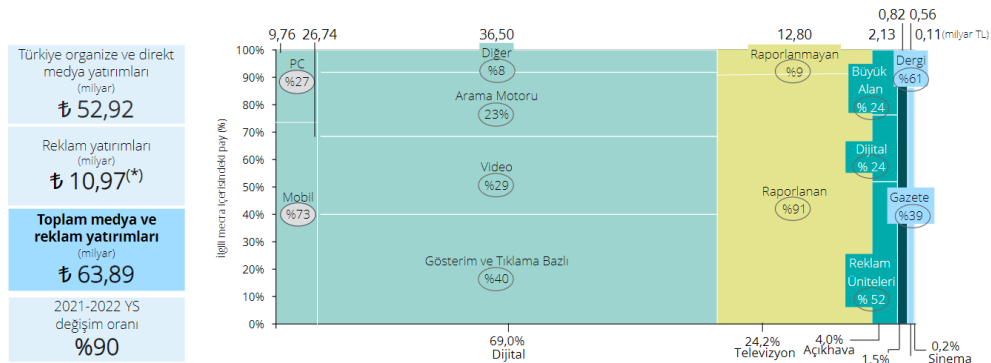
Bu tarihsel perspektif, reklamcılık stratejileri ve yöntemlerinin teknolojik ve toplumsal değişimlerle paralel olarak evrildiğini ortaya koymaktadır. Grafik tasarım, bu süreçte mesajların etkin iletilmesi ve marka imajının güçlendirilmesi açısından hayati önem taşımaktadır. Dijital medyanın ve sosyal medya platformlarının yükselişi, reklamcılık ve grafik tasarımın evrimini sürdürmekte ve tüketici davranışları üzerindeki etkilerini daha da derinleştirmektedir.

5. Tüketici Etkileşiminin Belirlenmesinde Reklam Stratejileri

Reklamcılığın ürün ve hizmetlerin tanıtımında oynadığı temel rol, talep yaratma, geri bildirim sağlama ve marka bilinirliğini artırma gibi avantajlarla birlikte gelir. Bu avantajlar, markaların pazar konumlarını güçlendirerek pazarlama hedeflerine ulaşmalarını sağlar. Bununla birlikte, maliyetlerin ürün fiyatlarına yansması ve veri güvenliği riskleri gibi dezavantajlar da söz konusudur. Bu nedenle, etkili reklam stratejileri, hedef kitle analizi ve mesajın şekillendirilmesi üzerine dikkatli planlama gerektirir.

Reklam kampanyalarının etkinliği, detaylı bir planlama ve doğru yönlendirme ile desteklenmelidir. Reklam ajanslarına sunulan brief, ürün veya hizmetin nitelikleri, rakip analizi ve yaratıcı ekibe yol gösteren bilgileri içeren hayati bir belgedir. Eksik ya da belirsiz briefler, hedeflenen sonuçların elde edilememesine neden olabilir. Başarılı bir strateji için, brief'te marka ve ürün/hizmet tanımı, hedef kitle, iletişim şekli, ürünün güçlü yönleri, reklamın yayınlanacağı alanlar, zaman dilimleri ve bütçe gibi unsurlar net bir şekilde belirtilmelidir.

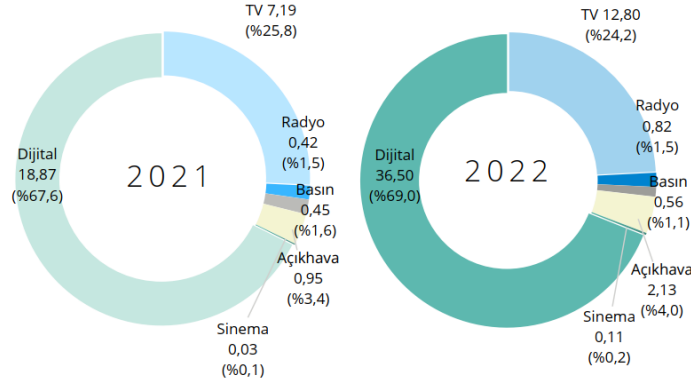
Doğru mesajın hedef kitleye doğru zamanda, alanlarda ve frekansta ulaştırılması, reklamın başarısını maksimize eder. Medya tüketimi verileri, mecra seçiminin reklam bütçesinin etkin kullanımında önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Reklam harcamaları, bir ülkenin ticari ve zihinsel dinamizmini, pazar kalitesini ve marka çeşitliliğini yansıtan önemli bir göstergedir (Bilgili, 2009:185). Türkiye'deki medya ve reklam yatırımları, sektörün dinamiklerini ve iletişimin pazar payı üzerindeki etkisini gösteren değerli bilgiler yansıtmaktadır. Bu bağlamda, Reklamcılar Derneği'nin "Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2022 Raporu" sektörün mevcut durumuna dair bize ayna tutmaktadır.



Resim 10. Türkiye'de Toplam (Organize + Direkt) Medya ve Reklam Sektörü Yatırımları, 2022, (Reklamcılar Derneği, 2023:12).

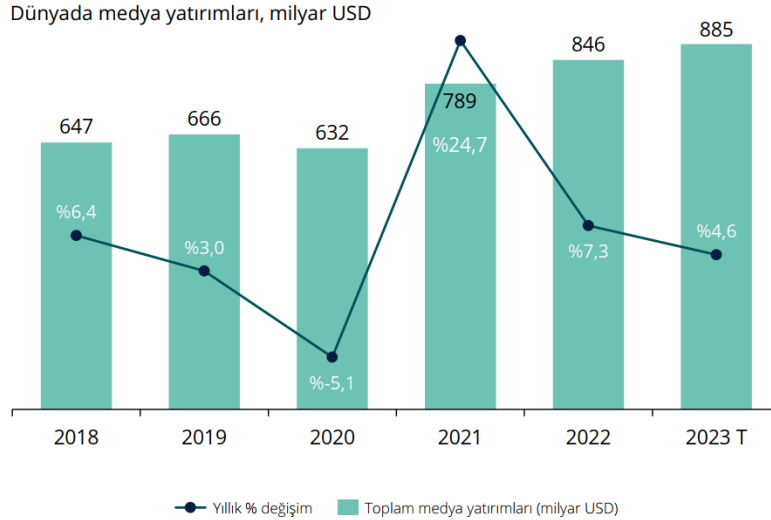
Yukarıdaki grafikte, "Deloitte analizinden yararlanılmış olup yaratıcı işler, yapım, baskı, BTL, sponsorluk ve reklamveren hizmet bedellerini içermektedir ve toplam (organize + direkt) yatırımların %20,74'ünü oluşturduğu tahmin edilmiştir (Reklamcılar Derneği,2023:12)" diye ifade edilmektedir. 2022 yılında toplam 63,89 milyar TL hacmindeki medya ve reklam yatırımlarının geçen seneye göre %90 oranında değiştiği belirtilmektedir. Bu hacmin içinde en fazla pay 36,50 milyar TL (%69) ile dijital (Gösterim ve Tıklama Bazlı %40, Video %29, Arama Motoru %23, Diğer %8) aittir ve ağırlıklı olarak (%73) mobil üzerine bir eğilim olduğu görülmektedir. En yakın rakibi olan televizyon %24,2 ile ikinci sırayı almaktadır. Aralarında iki katından fazla bir farkın olması

bizlere ilerleyen yıllarda da tasarımın önemini giderek artıracığını ve dijitalin reklam yatırımlarının payını giderek büyüteceğini göstermektedir. Grafikte televizyonun ardından %4'lük bir oranla açık hava gelmektedir. Son sıralarda ise %1,5 radyo ve %1,1 basın ve %0,2 ile sinema yer almaktadır.



Resim 11. Türkiye’de medya yatırımları, Toplam organize medya ve direkt satın alma mecra kırılımları, 2021-2022, (Reklamcılar Derneği, 2023:14).

2022 rakamlarının hacmindeki artışın reklamcılıkta ve dolayısıyla tasarım alanında neyi ifade ettiğini anlamlandırmak için 2021 yılının karşılaştırıldığında %90 oranında bir değişimin olduğu belirtilmiştir. Bu noktada, 2021 yılında Dijitalin 18,87 milyar TL (%67,6) ile en fazla yatırımı aldığı, 2022 yılına gelindiğinde ise 36,50 milyar TL’ye (%69) ulaştığı görülmektedir. Burada genel yüzdeler dilim içerisinde çok fazla büyümemiş gibi gözükse de dijital medya, TL bazında neredeyse iki katlık bir artışa ulaşmıştır. Diğer mecraları sırasıyla kısaca belirtmek gerekirse; TV 7,19 milyar TL’den (%25,8)-12,80 milyar TL’ye (%24,2), Radyo 420 milyon TL’den (%1,5)-820 milyon TL’ye (%1,5), Basın 450 milyon TL’den (%1,6)-560 milyon TL’ye (%1,1), Açık hava 950 milyon TL’den (%3,4)-2,13 milyar TL’ye (%4) ve son olarak Sinema 30 milyon TL’den (%0,1)-110 milyon TL’ye (%0,2) yükselmiştir.



Resim 12. Dünyada medya yatırımları, Küresel toplam medya yatırımları, 2018-2023, (Reklamcılar Derneği, 2023:51).

Reklamcılar derneğinin Dünyada medya yatırımlarını gösteren yukarıdaki tablosunda Zenith ve IMF verilerinden yararlanılmıştır. Bunun yanı sıra altı yıllık süreç içerisinde dünyadaki medya yatırımları 647 milyar dolardan 885 milyar dolara gelmiştir ve en çok değişim 2020-2021 yılları arasında %5,1-%24,7 oranlarında gerçekleşmiştir. Reklamcılar Derneği bu durumu pandemi sürecinin ve yansımalarının iyileşmesi ve eskisine nazaran daha iyi koşulların olması şeklinde yorumlamaktadır (Reklamcılar Derneği, 2023:51). 2022 yılında ülkelerin yapmış oldukları medya yatırımları aynı zamanda Gayri Safi Yurtiçi Hasıla’ya (GSYH) göre de incelenmiş ve 20 ülke arasından “Türkiye, lider ülkelerle kıyaslandığında %1,31 ile sınırlı bir büyüme göstermiştir (Reklamcılar Derneği, 2023:53).” 2023 yılında Türkiye özellikle dijital reklam yatırımlarında ne kadar büyüme gösterecektir? Bu noktada Lebow’un analizine bakmak faydalı olacaktır. Lebow’un (2023)

tahminlerine göre; küresel boyutta ABD dijital medya yatırımlarında hakimiyetini koruyacak, bununla birlikte Türkiye dolar bazında harcamalarıyla %12 oranında büyüyecektir. Türkiye'deki reklam yatırımları elde edilen bu kadar bilgi göz önüne alındığında oldukça önemlidir ve dikkate değerdir. Reklam harcamaları, markaların bilinirliğini artırırken, tüketicilerin bilgiye ulaşmasını da sağlamaktadır. Bu bağlamda, markaların ve reklam ajanslarının, etkili reklam kampanyaları oluştururken bu bulguları dikkate alması gerekmektedir.

6. Reklamda Doğru Algı ve İletişim: Reklam Ajansları Üzerinden Bir İnceleme

Reklam ajansları, markaların tanıtımı, pazarlama iletişimi ve hedef kitlelerle etkileşimi gibi kritik rolleri yerine getirirler. MediaCat Genel Yayın Yönetmeni Pelin Özkan'ın (2014) 2014 yılı ilk altı ayına ait Nielsen verileriyle hazırladığı en etkili yüz reklam ajansı listesi, sektördeki öncü kuruluşları belirlemiştir. Çubukcu (2015:80-113) tarafından Y&R İstanbul, Refleks ve Gerilla gibi lider ajansların, stratejik yönlendirme, kreatif yaklaşımlar, hedef kitle analizi ve iletişim kanallarının efektif kullanımı üzerine yapılan mülakatlar, ajansların marka başarısındaki rolünü kapsamlı bir şekilde anlamak için değerli bilgiler sunmaktadır.

Reklam ajansının görevinin ve rolünün değerlendirildiği soruda, Y&R İstanbul, markayı derinlemesine anlama ve müşteriyle sıkı iş birliği yapma yaklaşımını; Refleks, marka iletişimde ajansın markanın sesi olmasının önemini; Team Gerilla ise tüketicinin ürünü gerçek bilgilerle tanınması ve satın alma alışkanlığını sürdürmesi gerektiğini vurgular. Türkiye'de reklamcılık üzerine yapılan değerlendirmelerde, Y&R İstanbul yaratıcılığın kısıtlandığına, Refleks sektör liderlerinin ilham potansiyeline ve reklamcılığın ekonomik gelişimle ilişkisine, Team Gerilla ise BTL sektöründe uluslararası standartları aşan işlerin yapıldığına dikkat çeker.

Marka yaratımı bağlamında, Y&R İstanbul yeni marka oluşturma zorluklarına, Refleks iletişimdeki boşlukları doldurmanın önemine, Team Gerilla ise Anadolu'daki aktiviteler ve bütçe yönetiminin marka gücüne katkısına vurgu yapar. Reklamın etkisine ilişkin olarak, Y&R İstanbul fikirlerin özgünlüğüne, Refleks ürün/hizmet kalitesi ve yaratıcı düşünceye, Team Gerilla ise duygusal ve somut deneyimlere dayalı net reklamların önemine işaret eder.

Ajansların öz değerlendirmelerinde, Y&R İstanbul Türk ajanslarının dünya seviyesinde olduğunu belirtirken, Refleks cesur hedeflerin müşteri beklentilerini aştığını, Team Gerilla ise kısıtlı zaman ve brieflerin zorluklarına rağmen müşteriye verilen sözlerinin yerine getirilmesinin ve tüketiciyle bağ kurmanın önemini vurgular. Reklam stratejisi ve yöntemlerine gelince, Y&R İstanbul fikirlerin medyaya uygun içeriklere dönüştürülmesinin, Refleks her fikrin kendi stratejisini oluşturmasının ve sembol kullanımının, Team Gerilla ise markaya özel sunumlarla müşterinin projeye dahil edilmesinin önemini öne çıkarır.

Reklam ajanslarının otokontrol mekanizmalarına ilişkin, Y&R İstanbul markanın tanınırlığı ve içselleştirilmiş 'tiklerin' önemini vurgularken, Refleks her markanın kendine özgü standartlar ve kontrol yöntemleri geliştirebileceğini, Team Gerilla ise sanat yönetmenlerinin hayal gücünü kullanarak, marka özelliklerine uygun kontrol sistemlerinin uygulanmasında tüm ekibin görüşlerinin değerlendirildiğini ifade eder. Kampanyaların önemi konusunda, Y&R İstanbul ajans işleyişinde kampanyaları merkeze aldığını, farklı alanlardan üretilen malzemelerin kampanyanın temelini oluşturduğunu söyler. Refleks, pazarlama departmanı ile iş birliği içinde yürütülen süreçte pazarlama brieflerinde değişiklikler yapılabileceğini veya iletişimin iptal edilebileceğini belirtir. Team Gerilla ise reklam tasarımında tüketiciye satışa yönlendirici bir 'buffer' verilmesine öncelik verildiğini belirtir.

Mülakatın ortasında, reklam kampanyalarının hazırlık aşamasında ajansların pek çok yasal düzenlemeye ve hassasiyete dikkat ettiği belirtilir. Y&R İstanbul, GSM alanındaki yoğun rekabet ve yasal düzenlemelerle karşılaştıklarını ifade ederken, Refleks, televizyon reklamlarının RTÜK yönergelerine uyumlu olması gerektiğini ve yasal sınırların aşılmaması gerektiğini belirtir. Team Gerilla, markaların hukuki sınırlarını belirlediğini, risk almamak adına bu sınırlara uyduklarını dile getirir. Uluslararası reklamların yerel uyarlamaları konusunda, Y&R İstanbul özgünlüğün önemine işaret ederek, benzerliklerin rastlantısal olabileceğini ancak birebir taklitlerin kabul edilemez olduğunu vurgular. Refleks, bu tür uyarlamaları emek hırsızlığı ve ahlaksızlık olarak nitelendirerek, müşteri ve toplumsal değerlere olan sorumluluklarına dikkat çeker. Team Gerilla, fikir çalmanın sektör normlarına aykırı olduğunu, uyarlamaların ise farklı kültürel perspektifleri barındırdığına dikkat çeker.

Reklamların fark edilebilirliği üzerine sorgulandığı kısımda, Y&R İstanbul, AdWatch adlı bir araştırma yönteminden ve reklamların hatırlanmasından bahsederken, Refleks markaların kendi araştırmalarını yaptığını belirtiyor. Team Gerilla ise reklam izleme oranlarının düşüklüğünü ve kendi alanlarında bile reklam izlemeye zaman ayırmadıklarını ifade ediyor. Yaratıcı ekiplerin sirkülasyonunun irdelendiği bölümde, Y&R İstanbul markaları değiştirmeme eğilimindedir, ancak bir ekibin değiştirilip değiştirilmeyeceğine markaya verilen emeğe ve görevin yerine getirilip getirilmediğine bakarak karar veriyor. Refleks'e göre değişiklik proje bazlı ve müşteri talebine göre gerçekleşirken, Team Gerilla sürekli çalıştığı müşterilerle aynı ekiple ilerlemeyi tercih ediyor.

Reklam ajansları, projelerine uygun ekip oluşturmaya büyük önem vermektedir. Y&R İstanbul, projenin doğasına uygun yetenekli yönetmenler seçerken, Refleks reklam yönetmenlerinin kısa ve etkili mesaj verme kabiliyetlerini öne çıkarıyor. Team Gerilla ise belirli bir tedarikçi ağı oluşturarak projelerine en uygun ekibi seçmekte ve dinamik bir süreç yönetimi ile hızlı ve etkili sonuçlar elde etmektedir. Lüks tüketim mallarının tanıtımı konusunda ise ajansların yaklaşımları çeşitlilik göstermektedir. Y&R İstanbul, bu işi yaparak geçimlerini sağladıklarından değerlendirme yapmanın etik bir duruş olmayacağını dile getiriyorlar, Refleks lüks tüketimi, bireylerin kendilerini ifade etme biçimi olarak görüyor. Ancak, toplumsal değerler açısından bu durumun tasvip edilemez buluyor. Team Gerilla, lüks tüketimin ekonomiye olan katkısını ve piyasaya sağladığı faydaları savunuyor.

Mülakatın sonuna doğru yasaklı sektörlerle ilgili olarak, Y&R İstanbul bu konuyu etik bir mesele olarak değerlendirirken bazı ürünlerin zararları hakkında daha fazla bilinçlenme gerektiğini vurguluyorlar, Refleks toplumsal değerlere uygun iletişim stratejilerinin önemini vurgulayarak bazı ürünlerin reklamının zararlı olabileceğini belirtiyor. Team Gerilla ise belirli çerçeveler içinde yapılan reklamların tüketicinin bilinçlenmesine katkı sağlayabileceğini belirtiyor. Ajansların müşterilerini ikna süreçlerinde yaşadıkları ilginç anıları paylaştığı son soruda, Y&R İstanbul, bir film sunumu sırasında kendisini kaptırarak göbek atan birinin komik bir olayını içerirken, Refleks, müşterinin tercihi karşılığında farklı bir fikre odaklandıklarını ve ısrarları sonucunda kabul edildiğinden bahsediyor. Team Gerilla ise büyük bir etki yaratması amaçlanan projenin, bütçe ve pratikteki zorluklar nedeniyle gerçekleştirilememesi üzerine farklı bir yöntemle etkileşim sağlandığından bahsediyor.

Mülakatlar yoluyla elde edilen bilgilerle reklam ajanslarının markaların pazarlama hedeflerine ulaşma süreçlerine olan katkıları ve bu süreçte izledikleri stratejileri daha derinden anlamaya yardımcı olmuştur. Sonuç olarak, reklam ajanslarının markaların pazarlama hedeflerine ulaşmalarında oynadıkları rol, stratejik planlama ve yaratıcı kampanyalar aracılığıyla pazardaki rekabet gücünü artırmak ve tüketicilerin zihninde kalıcı bir yer edinmektir. Bu süreçte, marka ve ajans arasındaki etkili iş birliği ve bilgi alışverişi, başarılı kampanyaların temel taşlarını oluşturmaktadır.

7. Pazarlama Stratejilerinin Temelindeki Anahtar: Tüketici Davranışları ve Temelleri

Pazarlama ve reklamcılığın başarısı, tüketici davranışlarının derinlemesine anlaşılmasına bağlıdır. Bu alanda, "müşteri" ve "tüketici" terimlerinin açıkça tanımlanması önemlidir; müşteri, bir mal ya da hizmet almak için para veren kişiyken (TDK, 2023), tüketici kişisel ihtiyaçlarını gidermek amacıyla ürün veya hizmet satın alandır (Karabulut, 1981:11). Tüketici davranışları, bireylerin satın alma sürecinde gösterdikleri davranış örüntüleridir ve bu süreç; ihtiyacın fark edilmesi, araştırma, bütçe planlaması, satın alma ve kullanım faktörlerini içerir. Odabaşı ve Barış'a (2007:16) göre, tüketici davranışlarını anlamak, alım sebepleri, zamanlaması, miktarı ve kullanım şekillerini kapsayan temel soruları ele almayı gerektirir. Ek olarak Wilkie (1986:10-12), içsel ve dışsal dürtülerin, dinamik alım süreçlerinin, çoklu seçenekler arasındaki karar verme mekanizmalarının, farklı rolleri olan üçüncü kişilerin ve özelleştirilmiş segmentasyonun önemine işaret eder.

Hedef kitlenin belirlenmesi, mesajların uygun şekilde iletilebilmesi ve tüketici algılarının şekillendirilmesi, etkili pazarlama ve reklamcılık stratejilerinde önemli bir adımdır. Algı, duyu organlarımız aracılığıyla gelen uyarıcıların anlamlandırılması (Sazak, 2008:2); görsel algı ise diğer algı türleri arasından öne çıkmaktadır (Özkalp, 2003:59). Dolayısıyla, tüketici algılarını hedefleyen ve etkili pazarlama stratejileri geliştiren grafik tasarımın büyük bir önemi bulunmaktadır. Etkili reklamlar, net mesajlarla hedef kitleye ulaşır ve bilinçaltına hitap ederek dikkat çeker. Bilinçaltı reklamların, tüketici alım kararları üzerinde büyük bir etkisi olabilir;

örneğin, "Picnic" filminin gösterimi esnasında yapılan subliminal reklamlar, patlamış mısır ve Coca Cola satışlarında önemli artışa sağlamıştır ("Eat Pop-Corn, Drink Coke" Thus Spoke Mr. Subliminal, 2015).



Resim 13. Picnic, ABD, 1955, (URL9).

Reklamcılık, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine dayanarak tüketiciyi teşvik eder. Uztuğ (2009:181) tarafından belirtildiği üzere, insanların çeşitli motivasyonları var olan durum ile bulunulmak istenen durum arasındaki farklılıklardan kaynaklanır. Günümüz toplumlarında bu motivasyon değerler, fikirler ve kimlikle de ilişkilendirilebilir (Uztuğ, 2009:175). Bacock (1997:39), tüketicilerin modern tüketim ideolojisinin etkisi altında olduğunu ve maddi durumlarına bakılmaksızın çeşitli mecralarda gösterilen ürünleri elde etme isteğini vurgulamaktadır. Reklam ajansları, psikolojik etkileşim ve açık mesajlar yoluyla satış artışını hedeflerken, Rutherford (2000:16) bireylerin ve toplulukların kendilerini duygusal olarak değerli hissetme ihtiyacının tüketim üzerindeki etkisine dikkat çeker.

Reklamların etkinliği, içeriğin doğruluğu ve sunum kalitesiyle ilişkilidir. Erkman-Akerson (2005:190) reklamda kullanılan dil ve imajların, izleyicilerin yaşadığı hayatındaki nesnelere bağ kurabilmesi gerekir. Bu, reklamın hem yüzeydeki anlamını hem de daha derin yan anlamlarını içerir. Açık iletişim, görsel ve sözel öğelerin benzer bir imaj oluşturmasını sağlar. Örneğin, Continental'in Brezilya'da Rai ajansı tarafından hazırlanan "Hava Durumu" kampanyası, görsel ve metinsel öğelerin tüketici algısı üzerindeki güçlü etkisini gösterir. Sarı arka plan üzerine gri bulut grafiği dijital ekranlardaki hava durumu ikonlarına atıfta bulunurken, yağmur damlalarını andıran lastik görselleri Continental lastiklerinin yağışlı havalarda sağladığı güvenli sürüş deneyimini simgeler. "Hava Durumu: Güvenli" sloganı ise markanın yenilikçiliğini ve güvenliğe olan vurgusunu pekiştirir.



Resim 14. Continental, Weather Forecast, 2020, (URL10).

Günay ve Parsa (2012:29) tarafından vurgulandığı gibi, reklamların tüketici davranışları üzerinde etkili olabilmesi, reklam mesajlarının somut işaretler olarak doğru değerlendirilmesinin zorluklarını içerir. Bu kapsamda, tüketicilerin reklam mesajlarını kişisel deneyimleri ve önceki bilgileri doğrultusunda içselleştirmeleri gereklidir. Küçükdoğan (2009:174), bu dinamiği "görüntünün zihindeki olgunlaşma süreci" olarak adlandırmaktadır. Görsel iletilerin algılanması, fizyolojik, psikolojik ve etnolojik olmak üzere üç katmanlı bir yapıya sahiptir. Monaco görsel iletilerin anlaşılmasını, beyine iletimini ve kültürel tanımlamalarını bu üç katman üzerinden açıklar (Günay ve Parsa aktaran Monaco,1981:125). Ancak, Sönmez (2005:122) reklam alıcısının algısında görsel mesajların %30'luk bir yer edinebileceğini, ancak içselleştirme ve marka bilinci artırma stratejileriyle bu oranın %70'e çıkarılabileceğini belirtir. Reklam ve grafik tasarımın tüketici davranışları üzerindeki etkisi, görsel ve işitsel mesajların televizyon ve dijital mecralar aracılığıyla kullanımıyla güçlendirilebilir. Bu yaklaşım mesajların anlaşılabilirliğini ve akılda kalıcılığını artırır.

8. Reklam Etkisi ve Müşteri Algısı Üzerine Yapılan Anket Çalışması Bulgularının Değerlendirmesi

Çubukcu'nun (2015:132-241) araştırması, reklamların tüketicilerin marka algısı ve satın alma eğilimleri üzerindeki etkilerini derinlemesine inceler. Şişli Belediyesi'nin (2014:12-13) verileri, İstanbul'un Şişli ilçesinde yaşayan 20 yaş ve üzeri 215.536 birey bulunduğunu gösterir. Basit Rastgele Örneklem Seçim Yöntemiyle formüle edilerek belirlenen 400 katılımcı üzerinde gerçekleştirilen ve 33 sorudan oluşan bu çalışma, tüketicilerin davranışlarına ışık tutmayı amaçlamaktadır. Çalışma, SPSS 22.0 ve AMOS 6 istatistik programları kullanılarak yapılan kapsamlı bir veri analizini içermekte; tanımlayıcı istatistikler, Cronbach's Alpha güvenilirlik, açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri, Kolmogorov-Smirnov, Mann Whitney U ve Kruskal Wallis dağılım testleri ve kategorik veri karşılaştırmalarında Pearson Ki-Kare ve Fisher Exact testleri ile bulguların istatistiksel önemini %95 güven aralığında ve $p < 0,05$ düzeyinde incelenmiştir. Sorular Ek-1'de detaylı bir şekilde yer almaktadır.

Araştırmanın odaklandığı ana konular, reklamların tüketici satın alma kararları üzerindeki demografik etkenler ve reklam-marka ilişkisinin algılanışdır. Çubukcu'nun (2015:135) temel hipotezleri; tüketicilerin demografik verilerinin reklamlara tepkileri, algıları, satın alma davranışları ve ayıplı ürün/hizmet satın alınması durumunda başvurulacak yerin bilinmesi üzerinde ilişki olduğunu öne sürer. Ayrıca reklamın mesajı, gereksinimi hissedilen ürün alımı, hedef kitleye etkisi gibi faktörlerin de tüketici tercihlerinde rol oynadığı belirtilmiştir. Türkiye kontekstinde yapılan reklamlar etkilidir ve pozitif olarak algılanır şeklinde değerlendirilmiştir.

Reklam ve tüketici davranışları arasındaki dinamik ilişkiyi irdeleyen çalışmanın ilk aşamasında, katılımcıların demografik özellikleri arasında cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek ve gelir seviyesi gibi faktörler bulunmaktadır. Katılımcıların %45'i erkek, %55'i kadın olup, en yoğun yaş grubu %25,5 ile 30-34 arasındadır. Evli ve bekar katılımcı oranları sırasıyla %48,5 ve %51,5'tir. Katılımcıların %35'i çocuk sahibi, %65'i çocuk sahibi olmayan bireylerden oluşmaktadır. Eğitim düzeyinde, %31,3 ile lisans mezunları öne çıkmaktadır. Meslek dağılımında ise, %65,5 ile özel sektör çalışanları ağırlıkta yer almaktadır. Gelir düzeyi açısından, %31,8'i 2001-3000 TL ve %23'ü 3001-4000 TL ile çoğunluk orta gelir seviyesinde yer almaktadır.

İlk kısmın ardından reklamların satın alma kararları üzerindeki etkisini değerlendirmektedir. Bulgulara göre, katılımcıların büyük çoğunluğu (%74,5) gerçek ihtiyaç duydukları ürünleri satın almakta, %78,5'i fiyatı önemli bir faktör olarak görmekte, %63,3'ü ayıplı ve %71'i kusurlu ürünlerle ilgili hakları konusunda bilinçli davranmaktadır. Katılımcıların %43,3'ü ayıplı ürün ya da hizmetlerle karşılaştıklarında Tüketici Sorunları Hakem Heyeti'ne başvurmayı tercih etmektedir. Reklamların satın alma kararları üzerinde doğrudan bir etki yaratmadığını ifade edenler %69,3 olup, %30,8'lik bir kesim reklamlardan etkilenecek satın alma işlemi gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Reklamların en etkili olduğu alan gıda ürünleri olurken (%18,0), satın alma kararlarında ihtiyaç karşılanması (%38,0), geçmiş deneyimler (%19,3) ve kişilik uyumu (%12,0) gibi psikolojik faktörler ön plana çıkmıştır. Yaşam biçimi (%27,0) ve aile (%19,0) gibi sosyo-kültürel faktörler de satın alma davranışlarını etkileyen önemli etkileyicilerdir. Tüketiciler üzerinde etkili olan reklam mesajlarında uygun fiyat iletişimi (%29,0) ve reklamın bireyi iyi hissettirmesi (%25,3) gibi duygusal ve fiyat odaklı mesajlar öne çıkmaktadır. Aşağıdaki tabloda Çubukcu'nun (2015:145-178) alışverişe mahsus 8-17 sorulara verilen cevaplarla demografik veri analiz sonuçları bir araya getirilmiş ve aralarındaki ilişkiye göre elde edilen bulgulara bütünsellik gösterecek şekilde yer verilmiştir.

Sorular	Cinsiyet ve Anlam İlişkisi	Yaş ve Anlam İlişkisi	Medeni Durum ve Anlam İlişkisi	Çocuk Varlığı ve Anlam İlişkisi	Eğitim Durumu ve Anlam İlişkisi	Gelir Durumu ve Anlam İlişkisi
İhtiyaç duyulan ürünün satın alınması	$X^2=15,186$ $p=0,000 < 0.05$ Anlam Var	$X^2=10,020$ $p=0,124$ > 0.05 Anlam Yok	$X^2=4,725$ $p=0,020$ < 0.05 Anlam Var	$X^2=5,443$ $p=0,012$ < 0.05 Anlam Var	$X^2=16,057$ $p=0,007$ < 0.05 Anlam Var	$X^2=1,677$ $p=0,795$ > 0.05 Anlam Yok
Ürün/hizmet fiyatının önemi	$X^2=0,173$ $p=0,385 > 0.05$ Anlam Yok	$X^2=8,911$ $p=0,179$ > 0.05 Anlam Yok	$X^2=0,005$ $p=0,520$	$X^2=0,990$ $p=0,192$	$X^2=7,453$ $p=0,189$	$X^2=10,242$ $p=0,037$

			>0.05 Anlam Yok	>0.05 Anlam Yok	>0.05 Anlam Yok	<0.05 Anlam Var
Ayıplı ürün alımında hakların bilinmesi	$X^2=5,403$ $p=0,013 <0.05$ Anlam Var	$X^2=8,611$ $p=0,197$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=2,292$ $p=0,079$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=1,967$ $p=0,097$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=4,574$ $p=0,470$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=0,428$ $p=0,980$ >0.05 Anlam Yok
Kusurlu hizmet ürün alımında hakların bilinmesi	$X^2=2,543$ $p=0,069 >0.05$ Anlam Yok	$X^2=4,163$ $p=0,655$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=0,027$ $p=0,479$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=0,692$ $p=0,238$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=1,478$ $p=0,916$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=4,700$ $p=0,320$ >0.05 Anlam Yok
Ayıplı ürün veya hizmet alımı durumunda hakların aranması	$X^2=10,038$ $p=0,018 <0.05$ Anlam Var	$X^2=56,153$ $p=0,000$ <0.05 Anlam Var	$X^2=11,722$ $p=0,008$ <0.05 Anlam Var	$X^2=14,293$ $p=0,003$ <0.05 Anlam Var	$X^2=43,876$ $p=0,000$ <0.05 Anlam Var	$X^2=26,620$ $p=0,009$ <0.05 Anlam Var
Reklamlardan etkilenerek alışveriş etkinliğinde bulunulması	$X^2=0,632$ $p=0,246 >0.05$ Anlam Yok	$X^2=7,907$ $p=0,245$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=0,331$ $p=0,320$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=2,565$ $p=0,068$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=9,198$ $p=0,101$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=6,776$ $p=0,148$ >0.05 Anlam Yok
Reklamların etkili olduğu ürün kategorileri	$X^2=31,817$ $p=0,000 <0.05$ Anlam Var	$X^2=72,067$ $p=0,003$ <0.05 Anlam Var	$X^2=23,020$ $p=0,002$ <0.05 Anlam Var	$X^2=13,629$ $p=0,058$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=66,954$ $p=0,001$ <0.05 Anlam Var	$X^2=31,641$ $p=0,289$ >0.05 Anlam Yok
Satın alma sırasında psikolojik olarak etkilenme	$X^2=8,611$ $p=0,197 >0.05$ Anlam Yok	$X^2=51,339$ $p=0,047$ <0.05 Anlam Var	$X^2=4,899$ $p=0,557$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=3,959$ $p=0,682$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=66,581$ $p=0,000$ <0.05 Anlam Var	$X^2=50,295$ $p=0,001$ <0.05 Anlam Var
Satın alma sırasında sosyo-kültürel olarak etkilenme	$X^2=12,076$ $p=0,098 >0.05$ Anlam Yok	$X^2=44,719$ $p=0,358$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=4,406$ $p=0,732$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=20,299$ $p=0,005$ <0.05 Anlam Var	$X^2=76,227$ $p=0,000$ <0.05 Anlam Var	$X^2=50,241$ $p=0,006$ <0.05 Anlam Var
Reklamlardan en çok etkilendikleri mesajlar	$X^2=6,415$ $p=0,268 >0.05$ Anlam Yok	$X^2=60,040$ $p=0,001$ <0.05 Anlam Var	$X^2=9,779$ $p=0,082$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=8,206$ $p=0,145$ >0.05 Anlam Yok	$X^2=40,465$ $p=0,026$ <0.05 Anlam Var	$X^2=25,756$ $p=0,174$ >0.05 Anlam Yok

Tablo 1. Demografik Verilere Göre Reklamların Satın Alma Üzerindeki Etkisinin Anlamlandırılması, (Yazar tarafından oluşturulmuştur).

Reklamların müşteriler üzerindeki etkilerinin çeşitli parametreler açısından analiz edildiği bu bölümde, mizah unsurlarının %35 oranında en etkili faktör olduğu, reklamların asli görevinin %39,8 ile bilgilendirme fonksiyonu olduğu, en etkili reklam mecraları olarak %37,8 ile televizyon ve %21,3 ile internetin işaret edildiği saptanmıştır. Bu bulgular, teknolojinin ve dijital medyanın öneminin artacağına dair öngörülerimizi desteklemektedir. Tablo 2’de Çubukcu’nun (2015:180-201) müşterilerin reklam beklentilerine yönelik 18-20. sorulara verilen cevaplarla demografik verilere göre yapmış olduğu analiz sonuçları bir araya getirilmiş ve aralarındaki ilişkiye göre elde edilen bulgulara bütünsellik gösterecek şekilde yer verilmiştir.

Sorular	Cinsiyet ve Anlam İlişkisi	Yaş ve Anlam İlişkisi	Medeni Durum ve Anlam İlişkisi	Çocuk Varlığı ve Anlam İlişkisi	Eğitim Durumu ve Anlam İlişkisi	Gelir Durumu ve Anlam İlişkisi
---------	----------------------------	-----------------------	--------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	--------------------------------

Reklamların müşteriler üzerinde bıraktığı izlenim	X ² =6,020 p=0,421 >0.05 Anlam Yok	X ² =55,334 p=0,021 <0.05 Anlam Var	X ² =7,319 p=0,292 >0.05 Anlam Yok	X ² =6,556 p=0,364 >0.05 Anlam Yok	X ² =42,344 p=0,067 >0.05 Anlam Yok	X ² =36,936 p=0,044 <0.05 Anlam Var
Reklamın temel görevi	X ² =0,319 p=0,956 >0.05 Anlam Yok	X ² =8,911 p=0,179 >0.05 Anlam Yok	X ² =0,647 p=0,886 >0.05 Anlam Yok	X ² =3,699 p=0,296 >0.05 Anlam Yok	X ² =26,671 p=0,032 <0.05 Anlam Var	X ² =18,376 p=0,105 >0.05 Anlam Yok
Reklamların müşteriler üzerinde etkili olmasını sağlayan mecraların belirlenmesi	X ² =4,593 p=0,597 >0.05 Anlam Yok	X ² =8,841 p=0,963 >0.05 Anlam Yok	X ² =3,673 p=0,721 >0.05 Anlam Yok	X ² =7,355 p=0,289 >0.05 Anlam Yok	X ² =49,342 p=0,015 <0.05 Anlam Var	X ² =23,128 p=0,512 >0.05 Anlam Yok

Tablo 2. Demografik Verilere Göre Reklamların Müşteriler Üzerinde Bıraktığı İzlenimlerin Anlamlandırılması, (Yazar tarafından oluşturulmuştur).

Anket çalışmasının son bölümünde katılımcılardan elde edilen veriler Likert ölçeği kullanılarak analiz edilmiştir. Reklamların satın alma davranışına Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum tercihleri toplandığında 182 (%45) kişi (ortalama cevap: 2,850 ± 1,121) ve firma seçimi üzerine Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde 204 (%51) kişi (ortalama cevap: 2,720 ± 1,164) bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir. Cinsel içerikler ile ilgili Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum seçenekleri değerlendirildiğinde 310 (%77) kişi (ortalama cevap: 2,045 ± 1,075) ile hiçbir etki göstermezken ve ünlülerin reklamdaki etkisi ile ilgili Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum seçenekleri değerlendirildiğinde 217 (%54) kişi (ortalama cevap: 2,573 ± 1,187) ile tüketici davranışları üzerinde sınırlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Buna karşılık, algı ve davranış değiştirme potansiyeline yönelik Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum seçenekleri 161 (%41) kişi (ortalama cevap: 2,828 ± 1,109) ile değiştirme potansiyeline sahip olduğunu, ancak bu etkinin her durumda geçerli olmadığını göstermektedir. Reklamların lüks tüketime etkisi hakkında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum seçenekleri 223 (%56) kişi (ortalama cevap: 3,413 ± 1,259) ve aşırı harcamaya Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum seçenekleri değerlendirildiğinde 214 (%54) kişi ile (ortalama cevap: 3,403 ± 1,231) güçlü bir görüş bulunmaktadır. Reklamların yanıltıcı olabileceğine dair Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum seçenekleri 195 (%49) kişi (ortalama cevap: 3,335 ± 1,186) ve toplumsal etkiye Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum seçenekleri 206 (%52) kişi ile (ortalama cevap: 3,340 ± 1,144) dinamikleri etkileyebileceği belirlenmiştir. Türkiye'deki reklamların yaratıcılığına yönelik Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum seçenekleri 169 (%42) kişi (ortalama cevap: 2,660 ± 1,033) ve başarısına yönelik Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum seçenekleri 152 (%38) kişi ile (ortalama cevap: 2,780 ± 1,019) beğenmedikleri belirlenmiştir. Ayrıca, reklamların marka imajını güçlendirmesine Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde 232 (%58) kişi (ortalama cevap: 3,430 ± 1,048) ve mesajının anlamlandırılmasında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum seçenekleri birlikte değerlendirildiğinde 258 (%65) kişi ile (ortalama cevap: 3,583 ± 1,121) etki kabiliyetine sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçüm araçlarının bilimsel geçerliliği ve güvenilirliği, Cronbach Alpha katsayısı ve açıklayıcı faktör analizi ile değerlendirilmiştir. Elde edilen Cronbach Alpha değeri (0.668), ölçeğin yüksek güvenilirlik düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Açıklayıcı faktör analizi sonuçlarında, anti image bağıntısının emsali %50'nin üzerinde ve Barlett testinden elde edilen netice (p=0.000<0.05) ile değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin var olduğu tespit ederek ölçeğin geçerliliğini desteklemektedir. Büyüköztürk (2009:126), Barlett testinin sonucunun p<0.05 olmasıyla beraber parametrelerde de istatistiğe dayanan bir bağ vardır diye belirtmektedir. Ardından yapılan KMO testi sonucunda ise (KMO=0.687>0,60), örneklem çapının faktör analizini yapabilme gücünde olduğu belirlenmiştir. Büyüköztürk (2009:126) tarafından belirtildiği üzere, KMO valörü 0,60'dan fazlaysa örneklem işlevini yerine getirecek niteliktedir. Faktör analizinde Varimax tercih edilmiş ve sonucunda veri setinin dağılımı toplam %60.645 olan dört ana etmen etrafında gruplandırılmıştır.

Boyut	Madde	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans	Cronbach's Alpha
Reklamların tüketici üzerindeki etkileri (Özdeğer=2.898)	Reklamlar aşırı tüketime/savurganlığa neden olmaktadır.	0,839	17,521	0,735
	Reklamlar lüks tüketime neden olmaktadır.	0,796		
	Çoğu reklam tüketicuyu kandırır.	0,700		
	Reklamlar toplumun psikolojik ve sosyo-kültürel yapısını değiştirir.	0,616		
Reklamların satın alma üzerindeki etkileri (Özdeğer=2.413)	Ürün/hizmetleri satın almama reklamlar sebep olur.	0,701	15,708	0,609
	Aynı ürünü/hizmeti satan birden çok firma varsa hangisinin reklamından etkilenirsem onun ürün/hizmetini satın alırım.	0,673		
	Reklamalarda gördüğüm ünlü kişiler bende o ürünü/hizmeti satın almamda etkili olur.	0,649		
	Reklamlar benim ürünler/hizmetler ile ilgili tutum ve davranışlarımı değiştirebilir.	0,546		
	Cinsel öğeleri kullanan reklamlar o ürünü/hizmeti satın almamda beni teşvik eder.	0,491		
Türkiye'deki reklamların tüketici tarafından değerlendirilmesi (Özdeğer=1.501)	Türkiye'de yapılan reklamlar çok yaratıcıdır.	0,920	14,070	0,869
	Türkiye'de yapılan reklamlar oldukça başarılıdır.	0,883		
Türkiye'deki reklam-marka ilişkisinin tüketici tarafından algılanışı (Özdeğer=1.071)	Reklamlar markaların imajına olumlu katkı sağlamaktadır	0,771	13,346	0,705
	Markaların mesajının algılanmasında reklamlar çok etkilidir.	0,769		
Toplam Varyans %60.64				

Tablo 3. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları, (Çubukcu, 2015:205-206).

Araştırmanın metodolojik yaklaşımında, modifikasyon indislerinin kullanımıyla doymuş bir model elde etmeyi amaçlanmıştır. Analiz sonucunda, S23-S24 ve S28-S29 maddeleri arasında ilgi bulunmuş ve bütün içinde bağıntı oluşturulmuştur. Modelin uyum iyiliği, RMSEA değerinin 0,071 olarak bulunmasıyla desteklenerek, tahmini hatalarının kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Ayrıca, χ^2/sd oranının 2,98 (<3) olması, modelin iyi bir uyuma sahip olduğunun bir başka göstergesidir. Anket ölçeğine ilişkin doğrulayıcı faktör analizi için diğer uyum kriterleri arasında bulunan; PGFI, PNFI kriterleri iyi uyum, SRMR, GFI, AGFI kriterleri kabul edilebilir uyum, NFI, CFI, RFI kriterleri ise kötü uyum tespit etmiştir. Bu bulgular ışığında, etken ağırlıklarının %45 ile %96 arasında olduğu ve uyumun sağlandığı anlaşılmaktadır.

Boyut	Cinsiyet ve Anlam İlişkisi	Yaş ve Anlam İlişkisi	Medeni Durum ve Anlam İlişkisi	Çocuk Varlığı ve Anlam İlişkisi	Eğitim Durumu ve Anlam İlişkisi	Meslek ve Anlam İlişkisi	Gelir Durumu ve Anlam İlişkisi
Reklamların Tüketici üzerindeki Etkileri	t=-0,452 p=0,652 >0,05 Anlam Yok	F=1,474 p=0,186 >0,05 Anlam Yok	t=2,148 p=0,032 <0,05 Anlam Var	t=1,412 p=0,159 >0,05 Anlam Yok	F=2,150 p=0,059 >0,05 Anlam Yok	F=0,661 p=0,619 >0,05 Anlam Yok	F=0,917 p=0,454 >0,05 Anlam Yok

GRAFİK TASARIM PERSPEKTİFİNDEN REKLAM VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINI ANLAMAK

Reklamların Satın Alma üzerindeki Etkileri	t=0,463 p=0,644 >0,05 Anlam Yok	F=0,277 p=0,948 >0,05 Anlam Yok	t=0,229 p=0,819 >0,05 Anlam Yok	t=-0,744 p=0,457 >0,05 Anlam Yok	F=1,786 p=0,115 >0,05 Anlam Yok	F=0,971 p=0,423 >0,05 Anlam Yok	F=1,266 p=0,283 >0,05 Anlam Yok
Türkiye'deki Reklamların Tüketici Tarafından Değerlendirilmesi	t=2,399 p=0,017 <0,05 Anlam Var	F=0,945 p=0,463 >0,05 Anlam Yok	t=1,174 p=0,241 >0,05 Anlam Yok	t=1,490 p=0,137 >0,05 Anlam Yok	F=1,004 p=0,415 >0,05 Anlam Yok	F=1,331 p=0,258 >0,05 Anlam Yok	F=3,113 p=0,015 <0,05 Anlam Var
Türkiye'deki Reklam Marka İlişkisinin Tüketici Tarafından Algılanışı	t=-0,066 p=0,948 >0,05 Anlam Yok	F=2,237 p=0,039 <0,05 Anlam Var	t=1,132 p=0,258 >0,05 Anlam Yok	t=0,783 p=0,434 >0,05 Anlam Yok	F=3,150 p=0,008 <0,05 Anlam Var	F=1,352 p=0,250 >0,05 Anlam Yok	F=4,144 p=0,003 <0,05 Anlam Var

t= t-testi, F= Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova)

Tablo 4. Demografik Verilere Göre Ölçeğin Alt Boyutlarının Sonucu ve Anlamlandırılması, (Yazar tarafından oluşturulmuştur).

Boyut	İhtiyaç Duyulan Ürün Satın Alımı ve Anlam İlişkisi	Fiyat Duyarlılığı ve Anlam İlişkisi	Ayıplı Ürün ve Haklar ile Anlam İlişkisi	Kusurlu Ürün ve Haklar ile Anlam İlişkisi	Ayıplı Ürün veya Hizmet Durumunda Hak Arama ve Anlam İlişkisi
Reklamların Tüketici üzerindeki Etkileri	t=0,828 p=0,408>0,05 Anlam Yok	t=1,700 p=0,090>0,05 Anlam Yok	t=2,114 p=0,035<0,05 Anlam Var	t=1,745 p=0,082>0,05 Anlam Yok	F=2,913 p=0,034<0,05 Anlam Var
Reklamların Satın Alma üzerindeki Etkileri	t=-3,064 p=0,002<0,05 Anlam Var	t=0,836 p=0,404>0,05 Anlam Yok	t=-2,354 p=0,019<0,05 Anlam Var	t=-1,193 p=0,234>0,05 Anlam Yok	F=1,610 p=0,186>0,05 Anlam Yok
Türkiye'deki Reklamların Tüketici Tarafından Değerlendirilmesi	t=-0,185 p=0,853>0,05 Anlam Yok	t=1,569 p=0,117>0,05 Anlam Yok	t=0,735 p=0,463>0,05 Anlam Yok	t=1,374 p=0,170>0,05 Anlam Yok	F=1,732 p=0,160>0,05 Anlam Yok
Türkiye'deki Reklam Marka İlişkisinin Tüketici Tarafından Algılanışı	t=-0,164 p=0,870>0,05 Anlam Yok	t=0,069 p=0,945>0,05 Anlam Yok	t=1,516 p=0,148>0,05 Anlam Yok	t=1,008 p=0,347>0,05 Anlam Yok	F=1,418 p=0,237>0,05 Anlam Yok
Reklamların Tüketici üzerindeki Etkileri	t=- 1,881 p=0,061 >0,05 Anlam Yok	F=2,496 p=0,016 <0,05 Anlam Var	F=1,954 p=0,071 >0,05 Anlam Yok	F=1,856 p=0,075 >0,05 Anlam Yok	F=0,751 p=0,586 >0,05 Anlam Yok
Reklamların Satın Alma üzerindeki Etkileri	t=2,441 p=0,015 <0,05 Anlam Var	F=1,240 p=0,280 >0,05 Anlam Yok	F=0,846 p=0,535 >0,05 Anlam Yok	F=1,920 p=0,065 >0,05 Anlam Yok	F=0,961 p=0,442 >0,05 Anlam Yok
Türkiye'deki Reklamların Tüketici Tarafından Değerlendirilmesi	t=4,174 p=0,000 <0,05 Anlam Var	F=1,313 p=0,242 >0,05 Anlam Yok	F=0,208 p=0,974 >0,05 Anlam Yok	F=1,378 p=0,213 >0,05 Anlam Yok	F=0,806 p=0,546 >0,05 Anlam Yok

Türkiye'deki Reklam Marka İlişkisinin Tüketici Tarafından Algılanışı	t=0,594 p=0,553 >0,05 Anlam Yok	F=1,412 p=0,199 >0.05 Anlam Yok	F=0,194 p=0,978 >0.05 Anlam Yok	F=1,029 p=0,410 >0.05 Anlam Yok	F=1,969 p=0,082 >0.05 Anlam Yok
--	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

t= t-testi, F= Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova)

Tablo 5. Ölçeğin Alt Boyutlarında Reklamların Müşteri Beklentileri ve Anlamlandırılması, (Yazar tarafından oluşturulmuştur).

Boyut	Reklamların Müşteriler Üzerinde Bıraktığı İzlenim ve Anlam İlişkisi	Reklamın Temel Görevi ve Anlam İlişkisi	Reklamların Müşteriler Üzerinde Etkili Olmasını Sağlayan Mecralar ve Anlam İlişkisi
Reklamların Tüketici üzerindeki Etkileri	F=1,317 p=0,248 >0.05 Anlam Yok	F=2,309 p=0,076 >0.05 Anlam Yok	F=1,116 p=0,352 >0.05 Anlam Yok
Reklamların Satın Alma üzerindeki Etkileri	F=1,018 p=0,413 >0.05 Anlam Yok	F=0,230 p=0,876 >0.05 Anlam Yok	F=1,373 p=0,224 >0.05 Anlam Yok
Türkiye'deki Reklamların Tüketici Tarafından Değerlendirilmesi	F=1,362 p=0,229 >0.05 Anlam Yok	F=3,605 p=0,014 <0.05 Anlam Var	F=1,773 p=0,103 >0.05 Anlam Yok
Türkiye'deki Reklam Marka İlişkisinin Tüketici Tarafından Algılanışı	F=2,307 p=0,033 <0.05 Anlam Var	F=1,317 p=0,268 >0.05 Anlam Yok	F=1,543 p=0,163 >0.05 Anlam Yok

F= Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova)

Tablo 6. Ölçeğin Alt Boyutlarının Satın Alma Üzerine Etkisi ve Anlamlandırılması, (Yazar tarafından oluşturulmuştur).

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada reklamcılık ve grafik tasarımın markalar üzerindeki etkilerini ve bu etkilerin tüketici davranışlarına nasıl yansıdığını kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Reklamların mesaj iletimi sağladığı ve grafik tasarımın bu alanda çok disiplinli bir yaklaşım sergileyen önemli bir bileşen olduğu vurgulanmış, reklamların tüketicilerin algıları ve davranışları üzerindeki etkileri incelenmiştir. Reklamın hedef kitleye ulaştırılması sürecinde brief, stratejik planlama ve medya planlaması kritik bir öneme sahiptir. İletim gerçekleştirilirken reklamların tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla gerçekleştirilmiş bir anket çalışması bulunmakta ve bulgular reklamların tüketici davranışları üzerindeki belirgin etkisini ortaya koymakta ve demografik özelliklerle ilişkisini detaylandırmaktadır. Araştırmaya katılan bireylerin ihtiyaç duydukları ürünleri aldıkları, ayıplı ya da kusurlu mal aldıklarında haklarının farkında olduğu, reklamın en çok gıda ürünlerini aldıkları ve psikolojik ve sosyo-kültürel faktörlerle ilişkili olduğu, mizahın ve uygun fiyat mesajlarının tüketici üzerinde önemli bir etkisi olduğu, reklamların bilgi verme fonksiyonunun bulunduğu ve iletişim kanalları aracılığıyla etkin bir şekilde yayılmasının önemli olduğu, ürün/hizmet satın alımında reklamların etkili olduğu ve ünlü kullanımının satın alma sırasında etkisizliği, cinsel öğeleri içeren reklamların satın alma kararlarını etkilemediği, tutum ve davranışları değiştiremeyeceği, lüks tüketime ve savurganlığa neden olduğu, tüketiciyi kandırdığı, psikolojik ve sosyo-kültürel yapısını değiştirdiği, markaların imajına olumlu katkıda bulunduğu ve markaların mesajlarının algılanmasında çok etkili olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Bu çalışma reklam ve grafik tasarımın marka imajı ve tüketici davranışları üzerindeki önemli rolünü vurgulamakta ve bu disiplinlerin entegrasyonunun marka iletişimindeki etkinliği artırdığını göstermektedir. Bu bağlamda geleceğe yönelik olarak genişletilebilecek çalışma alanlarına ilişkin değerlendirmeler şu şekilde sıralanabilir: reklamcılık ve grafik tasarım profesyonellerine, tasarım ve iletim süreçlerinde dikkate alınması gereken unsurlar konusunda bilgi ve becerilerin artırılmasına yönelik akademik çalışmalar yapılabilir. Karşılaştırmalı analizler ve dijital medyanın yükselişi ile tüketici davranışlarının değişimini ele alacak sonraki

araştırmalar, reklamcılık ve grafik tasarımın gelecekteki rolü ve etkinliği üzerine daha bilinçli stratejiler geliştirilmesine olanak tanıyarak, sektördeki uygulamaların etkinliğini artıracaktır. Böylece, marka iletişimi stratejilerinin daha bilimsel temellere dayandırılmasını sağlayarak grafik tasarımcıların reklamların marka algısı üzerindeki etkisini daha iyi anlamaları ve bu bilgiyi uygulamalarına entegre etmeleri sağlanabilir.

Sonuç itibarıyla bu araştırma, grafik tasarım, reklamcılık ve pazarlama alanlarında ileriye dönük çalışmalar için önemli bir referans kaynağıdır. Bu alanlarda yapılacak ileri çalışmalar, sektörün ve akademinin gelişimine katkıda bulunacak ve bilgi birikiminin artmasına olanak sağlayacaktır. Bu çalışmanın sunduğu içgörüler, alanın gelecekteki yönünü şekillendirmede kritik bir rol oynayacak ve profesyonellerin daha etkili ve bilinçli çalışmalar yapmalarını teşvik edecektir.

KAYNAKÇA

- Acıman, E. (1998). *Reklamcılığın Tarihsel Gelişimi ve Reklamcılık Mesleği. (Reklamcılık ve Satış Yönetimi)*. Eskişehir: A.Ü. Açıköğretim Fakültesi Yayınları
- Ar-Mar: Araştır-Pazarla. (2012). *Marka İmajı*. Erişim adresi: <https://sedadoc.blogspot.com/2012/05/marka-imag.html> Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- Bacock, R. (1997). *Tüketim*, İ.Kutluk (çev.). Ankara: Dost Yayınevi (orijinal baskı tarihi 1993)
- Bilgili, C. (2009). *Ekonomi İçindeki Yeri ve Zenginliğin Aktarım Aracı Olarak İletişim Yatırımı Kavramının Değerlendirilmesi*. Ara Sıra. 3, 178-195
- Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2014). *Kurumsal İmaj, Verimlilik ve İmaj Oluşturma Çabaları*. Erişim adresi: <https://anahtar.sanayi.gov.tr/news/kurumsal-imag-verimlilik-ve-imag-olusturma-cabaları/1770> Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- Bulova Saat Reklamı. (2015, 10 Haziran). Erişim adresi: <http://www.izlesene.com/video/bulova-ilk-televizyon-reklamı/8458828> Erişim Tarihi: 10 Haziran 2015
- Bullmore, J. (1999). Yazarla Özel Görüşmede Chernatony, L. ve McDonald, M. H. B. (1992) *Creating Powerfull Brands, Butterworth Heinemann*, Oxford de Chernatony, L ve Riley, D. F. (1996) *Marketin Business*
- Büyüköztürk, Ş. (2009). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, Ankara:Pegem Akademi
- Cass, J. (2008). *Logo Design Process for FITUCCI*. [Electronic Version] Just Creative. My Design Process. 2: Sayfa Aralığı yok Erişim Tarihi: 09 Mayıs2015
- Continental Weather Forecast. (2020). *Ads of the World*. Erişim adresi: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/weather-forecast> Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023
- Cyril de Couve de Murville ve Caroline Petrucelli (Yapımcı), Matthieu Jorrot (Yönetmen), *Contrexperience-Contrex* [Film], Fransa: Marcel, 2011. Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=0tmkE34DbPI> Erişim Tarihi: 03.05.2015
- Çubukcu, G. (2015). *Reklamların Markalar Üzerindeki Rolü*. [Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi]. İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- "Eat Pop-Corn, Drink Coke" Thus SpokeMr. Subliminal (2015, Haziran 24). Erişim Adresi: <http://subliminal-techniques.com/eat-pop-corn-drink-coke-thus-spoke-mr-subliminal/> Erişim Tarihi: 24 Haziran 2015
- Ekiz, H. V., (2006). *Reklamın Tarihi*. Dergi İsmi Belirtilmemiştir.26.5:1. <http://www.kirbas.com/index.php?id=313> Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- Erkman-Akerson, F. (2005). *Göstergebilime Giriş*, İstanbul: Multilingual
- Eryazar, K. (1994). *Şikâyet Etme Reklam Yap*. MediaCat. İstanbul. Nisan
- Eskizler. (2008). *Just Creative*. <http://justcreative.com/2008/11/27/logo-design-process-fitucci/> Erişim Tarihi: 09 Mayıs 2015
- Faal Reklam Acentesi. (2015, 18 Haziran). Erişim adresi: <http://manajans-jwt.com/> Erişim Tarihi: 18 Haziran 2015
- Fidan, B. (2007). *Reklam ve Karikatür*, 1. Baskı, İstanbul: Yazın Matbaacılık
- Fred Kohlmar (Yapımcı), Joshua Logan (Yönetmen), *Picnic* [Film], ABD: Columbia Pictures Corp., 1955
- Günay, V.D., Parsa, A.F. (Ed.). (2012). *Görsel Göstergebilim (İmgenin Anlamlandırılması)*, İstanbul: Es Yayınları
- Gürel, C. (1971). *Teorik ve Pratik Reklamcılık*, 1. Baskı, Ankara: Güneş Matbaası
- Karabulut, M., (1981). *Tüketici Davranışları, Yeniliklerin Kabulü ve Yayılışı*, 1. Baskı, İstanbul: Minnetoğlu Yayınları
- Kollektif., (1998). *Reklam Halkla İlişkiler ve Ötesi*, 1. Baskı, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- Küçükeroğan, R. (2009). *Reklam Nasıl Çözömlenir?*, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Küçükeroğan, R. (2011). *Siz Hâlâ Aynı Logoyu mu Kullanıyorsunuz?*. Grafik Tasarım. Mart-Nisan. 41, 82-86.
- Lebow, S. (2023, 3 Şubat). *The top 10 countries for digital ad spend growth*. Erişim adresi: <https://www.insiderintelligence.com/content/top-10-countries-digital-ad-spend-growth/> Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023
- Lütfen Hosteslerimizize Para Teklif Etmeyiniz. (2015, 6 Haziran). Erişim adresi: <http://forum.airporthaber.com/showthread.php?t=113237&page=3> Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- Markaların Birbirine Savaş Açtığı 10 Reklam. (2015, 6 Haziran) <http://moddreport.com/markaların-birbirine-savaş-actığı-10-reklam/> Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- MEB. (2007). *Reklamcılıkta Temel Kavramlar*, Erişim adresi: http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramları/halkla_iliskiler/moduller/reklamcilikta_temel_kavramlar.pdf Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015

- Monaco, J., (1981). *How To Read A Film: The Art, Technology, History and Theory of Film and Media, Revised Edition*, New York: Oxford University Press
- Odabaşı, Y., Barış, G. (2007). *Tüketici Davranışı*, 7. Baskı, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- Özkalp, E. (2003). *Psikolojiye Giriş Dersleri*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özkan, P. (2014, 15 Ağustos). *İlk altı ayın en büyük 100 reklam ajansı*. Erişim adresi: <https://mediacat.com/2014-ilk-alti-ayin-en-buyuk-100-reklam-ajansi/> Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- Randall, G. (2005). *Markalaştırma*, E. Özsayar (çev.), İstanbul: Rota Yayın Yapım Tanıtım Tic. Ltd. Şti. (orijinal baskı tarihi 1997, 2000)
- Reklam. (2015, 26 Nisan). *Reklam*. Etimoloji Türkçe. <http://www.etimolojiturkce.com/kelime/reklam> Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- Reklamcılar Derneği. (2023). *Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2022 Raporu Nisan 2023*, Erişim adresi: <https://rd.org.tr/Assets/uploads/7587437b-563d-4917-b767-676021317bb1.pdf> Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- Resmî Gazete. (1994). *Radyo ve Televizyon Kuruluşları Reklam Yayın İlkeleri ve Usulleri ile Reklam Gelirleri Üst Kurul Paylarının Ödenmesi Hakkında Yönetmelik*. Erişim adresi: <http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/22117.pdf> Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- Resmî Gazete. (2013). *Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun*. Erişim adresi: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/11/20131128-1.htm> Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- Rutherford, P. (2000). *Yeni İkonlar (Televizyonda Reklam Sanatı)*, M. K. Gerçekler (çev.), İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık (orijinal baskı tarihi 1994)
- Sazak, N. (2008). *Müziksel Algılamanın Temel Boyutları*, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi. 5, 1-11
- Sönmez, Ö., (2005). *L'Enseignement de la Culture-Civilisation Française dans les Manuels Scolaires Utilisés en Turquie*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nantes: Université de Nantes (France).
- Şişli Belediyesi. (2014). *2015-2019 Stratejik Plan*. Erişim adresi: <https://webapi.sisli.bel.tr/File/ef29ef67-2f55-4317-8540-6753bec64db6.pdf> Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- Tan Akbulut, N., Balkaş, E. E. (2006), *Adım Adım Reklam Üretimi (Reklam Filmi Prodüksiyonu)*, 1. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Taşyürek, N., (2010). *Reklam ve Reklamın Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi: Bir Alan Araştırması*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- TDK. (2015a). *Şirket*. İçinde Güncel Türkçe Sözlük. Erişim adresi: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.553cbbe8a3b254.66896482 Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- TDK. (2015b). *Marka*. İçinde Güncel Türkçe Sözlük. Erişim adresi: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.553cbba4ce2219.18817255 Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- TDK. (2015c). *Reklam*. İçinde Güncel Türkçe Sözlük. Erişim adresi: http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.55ffb047ca1a7010383.278 Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- TDK. (2015d). *İkna*. İçinde Güncel Türkçe Sözlük. Erişim adresi: http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.56007004c8a530.67400727 Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015
- TDK. (2023). *Müşteri*. İçinde Güncel Türkçe Sözlük. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 3 Kasım 2023
- Theaker, A. (2008). *Halkla İlişkilerin El Kitabı*, M. Yaz (çev.), İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş. (orijinal baskı tarihi 2005)
- Tikveş Ö. (2005). *Halkla İlişkiler & Reklamcılık (Temel İlkeler- Uygulamadan Örnekler)*, 2. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Türkiye'de Medya Tüketimi, Yıllara Göre Değişimi. (2015, 09 Mayıs). Erişim adresi: <http://www.connectedvivaki.com/turkiyede-medya-tuketimi-sekil-degistiriyor/> Erişim Tarihi: 09 Mayıs 2015
- Türkiye'nin İlk Reklam Ajansı. (2015, 18 Haziran). Erişim adresi: <http://www.ilancilik.com/anasayfa.html> Erişim Tarihi: 18 Haziran 2015
- URL 1: <https://www.virgin.com/virgin-companies/virgin-bet>, Erişim Tarihi: 02.09.2023
- URL 2: <https://www.virgin.com/virgin-companies/virgin-books>, Erişim Tarihi: 02.09.2023
- URL 3: <https://www.virgin.com/virgin-companies/virgin-hotels>, Erişim Tarihi: 02.09.2023
- URL 4: <http://justcreative.com/2008/11/27/logo-design-process-fitucci/>, Erişim Tarihi: 09.05.2015
- URL 5: <https://listelist.com/yaratici-karsilastirmali-reklamlar/>, Erişim Tarihi: 06.06.2015
- URL 6: <http://forum.airporthaber.com/showthread.php?t=113237&page=3>, Erişim Tarihi: 06.06.2015
- URL 7: <https://www.youtube.com/watch?v=0tmkE34DbPI>, Erişim Tarihi: 03.05.2015

URL 8: <http://www.izlesene.com/video/bulova-ilk-televizyon-reklami/8458828>, Erişim Tarihi: 10.06.2015

URL 9: <http://subliminal-techniques.com/eat-pop-corn-drink-coke-thus-spoke-mr-subliminal/>, Erişim Tarihi: 24.06.2015

URL 10: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/weather-forecast>, Erişim Tarihi: 24.12.2023

Utaş, U. (2013). *Marka Savaşları: En Yaratıcı 22 Karşılaştırmalı Reklam*. Erişim adresi: <https://listelist.com/yaratici-karsilastirmali-reklamlar/>
Erişim Tarihi: 06 Haziran 2015

Uztuğ, F. (2009). *Reklamcılıkta Anna Karenina İlkesi (Kesmece Reklam Mümkün müdür?)*, 1. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Ünsal, Y., (1994). *Bilimsel Reklam ve Pazarlamadaki Yeri*, İstanbul: Tivi Reklam Yayınları

Wilkie, W., (1986). *Consumer Behavior*, 1. Baskı, New York: John Wiley and Sons

William Caxton. (2015, 22 Haziran). Wikipedia İçinde. Erişim adresi: https://tr.wikipedia.org/wiki/William_Caxton Erişim Tarihi: 22 Haziran 2015

Windhal, S., Signitzer, B. H., Olsen, J.T. (1992). *Using Communication Theory*. 1. Baskı, London: Sage Publications

Yılmaz, R. A., (2001). *İlanattan İnternete: Türkiye'de Reklamcılık*. Kurgu Dergisi. Temmuz.18, 355-367.

EK-1:

Anket

Sayın Tüketici

“Reklamların Markalar Üzerindeki Etkisi” ile ilgili Sanatta Yeterlilik tezi hazırlamaktayım. Yaptığım araştırmada tüketicilerin reklamlardan nasıl etkilendiklerini ve reklamlara nasıl yaklaştıklarını belirleyebilmem büyük önem taşımaktadır. Bunun için gerekli olan bilgileri toplamak amacıyla hazırlamış olduğum anketi aşağıda size sunuyorum. Söz konusu bu anket 34 sorudan oluşmaktadır ve verilen cevaplar sadece akademik gelişim amaçlı kullanılacaktır. Araştırmamın amacına ulaşması, soruları dikkatli okumanıza ve vereceğiniz cevapların doğru ve tutarlı olmasına bağlıdır. Yardıminız için şimdiden teşekkür ederim.

Araştırmacı: Gökçin ÇUBUKCU

- 1) **Cinsiyetiniz** a) Bay b) Bayan
- 2) **Yaşınız** _____
- 3) **Medeni Durumunuz** a) Evli b) Bekâr
- 4) **Çocuğunuz Var Mı?** a) Evet b) Hayır
- 5) **Eğitim Durumunuz**
 - a) İlköğretim d) Lisans
 - b) Lise e) Yüksek Lisans
 - c) Önlisans f) Doktora
- 6) **Mesleğiniz**
 - 1) Özel Sektör 4) Serbest Meslek
 - 2) Memur 5) Emekli
 - 3) İşçi
- 7) **Gelir Durumunuz**
 - 1) 1000 TL'den az 4) 3001-4000 TL arası
 - 2) 1001- 2000 TL arası 5) 4001 TL +
 - 3) 2001-3000 TL arası
- 8) **Alışverişte sadece ihtiyacınız olan ürünü mü alırsınız?**
 - a) Evet b) Hayır
- 9) **Ürün/hizmet satın alırken ucuz ya da pahalı olması sizin için önemli midir?**
 - a) Evet b) Hayır
- 10) **Ayıplı ürün satın aldığınız zaman haklarınızın neler olduğunu biliyor musunuz?**
 - a) Evet b) Hayır
- 11) **Kusurlu hizmet aldığınız zaman haklarınızın neler olduğunu biliyor musunuz?**
 - a) Evet b) Hayır
- 12) **Ayıplı ürün/hizmet satın aldığınızda hakkınızı aramak için aşağıdakilerden hangisine başvurursunuz?**
 - a) Tüketici Sorunları Hakem Heyeti
 - b) Tüm Tüketicileri Koruma Derneği
 - c) İnternetteki Şikâyet Siteleri
 - d) Hiçbir yere başvurmam
- 13) **Reklamından etkilendiğiniz için hiç ihtiyacınız olmadığı halde o ürün/hizmeti satın aldığınız oldu mu?**
 - a) Evet b) Hayır
- 14) **Reklamlar en çok hangi ürün/hizmetleri satın almanızda etkili olur?**

- 1) Gıda Ürünleri
- 2) Temizlik Ürünleri
- 3) Kozmetik Ürünler
- 4) Otomobil/Aksesuar
- 5) Hizmetler (Bankacılık, Sigortacılık, Turizm, Yeme/İçme, Ulaşım vb.)
- 6) Mobilya/Dekorasyon
- 7) Teknolojik Aletler
- 8) Giyim/Aksesuar

15) Satın alma sırasında sizi aşağıdaki psikolojik faktörlerden hangisi daha çok etkiler?

- 1) Geçmişteki deneyimlerim
- 2) İhtiyacımı karşılaması
- 3) Ürün/hizmet ile ilgili tutum ve inançlarım
- 4) Ürün/hizmetin kişiliğime uygun olması
- 5) Ürün/ hizmetin yaşam biçimime değer katması
- 6) Ürünün/ hizmetin sunulduğu ve algılanma şekli
- 7) Müzik
- 8) Yanımda bulunan kişinin acele etmesi/sıkılması

16) Satın alma sırasında sizi aşağıdaki sosyo-kültürel faktörlerden hangisi daha çok etkiler

- 1) Aile
- 2) Sosyal çevre
- 3) Toplumsal rol
- 4) Ait olduğum sosyal sınıf
- 5) Yaşam biçimi
- 6) İçinde bulunduğum toplumun kültür yapısı
- 7) Hepsi
- 8) Hiçbiri

17) Reklamda verilen hangi mesaj sizde satın alma duygusu uyandırır?

- 1) Rakiplerinden daha iyi olduğunu iddia etmesi.
- 2) Rakiplerinden daha uygun fiyatlı olması
- 3) Satın aldığımda kendimi iyi hissettirmesi.
- 4) Satın almadığımda kendimi kötü hissettirmesi.
- 5) Belli bir toplumsal sınıfa ait olma hissi uyandırması.
- 6) Satın aldığımda çok amaçlı olarak kullanılabilir olması

18) Reklamlarda aşağıdakilerden hangisi sizi daha çok etkiler?

- 1) Mizah kullanımı
- 2) Cinsel öge kullanımı
- 3) Ünlü kişilerin kullanımı
- 4) Senaryo/sloganın kullanımı
- 5) Özel efekt kullanımı
- 6) Animasyon kullanımı
- 7) Müzik kullanımı

19) Sizce reklamın en önemli görevi aşağıdakilerden hangisidir?

- 1) Bir ürünün/hizmetin satın alınmasına ikna etmek
- 2) Bir ürün/hizmet ile ilgili bilgi vermek
- 3) Bir ürünün/hizmetin akılda kalıcılığını artırmak
- 4) Eğlendirmek

20) Aşağıdaki mecralardan hangisi sizce reklamın daha etkili olmasını sağlar?

- 1) Televizyon
- 2) Gazete ve dergi
- 3) Radyo
- 4) Doğrudan postalama (katalog, broşür, kitapçık)
- 5) Enstalasyon (üç boyutlu maket çalışmaları)
- 6) Üç boyutlu video performans

- 4) İnternet
5) Açık hava reklamcılığı (tabela, billboard)
- 9) İnteraktif reklamlar (tüketici-ürünü deneyimi)

<u>Asağıda Verilmiş Olan İfadelere Katılma Derecenizi Belirtiniz</u>	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katlıyorum	Kesinlikle Katlıyorum
21) Ürünleri/hizmetleri satın almama daha çok reklamlar sebep olur.					
22) Aynı ürünü/hizmeti satan birden çok firma varsa, hangisinin reklamından etkilenirsem onun ürün/hizmetini satın alırım.					
23) Cinsel öğeleri kullanan reklamlar, o ürünü/hizmeti satın almamda beni teşvik eder.					
24) Reklamlarda gördüğüm ünlü kişiler bende o ürünü/hizmeti satın almamda etkili olur.					
25) Reklamlar, benim ürünler/hizmetler ile ilgili tutum ve davranışlarımı değiştirebilir.					
26) Reklamlar lüks tüketime neden olmaktadır.					
27) Reklamlar aşırı tüketime/savurganlığa neden olmaktadır.					
28) Çoğu reklam tüketiciyi kandırır.					
29) Reklamlar, toplumun psikolojik ve sosyo-kültürel yapısını değiştirir.					
30) Türkiye’de yapılan reklamlar çok yaratıcıdır.					
31) Türkiye’de yapılan reklamlar oldukça başarılıdır.					
32) Reklamlar markaların imajına olumlu katkı sağlamaktadır.					
33) Markaların mesajının algılanmasında reklamlar çok etkilidir.					

Kaynak: Çubukcu, G. (2015). Reklamların Markalar Üzerindeki Rolü. [Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi]. İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. S.242-244

JEANS REDESIGN: DENİM ENDÜSTRİSİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR DÖNÜŞÜM

*Jeans Redesign: Sustainable Transformation in the Denim
Industry*

Gülcan BATUR¹

ÖZ

Araştırma, Ellen MacArthur Vakfı tarafından İngiltere'de başlatılan Jeans Redesign Projesi'nin denim sektöründe sürdürülebilirlik ve çevre dostu uygulamalara etkisini incelemektedir. 2019 yılında "Modayı Döngüsel Hale Getir" inisiyatifi çerçevesinde başlatılan Jeans Redesign Projesi, zararlı kimyasalların kullanımını en aza indirmeyi, geleneksel yıkama yöntemlerinin çevresel etkilerini azaltmayı ve su tasarrufu sağlamaya yönelik alternatif çözüm stratejileri geliştirmeyi hedeflemektedir. Proje, döngüsel ekonomi ilkelerine dayalı olarak ürünlerin sürdürülebilir materyaller kullanılarak tasarlanmasını ve atık oluşturmadan yeniden kullanılabilir olmasını öngören "Beşikten Beşiğe" yaklaşımını benimsemektedir. "Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi" (LCA) ve "Beşikten Beşiğe" (Cradle-to-Cradle) kavramları, sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi hedeflerine ulaşmada merkezi bir rol oynamaktadır. Bu yöntemler, ürünlerin tasarım ve üretim süreçlerinde geri dönüştürülebilir ve yeniden kullanılabilir olmasını sağlayarak doğal kaynak kullanımını ve atık miktarını azaltmaktadır. Yaklaşık yüz katılımcı firma, proje kapsamında çevresel etkileri ve atık miktarını düşürme hedefleri doğrultusunda çalışmalarını yürütmektedir. Bu girişimin denim endüstrisine katkılarını ve sektördeki yenilikçi adımları vurgularken, mevcut durumu ve gelecekteki potansiyel sürdürülebilir gelişmeleri derinlemesine incelemektedir. Endüstri ve tüketici davranışlarında çevresel etkileri azaltma yönündeki değişimleri vurgulayan 3R (Azalt, Yeniden Kullan, Geri Dönüştür) ve 5R (Onar ve Yeniden Düşün) prensipleri bu bağlamda önemli bir yer tutmaktadır. Bu makale, Jeans Redesign Projesi kapsamında denim üretim süreçlerinde uygulanan sürdürülebilir uygulamaları, sektördeki firmaların deneyimlerini, geliştirdikleri yenilikçi teknikleri ve bu tekniklerin çevresel etkilerini ayrıntılı bir şekilde ele almakta, karşılaşılan zorluklara yönelik katılımcı firmaların sunduğu çözüm önerilerini de ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Denim, sürdürülebilirlik, döngüsel ekonomi, Jeans Redesign Projesi

ABSTRACT

The research examines the impact of the Jeans Redesign Project, initiated by the Ellen MacArthur Foundation in the UK, on sustainability and environmentally friendly practices within the denim industry. Launched in 2019 as part of the "Make Fashion Circular" initiative, the Jeans Redesign Project aims to minimize the use of harmful chemicals, reduce the environmental impact of traditional washing methods, and develop alternative strategies to save water. The project adopts the "Cradle-to-Cradle" approach, which is based on circular economy principles and envisions the design of products using sustainable materials and ensuring they can be reused without generating waste. The concepts of "Life Cycle Assessment" (LCA) and "Cradle-to-Cradle" play a central role in achieving sustainability and circular economy goals. These methods aim to ensure that products are recyclable and reusable throughout their design and production processes, thereby reducing the consumption of natural resources and the amount of waste generated. Approximately one hundred participating companies are working towards reducing environmental impacts and waste generation within the scope of the project. The article highlights the contributions of these efforts to the denim industry and underscores the innovative steps being taken, providing a comprehensive analysis of the current situation and potential future sustainable developments. The principles of 3R (Reduce, Reuse, Recycle) and 5R (Repair and Rethink), which emphasize reducing environmental impacts in industry and consumer behavior, hold significant importance in this context. This article provides a detailed examination of the sustainable practices implemented in denim production processes within the framework of the Jeans Redesign Project, the experiences of the companies involved, the innovative techniques they have developed, and the environmental impacts of these techniques. It also presents the solutions proposed by participating companies to address the challenges they face, using an academic and scientific methodology.

Keywords: Denim, sustainability, circular economy, Jeans Redesign Proje

1. ORCID: 0000-0002-4517-4325

1. Doç., Dokuz Eylül Üniversitesi, batur.gulcan@gmail.com

EXTENDED ABSTRACT

Denim, spanning from the fashion industry to home textiles and accessory products, is considered an indispensable fabric for individuals of all ages and social classes within the fashion world. Its durability and versatility, along with its adaptability to different seasons, have made it an integral part of modern life. Denim is uniquely characterized by the dyeing of the warp threads with indigo dye while generally leaving the weft threads undyed. The 3/1 twill weaving method imparts denim with a distinctive diagonal appearance and enhanced durability.

The transformation of denim fabric into finished products involves various dyeing, finishing, washing, and final treatment processes, which endow the products with the desired worn and faded appearance. However, these processes entail significant chemical and water usage, posing harm to the environment and human health. The environmental impacts of denim production, such as water pollution, the release of toxic chemicals, increased energy consumption, and greenhouse gas emissions, are particularly pronounced during the indigo dyeing, washing, and final treatment stages. Hence, the development of environmentally friendly technologies and sustainable production methods is of paramount importance.

Presently, there is a heightened awareness of the ecological damages associated with denim garment production. This awareness has prompted the textile industry to pursue innovative solutions aligned with sustainability principles. A notable effort in this direction is the Jeans Redesign Project initiated by the Ellen MacArthur Foundation. This project aims to reduce the use of harmful chemicals, minimize the environmental impact of conventional washing methods, and adopt alternative solutions along with water-saving techniques. Launched in 2019 under the "Make Fashion Circular" initiative, the Jeans Redesign Project leads sustainability efforts in the textile industry. This UK-based, non-profit foundation engages in significant global activities in sustainability, circular production, and the economy, striving to reduce industrial waste, facilitate longer circulation of products and materials within the economy, and support the sustainable, renewable use of natural resources. This approach seeks to establish a balance between environmental sustainability and economic efficiency, grounded in the principles of the circular economy. The Jeans Redesign project is regarded as one of the most impactful initiatives across the industry, aiming to reduce the de

nim industry's environmental footprint. It encompasses approximately one hundred companies from various supply chain stages, including fabric mills, garment manufacturers, integrated production facilities, and global brands. The Ellen MacArthur Foundation's initiative aims to reduce waste, ensure longer product and material circulation within the economy, and promote the sustainable, renewable use of natural resources, adopting and supporting the principles of the circular economy with a pioneering approach.

The denim industry is undergoing a transformation process with increased awareness of environmental sustainability and social responsibility. The low recycling rates of clothing items and the environmental impacts of textile waste are emerging as significant challenges. In this context, global denim brands are adopting circular recycling approaches, implementing strategies such as second-hand garment collection, repair and maintenance services, and clothing rental to reduce textile waste and enhance environmental awareness. These efforts underscore the importance of the 3R (Reduce, Reuse, Recycle) and 5R (Repair and Rethink) principles, indicating the need for a shift in industry and consumer behaviors towards reducing environmental impacts.

This article thoroughly evaluates the contributions of the denim industry to sustainability and the innovative steps taken in this area, shedding light on the sector's current state and potential sustainable developments in the future. The project meticulously examines the sustainable methods applied in denim production, exploring the experiences of companies within the sector, their innovative techniques, the environmental impacts of these techniques, and proposes solutions to encountered challenges. Thus, it presents a comprehensive roadmap for the denim industry's progression towards a sustainable future.

GİRİŞ

Denim; moda ve tekstil sektöründe her yaştan ve sosyal statüden bireye hitap eden, geniş bir kullanım alanı bulan en yaygın kumaşlardan biridir. Bu dayanıklı kumaş, yalnızca giyim sektöründe değil, ev tekstili ve aksesuar üretimi gibi çeşitli alanlarda da önemli bir yere sahip bulunmaktadır. Denim, çözümlü ipliklerinin indigo boyalı, atkı ipliklerinin ise ham (boyasız) olduğu dimi dokuma kumaş türü olarak tanımlanmakta ve 3/1 çözümlü yüzeyli dimi dokuma yöntemi ile üretilmektedir. Bu yöntem, ipliklerin çapraz bağlanarak kumaşa belirgin bir diyagonal yapı kazandırmasını sağlamaktadır ve aynı zamanda kumaşın dayanıklılığını artırmaktadır (Tölek ve Kadem, 2016: 198).

Denim üretim süreçleri, çevresel açıdan önemli sorunlar teşkil etmekte olup, su, enerji ve kimyasal madde tüketimi açısından yüksek maliyetler doğurmaktadır (URL1). Örneğin, ortalama bir denim pantolon üretimi için yaklaşık 5.678 litre su kullanıldığı ve bir kilogram pamuk üretimi için yaklaşık 10.000 litre suya ihtiyaç duyulduğu belirtilmektedir. Bu süreçler, su kaynaklarının tükenmesine ve pamuk tarımında kullanılan zirai ilaçların toprak verimliliğini azaltarak ekosistemler üzerinde kalıcı hasarlar meydana getirmesine yol açmaktadır (Amutha, 2017: 27). Bunun yanı sıra, denim yıkama ve boyama işlemleri sera gazı emisyonlarına, su kirliliğine ve kimyasal madde salınımına neden olmaktadır (Scott, 2015: 18).

Bu çevresel kaygılar karşısında, denim üretiminde sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi uygulamaları giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Özellikle son yıllarda, biyoindigo sentezi, genetik mühendislik ve sentetik biyoloji gibi bilimsel araştırmalar, denim üretiminde kullanılan kimyasalların miktarını azaltmaya yönelik çevre dostu alternatifler geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır (Yuk vd., 2023: 2). Geleneksel boyama yöntemlerine alternatif olarak köpük boyama ve dope boyama gibi yenilikçi tekniklerin kullanılmasıyla, su ve enerji tüketiminin önemli ölçüde azaltıldığı görülmektedir (Zhu vd., 2022: 3). Ayrıca, dijital sprey, ozon ve lazer destekli ağartma gibi teknikler de çevresel açıdan avantajlar sağlamaktadır. Bu yenilikçi yöntemler, denim üretiminin çevresel etkilerini en aza indirme potansiyeline sahip olup, sektörün sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmasına katkı sunmaktadır. (Periyasamy vd., 2019: 1560).

Bu bağlamda, Ellen MacArthur Vakfı tarafından başlatılan Jeans Redesign Projesi, denim endüstrisinde sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi ilkelerinin uygulanmasını teşvik eden önemli bir girişim olarak öne çıkmaktadır. Proje, zararlı kimyasal kullanımının azaltılması, su ve enerji tasarrufu sağlayan yenilikçi tekniklerin uygulanması ve atık yönetiminin iyileştirilmesi gibi hedeflere dayanmaktadır (URL 2). Jeans Redesign Projesi, sürdürülebilir üretim stratejilerini esas alarak denim endüstrisinde hem çevresel hem de ekonomik açıdan önemli etkiler yaratmayı amaçlamaktadır. Proje, denim ürünlerinin geri dönüştürülebilir malzemelerden üretilmesi ve ürünlerin yaşam döngüsü sonrasında yeniden ekonomiye kazandırılması yönünde önemli bir vizyon sunmaktadır (URL 3).

Bu çalışmanın temel amacı, Jeans Redesign Projesi'nin denim sektöründe sürdürülebilirlik stratejilerini nasıl teşvik ettiğini incelemektir. Araştırmada, projenin döngüsel ekonomiye katkıları, denim üretiminde kullanılan sürdürülebilir yöntemler ve küresel denim markalarının çevre dostu stratejileri ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır. Projeye katılan firmaların geliştirdiği yenilikçi teknikler ve bu süreçlerde karşılaştıkları zorluklar analiz edilerek, sektörün çevre dostu geleceğe yönelik attığı adımlar değerlendirilecektir.

1. Jeans Redesign Projesi

Ellen MacArthur Vakfı, 2019 yılında başlattığı Jeans Redesign Projesi ile denim endüstrisinde sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi ilkelerinin benimsenmesine öncülük etmektedir. Vakfın bu girişimi, "Modayı Döngüsel Hale Getir" (Make Fashion Circular) inisiyatifi kapsamında gerçekleştirilmiş olup, küresel ölçekte sürdürülebilirlik, döngüsel üretim ve ekonomi alanlarında aktif faaliyet göstermektedir. Vakfın temel hedefleri arasında, endüstride atık miktarının tasarım süreçleri yoluyla azaltılması, ürün ve malzemelerin ekonomi içinde daha uzun süre doluşımda kalmasını sağlama ve doğal kaynakların sürdürülebilir şekilde kullanılmasını teşvik etmek yer almaktadır. Bu yaklaşım, döngüsel ekonominin temel ilkelerini esas almakta olup, çevresel sürdürülebilirlik ile ekonomik verimlilik arasında bir denge kurmayı amaçlamaktadır (URL 3).

Döngüsel ekonomi, sürdürülebilir üretimi hedefleyen bir ekonomik model olarak tanımlanmakta olup, malzeme, enerji, iş gücü ve bilgi akışlarının verimli hale getirilerek sosyal sermayenin yeniden yapılandırılmasını mümkün kılmaktadır. Jeans Redesign Projesi, denim endüstrisinde bu modeli uygulamayı teşvik etmekte birlikte, endüstrinin çevresel etkilerini en aza indirmeyi hedefleyen en etkili girişimlerden biri olarak değerlendirilmektedir (URL 4). Proje, kumaş fabrikalarından giysi üreticilerine, entegre üretim tesislerinden küresel markalara kadar uzanan yaklaşık 100 firma ile iş birliği yapmaktadır. Proje, beş kıtada 25'ten fazla ülkede faaliyet göstermekte olan American Eagle,

Gap, Levi's, Primark, Ralph Lauren, Wrangler, Lee, H&M, Chloé, Tommy Hilfiger ve Zara gibi dünya çapında tanınmış markaları, aynı zamanda Artistic Milliners, Çalık, Cone, DNM, Orta ve Saitex gibi önemli kumaş üreticilerini kapsamaktadır (URL 5).

Projenin destekçileri arasında, tekstil ve sürdürülebilirlik alanında faaliyet gösteren birçok özel ve tüzel kuruluş yer almaktadır. Bu kuruluşlar, denim endüstrisinin döngüsel ekonomi ilkelerine geçişine katkıda bulunarak, projenin önemli birer bileşeni olarak öne çıkmaktadır. Özellikle, tekstil atıklarının yeniden kullanılabilir ve sürdürülebilir liflere dönüştürülmesi sürecinde rol alan firmalar, projede dikkat çekmektedir. Örneğin, Infinited Fiber firması eski giysilerin toplanması ve geri dönüştürülmesi hizmetini sağlayarak, tekstil atıklarının azaltılmasına katkı sunmaktadır. Benzer şekilde, Re: Newcell ise, eski tekstil ürünlerini çevre dostu ve yeniden kullanılabilir liflere dönüştürmekte olup, denim endüstrisinin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmaktadır. Bu tür kuruluşlara ek olarak, Hong Kong Research Institute of Textiles and Apparel (HKRITA), tekstil ve giyim alanında gerçekleştirdiği araştırmalarla projeye bilimsel destek sunmakta ve sürdürülebilir üretim süreçlerinin geliştirilmesine yardımcı olmaktadır. Bank and Vogue, ikinci el giysiler ve ev eşyalarının yeniden kullanımı yoluyla tekstil atıklarının azaltılmasına yönelik faaliyetler yürütmektedir. Circular Systems, tarım ve tekstil atıklarını yeniden kullanılabilir materyallere dönüştürerek döngüsel ekonomi ilkelerine hizmet eden önemli bir kuruluş olarak projede yer almaktadır. Aynı şekilde, Evernu, tekstil atıklarını yüksek kaliteli liflere dönüştürme teknolojisiyle denim endüstrisinde çevresel sürdürülebilirliği artırmaktadır (URL 6). Bu projeye dahil olan tüm bu firmalar ve kuruluşlar, denim sektöründe döngüsel ekonomi süreçlerinin benimsenmesine katkı sağlayarak sürdürülebilir üretim modellerinin yaygınlaşmasını desteklemektedir.

Bu proje, sürdürülebilir etik prensiplerle denim üretimi yapılmasını sağlamak amacıyla endüstriye yönelik bir dizi yönerge ve gereklilikler içermektedir. 40'tan fazla denim üreticisi ve tasarımcının katkılarıyla hazırlanan bu yönerge, denim endüstrisinin döngüsel ekonomi ilkelerine uyum sağlamasını ve üretim süreçlerinin yeniden yapılandırılmasını esas almaktadır (URL7). Sürdürülebilir üretim ve tüketim modelleri doğrultusunda şekillenen proje, doğrusal "Beşikten Mezara" modeline karşı geliştirilmiş olan "Beşikten Beşiğe" (Cradle to Cradle) yaklaşımını benimsemektedir. Bu yaklaşım, ürünlerin yaşam döngüsü boyunca olumlu çevresel etkilerini artırmayı hedeflerken, aynı zamanda Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi (LCA) ilkesine dayanmaktadır ve tekstil endüstrisinde döngüsel ekonomi ile sürdürülebilirlik kavramlarını birleştirmektedir (URL8). Bu değerlendirme, bir ürün veya hizmetin üretiminden sonlandırılmasına kadar olan tüm süreçteki çevresel etkilerini incelemektedir. Geleneksel endüstriyel üretim ve tüketim süreçleri çoğunlukla doğrusal bir model olan "Beşikten Mezara" yaklaşımına dayanmaktadır. Ancak "Beşikten Beşiğe" yaklaşımı, ürünlerin üretim ve kullanım aşamalarını kapsamanın ötesinde, aynı zamanda ürünlerin geri dönüşüm, yeniden kullanım veya dönüşüm süreçlerini de içermektedir (McDonough, Braungart, 2002:19).

Proje, ürünlerin tasarım aşamasından itibaren sürdürülebilir ve çevre dostu malzemelerin kullanılmasını, ürünlerin dayanıklılığını artıran malzeme ve tasarımların seçilmesini dolayısıyla ürünlerin yeniden döngüye dahil edilmesini desteklemektedir. Bu yaklaşım, doğrusal ekonominin "al-tüket-at" modeline karşı çıkarak, denim üretim sektöründe döngüsel modelin uygulanmasını teşvik etmektedir. Bu, ürünlerin çevresel etkisini azaltmayı, malzeme döngüsü içinde maksimum kullanımı sağlamayı ve tüketicilere daha güvenli, sağlıklı seçenekler sunmayı hedefleyen bir yaklaşımdır. Böylece tüketicilere daha güvenli ve sağlıklı ürünler sunmayı hedefleyen bu proje, denim endüstrisinde sürdürülebilirlik standartlarını yükseltmektedir.

1.1. Denim Endüstrisinde Döngüsel Ekonomi Uygulamaları

Tekstil ve moda endüstrisinde döngüsel ekonomi anlayışı, ürünlerin uzun ömürlü, yeniden üretilebilir ve geri dönüştürülebilir ya da yenilenebilir malzemelerden yapılmasını amaçlar. Bu yaklaşım yalnızca ürün tasarımını değil, aynı zamanda tedarik zincirlerinin sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda yeniden yapılandırılmasını da içerir. Moda endüstrisinin bu dönüşümü gerçekleştirebilmesi için geniş çaplı iş birlikleri ve stratejik düzenlemeler kaçınılmaz hale gelmiştir. Böylece hem ürünlerin kullanımda kalması hem de döngüsel ekonomiye uygun süreçlerin hayata geçirilmesi hedeflenmektedir (URL 9).

Denim sektörü, çevresel etkileri nedeniyle bu dönüşümde kritik bir rol oynamaktadır. Bu sektördeki üretim süreçleri yüksek miktarda su, enerji ve kimyasal kullanımını gerektirir, bu da doğaya önemli bir yük getirmektedir (Akı vd., 2023: 5). Bu bağlamda, döngüsel ekonomi ilkeleri doğrultusunda tasarlanan Jeans Redesign Projesi, denim üretim süreçlerinin sürdürülebilirliğini artırmayı hedeflemektedir. Proje, dayanıklılık, malzeme sağlığı, geri dönüşüm ve izlenebilirlik gibi başlıklar altında sektördeki üreticilere yol göstermektedir.

Projeye katılan markalar, sürdürülebilirlik standartlarına uyum taahhüdünde bulunmuş ve çevre dostu ürünler geliştirmiştir. Bu girişim, üretim süreçleriyle sınırlı kalmayarak, malzeme seçiminden geri dönüşüm sistemlerine kadar geniş çaplı bir dönüşümü hedeflemektedir. Böylece, sektörde etik ve sürdürülebilir üretim modellerini benimsemek isteyen üreticilere rehberlik etmektedir (URL 9).

Denim endüstrisinde döngüsel ekonomi ilkelerinin uygulanması, zorlu ve karmaşık bir süreç olarak kabul edilmektedir. Mevcut tedarik zincirlerinin geri dönüşüm sistemlerine uyum sağlaması maliyetli ve zaman alıcı bir süreçtir. Jeans Redesign Projesi gibi girişimler, geri dönüşüm ve sürdürülebilirlik süreçlerinde daha etkin çözümler sunarak, denim ürünlerinin çevresel etkilerini en aza indirmeyi hedeflemektedir. Bu tür projeler, ürünlerin yaşam döngüsünü uzatma ve çevresel etkilerin azaltılması yönünde önemli stratejiler geliştirmeyi esas almaktadır. Bu süreç, denim sektörünün yanı sıra moda endüstrisinin genelinde daha geniş bir dönüşümü tetiklemektedir. Döngüsel ekonomi modelleri, yalnızca çevresel değil, aynı zamanda uzun vadeli ekonomik faydalar da sunmaktadır. Bu nedenle, denim üretiminde çevre dostu üretim modellerinin önemi her geçen gün artmaktadır (Akı vd., 2023: 5).

Bu projelerin denim sektöründeki etkileri dikkate alındığında, sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi ilkelerinin yaygınlaşması hem çevresel hem de ekonomik açılarından ciddi kazanımlar sunmaktadır. Geri dönüştürülebilir malzemelerin kullanımı ve ürünlerin yaşam döngüsü sonunda sisteme geri kazandırılması, belirlenen temel hedefler arasındadır. Bu tür projeler, sektörde çevre dostu uygulamaların yaygınlaşmasını sağlayarak denim endüstrisine liderlik etmektedir.

2. Dayanıklılık

Moda endüstrisi, çevresel sürdürülebilirlik gerekliliğiyle dönüşüm sürecine girmiştir. Bu dönüşüm, yalnızca üretim süreçleri değil, malzeme seçimi ve ürünlerin dayanıklılığına odaklanan stratejilerle de şekillenmektedir. Modanın sürdürülebilirlik boyutu, malzeme seçimi ve ürünlerin dayanıklılığına odaklanan iki temel strateji üzerine inşa edilmektedir. Bu stratejiler, tüketim alışkanlıklarını ve moda anlayışını dönüştürme potansiyeline sahiptir. Uzun ömürlü ve yüksek kaliteli malzemelerin kullanılmasıyla giysilerin ömrünün nasıl uzatılabileceği tartışılmakta ve bu durumun hem pratik uygulanabilirliği hem de tüketicilere sağladığı avantajlar üzerinde durulmaktadır. Fletcher (2012:225), bu stratejilerin sürdürülebilir moda anlayışının hem teorik hem de pratik temellerini güçlendirdiğini ve önemli bir etki yarattığını vurgulamaktadır.

Son yıllarda, dayanıklı malzemelerin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmada kritik bir unsur olarak kabul edilmektedir. WRAP (Worldwide Responsible Accredited Production), güvenli, yasal, insani ve etik üretimi teşvik eden kapsamlı bir denetim ve sertifikasyon programı sunan bir organizasyondur. WRAP'ın 2012 yılında yaptığı çalışma, malzemenin kalitesinin giysi dayanıklılığı üzerindeki etkisini vurgulamaktadır. Bu çalışma, endüstrinin sürdürülebilirlik vizyonunu şekillendirme ve birleştirme sürecinde önemli bir rol oynamaktadır (Anner, 2012: 614). Ancak dayanıklılık yalnızca fiziksel özelliklerle sınırlı kalmamaktadır; aynı zamanda ürünün kullanıcılar üzerinde yarattığı etkiyle de ilişkilendirilmektedir. Bu etki, "Duygusal Dayanıklılık" olarak tanımlanmakta olup, ürünün kullanıcılar için ne kadar ilgi çekici, estetik ve işlevsel olduğu ile bağlantılıdır. Fletcher (2012:226), duygusal dayanıklılığın, ürünün uzun süreli kullanımını etkileyen önemli bir faktör olduğunu ifade etmektedir. Jeans Redesign Projesi kapsamında geliştirilen rehberler, ürünlerin fiziksel dayanıklılığını artırma hedefinin yanı sıra, duygusal dayanıklılık faktörünü de göz önünde bulundurarak, kullanıcıların ürünlere olan bağlılıklarını güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Rehberler, örneğin bir ürünün en az 30 kez evde çamaşır makinesinde yıkanmasına dayanıklı olmasını garanti etmektedir. Bu standartlar, hem fiziksel hem de duygusal dayanıklılığı ön planda tutarak ürünlerin uzun ömürlü ve kullanıcılar için tatmin edici olmasını sağlamaktadır (URL 10).

Denim ürünlerinde dayanıklılığı artırmak, Jeans Redesign Projesi'nin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılmasında önemli bir strateji olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda, projeye katılan markalar, denim ürünlerinin dayanıklılığını ölçmek ve artırmak amacıyla çeşitli testler uygulamaktadır. Yırtılma ve çekme mukavemeti, boyut kararlılığı, aşınma direnci ve renk solmazlığı gibi testler, denim pantolonların kullanım ömrünü uzatmak için kritik parametrelerdir. Bu testlerin temel amacı, ürünlerin daha uzun süre dayanıklı olmasını sağlayarak çevresel etkileri azaltmaktır.

Sektörde yapılan araştırmalar, giysi dayanıklılığının ölçülmesi konusunda tutarsızlıklar olduğunu ortaya koymuştur. Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler, bu testlerin maliyetli ve zaman alıcı olduğunu belirtmektedir. 2021 yılında yapılan incelemelere göre, katılımcılar daha önce 1 ile 22 arasında değişen test sayısı yerine, 1 ile 7 arasında daha az sayıda test uygulamıştır. En yaygın testler arasında yırtılma ve çekme mukavemeti, boyut kararlılığı, aşınma direnci

ve renk solmazlığı bulunmaktadır. Ancak bu işletmelerin büyük bir kısmı, minimum dayanıklılık standartlarını karşılamayı başarmıştır (URL 9).

Jeans Redesign Projesi kapsamında katılımcı markaların %87'si, denim ürünlerinin en az 30 yıkama döngüsüne dayanıklı olmasını hedeflemektedir. Bu standardın üzerine çıkan markalar arasında Black Peony, Good American ve Triarchy gibi firmalar yer almakta olup, bu markalar ürünlerini 35 yıkama döngüsüne kadar test etmiştir. Projenin temel amacı, ürünlerin 30 yıkama döngüsünden sonra dahi "yeni gibi" kalitesini koruyarak dayanıklılık standartlarını sürdürülebilirliği (URL 9).

Jeans Redesign Projesi'nin bu stratejisi, denim ürünlerinin dayanıklılığını ve kalitesini artırarak tüketicilere daha uzun ömürlü ürünler sunmayı amaçlamaktadır. Bu yaklaşım, hem tüketici memnuniyetini artırmakta hem de çevresel etkileri en aza indirmektedir. Atık miktarının azaltılması ve kaynakların verimli kullanılması, projenin temel hedefleri arasında yer almaktadır.

2.1. Denim Sektöründe Malzeme Sağlığı

Denim üretiminde malzeme sağlığı, sürdürülebilir üretim hedeflerinin başarısında kritik bir rol oynamaktadır. Üretim süreçlerinde kullanılan hammaddeler ve kimyasalların insan sağlığı ve çevre üzerindeki etkileri giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Jeans Redesign Projesi, bu etkileri en aza indirmek amacıyla kimyasal bileşenlerin seçiminde çevreye ve insan sağlığına zarar verebilecek unsurları en aza indirmeyi hedeflemekte ve daha sürdürülebilir üretim süreçlerine rehberlik etmektedir. Özellikle denim üretiminde kullanılan hammaddelerin ve kimyasal işlemlerin çevresel etkileri detaylı şekilde analiz edilmelidir. Periyasamy ve Militky (2017: 163), bu analizlerin çevre ve insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirmede hayati bir öneme sahip olduğunu vurgulamaktadır. Bu doğrultuda, Jeans Redesign Projesi, çevre ve sağlık üzerindeki zararlı etkileri azaltmaya yönelik çözümler sunmaktadır. Bu çabaların önemli bir parçası olarak, rejeneratif organik tarım ve çevre dostu üretim yöntemlerinin benimsenmesi, denim üretiminde malzeme sağlığını korumak için etkili stratejiler arasında yer almaktadır. Bu yaklaşımlar, kullanılan kimyasalların azaltılmasını ve çevresel duyarlılığın artırılmasını hedefleyerek sektördeki sürdürülebilirlik çabalarına katkıda bulunmaktadır. Malzeme sağlığı yalnızca çevresel etkilerin azaltılmasıyla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda üretim süreçlerinin kalitesini artırarak sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılmasına yardımcı olmaktadır. Bu stratejiler, zararlı kimyasalların sınırlandırılmasını ve ekosisteme zarar vermeyen alternatif çözümlerin benimsenmesini sağlamaktadır (URL 9).

Bununla birlikte, denim yıkama ve bitim işlemlerinin ekosisteme olan zararları, denim üretiminde kullanılan metal aksesuarların çevresel etkileri ve bu tür malzemelerin sürdürülebilir alternatiflerle değiştirilmesi, denim endüstrisinin döngüsel ekonomiye geçişini hızlandıran unsurlar arasında yer almaktadır. Jeans Redesign Projesi, tüm bu unsurları göz önünde bulundurarak uzun vadeli çevresel ve sosyal sorumluluk hedeflerini gerçekleştirmeye katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

2.1.1. Organik Tarım, Geri Dönüştürülmüş Elyaf İnovasyonu ve Yeni Teknolojiler

Denim sektöründe malzeme sağlığını koruma ve sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmada organik tarım ürünlerinin kullanımı merkezi bir öneme sahiptir. Denim üretiminde kullanılan pamuk, dünya genelindeki zirai ilaçlama kullanımının %11'ini oluşturmaktadır ve çevreye zarar vermektedir. Buna karşılık, organik pamuk yetiştiriciliği, sentetik gübre ve kimyasal tarım ilaçlarının kullanılmaması sayesinde su kaynaklarının korunmasına, toprak sağlığının iyileştirilmesine ve biyoçeşitliliğin desteklenmesine katkı sunmaktadır (Chen vd., 2021:19). Jeans Redesign Projesi, uzun vadede selüloz bazlı liflerin tamamen rejeneratif kaynaklardan sağlanmasını hedeflemekte ve organik tarım yöntemlerinin benimsenmesini teşvik etmektedir (URL 10). Rejeneratif organik tarım, sadece toprak sağlığını iyileştirmekle kalmayıp ekosistemin genel dengesini yeniden kurarak biyoçeşitliliği artırmayı amaçlayan sürdürülebilir bir model olarak kabul edilmektedir (Newton vd., 2020:2).

Jeans Redesign Projesi, tedarik zincirinin her aşamasında organik pamuk kullanımını teşvik eden standartlar belirlemiştir. Bu standartlar, markaların ekolojik kriterlere uygun üretim yapmasını garanti altına almakta ve Global Organic Textile Standard (GOTS), Better Cotton Initiative (BCI) ve Avrupa Birliği Ekoetiketi (AB Ekoetiketi) gibi uluslararası sertifikalarla desteklenmektedir. (Manshoven ve Grossi, 2022:36). Böylece küresel tekstil endüstrisinde çevresel etkilerin azaltılması ve sürdürülebilir kaynak kullanımının artırılması hedeflenmektedir.

Geri dönüştürülmüş elyaf inovasyonu ve yeni teknolojiler de sürdürülebilir üretim süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. İsveç merkezli Renewcell firması tarafından geliştirilen Circulose®, kullanılmış pamuk ve viskoz tekstil atıklarından biyolojik olarak parçalanabilir bir materyal üreterek tekstil endüstrisinde sürdürülebilirlik

açısından yenilikçi bir adım atarak öne çıkmaktadır (Photopoulos, 2023:38). Bu süreç, atık tekstillerin toplanması, renklerin arındırılması ve sentetik liflerin ayrıştırılmasıyla başlamakta; ardından hamur formundaki materyal viskoz, lyocell ve modal gibi selülozik liflere dönüştürülmektedir. Circulose® ile üretilen tekstiller, geleneksel kaynaklar yerine tekstil atıklarından elde edilmekte olup çevresel sürdürülebilirliği desteklemektedir (URL 11). Bu teknoloji, doğal kaynakların tüketimini azaltmakta ve tekstil atıklarının yeniden işlenmesini sağlayarak döngüsel ekonomi ilkelerine önemli katkılar sunmaktadır (URL 12). Geri dönüştürülmüş elyaf inovasyonu, Jeans Redesign Projesi'ne katılan firmaların çevresel etkileri azaltma çabalarında önemli bir yere sahiptir. Proje kapsamında, katılımcıların %89'u, ürünlerinde en az %98 oranında selüloz bazlı lif kullanıldığını rapor etmiştir. Selüloz bazlı liflerin çevresel avantajlarını belgelemek zor olsa da rejeneratif tarım yöntemleriyle elde edilen bu liflerin karbon tutma kapasitesi ve toprak sağlığını iyileştirme gibi çevresel faydaları bulunmaktadır (URL 9).

Bu inovasyonlar arasında, Evrnu firmasının geliştirdiği NuCycl teknolojisi de dikkat çekmektedir. NuCycl, eski giysi ve tekstil ürünlerindeki elyafların kimyasal işlemlerle en temel bileşenlerine ayrıştırılarak yüksek performanslı ve yeniden kullanılabilir elyaflara dönüştürülmesini sağlamaktadır. Bu süreçte, pamuk bazlı materyaller depolimerizasyon yoluyla moleküler düzeyde ayrıştırılarak yeni ipliklere dönüştürülmektedir. Bu sayede eski giysiler zarar görmeden birkaç kez geri dönüştürülebilmekte ve tekstil atıkları sürekli bir döngüde tutulmaktadır (URL 13-14). NuCycl teknolojisi, tüketici atığından elde edilen yeni malzemelerle karbon ayak izini azaltmayı ve su tasarrufu sağlamayı hedeflemektedir (URL 15). Pangaia ve Levi Strauss & Co., Evrnu ile işbirliği yaparak NuCycl teknolojisini denim üretimine entegre etmişlerdir. Pangaia, bu teknolojiyle üretilen ilk denim ürünü olan "Renu" ceketini piyasaya sürmüş, Levi Strauss & Co. ise beş adet kullanılmış pamuklu tişörtü geri dönüştürerek denim pantolon üretmiştir. Bu süreç, geleneksel pamuk üretimine kıyasla %98 daha az su tüketimi sağlamaktadır (URL 16).

Sonuç olarak, denim sektöründe sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için organik tarım, geri dönüştürülmüş elyaf inovasyonu ve yeni teknolojiler kritik öneme sahiptir. Jeans Redesign Projesi, bu alanlarda sunduğu yenilikçi çözümlerle çevresel etkileri azaltmakta ve döngüsel ekonomiye katkıda bulunmaktadır. Bu yaklaşımlar, tekstil endüstrisinin uzun vadeli sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmasında önemli bir zemin hazırlamaktadır.

2.1.2. Denim Yıkama ve Bitim İşlemlerinin Ekosisteme Zararları

Denim üretiminde kullanılan yıkama ve bitim işlemleri, kumaşın görünümünü ve dokusunu iyileştirirken çevreye ve insan sağlığına ciddi zararlar verebilir. Geleneksel teknikler olan taş yıkama, potasyum permanganat (PP) spreyi ve kumlama gibi işlemler, yüksek su ve kimyasal kullanımının yanı sıra ekosisteme ve çalışanların sağlığına da olumsuz etkiler bırakmaktadır (Batur, Kozbekçi, 2021:1052). Bu yöntemler su kaynaklarını kirletmekte, atık miktarını artırmakta ve işçileri tehlikeli kimyasallara maruz bırakmaktadır.

Taş yıkama, denim kumaşlarda eskitilmiş bir görünüm sağlamak için yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir. Pomza taşı gibi aşındırıcı malzemelerin kullanıldığı bu süreç, su tüketimini artırır ve atık çamur oluşumuna neden olur (Arjun vd., 2013:27). Potasyum permanganat (PP) spreyi ise denim kumaşların yerel aşındırma ve solma etkilerini oluşturmak için kullanılırken, uzun vadede çevreye ve çalışan sağlığına ciddi zararlar vermektedir (Khalil vd., 2015:272). Kumlama tekniği, işçi sağlığını ciddi şekilde tehdit eden bir diğer yöntemdir ve silikozis gibi ölümcül hastalıklara yol açmaktadır (Khan ve Jintun, 2021:98).

Jeans Redesign Projesi, bu zararlı yöntemlerin yerine çevre dostu ve güvenli alternatiflerin kullanılmasını teşvik etmektedir. Proje kapsamında, lazer yıkama, ozon ağartma ve enzim bazlı yıkama gibi sürdürülebilir tekniklerin yaygınlaştırılması hedeflenmiştir (URL 10). Bu yaklaşımlar hem çevresel etkileri azaltmakta hem de işçilerin sağlığını koruyarak sürdürülebilir üretim süreçlerine katkıda bulunmaktadır.

2.1.3. Tekstil ve Denim Sektöründe Zararlı Kimyasalların Azaltılması

Denim üretiminde kullanılan zararlı kimyasallar hem çevreyi hem de insan sağlığını tehdit eden başlıca unsurlardır. Üretim süreçlerinde kimyasalların azaltılması, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmanın en önemli yollarından biridir. Bu alanda öne çıkan inisiyatiflerden biri, Zararlı Kimyasalların Sıfır Deşarjı (Zero Discharge of Hazardous Chemicals - ZDHC) girişimidir. ZDHC, üretim süreçlerinde kullanılan tehlikeli kimyasalların çevreye ve su kaynaklarına deşarjını minimize etmeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede, ZDHC tarafından oluşturulan Üretimde Kısıtlanmış Madde Listesi (Manufacturing Restricted Substance List - MRSL), üretimde ve bakım süreçlerinde kullanılan çeşitli kimyasalların sınırlamalarını içermektedir (Bosman vd., 2020).

ZDHC, firmalara tehlikeli kimyasalların azaltılması konusunda çeşitli araçlar ve çözümler sunmaktadır. Bunlar arasında ZDHC Gateway sistemi ile kimya uygulamalarının doğrulanması ve Bluesign ile Cradle to Cradle

Certified™ gibi sertifikasyonlar yer almaktadır. Ayrıca ChemSec ve Jeanologia gibi araçlar, daha güvenli kimyasal alternatifler sunarak bu sürece katkı sağlamaktadır (Diekel vd., 2021: 5).

Sektörde tehlikeli kimyasalların azaltılmasına yönelik ciddi ilerlemeler kaydedilmektedir. Özellikle *Jeans Redesign* projesi, bu alandaki önemli girişimlerden biri olarak kabul edilmektedir. Proje, ZDHC girişimi ile iş birliği yaparak çevre dostu üretim tekniklerinin benimsenmesini teşvik etmektedir. Aynı zamanda kimyasal kullanımının ekosistem ve insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmayı hedeflemektedir (URL 10). Proje kapsamında yer alan markalar ve tedarik zinciri paydaşları, sürdürülebilir üretim yöntemlerini benimseyerek sektörde çevresel ve sosyal sorumluluk hedeflerine ulaşmaya yönelik önemli adımlar atmaktadırlar (URL 9).

2023 yılına ait *Jeans Redesign* raporuna göre, katılımcı firmaların %96'sının toksik kimyasalların azaltılması konusundaki belirlenen kriterlere uyum sağladığı belirlenmiştir. Ayrıca, taş yıkama, kum püskürtme ve potasyum permanganat (PP) kullanımı gibi zararlı süreçlerin ortadan kaldırılmasında %94'lük bir ilerleme kaydedilmiştir. Firmalar, geleneksel bitim işlemleri yerine lazer (%79), ozon ağartma (%68), enzim yıkama (%64), "Eco" taşlar (%45) ve aşındırıcı plakalar (%11) gibi çeşitli alternatif teknolojik tekniklerle bu süreçleri değiştirdiklerini bildirmişlerdir (Bosman vd., 2020). Ancak, bu tekniklerin denim ürünlerin dayanıklılığı üzerindeki etkilerini anlamak için daha fazla araştırma gerekmektedir (URL 9).

Proje kapsamında yer alan markalar, çevreye duyarlı üretim tekniklerine yönelerek sektörde önemli ilerlemeler kaydetmektedir. Geleneksel yıkama ve bitim işlemlerinin çevresel etkilerinin azaltılmasına yönelik bu girişim, aynı zamanda sürdürülebilirlik hedeflerine de katkı sağlamaktadır.

2.1.4. Denim Üretiminde Metal Aksesuarların Zararları ve Sürdürülebilir Çözümler

Denim üretiminde kullanılan metal aksesuarlar (düğmeler, fermuarlar, perçinler), giysilerin dayanıklılığını ve estetik görünümünü artıran önemli bileşenlerdir. Ancak bu aksesuarların üretim süreçlerinde kullanılan teknikler, özellikle elektrokaplama yöntemi, çevresel sürdürülebilirlik açısından sorunlar yaratmaktadır. Elektrokaplama, metal yüzeylerin paslanmaya karşı korunması ve estetik değerinin iyileştirilmesi amacıyla yaygın olarak kullanılır. Fakat bu süreçte kullanılan elektrolit çözeltiler, ağır metaller ve zararlı kimyasallar içerir. Bu maddelerin işlenmesi, su kaynaklarının kirlenmesine ve hava kirliliğine yol açarak ciddi çevresel zararlar yaratmaktadır (URL 17).

Bu sebeplerle denim sektöründe, daha sürdürülebilir ve çevre dostu alternatiflerin geliştirilmesi zorunlu hale gelmiştir. YKK'nin AcroPlating® teknolojisi bu alandaki önemli yeniliklerden biridir. Bu teknoloji, geleneksel elektrokaplama süreçlerinde kullanılan siyanür ve krom gibi zararlı kimyasalların kullanımını ortadan kaldırır ve su ile enerji tasarrufu sağlar. Ayrıca bu teknoloji, sera gazı emisyonlarını azaltarak çevre dostu bir alternatif sunar 2023 yılı *Jeans Redesign* Projesi raporuna göre, katılımcı markaların %7'si bu teknolojiyi benimsemiş ve çevreye daha az zarar veren kaplama yöntemlerine geçmiştir (URL 18).

Metal aksesuarların yerine organik ve geri dönüştürülebilir çözümler de sektörde yaygınlaşmaktadır. Bazı markalar, geleneksel metal perçinler yerine daha çevre dostu malzemeler kullanmaya başlamıştır. Örneğin, saf bakırın kullanımı, malzeme kaybı olmaksızın düğmelerin tekrar kullanılmasını sağlar. Buna karşın farklı metallerin karıştırılması, geri dönüşümü zorlaştırır ve bu nedenle daha az tercih edilmektedir (Babu, Bhanu, Meera, 2009: 155). *Jeans Redesign* Projesi'nin 2023 yılı raporuna göre, katılımcı markaların %44'ü, kumaşa zarar vermeden sökülebilen düğmeler kullanarak denim ürünlerinin geri dönüştürülebilirliğini artırmıştır. Bu oran, 2021'deki %32'ye göre önemli bir artış göstermektedir. Vida tabanlı düğmeler, %36'luk kullanım oranıyla en yaygın tercih edilen aksesuar olurken, klips tabanlı düğmeler %7 oranında kullanılmaktadır (URL 19). Sürdürülebilir çözümler, denim endüstrisinde giysi geri dönüşümünü ve onarımı kolaylaştırarak atık miktarını azaltmakta ve kaynak tüketimini optimize etmektedir. Sökülebilir ve geri dönüştürülebilir aksesuarlar, denim ürünlerinin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini minimize etmeye yardımcı olmaktadır.

Sonuç olarak, denim üretiminde metal aksesuarların yarattığı çevresel zararlar, sürdürülebilir malzeme kullanımı ve çevre dostu üretim süreçleri ile büyük ölçüde azaltılabilir. YKK'nin AcroPlating® teknolojisi ve geri dönüştürülebilir aksesuar çözümleri, denim sektöründe çevre dostu üretim uygulamalarının yaygınlaşmasına katkıda bulunmaktadır. Bu adımlar, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmada üreticilere ve tüketicilere önemli avantajlar sunmaktadır.

2.2. Geri Dönüştürülebilirlik

Geri dönüştürülebilirlik, kullanım ömrünü tamamlamış malzemelerin ve ürünlerin yeniden değerlendirilme potansiyelini ifade etmektedir ve sürdürülebilirlik açısından büyük bir öneme sahiptir. Tekstil sektöründe, materyallerin yaşam döngüsünün sonunda geri dönüştürülebilir özellikte olması, çevresel etkilerin azaltılması ve

kaynak verimliliğinin artırılması için bir zorunluluk olarak kabul edilmektedir (Bakker vd., 2010:3). Ancak birçok durumda, ürünlerin kullanım sonrası geri dönüştürülebilirliği göz ardı edilmekte ve bu durum sürdürülebilir malzeme seçimlerinin önemini ortaya koymaktadır.

2017'de yayımlanan “Yeni Tekstil Ekonomisi” raporu ve geri dönüşüm uzmanlarının görüşlerine dayanan Jeans Redesign Yönergesi, denim ürünlerinin tasarım ve üretim süreçlerini yenilikçi kimyasal ve mekanik geri dönüşüm teknikleriyle uyumlu hale getirmeyi amaçlamaktadır (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Bu bağlamda, döngüsel ekonomi sistemleri, Beşikten Beşiğe yaklaşımını benimsemekte ve materyallerin yaşam döngüsü boyunca sürekli bir değer taşımasını ve kullanım sonrasında ekonomiye veya doğaya zarar vermeden geri dönmesini hedeflemektedir (Ankrah vd., 2015:33). Tekstil endüstrisinde geri dönüştürülebilirlik; kumaş, iplik, lif ve polimer seviyelerinde ele alınmakta ve malzemelerin yeniden değerlendirilmesini sağlamaktadır. Kumaş geri dönüşümü, mevcut kumaşların yeni ürünlere dönüştürülmesi anlamına gelir ve bu süreç yeniden üretim olarak adlandırılır. Jeans Redesign Yönergesi'ne göre, denim ürünlerinde geri dönüştürülebilirlik standartlarına uymak için jeanlerin %2'sinden daha azının selüloz bazlı olmayan kumaşlardan oluşması gerekmektedir. Bu standartlar, çevre dostu bir üretim sürecini garanti altına almakta ve denim sektöründen perakendecilere kadar geniş bir yelpazedeki firmaları kapsamaktadır (URL 10). Ayrıca iplik geri dönüşümü, örülmüş giysilerin ipliklerine ayrılması ile yapılırken, lif geri dönüşümü giysilerin renk ve malzemelerine göre ayrıştırılarak lif haline getirilmesiyle gerçekleştirilmektedir (Vadicherla, Saravanan, 2014:142).

Polimer geri dönüşümü, plastik atıkların yeniden işlenmesiyle yeni ürünlerin üretilmesini sağlar. Polimer malzemeler, temel bileşenlerine ayrılarak ya da daha küçük formlara dönüştürülerek geri kazanılmaktadır. Bu işlem, plastik atık miktarını azaltmak, doğal kaynakları korumak ve çevresel etkileri en aza indirmek açısından önem teşkil etmektedir. Mekanik, kimyasal ve enerji geri kazanımı olmak üzere üç temel polimer geri dönüşüm yöntemi bulunmaktadır (Harmsen vd., 2021:4). Tüketici Sonrası Geri Dönüştürülmüş İçerik (Post-Consumer Recycled Content- PCRC), giysi üretiminde geri dönüştürülmüş liflerin belirli bir oranını ifade etmektedir. PET şişeler gibi diğer kaynaklardan elde edilen lifler bu kapsam dışında tutulmakla birlikte, bu tür malzemelerin tekstil üretiminde kullanımı sürdürülebilirlik açısından kritik bir öneme sahiptir.

PCRC'nin kullanımı ve polimer geri dönüşüm tekniklerinin uygulanması, çevresel ayak izinin azaltılmasında kilit rol oynamaktadır. Bununla birlikte, geri dönüştürülmüş malzemelerde bulunabilecek tehlikeli maddeler, Cradle to Cradle Certified™ gibi sertifikalarla sınırlandırılmaktadır. Bu sertifikasyon sistemi, tekstil ürünlerinin güvenliğini ve sürdürülebilirliğini garanti altına alarak zararlı çevresel etkileri azaltmaktadır (Duhoux vd., 2022:5). Ayrıca, Küresel Geri Dönüşüm Standardı (Global Recycled Standard-GRS) gibi sertifikalar, PCRC'nin tedarik zinciri boyunca izlenmesini ve doğru işlenmesini sağlamaktadır. Bu sertifikalar, zararlı kimyasalların kullanımını önlerken sosyal ve çevresel etkiler açısından olumlu sonuçlar doğurmakta ve denim ürünlerinde atık azaltımını teşvik etmektedir (Lin ve Ma, 2023:17).

2.3. İzlenebilirlik

Küreselleşen ve hızla değişen üretim dünyasında, tedarik zincirlerinin şeffaf ve etkin yönetimi, işletmelerin rekabet gücünü artırmanın yanı sıra, tüketici güvenini sağlamak için de kritik bir rol oynamaktadır. İzlenebilirlik, özellikle tekstil endüstrisinde sürdürülebilirlik ve etik sorumlulukların sağlanmasında giderek daha önemli hale gelmiştir. Uluslararası Standartlar Örgütü (ISO), izlenebilirliği, bir nesnenin geçmişi, üretim yöntemi, içeriği veya konumunun kaydedilmiş bilgiler aracılığıyla takip edilebilmesi yeteneği olarak tanımlamaktadır (ISO, 1994). Bu tanım, tekstil sektörü dahil olmak üzere farklı endüstrilerde uygulanabilirlik göstermektedir (Lam, Postle, 2006: 268).

Tekstil sektöründe izlenebilirlik, tedarik zincirinin her aşamasında şeffaflığı artıran bir ürün veri yönetim sistemi üzerine dayanmaktadır. Tasarım, üretim süreçleri ve tedarik zinciri katılımcılarına dair bilgilerin kayıt altına alınması, küresel çapta çeşitli tedarik zincirlerinde zorunluluk haline gelmiştir (Bruce, Daly, 2004:160-161). Hammaddeden nihai ürüne kadar her aşamanın kontrol edilmesi izlenebilirlik sayesinde mümkün olmaktadır. Yenilikçi teknolojiler ve dijital takip sistemleri, karmaşık tedarik zincirlerinin yönetimini kolaylaştırarak işletmelere rekabet avantajı kazandırmaktadır. Bu sistemler, ürünlerin kaynağını doğrulama, sürdürülebilir ve etik üretim standartlarına uyum sağlama yeteneğini de geliştirmektedir (Chrysochou vd., 2009: 2). Tedarik zinciri boyunca malzemelerin kaynağı, işleme yöntemi ve taşıma süreçlerinin kayıt altına alınması, sürdürülebilir üretim uygulamalarının etkin bir şekilde yürütülmesini sağlamaktadır.

Tüketicilere sunulan üretim bilgileri, ürünlerin sürdürülebilir ve etik üretim standartlarına uygun şekilde üretildiği konusunda güven oluşturmaktadır. İzlenebilirlik ayrıca, işletmelerin tedarik zincirindeki riskleri azaltmasına ve

verimliliği artırarak tüketici taleplerine daha hızlı yanıt vermelerine olanak tanımaktadır. Örneğin, bir denim pantolonun üretim süreci, pamuk tarlasından iplik fabrikasına, dokuma ve boyama işlemlerinden mağazalara kadar izlenebilir bir zincir oluşturmaktadır. Bu süreç, ürün kalitesini ve güvenliğini sağlarken sürdürülebilir üretim uygulamalarının her aşamasını kontrol etmeyi mümkün kılmaktadır (Agrawal vd., 2021:3). Böylece, izlenebilirlik; malzemelerin etkin bir şekilde tanımlanmasını ve yönetilmesini sağlayan evrensel izleme teknolojilerinin tedarik zincirine entegre edilmesini kapsamaktadır. Bu yaklaşım, sürdürülebilir tekstil uygulamalarının temel taşlarından biri olarak kabul edilmektedir. Ürün kalitesini artırmanın yanı sıra, çevresel etkileri azaltmayı ve sorumlu tedarik yöntemlerinin hayata geçirilmesini teşvik etmektedir. Tedarik zincirinde şeffaflığın sağlanması, çevresel ve sosyal risklerin azaltılmasında da kilit bir rol oynamaktadır. (URL 20).

Jeans Redesign projesine katılan markalar ve üreticiler, denim pantolonların uzun ömürlü kullanımını desteklemek amacıyla önemli bilgilendirme adımları atmışlardır. 2021'e kıyasla %10'luk bir artışla, katılımcıların %84'ü denim pantolonların bakım talimatlarını giysi üzerinde açıkça belirtmiştir. Bu talimatlar, tüketicilere yıkama sıklığını azaltma, düşük sıcaklıklarda yıkama ve kurutucu kullanımından kaçınma gibi öneriler sunarak, ürünlerin ömrünü uzatmaya ve çevresel etkilerini azaltmaya yardımcı olmaktadır. Katılımcıların %60'ı, bakım etiketlerini giysilerin cep torbalarına basarken, %23'ü QR kodlarıyla daha detaylı bakım talimatlarına erişim imkânı sağlamaktadır (URL 21). Ayrıca, katılımcıların %21'i, tüketicilere denim pantolonlarının estetik ve duygusal değerini korumaya yardımcı olacak ek bilgiler sunarak sürdürülebilirlik çabalarını daha ileri bir noktaya taşımaktadır. Bu ek bilgiler genellikle geri alım programları, geri dönüştürülebilirlik ve uzun ömürlü kullanım odaklı olup, tüketicileri daha bilinçli bir tüketim yapmaya teşvik etmektedir (URL 9). Böylelikle, Jeans Redesign projesi kapsamında sunulan bilgilendirme çalışmaları, yalnızca çevresel sürdürülebilirliği değil, aynı zamanda tüketicilerin ürünlerle olan duygusal bağlarını da güçlendirmeyi amaçlamaktadır.

Projenin 2023 yılı raporu, denim ürünlerinin geri dönüşüm süreçlerinde daha kolay tanınmasını sağlamak amacıyla katılımcıların attığı adımları vurgulamaktadır. Katılımcıların %85'i, 2021'e kıyasla 6,5 kat artışla, geri dönüşüm sürecinde izlenebilirliği artırmak için önlemler aldıklarını bildirmiştir. Bu süreçte, ürünlerin tekstilden oluşumu ve sökülebilir bileşenleri hakkında sağlanan detaylı bilgilerin, geri dönüşüm etkinliğini artırdığı belirtilmiştir (URL 9). İzlenebilirlik sağlama yöntemleri arasında en yaygın kullanılan, %62 ile etiketleme olurken, bunu %23 ile QR kodları ve %5 ile izlenebilir lif teknolojisi izlemektedir. QR kodları, bilgilerin hızlı yayılmasını sağlarken tüketicilere kolay erişim sunmaktadır. Özellikle Brand Weekday gibi markalar, denim ürünlerinin yaşam döngüsünü takip etmek için QR kodlarını başarıyla kullanarak, sürdürülebilirlik ve tüketici bilgilendirme açısından büyük adımlar atmıştır (URL 21). QR kodlarının kullanımı, basit etiketleme yöntemlerine göre daha yüksek bir büyüme oranı göstermiştir.

Sonuç olarak, Jeans Redesign Projesi, izlenebilirliği artırmak için teknolojik çözümler ve bilgilendirme yöntemleri geliştirerek, denim ürünlerinin geri dönüşüm süreçlerindeki etkinliğini artırmaktadır. QR kodları gibi yenilikçi yöntemler, tüketicilerin bilinçlendirilmesi ve sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılması açısından önemli katkılar sağlamaktadır. Bu yaklaşım hem teknolojiyi kullanarak sürdürülebilirliği desteklemekte hem de denim endüstrisinde döngüsel ekonomi ilkelerini uygulamaya koymaktadır.

3. Jeans Redesign Projesinin Katılımcıları Ve Küresel Dönüşümdeki Yenilikçi Çözümler

Küresel moda endüstrisi, döngüsel ekonomiye geçişte sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak adına önemli adımlar atmaktadır. Bu çerçevede, Jeans Redesign Projesi'ne katılan firmalar, tasarım ve üretim aşamalarında büyük değişiklikler yaparak döngüsel ekonomi ilkelerine uyum sağlamış ve yenilikçi, çevre dostu çözümler geliştirmiştir. Bu değişiklikler, tasarımdan üretim yöntemlerine kadar geniş bir alanı kapsamakta olup sürdürülebilir üretimi esas almakta, çevresel etkileri en aza indirirken kaynakların daha verimli kullanılmasını hedeflemektedir (URL 22).

Proje kapsamında Inditex, Primark, Tommy Hilfiger, Urban Outfitters ve Zalando gibi önde gelen markalar, döngüsel ekonomi ilkelerine dayalı stratejiler geliştirmiştir. Örneğin, Inditex döngüsel üretim ilkelerini benimseyerek kaynaklarını yeniden yapılandırmış, Primark ise şirket içi eğitim ve yeni ürün tasarım yaklaşımlarına odaklanmıştır. Tommy Hilfiger, döngüsel tasarım stratejileri konusunda ekiplerini eğitirken, Urban Outfitters daha entegre bir tasarım sürecine geçmiştir. Zalando ve Demco ise dış danışmanlarla iş birliği yaparak döngüsel ekonomi konusunda bilgi ve becerilerini geliştirmiştir (Esbeih vd., 2021: 3-4). Bu stratejiler, moda endüstrisinin döngüsel ekonomiye geçiş sürecine önemli katkılar sağlamaktadır.

2023 yılında proje katılımcıları, döngüsel tasarım ilkelerini denim pantolonların ötesine taşıyarak diğer ürün kategorilerine uygulamıştır. Katılımcıların %38'i bu ilkeleri denim ceketler, gömlekler ve elbiselere, %29'u ise denim dış giysilere ve aksesuarlara uyarlamıştır. H&M Grubu, döngüsel tasarım ilkelerini ayakkabı ve aksesuarlarda

uygulamaya başlamıştır. Bu gelişmeler, döngüsel tasarımın yalnızca denimle sınırlı kalmadığını, moda endüstrisinin geneline yayıldığını göstermektedir (URL 23). Katılımcı firmalar, 2023 itibarıyla, %72'si döngüsel ekonomi ilkelerine uygun ürünleri piyasaya sürmüştür. Bazı firmalar portföylerinin büyük bir kısmını yeniden tasarlamış, ancak bazıları organizasyonel değişiklikler ve süreçlerde zorluklar yaşamıştır. "Yönergeler: İlerleme, Çözümler, Engeller" raporu, bu zorlukların nasıl aşıldığını ve uygulanan stratejileri ayrıntılı olarak ele almaktadır (URL 23). Proje, moda endüstrisinde döngüsel tasarım uygulamalarını genişletmek için net bir yol haritası sunmaktadır.

Jeans Redesign Projesi kapsamında 2021'de başlatılan organik içerik kullanımı, perçin alternatifleri ve güvenli kimyasallar gibi çözümler, 2023 yılına kadar devam etmiştir. Katılımcılar, bu çözümlere ek olarak beş yeni kriteri benimsemişlerdir: %98 oranında selüloz bazlı içerik, bakım talimatlarının etiketlenmesi, dayanıklılık testleri, su kullanımı ve atık suyun güvenli yönetimi. Bu bağlamda, bazı uygulamalar artık teknik değerlendirmelerden ziyade tasarım tercihleri temelinde şekillenmektedir (URL 23).

3.1. Denim Endüstrisinde Su Kullanımını Azaltma Girişimleri ve Yenilikçi Teknolojiler

Denim sektörü, çevresel etkilerin azaltılması ve su kaynaklarının sürdürülebilir şekilde yönetilmesi adına önemli adımlar atmak zorundadır. Su tüketimi, denim üretiminin en önemli çevresel zorluklarından biri olarak öne çıkmakta ve bu nedenle su kullanımını minimize eden yenilikçi teknolojiler hayati bir rol oynamaktadır. Son yıllarda, su tüketimini azaltmaya yönelik girişimler ve ileri teknolojiler, denim üretiminde sürdürülebilirliği sağlama yolunda önemli değişimler yaratmıştır.

Jeans Redesign projesi kapsamında, 2021 yılı itibarıyla kumaş fabrikalarının %96'sı, denim kumaş üretiminde kullanılan su miktarını, metre başına en fazla 30 litre (L/m) ile sınırlandırmaktadır. Bu kısıtlama, denim üretim sürecinde su kullanımının azaltılmasına yönelik kritik bir adım olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, projeye katılanların %87'si, bu sınırın altına düşerek, ortalama olarak metre başına 18.84 litre su tüketmiştir. Bu, su kaynaklarının daha verimli kullanımı ve çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine doğru kayda değer bir ilerleme olduğunu göstermektedir (URL 9). Özellikle KG Fabriks, denim üretiminde su tüketimini metre başına 6.5 litreye kadar indirerek sektörde örnek bir başarıya imza atmıştır. Firma ayrıca, her kilogram denim kumaş başına 15 litreden az su tüketen "Sıfır Sıvı Deşarj" (Zero Liquid Discharge - ZLD) ve "Sıfır Katı Atık Deşarjı" (Zero Solid Waste Discharge - ZSWD) tesislerini işletmektedir. Üretim süreçlerinde ITop ve IWash teknolojilerini kullanarak boyama süreçlerinde %85'lik bir emilim oranına ulaşmış ve bu sayede endüstri ortalaması olan %65'in oldukça üzerine çıkmıştır (URL 24). Bu yenilikçi teknolojiler, su kullanımını azaltmanın yanı sıra boyama işlemlerinde kullanılan kimyasalları da daha verimli hale getirerek çevresel etkileri önemli ölçüde azaltmaktadır. Bununla birlikte Artistic Milliners firması, kullanılan suyun %85'ini geri dönüştürerek, üretim süreçlerinde su kullanımını büyük ölçüde azaltmıştır. Bazı denim ürünleri yalnızca 8 litre su kullanılarak üretilmektedir. Su geri dönüşüm oranını %92'ye çıkarmayı hedefleyen çalışmalar devam etmektedir. Bu yenilikçi yaklaşım, ozon bitirme ve Crystal Clear 3.0 boyama gibi teknolojilerle desteklenmekte, su tüketimi ve kimyasal kullanımını minimuma indirmektedir (URL 25). Ayrıca sektörde su tasarrufunu artırmak amacıyla geliştirilen yenilikçi teknolojiler arasında köpük boyama öne çıkmaktadır. Bu teknoloji, boyanın köpük formunda hava akımıyla kumaşa uygulanmasına dayanmakta ve su kullanımını ciddi oranda azaltmaktadır. Geleneksel yöntemlere kıyasla daha az su kullanarak üretim verimliliğini artıran bu teknoloji, çevresel etkileri en aza indirme konusunda büyük bir potansiyele sahiptir (URL 26).

3.2. Küresel Denim Markalarının Döngüsel Geri Dönüşüm Yaklaşımları

20. Yüzyılın başlarından itibaren giyim endüstrisi, "hızlı moda" (fast fashion) olarak adlandırılan hızlandırılmış üretim ve tüketim modelini temsil eden önemli bir dönüşüme girmiştir. Bu model, moda trendlerine hızla uyum sağlama, tüketici taleplerine çabuk yanıt verme ve piyasaya sürekli yeni ürünler sunma amacına dayanmaktadır. Hızlı moda kısa üretim döngüleri ve düşük maliyetli üretim yöntemleriyle, giyim ürünlerinin hızlı piyasaya sürülmesini ve tüketici tarafından hızlı tüketilmesini sağlamıştır (Peters, Lenzen, 2021:2). Bu üretim ve tüketim süreci, tekstil endüstrisindeki son 15 yıllık dönem, üretim kapasitesinin iki katına çıkmasına sebep olmuştur. Ancak bu artış, giyim eşyalarının kullanım ömründe %40 oranında bir azalmayla eş zamanlı gerçekleşmiştir. Bu durum, tüketim alışkanlıklarında önemli bir değişikliğe işaret etmekte ve giderek artan bir "kullan-at" tüketim anlayışının varlığını göstermektedir (URL 27). 2000 yılından itibaren, birçok marka yılda iki mevsim için hazırlanan geleneksel koleksiyon yaklaşımını aşarak, yılda 24 koleksiyon gibi büyük miktarlarda ürün sunmaya başlamıştır. Bu gelişme, eskiden yalnızca İlkbahar/Yaz ve Sonbahar/Kış olarak iki ana giyim alım sezonunun yerini, her hafta yenilenen 52 mikro sezonun almasına neden olmuştur. Bu artan üretim hızı, moda markalarının karlılıklarını sürdürebilmeleri için gereklidir; ancak, bu durum ciddi çevresel etkiler yaratmaktadır (URL 28).

21. yüzyıl itibarıyla, giyim endüstrisinin geleceği, ekonomik verimliliğin ve moda trendlerinin ötesinde, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk normlarının geliştirilmesiyle doğrudan ilişkili olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda, endüstri, ekolojik ayak izini azaltmayı ve etik üretim yöntemlerini benimsemeyi hedeflemektedir. Ancak, bu alandaki mevcut durum, çözülmesi gereken ciddi sorunları da beraberinde getirmektedir. Giyim eşyalarının yalnızca %1'den azının geri dönüştürülmesi ve büyük miktardaki tekstil atıklarının Gana, Pakistan, Tazmania ve Kenya gibi ülkelerde çöplüklere yönlendirilmesi, endüstrinin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini daha da artırmaktadır (URL 29). Bu durum, düşük kaliteli ve çabuk tüketilen hızlı moda ürünlerinin küresel ölçekte artışına ve çevre krizinin derinleşmesine sebep olmaktadır. Bu ürünlerin çoğunluğu genellikle çöplüklerde son bulmakta ve bu durum, sera gazı emisyonlarının artışına sebep olmaktadır. Kuzey Avrupa ülkeleri, tekstil atıklarıyla mücadele amacıyla, Afrika kıtasında gelişmekte olan ülkelere giysi göndermektedir. Ancak bu uygulama, yerel kalite ve ekonomi üzerinde olumsuz etkiler yaratmakta ve ekolojik sorunlara neden olmaktadır. Bu nedenle, tekstil ve moda endüstrisinin çevreye olan etkilerini azaltmak için acil müdahale gerekmektedir (Herbst, 2022: 917-918).

Tekstil endüstrisinin geleceği, ekonomik verimlilik ve moda trendlerinin ötesinde, daha geniş kapsamlı faktörlerle şekillendirilmektedir. Bu durum, endüstrinin geleceğinin sadece mevcut ekonomik ve moda dinamikleriyle sınırlı olmadığını, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk gibi daha kapsayıcı faktörler tarafından da belirlendiğini göstermektedir. Tekstil endüstrisinin geleceğini belirlerken, sadece mevcut trendlerin ötesine bakmayı gerektiren bir perspektif önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk normlarının geliştirilmesi ve bu bilincin yaygınlaştırılması artık bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu yaklaşım, endüstriyel uygulamaların ve tüketici tercihlerinin ekolojik denge ve sosyal adalet ilkeleriyle uyumlu hale getirilmesini gerektirmektedir. Bu bağlamda, endüstri ekolojik ayak izini azaltma ve etik üretim yöntemlerini benimseme yönünde giderek artan bir eğilim göstermektedir. Bu çerçevede, birçok küresel marka tarafından hayata geçirilen ikinci el giysi toplama platformları, giysilerin ömrünü uzatan onarım ve bakım hizmetleri ve giysi kiralama servisleri, tekstil atıklarının azaltılmasına yönelik sürdürülebilirlik stratejilerinin merkezinde yer almaktadır. Bu girişimler, döngüsel üretimi ve ekonomiyi güçlendirmeyi, kaynakların daha verimli kullanımını ve tüketici davranışlarının değişimini teşvik etmekte, böylece çevresel bilinç ve sorumluluğun artırılmasında kritik bir rol oynamaktadır (Choudhury, 2014: 4-5).

Tekstil endüstrisinde atıkların doğru şekilde yönetilmesi, çevresel etkilerin azaltılması ve kaynakların verimli bir şekilde kullanılması büyük önem taşımaktadır. 3R (Reduce, Reuse, Recycle Azalt, Yeniden Kullan, Geri Dönüştür) ve 5R (3R'ye ek olarak, Repair ve Rethink- Onar ve Yeniden Düşün) analiz modeli prensipleri, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılmasında ve atık miktarının azaltılmasında önemli bir temel oluşturmaktadır. Bu modeller, endüstriyel süreçlerin ve tüketici alışkanlıklarının sürdürülebilir bir çerçevede şekillendirilmesine yardımcı olmakta ve uzun vadede hem ekonomik hem de çevresel faydalar sağlamaktadır (Fletcher, 2014:117).

Denim markaları ve üretici firmaların yanı sıra kar amacı gütmeyen özel ve tüzel kuruluşlar, tekstil sektöründe sürdürülebilirlik çabalarını desteklemek için 5R (Azalt, Yeniden Kullan, Geri Dönüştür, Onar ve Yeniden Düşün) analiz modeli prensiplerini benimsesinde öncü girişimlerle katkı sağlamaktadırlar. Bu çerçevede, denim endüstrisindeki sürdürülebilirlik uygulamaları, somut örnekler üzerinden incelenecek ve sektördeki mevcut durum ile bu prensiplerin uygulanma biçimleri detaylı olarak ele alınacaktır.

3.3. Denim Sektöründe Geri Dönüşüm (Recycle) Programları

Denim sektöründeki geri dönüşüm girişimleri, çevresel etkilerin en aza indirilmesi için kritik bir strateji olarak görülmektedir. Öne çıkan iki başarılı örnek olarak Cotton Incorporated'ın "Blue Jeans Go Green™" programı ve MUD Jeans'in yenilikçi geri dönüşüm çabaları, sektördeki sürdürülebilir dönüşümü hızlandıran kilit girişimler arasında yer almaktadır. Bu programlar, kullanılmış denim ürünlerinin toplanması, işlenmesi ve yeniden değerlendirilmesi yoluyla tekstil atıklarını azaltmayı ve sürdürülebilir moda anlayışını geliştirmeyi hedeflemektedir. Bu girişimler, endüstrinin çevresel ayak izini azaltmada ve döngüsel ekonomiye geçiş sürecinde önemli adımlar olarak kabul edilmektedir.

Cotton Incorporated, pamuk endüstrisinin gelişimine katkıda bulunan kar amacı gütmeyen bir kuruluş olarak, 2006 yılında başlattığı "Blue Jeans Go Green™" programıyla denim giysi atıklarının azaltılmasına yönelik önemli bir geri dönüşüm girişimi hayata geçirmiştir. Program, tüketicilerden toplanan kullanılmış denim ürünlerinin geri dönüştürülmesini sağlayarak, sürdürülebilir moda anlayışının yaygınlaştırılmasına ve tekstil atıklarının bertaraf edilmesine katkı sunmaktadır (URL 30). "Blue Jeans Go Green™", denim ürünlerinin çevresel etkisini azaltmak amacıyla geri dönüşüm süreçlerine tüketicilerin katılımını teşvik etmektedir. Geri dönüştürülen denim ürünleri, ileri dönüşüm (upcycling) yöntemiyle bina yalıtım malzemeleri, evcil hayvan yatakları, gıda ambalajları ve termal

izolasyon gibi işlevsel ürünlere dönüştürülmektedir. Bu süreç, malzemelerin yeniden kullanımını sağlarken, onları daha değerli ve işlevsel hale getirerek sürdürülebilirliği desteklemektedir (URL 31). Program ayrıca, atık yönetimi ve geri dönüşüm konularında toplumsal farkındalığı artırmakta ve sürdürülebilir üretim yöntemlerinin benimsenmesine katkıda bulunmaktadır. Cotton Incorporated'ın bu girişimi, pamuk endüstrisinin sürdürülebilirlik çabalarının bir parçası olarak öne çıkmaktadır (URL 32). Ayrıca program, denim ürünlerinin posta yoluyla geri dönüştürülmesini kolaylaştırmakta ve American Eagle, Guess, Madewell, Levi Strauss ve Rag & Bone gibi küresel denim markalarıyla iş birliği yapmaktadır. Bu markaların mağazalarına geri dönüşüm kutuları yerleştirilmiş olup, bağış yapan müşterilere indirim kuponları sunularak sürdürülebilir tüketim teşvik edilmektedir. Bu iş birliği, denim geri dönüşüm girişiminin etki alanını genişletmekte ve çevresel sorumluluk bilincini artırmaktadır (URL 33).

MUD Jeans'in geri dönüşüm programı ise, sürdürülebilir moda anlayışının uygulanmasında merkezi bir rol oynamakta ve döngüsel ekonomi prensiplerini etkin bir şekilde hayata geçirmektedir. Program kapsamında, kullanılmayan jeanler tüketiciler tarafından geri gönderilmekte, kalite kontrol süreçlerinden geçirilen uygun giysiler MUD'un vintage programı kapsamında yeniden değerlendirilmektedir. Onarılamayacak durumda olan veya başka markalara ait denim ürünler ise geri dönüşüm tesislerinde işlenmektedir. Bu süreçte elde edilen denim lifleri, Global Organic Textile Standard (GOTS) sertifikalı pamukla karıştırılarak, Tejidos Royo tarafından ipliğe dönüştürülmekte ve boyama ile dokuma işlemlerine tabi tutulmaktadır. Nihai ürünlerde %23 ile %40 arasında değişen oranlarda tüketici sonrası geri dönüştürülmüş pamuk lifleri kullanılmaktadır. Üretilen kumaşlar, Yousstex International denim konfeksiyon firması tarafından jeanlere dönüştürülerek son ürün haline getirilmektedir (URL 34).

MUD Jeans'in bu geri dönüşüm programı, atık yönetimi ve kaynak kullanımının optimizasyonu açısından önemli bir katkı sağlamak ve sürdürülebilir moda sektöründe yenilikçi bir örnek teşkil etmektedir. Program, moda endüstrisinin çevresel etkilerini azaltma ve döngüsel ekonomi prensiplerini entegre etme çabalarını kapsamaktadır

3.4. Denim Sektöründe Tamir, Yeniden Satış ve Kiralama Hizmetleri

Denim sektöründe, tamir, yeniden satış ve kiralama hizmetleri gibi alternatif modeller, tüketiciye daha uzun süreli ve bilinçli kullanım imkânı sunmaktadır. Kiralama, takas, değiş-tokuş ve ödünç alma gibi uygulamalar, giysilerin yeniden kullanımını teşvik ederek doğal kaynakların korunmasına katkıda bulunmaktadır. Bu faaliyetler, ikinci el mağazaları, online satış platformları ve sosyal medya gibi çeşitli kanallar aracılığıyla yürütülmektedir (Sandin, Peters, 2018: 354). Markaların tamir, yeniden satış ve kiralama gibi modelleri benimsemesi, çevresel sorumlulukların yerine getirilmesine katkı sağlamakta ve tüketicilerin değişen ihtiyaçlarına yanıt vermektedir.

Küresel markalar, sundukları onarım ve bakım hizmetleriyle giysi ömrünü uzatarak atık miktarını azaltmayı amaçlamaktadır. Levi's®, Patagonia, Nudie Jeans ve Self Edge gibi markalar, tamir hizmetlerini iş modellerine entegre ederek sürdürülebilir tüketimi teşvik etmektedir. Patagonia'nın "IronClad Garantisi" ve "Worn Wear" programları, müşterilere ürünlerin ömür boyu tamir garantisi sunmakta, tamir ve yeniden satış yoluyla giysi ömrünü uzatmayı hedeflemektedir. IronClad Garantisi, ürünlerde oluşabilecek hasarlara karşı ücretsiz tamir imkânı sunarken, Worn Wear programı kapsamında iyi durumdaki ürünler mağaza kredisi karşılığında geri alınarak yeniden satılmaktadır. 2017 yılından bu yana, program aracılığıyla 120.000'den fazla ürün yeniden dolaşıma kazandırılmıştır (URL 35).

Küresel markaların sunmuş olduğu onarım ve bakım hizmetleri, tüketicilere giysilerini daha uzun süre kullanma fırsatı sunmakta ve bu sayede giysi ömrünün uzatılması sağlanmaktadır. Bu hizmetler, küçük hasarlar veya aşınmaların onarılması yoluyla giysilerin daha uzun süre kullanılmasını teşvik ederken, aynı zamanda atık azaltımına da önemli bir katkı sağlamaktadır. Levi's®, Patagonia, Nudie Jeans ve Self Edge gibi küresel denim markaları, tamir ve onarım hizmetlerini iş modellerine başarıyla entegre ederek, giysilerin kullanım ömrünü uzatmaktadır ve bu şekilde sürdürülebilir tüketim anlayışının benimsenmesini desteklemektedir (URL 36).

Levi's® Tailorshop, müşterilerine giysilerini kişiselleştirme ve kullanım ömrünü uzatma fırsatı sunan üç temel kategoride hizmet sağlamaktadır: Değişiklik Yapma (Alter), Tamir (Repair) ve Özelleştirme (Customize). Değişiklik Yapma kategorisi, giysilerin vücuda mükemmel uyum sağlaması amacıyla paça kısaltma ve pantolon daraltma gibi işlemleri içermektedir. Müşteriler, giysilerinin vücutlarına tam oturmasını sağlayacak değişiklikler talep edebilmektedir. Tamir kategorisi, yıpranmış veya hasar görmüş giysilerin profesyonel yama ve dikiş işlemleriyle onarılmasını amaçlamaktadır. Bu işlem, özellikle denim giysilerin uzun ömürlü kullanımını desteklemekte ve sürdürülebilirliği teşvik etmektedir. Özelleştirme kategorisi ise, giysilere monogram ekleme ve düğme değiştirme gibi basit işlemlerden başlayarak, özel zincir dikiş tasarımlarına ve el yapımı Levi's® Lot 1 giysilerine kadar geniş bir yelpazede kişiselleştirme hizmetleri sunmaktadır. Levi's® Lot 1 koleksiyonu, müşterilerin denim türü, düğme ve

deri yama gibi detayları seçmesine olanak tanıyan ve her aşamada kişisel tercihlere göre şekillendirilen özel yapım giysiler üretmektedir. Bu süreç, yüksek işçilik kalitesiyle müşteriye özel bir deneyim sunmakta ve Levi's® Tailorshop hizmetleri, giysilerin uzun ömürlü olmasını sağlamanın yanı sıra kişisel stil tercihlerine uygun ürünler yaratmaya imkan tanımaktadır (URL 37).

Nudie Jeans, her denim pantolon için ömür boyu ücretsiz tamir hizmeti sunarak, ürün ömrünü uzatmakta ve sürdürülebilir moda anlayışını desteklemektedir. Tamir dükkanları, sadece satış noktası olarak değil, markanın satış sonrası hizmetlerinin merkezi olarak konumlanmakta ve jeans pantolonların ikinci el satışını ve geri dönüşümünü de kapsamaktadır (URL 38).

MUD Jeans'ın sunmuş olduğu Tamir Servisi, sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde önemli bir role sahiptir. Bu hizmet, ürün ömrünü uzatarak yeni jean satın alma gereksinimini azaltmakta, böylece atık miktarını azaltırken kaynakların verimli kullanımını teşvik etmektedir. Bu yaklaşım, döngüsel ekonomi kavramının uygulanışını somutlaştırırken, çevresel etkinin azaltılmasına katkı sağlamaktadır (URL 39). MUD Jeans, tekstil sektöründe kiralama sistemi uygulayarak, tüketiciye aylık bir ücret karşılığında denim pantolon kiralama seçeneği sunmaktadır. Bu sistem, bir yıl sonunda pantolonları geri getirme, yenisiyle değiştirme ya da saklama seçenekleri sağlamaktadır. Her durumda, gerektiğinde ücretsiz tamir hizmeti de dahildir. Kullanım süresi sonunda, eski pantolonlar geri alınarak yeni jeans üretiminde geri dönüştürülmektedir. Bu yaklaşım, kaynak kullanımını optimize ederek ve atık miktarını azaltarak çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunmaktadır.

Çevresel sorumluluk ve genç tüketici beklentilerini dengede tutma amacıyla, American Eagle firması tarafından geliştirilen "Style Drop Planı", moda endüstrisinde sürdürülebilirliği artıran yenilikçi bir adım olarak öne çıkar. Bu kiralama programı, giysilerin ömrünü uzatıp atık miktarını azaltmayı hedeflemektedir. Bu program, aylık bir ücret karşılığında kullanılmış giyim ürünlerinin sınırsız değişimi ile giysilerin ömrünü uzatmayı, atık miktarını azaltmayı ve ekolojik ayak izini azaltmayı amaçlamaktadır. %25 indirim, ücretsiz kargo ve kuru temizleme hizmetleriyle desteklenen plan, tüketici alışkanlıklarında sürdürülebilirliği teşvik ederken, sürdürülebilir moda anlayışının yaygınlaştırılmasına öncülük etmektedir. "Style Drop Planı", çevresel etkileri azaltma ve tüketici davranışlarında bilinç yaratma konusunda moda sektörü için önemli bir girişim olarak kabul edilmektedir (URL 40).

SONUÇ

Jeans Redesign Projesi, denim sektöründe sürdürülebilirlik adına atılan en önemli adımlardan biri olarak sektördeki ekolojik dönüşüm sürecine öncülük etmiştir. Proje kapsamında geliştirilen yenilikçi teknikler ve döngüsel tasarım ilkeleri, çevresel etkileri önemli ölçüde azaltarak denim ürünlerinin ömrünü uzatmış ve atık yönetiminde ciddi iyileştirmeler sağlamıştır. Bu süreç, sadece denim sektöründe değil, moda endüstrisinin genelinde sürdürülebilirlik uygulamalarının yaygınlaşmasına da imkân tanımış, döngüsel ekonomi ilkelerinin farklı ürün gruplarında da uygulanabilir olduğunu kanıtlamıştır.

Projenin başarısı, firmaların çevre dostu üretim yöntemlerini benimsemesini sağlamış ve tüketicilerin çevreye duyarlı davranışlarını teşvik etmiştir. Denim sektöründe sürdürülebilirlik hem çevresel koruma hem de ekonomik sürdürülebilirlik açısından büyük önem taşımaktadır. Jeans Redesign Projesi'nin sonuçları, bu tür girişimlerin gelecekte de sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi hedefleri doğrultusunda yönlendirici bir rol oynayabileceğini göstermektedir. Sonuç olarak, bu proje, moda endüstrisinde çevre dostu uygulamaların geniş çapta benimsenmesi gerektiğini ve gelecek nesiller için daha yeşil bir dünyanın inşa edilmesinde önemli bir yol gösterici olduğunu ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

- Agrawal, T. K., Kumar, V., Pal, R., Wang, L., Chen, Y. (2021). Blockchain-Based Framework for Supply Chain Traceability: A Case Example of Textile and Clothing Industry, *Computers & Industrial Engineering*, 154: 107130.
- Akı, S., Candan, C., Nergis, B., Önder, N. (2023). *Life-Cycle Assessment as A Next Level Of Transparency in Denim Manufacturing*, IntechOpen.
- Amutha, K. (2017). Environmental Impacts of Denim, In S. S. Muthu (Ed.), *Sustainability in Denim* (ss. 27-48). Woodhead Publishing.
- Anner, M. (2012). Corporate Social Responsibility and Freedom of Association Rights: The Precarious Quest for Legitimacy and Control in Global Supply Chains, *Politics & Society*, 40(4): 609-644.
- Ankrah, N. A., Manu, E., Booth, C. (2015). Cradle-to-Cradle Implementation in Business Sites and the Perspectives of Tenant Stakeholders, *Energy Procedia*, 83: 31-40.
- Arjun, D. A. K. U. R. I., Hiranmayee, J., Farheen, M. N. (2013). Technology of Industrial Denim Washing, *International Journal of Industrial Engineering & Technology*, 3(4): 25-34.
- Babu, B. R., Bhanu, S. U., Meera, K. S. (2009). Waste Minimization in Electroplating Industries: A Review, *Journal of Environmental Science and Health Part C*, 27(3): 155-177.
- Bakker, C. A., Wever, R., Teoh, Ch., De Clercq, S. (2010). Designing Cradle-to-Cradle Products: A Reality Check, *International Journal of Sustainable Engineering*, 3(1): 2-8.
- Batur, G., Kozbekçi, A. S. (2021). Lazer Teknolojisi: Sürdürülebilir Denim Üretimine Ekolojik Çözüm, *International Congress on Art and Design Research and Exhibition*.
- Bosman, M., Lambooy, T., Oral, E., Jansen, B. (2020). The Chemicals Between Us': The Use and Discharge of Chemicals in the Life Cycle of a Pair of Jeans – From Legal Theory to Practice, In V. Mauerhofer, D. Rupo, L. Tarquinio (Eds.), *Sustainability and Law*. Springer.
- Bruce, M., Daly, L., Towers, N. (2004). Lean or Agile: A Solution for Supply Chain Management in the Textiles and Clothing Industry?, *International Journal of Operations & Production Management*, 24(2): 151-170.
- Chen, F., Ji, X., Chu, J., Xu, P., Wang, L. (2021). A Review: Life Cycle Assessment of Cotton Textiles, *Ind Textila*, 72(1): 19-29.
- Choudhury, A.K. (2014). Environmental Impacts of the Textile Industry and Its Assessment Through Life Cycle Assessment, In S. S. Muthu (Ed.), *Roadmap to Sustainable Textiles and Clothing Environmental and Social Aspects of Textiles and Clothing Supply Chain* (ss. 1-39). Springer.
- Chrysochou, P., Chrysochoidis, G., Kehagia, O. (2009). Traceability Information Carriers: The Technology Backgrounds and Consumers' Perceptions of the Technological Solutions, *Appetite*, 53(3): 322.
- Diekel, O. V., Felice, R., Mikosch, N., Bach, V., Finkbeiner, M. (2021). Life Cycle Based Comparison of Textile Ecolabels, *Sustainability*, 13(4): 1751
- Esbeih, K.N., Molina-Moreno, V., Núñez-Cacho, P., Silva-Santos, B. (2021). Transition to the Circular Economy in the Fashion Industry: The Case of the Inditex Family Business. *Sustainability*, 13: 10202. <https://doi.org/10.3390/su131810202>
- Fletcher, K. (2012). Durability, Fashion, Sustainability: The processes and Practices of Use, *Fashion Practice*, 4(2): 221-238.
- Fletcher, K. (2014). *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys* (2. Baskı), Abingdon, Oxon: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Harmsen, P., Scheffer, M., Bos, H. (2021). Textiles for Circular Fashion: The Logic behind Recycling Options, *Sustainability*, 13(17): 9714.
- Herbst, H. (2022). The Price of Fashion: The Environmental Cost of the Textile Industry in China, *Fordham International Law Journal*, 45.
- ISO, I. (1994). *8402: 1994 Quality Management and Quality Assurance-Vocabulary*, Geneva, Switzerland: ISO
- Khalil, E., Rahman, A., Solaiman, M. (2015). Investigation of the Influence of Potassium Permanganate on Denim Jeans Processing During Acid Wash, *AASCIT Communications*, 2(6): 271-275.
- Khan, M.K.R., Jintun, S. (2021). Sustainability Issues of Various Denim Washing Methods, *Textile & Leather Review*, 4(2): 96-110.
- Lam, J.K.; Postle, R. (2006). Textile and Apparel Supply Chain Management in Hong Kong, *International Journal of Clothing Science and Technology*, 18(4): 265-277.
- Lin, H.-J., Ma, H.-w. (2023). Analysis of Green Certification Standards Related to Recycled Materials Involving Textiles Based on Life Cycle Thinking, *Sustainable Production and Consumption*, 41: 107-120.
- Manshoven, S., Grossi, F. (2022). *Textiles and the Environment: The Role of Design in Europe's Circular Economy*.
- McDonough, W., Braungart, M. (2002). *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things* (1. Baskı), New York: North Point Press.
- Newton, P., Civita, N., Frankel-Goldwater, L., Bartel, K., Johns, C. (2020). What is Regenerative Agriculture? A Review of Scholar and Practitioner Definitions Based on Processes and Outcomes, *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 4: 194.
- Nimkar, U. (2018). Sustainable Chemistry: A Solution to The Textile Industry in a Developing World, *Current Opinion in Green and Sustainable Chemistry*, 9: 13-17.

- Periyasamy, A. P., Militky, J. (2017). Denim Processing and Health Hazards, In. S. S. Muthu (Ed.), *Sustainability in Denim* (ss. 161-196), Woodhead Publishing.
- Periyasamy, A. P., Ramamoorthy, S. K., Lavate, S. S. (2019). Eco-Friendly Denim Processing, In L. Martínez, O. Kharissova, B. Kharisov (Eds.), *Handbook of Ecomaterials*, Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-68255-6_102
- Peters, G., Li, M., Lenzen, M. (2021). The Need to Decelerate Fast Fashion in a Hot Climate: A Global Sustainability Perspective on the Garment Industry, *Journal of Cleaner Production*, 295: 1-10.
- Photopoulos, J. (2023). Spinning Sustainability: Meet the Physicists Turning Wood into Clothes, *Physics World*, 36(11): 37.
- Sandin, G., Peters, G. M. (2018). Environmental Impact of Textile Reuse and Recycling– A Review, *Journal of Cleaner Production*, 184: 353-365.
- Scott, A. (2015). Cutting Out Textile Pollution, *Chemical & Engineering News*, 93(41): 18-19.
- Tölek, Ş., Kadem, F. D. (2016). An Investigation on Colour Analysis and Fastness Properties of the Denim Fabric Dyed with a Different Method, *Textile and Apparel*, 26(2): 198-204.
- Vadicherla, T., Saravanan, D. (2014). Textiles and Apparel Development Using Recycled and Reclaimed Fibers, In. S. S. Muthu (Ed.), *Roadmap to Sustainable Textiles and Clothing: Eco-Friendly Raw Materials, Technologies, and Processing Methods* (ss. 139-160), Springer.
- Yuk, Y., Jang, J.-H., Park, S. A., Park, H. A., Ahn, J.-O., Yang, Y.-H., Ham, S., Park, S.-H., Park, K., Kim, S. Y., Kim, Y. S., Lee, J., Lee, U.-J., Kim, B.-G., Choi, K.-Y. (2023). Production of Bio-Indigo Dye by Surmounting Its Physical and Chemical Insoluble Nature, *Dyes and Pigments*, 218: 111466.
- Zhu, D., Wan, Z., Zhao, X., Liao, S., Wang, Q., Liu, L., Yi, C. (2022). Foaming Indigo: An Efficient Technology for Yarn Dyeing, *Dyes and Pigments*, 197: 109862.
- URL1: <https://www.coats.com/tr/coats-in-action/when-blue-jeans-turn-green> Erişim Tarihi: 26.11.2023.
- URL2: <https://www.wiserglobe.com/solutions/advice> Erişim Tarihi: 16.12.2023.
- URL 3: <https://ellenmacarthurfoundation.org/the-jeans-redesign/participants> Erişim Tarihi: 19.1.2024.
- URL 4: <https://ellenmacarthurfoundation.org/about-us/ellens-story> Erişim Tarihi: 6.10.2023
- URL 5: <https://sourcingjournal.com/denim/denim-sustainability/ellen-macarthur-foundation-jeans-redesign-report-policy-circular-design-products-447210/> Erişim Tarihi: 12.11.2023
- URL 6: <https://www.environmentenergyleader.com/2019/07/circular-economy-jeans-redesign/> Erişim Tarihi: 16.12.2023.
- URL 7: [https://emf.thirdlight.com/link/The Jeans Redesign Insights report 2021-2023/@/preview/1?o](https://emf.thirdlight.com/link/The%20Jeans%20Redesign%20Insights%20report%202021-2023/@/preview/1?o) Erişim Tarihi: 1.10.2023.
- URL 8: <https://ecochain.com/blog/cradle-to-grave-in-lca/> Erişim Tarihi: 26.11.2023.
- URL 9: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/news/the-jeans-redesign-insights-report-2021-2023-has-launched> Erişim Tarihi: 7. 10 2023.
- URL 10: <https://refashion.fr/ecodesign/sites/default/files/fichiers/The%20Jeans%20Redesign%20Guidelines.pdf> Erişim Tarihi: 12.12.2023.
- URL 11: <https://circulo.se/en/> Erişim Tarihi: 6.10.2023.
- URL 12: <https://www.renewcell.com/en/levis-most-sustainable-jean-ever-a-collaboration-with-renewcell/> Erişim Tarihi: 11.9.2023.
- URL13: <https://www.prnewswire.com/news-releases/evrnu-and-zara-launch-capsule-collection-made-with-breakthrough-recycled-waste-material-nucycl-lyocell-301690991.html> Erişim Tarihi: 10.9.2023.
- URL 14: <https://www.evrnu.com/nucycl> Erişim Tarihi: 15.9.2023.
- URL 15: <https://thetechfashionista.com/what-is-nucycl-by-evrnu/#what-is-nucycl> Erişim Tarihi: 16.12.2023.
- URL 16: <https://www.levistrauss.com/2016/05/11/levi-strauss-co-evrnu-create-first-pair-of-jeans-from-post-consumer-cotton-waste/> Erişim Tarihi: 19.9.2023.
- URL 17: <https://www.hm.com/ua/jeans-redesign-project-men/> Erişim Tarihi: 26.11.2023.
- URL 18: <https://www.ykkfastening.com/news/?itemid=86> Erişim Tarihi: 16.12.2023.
- URL 19: https://vb.nweurope.eu/media/12491/2020_guide-circular-professional-textiles__eng.pdf Erişim Tarihi: 13.10.2023.
- URL 20: <https://www.textiletoday.com.bd/supply-chain-traceability-is-key-to-sustainability> Erişim Tarihi: 6.10.2023.
- URL 21: <https://www.ecotextile.com/2021030427488/fashion-retail-news/tommy-hilfiger-denim-aligns-with-jeans-redesign-requirements.html> Erişim Tarihi: 6.10.2023.
- URL 22: <https://remake.world/2022-remake-fashion-accountability-report/>. Erişim Tarihi: 18.10.2023.
- URL 23: <https://hmgroup.com/sustainability/circularity-and-climate/circularity/> Erişim Tarihi: 11.9.2023.

- URL 24: <https://www.indiantextilemagazine.in/beyond-blue-jeans-kg-fabriks-sustainable-denim-journey/> Erişim Tarihi: 26.11.2023.
- URL 25: https://www.wearglobalnetwork.com/wp-content/uploads/2022/03/WeAr_Denim_No02_digital-1.pdf Erişim Tarihi: 18.10.2023.
- URL 26: <https://cottonworks.com/en/news/from-research-to-production-how-foam-dyeing-with-indigo-could-revolutionize-the-denim-industry/> Erişim Tarihi: 12.9.2023.
- URL 27: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy> Erişim Tarihi: 13.10.2023.
- URL 28: <https://thestrategystory.com/2020/11/09/zara-fast-fashion-case-study/> Erişim Tarihi: 26.11.2023.
- URL 29: <https://www.greenpeace.org/international/story/53333/how-fast-fashion-is-using-global-south-as-dumping-ground-for-textile-waste/> Erişim Tarihi: 16.12.2023.
- URL 30: <https://www.cottoninc.com/about-cotton/> Erişim Tarihi: 19.1.2024. Erişim Tarihi: 19.9.2023.
- URL 31: <https://thefabricofourlives.com/cotton-news/sustainability-blue-jeans-go-green> Erişim Tarihi: 23.10.2023.
- URL 32: <https://bluejeansgogreen.org/> Erişim Tarihi: 10.9.2023.
- URL 33: <https://sourcingjournal.com/denim/denim-business/denim-recycling-programs-155749/> Erişim Tarihi: 15.9.2023.
- URL 34: <https://mudjeans.eu/pages/sustainability-fair-production-tejidos-royo> Erişim Tarihi: 16.12.2023.
- URL 35: <https://help.patagonia.com/s/article/Repair-Process> Erişim Tarihi: 15.9.2023.
- URL 36: <https://www.themanual.com/outdoors/oatagonia-worn-wear-collection-recycled-recommerce/> Erişim Tarihi: 6.10.2023.
- URL 37: https://www.levi.com/US/en_US/features/tailor-shop Erişim Tarihi: 6.10.2023.
- URL 38: <https://www.nudiejeans.com/info/free-repairs> Erişim Tarihi: 16.12.2023.
- URL 39: <https://www.mended.eu/pages/mudjeans> Erişim Tarihi: 10.9.2023.
- URL 40: <https://www.denimsandjeans.com/brands/denim-brands-international/american-eagle-clothing-rentals-a-new-trend/38060> Erişim Tarihi: 3.9.2023.

KAPLAMA SERAMİKLERİ'NİN GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE MİMARİ YAPILARDA KULLANIMI

*The Use of Cladding Ceramics in Architectural Structures from
Past to Present*

Güner DÖNMEZ¹

ÖZ

Bu çalışmada, kaplama seramikleri ve çeşitlerinin tarihsel süreci ile ele alınmaktadır. M.Ö. 3500-4000'lere kadar uzanan bir geçmişe sahip olan kaplama seramikleri, mimari alanda önemli bir yere sahip olmuştur. Mozaik, yer-duvar karosu, seramik panolar, seramik kompozit malzemeler ve taşıyıcı seramik elemanları gibi çeşitlere sahip olan kaplama seramikleri, seramik sektörünün geniş bir alanını oluşturmaktadır. Günümüzde, kaplama seramiklerinin modern mimari projelerde kullanımı incelendiğinde ve bu seramiklerin estetik, görsel ve işlevsel açılardan yapıya önemli değerler kattığı görülmektedir. Çağdaş mimarlar, projelerinde özel tasarlanmış kaplama seramikleri kullanarak estetik değeri artırmakla kalmayıp, aynı zamanda işlevselliği de katkı sağlamaktadırlar. Bu durum, kaplama seramiklerinin Mimarlık alanındaki gelişimini ve önemini ortaya koymaktadır. Çalışma içeriğinde kaplama seramiklerinin üretim teknolojisi ve gelişmeleri de ele alınmaktadır. Yaşanan teknolojik ilerlemeler sayesinde, kaplama seramiklerinin üretimindeki kabiliyetler artmış ve daha büyük boyutlarda, çeşitli renk ve dokularda ürünler elde edilebilmiştir. Lazer baskı teknolojisi ve porselen karolar gibi yenilikçi üretim yöntemleri, sektördeki gelişmeleri desteklemektedir. Ayrıca, Sinterflex kaplama seramikleri, esneklik ve dayanıklılık özellikleri ile öne çıkan bir başka teknolojik gelişmedir. Kaplama seramiklerinin mimari yapılar üzerindeki etkisi bu çalışma içeriğinde detaylı olarak incelenmektedir. Kaplama seramikleri çevre dostu olmaları, uzun ömürlülükleri, modern tasarım seçenekleri ve özgün özellikleri nedeniyle mimari projelerde tercih edilmektedir. Bu tercih, çevresel etkiyi azaltma, uzun vadeli maliyet kazanımı ve estetik çeşitlilik sunma avantajlarından kaynaklanmaktadır. Bu materyallerin kaplama seramik malzemelerin seri üretime uygunluğu ve sağladığı avantajlar, çevresel etkiye duyarlı mimarların ilgisini çekmeye devam etmektedir. Bu araştırma, literatür tarama yöntemi ve doküman inceleme modeliyle yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mimari, kaplama seramikleri, Sinterflex, Extruder, 3D baskı.

ABSTRACT

This study examines the historical process of cladding ceramics and their various types. Cladding ceramics, with a history dating back to 3500-4000 BC, have held a significant place in the field of architecture. Types of cladding ceramics include mosaics, floor and wall tiles, ceramic panels, ceramic composite materials, and structural ceramic elements, making up a broad area of the ceramics sector. Today, when the use of cladding ceramics in modern architectural projects is examined, it is seen that these ceramics add significant value to structures in terms of aesthetics, visuals, and functionality. Contemporary architects not only enhance the aesthetic value by using specially designed cladding ceramics in their projects but also consider functionality. This situation highlights the development and importance of cladding ceramics in the architectural world. The study also addresses the production technology and advancements of cladding ceramics. Thanks to technological advancements, the capabilities in the production of cladding ceramics have increased, allowing for larger sizes and a variety of colors and textures. Innovative production methods such as laser printing technology and porcelain tiles support the developments in the sector. Additionally, Sinterflex cladding ceramics stand out as another technological advancement with their flexibility and durability. The impact of cladding ceramics on architectural structures is examined in detail within this study. Cladding ceramics are preferred in architectural projects due to their environmentally friendly nature, longevity, modern design options, and unique features. This preference stems from the advantages of reducing environmental impact, long-term cost savings, and offering aesthetic diversity. The suitability of cladding ceramic materials for mass production and the advantages they provide continue to attract the interest of environmentally conscious architects. This research was conducted using the literature review method and the document analysis model.

Keywords: Architecture, cladding ceramics, Sinterflex, Extruder, 3D printing.

1. ORCID: 0000-0001-9328-0010

EXTENDED ABSTRACT

This research comprehensively examines the technological development of ceramic cladding throughout history and its impact on architectural structures. The study reveals that the use of ceramic cladding dates back to early civilizations such as Ancient Mesopotamia and Egypt, and was also widely used during the periods of Ancient Greece and Rome. In medieval Europe, particularly in Spain and Italy, the use of handmade ceramic tiles increased, and with the Renaissance period, the production and use of ceramic cladding became even more widespread. During this period, colorful and patterned ceramic tiles became especially popular in Italy.

The Industrial Revolution marked the transition to mass production of ceramic tiles, making these materials accessible to a broader audience. Today, technological advancements have enabled ceramic cladding materials to be offered in various styles and designs, making them widely used in modern architectural projects. In this context, the impact of ceramic cladding on architectural structures is significant. Notably, renowned architects Hundertwasser and Gaudi are known for their distinctive use of ceramic cladding in their works. Hundertwasser often used specially designed handmade ceramic pieces or tiles in his projects, while Gaudi's works feature colorful ceramic mosaics. These ceramics meet the aesthetic and functional requirements of the structures while standing out for being nature-friendly and sustainable materials.

In modern architecture, the reasons for preferring ceramic cladding include their longevity, durability, the variety of color and pattern options, and their compatibility with modern architectural styles. Additionally, these cladding materials emphasize the character of the buildings and support sustainable construction practices. Today, many architects continue to prefer ceramic cladding in their projects due to these advantages.

The shaping methods of ceramic cladding and their use in architectural structures have seen significant developments over time. Until recently, limitations in production technology meant that ceramic tiles could only be produced in small sizes and bright colors. However, with the advancement of the machine and digital age, technological progress in the ceramic sector has included digital printing, 3D printing, extruder shaping, porcelain tile production, and Sinterflex technology. These developments have allowed for an increased use of ceramic cladding in architectural structures.

This research details the technological advancements in shaping methods and the use of ceramic cladding in architectural structures. Digital printing technology enables the transfer of high-resolution digital images onto tiles, offering endless options in terms of color, pattern, and texture. This technology provides realistic images to the tiles while saving time and costs in the production process and is environmentally friendly. Additionally, it allows for the decoration of concave and convex surfaces that cannot be achieved with traditional methods.

3D printing technology is highlighted as a revolutionary development in the industry, allowing the layer-by-layer production of three-dimensional objects using computer-aided design with different materials. This technology is used in architecture for creating prototype structures, exterior cladding, and mass production of customized products. In the ceramic field, it facilitates the easy production of complex geometries, detailed patterns, and customized designs.

Extruder production method-produced terracotta cladding ceramics and porcelain tiles are also among the materials frequently used in architectural cladding. Terracotta cladding ceramics are noted for their natural appearance and warm color tones, while porcelain tiles are preferred for their durability and various design options.

Finally, Sinterflex technology enables the production of ceramic tiles in larger sizes and thinner thicknesses, offering architects a wide range of creative freedom. This technology allows ceramic tiles to surpass traditional limits, providing a more flexible and durable structure. These innovations have increased the use of ceramic cladding in architectural structures and enabled a broader range of applications.

GİRİŞ

Kaplama seramikleri, insanlık tarihinde uzun bir geçmişe sahip olup mimari alanlarda kullanılmıştır. Tarihi M.Ö. 6. yüzyıla kadar uzanan kaplama seramikleri, uygarlık tarihinde vazgeçilmez öğelerden biri olarak kendini göstermiştir.

Özellikle seramik tuğlalar, dünya tarihindeki ilk kaplama seramiklerinin örneklerini oluşturmuş ve medeniyetin inşasında önemli bir rol oynamıştır.

Günümüzde ise kaplama seramikleri, mimari projelerde estetik değeri artırmak için tercih edilmektedir. Büyük şehirlerdeki yapılaşma sürecinde, seramikler binaların dış cephe kaplamalarında ve iç mekanlarda uygulanmakta, bu da yapıların dayanıklılığını artırmanın yanı sıra estetik açıdan da zenginlik katmaktadır. Mimarlar, projelerinde amaca ve yapıya özel olarak tasarlanan kaplama seramiklerini kullanarak, günümüz modern yapılarına estetik değer katmanın yanı sıra bazı projelerde işlevselliği de artırmaktadır. Bu, kaplama seramiklerinin mimari alandaki gelişimini ve önemini vurgulayan bir gelişme olarak değerlendirilebilir.

Çağdaş mimari projelerde, görsel, estetik ve işlevsel açılardan yapıyı destekleyen kaplama seramikleri, günümüz üretim teknolojileri ile sürekli gelişen bir alanı temsil etmektedir. Bu çalışmanın amacı, günümüzde modern mimari projelerde kullanılan ve çeşitli alternatifler sunan kaplama seramiklerin çağdaş örneklerine odaklanmaktır. Bu kapsamda, 3D baskı kaplama seramikleri, porselen karolar ve ekstruder seramik kaplamaları gibi farklı tiplerdeki seramik üretim yöntemleri günümüz mimarisindeki örnekleri ile incelenecektir.

1.Kaplama Seramiklerinin Tarihsel Gelişimi

Seramik, insanlık tarihinde hem günlük yaşamda (seramik çömlek ve kaplar) hem de barınma alanında (kaplama seramikleri) önemli bir rol oynamıştır. Toprak ve kilin şekillendirilmesi ve pişirilmesiyle elde edilen seramikler, çeşitli amaçlar için kullanılmıştır. Bunların arasında, kaplama seramikleri Resim 1 gösterildiği gibi seramiğin en eski ve en önemli kullanım alanlarından biri olduğunu söyleyebiliriz.

Kaplama seramiklerinin kökenleri, Antik Mezopotamya ve Mısır gibi medeniyetlere dayanmaktadır. Antik Yunan ve Roma dönemlerinde de kaplama seramiklerinin yaygın olarak kullanıldığı bilinmektedir. Ancak, bu erken dönem seramik karolarının genellikle sade ve geometrik desenlerle süslenmişti ve daha çok pratik kullanımlar için yapıldığı bilinmektedir (Spallanzani, 2019).

Kerpiç'in pişirilmesi ile tuğla elde edilmiş ve tarihte günümüzden yaklaşık 5000 yıl öncesinde Erhanedanlar Dönemi'nde büyük tapınak, saray yapıları yapılırken tuğla kullanılmıştır (Sevgi Kılınç, 2024). Resim 1 de belirtilen M.Ö. 2112-2095 yıllarında inşa edilen kral Ur-Nammu'ya ait zigurat, tuğla ile yapılmış en önemli yapıdır. Bu dönemde bazı tuğlaların üzerinde çivi yazıları da bulunmaktadır. Yeni Babil Dönemi'nde (M.Ö. 6. yüzyıl) sırlı tuğlalarla yapılmış İhtar kapısına ait panellerin bir kısmı ile erken döneme ait yazıtlı tuğla örnekleri İstanbul Şark Eserleri Müzesi'nde de sergilenmektedir. Roma döneminde M.S. 1. yüzyıldan itibaren özellikle Augustus Dönemi'nde (M.Ö. 27-M.S. 14) yapılarda tuğla kullanımı görülmeye başlanmıştır (Eroğlu & Akyol, 2017).



Resim 1. M.Ö. 2112-2095 Kral Ur-Nammu'ya ait tuğla zigurat, Erişim Tarihi:20.04.2024 (URL 1)



Resim 2. Yeni Babil Dönemi'nde (M.Ö. 6. yüzyıl) sırlı tuğlalarla yapılmış İştar Kapısı, Erişim Tarihi:20.04.2024 (URL 2)

Mezopotamya'da olduğu gibi Türk İşlam uygarlığında da seramik sadece kaplama malzemesi olarak değil, estetik değeri olan dekoratif öğeler şeklinde kullanılmıştır. Mimaride seramik kaplamalar tuğla, mozaik, pişmiş toprak karolar, yüksek sıcaklıkta pişmiş karolar, çini ve fayans gibi ürünler olarak tercih edilmiştir. Türk İşlam mimarisinde iç ve dış cephelere estetik değer kazandırmak için kullanılan seramik kaplamalar çini mozaikler, sırlı tuğlalar ve çini panolar şeklinde görölmektedir (Resim: 3). Anadolu Selçuklu döneminde kendine özgü bir anlayışla üretilen seramik eserler, Osmanlı döneminde de İznik'te üretilmiş ve mimari eserlerde kullanılmıştır. Anadolu'da çini mozaikler, sırlı tuğlalar ve çini panolar şeklinde görölen süsleme öğeleri, Avrupa mimarisinde farklı formlarda kendini göstermiştir (Mutlu & İzollu, 2021).



Resim 3. Anadolu Selçuklu Mimarisi Konya Sırçalı Köşk Erişim Tarihi:20.04.2024 (URL 3)

İlk örneklerine Mezopotamya ve Mısır'da rastladığımız seramik kaplama malzemeleri ve sanatı, ilerleyen dönemlerde Orta çağ Avrupa'sında, daha da gelişmiştir. Özellikle İşpanya ve İtalya'da, el yapımı seramik karoların kullanımı yaygınlaşmıştır. Bu dönemde, kaplama seramiklerinin dekoratif özellikleri ön plana çıkmış ve daha karmaşık desenler ve motifler kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle Rönesans dönemiyle birlikte, kaplama seramiklerinin üretimi ve kullanımı daha da çoğalmıştır. İtalya'da, maiolika olarak bilinen renkli ve desenli seramik karolar büyük popölarite kazanmıştır. Bu dönemde, kaplama seramikleri sadece zenginlerin saraylarında ve kiliselerde değil, aynı zamanda daha geniş bir kitleye hitap eden evlerde ve kamu binalarında da kullanılmıştır.



Resim 4. Chapel of the Souls, Porto, Erişim Tarihi:26.04.2024 (URL 4)

Sanayi Devrimi ile kaplama seramiklerinin üretimi endüstriyel olarak seri üretime geçilmiştir. Bu sayede fabrikalarda üretilen seramik karolar, daha geniş kitlelere ulaşarak evlerin, iş yerlerin ve kamu alanların kaplamasında yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Günümüzde, kaplama seramikleri modern mimari ve iç tasarım projelerinde vazgeçilmez bir malzeme haline gelmiştir. Teknolojik gelişmeler sayesinde, seramik karoların üretimi daha çeşitli ve karmaşık hale gelerek farklı stillerde ve tasarımlarda seramik kaplama malzemeleri karşımıza çıkmaya başlamıştır.

2. Kaplama Seramiklerinin Mimari Yapılardaki Etkisi

Tarih boyunca kaplama seramiklerinin üretim teknolojisi ile mimari yapılar arasındaki ilişki büyük bir önem taşımıştır. Seramik üretim teknolojisindeki gelişmeler, mimarların büyük ölçekli binalarda kaplama seramiklerini daha fazla kullanmalarını sağlamıştır. Seramik şekillendirme sürecindeki kısıtlayıcı etkenler, özellikle renk, doku ve işlevsellik gibi seçeneklerin sınırlılığı, bu kullanımı belirlemiştir.

Hundertwasser ve Gaudi gibi ünlü mimarların eserlerinde kullanılan seramik kaplamalar, genellikle küçük boyutlu ve tek renkli parçalardan oluşmuştur. Bu durum, o dönemin kaplama seramik üretimindeki sınırlayıcı faktörleri ortaya koymaktadır. Ancak, bu sınırlamalara rağmen, mimarlar dönemin teknolojik imkanlarını en iyi şekilde kullanarak, yapılarının estetik ve işlevsel gereksinimlerini karşılamak için seramikleri ustalıklı entegre etmişlerdir. Bu şekilde, kaplama seramikleri mimari yapıların tasarımında ve estetik değerinde önemli bir rol oynamıştır.

Hundertwasser, mimarlık alanında seramik kullanımında öncü bir isimdir. Onun mimari tarzı, doğanın organik formlarına ve renklerine derin bir hayranlık duyduğu için seramik kaplamaların kullanımını içerir. Hundertwasser'ın projelerinde, genellikle özel olarak tasarlanmış el yapımı seramik parçalar veya seramik plakalar tercih edilmiştir. Bu seramikler, mimari yapıların dış cephesini veya iç mekanlarını süslemek için kullanılır ve Hundertwasser'ın eserlerine benzersiz bir estetik katkı sağlar. Bu seramikler genellikle canlı renklere sahiptir ve organik formlarıyla doğayı çağırıştırır, böylece yapıların çevresindeki doğal ortamla uyum içinde olmasını sağlamaktadır.



Resim 5. Magdeburg'daki Yeşil Kale, Friedensreich Hundertwasser Evi, Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 5)

Katalan mimar Antoni Gaudí ise organik form, dolgun renk ve doku kullanımı ile bilinen bir isimdir. Gaudí'nin çalışmalarında seramik kesinlikle her yerde mevcuttur; kullanımları belki de en ayırt edici özelliklerinden biridir. Casa Batlló, Katalonya'nın Modernist tarzında inşa edilmiştir ve UNESCO Dünya Mirası Alanı olarak kabul edilmektedir. Casa Batlló'nun doğadan ilham alan tasarımı ve doğal mercanlar gibi şekillendirilmiş cepheleri, binanın "Kemiklerin Evi" adını almasını sağlamıştır. Ayrıca, Gaudí'nin öncülüğünü yaptığı renk kullanımını ve Trencadis sanatıyla yapıdaki bacaları, renkli seramik karolardan oluşan mozaiklerle kapladığını görebiliriz.



Resim 6. Casa Batlló, Barcelona, Antonio Gaudí Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL6)

Park Güell, Gaudí'nin seramik içeriği en zengin eserlerinden biridir. Geniş arazide birçok farklı seramik formu ve deseni bulunmaktadır. Özellikle giriş ve ana merdivenler, hipostil "sütun ormanı" ve büyük meydan gibi parkın çeşitli bölgeleri, farklı seramik renk ve formların patlamasıyla dikkat çeker. Parkın etrafını çevreleyen dış duvar, seramik madalyonlar ve motiflerle süslü olduğu için bu seramik zenginliği, parka girmeden önce bile fark edilmektedir (Nouveau, 2024).



Resim 7. Parque Güell, Barcelona, Antonio Gaudí Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 7)

Hundertwasser ve Gaudí gibi önemli mimarlar, eserlerinde çevre dostu, uzun ömürlülük, modern ve özgün özellikleri olan kaplama seramiklerini tercih etmişlerdir. Bu seramikler, yapıların estetik ve işlevsel gereksinimlerini karşılarken aynı zamanda doğaya saygılı ve sürdürülebilir bir malzeme olmalarıyla öne çıkmaktadır. Günümüzde, benzer sebeplerle birçok mimar projede halen bunun gibi seramik kaplamalar kullanılmaktadır. Bunun temel nedenleri arasında, seramiklerin dayanıklılığı, kolay bakımı, çeşitli renk ve desen seçenekleri sunması ve çevreye duyarlı bir malzeme olması bulunmaktadır. Ayrıca, seramik kaplamaların modern mimari tarzlarla uyumlu olması ve yapıların karakterini vurgulaması da tercih edilme sebepleri arasındadır. Bu nedenlerle, seramik kaplamalar mimari dünyada önemli bir yer tutmakta ve çeşitli projelerde tercih edilmektedir. Seramik kaplamalar genellikle dayanıklı ve dirençli malzemelerden yapıldığı için uzun ömürlüdür. Bu özellikleri sayesinde, estetik ve işlevsel kalitelerini uzun yıllar boyunca korurlar. Bu durum, inşaat projelerinde uzun vadeli maliyet avantajları sağlamaktadır. Ayrıca, uzun ömürlü olmaları doğal kaynak tüketimini azaltmaya ve sürdürülebilir inşaat uygulamalarını desteklemeye yardımcı olmaktadır.

Modern ve şık bir tasarım arayışı, seramik kaplamaların popülerliğini arttıran önemli bir diğer faktördür. Geniş renk ve desen seçenekleri, mimarlara ve tasarımcılara çeşitli estetik seçenekler sunmaktadır, bu durum projelere modern ve çağdaş bir görünüme kazandırmaktadır.

Sıra dışı özelliklere sahip olma isteği seramik kaplamaların tercih edilmesinde etkili olabilir. Özel desenler, doku ve yüzey işleme seçenekleri, mimarlara ve tasarımcılara benzersiz ve özgün mekanlar oluşturma imkânı sunmaktadır.

3. Kaplama Seramiklerinde Şekillendirme Yöntemleri ve Mimari Yapılarda Kullanımı

1980'lere kadar yer ve duvar karo üretim teknolojisindeki hammadde ile üretim teknolojisi alanlarında yaşanan sınırlayıcı birçok etkenden dolayı, üretilebilen en büyük karo boyutu 15x20 cm. olmuş ve sadece düz plaka olarak şekillendirilebilmiştir. 1980'li yıllara kadar (bu dönemlerde), ıslak mekan için üretilen karoların su emme özelliğini azaltmak için karo yüzeyini sırlamaktan başka bir yöntem bulunamamıştır. Günümüzde üretim alanında yaşanan gelişmeler sayesinde kaplama seramiklerindeki üretim ve şekillendirme olanakları artmış, form, ebat, renk, doku ve rölyef özelliklerinde sınırsız bir çeşitliliğe ulaşılmıştır. Günümüz kaplama seramiklerindeki gelişmelerin en önemli olanları şekillendirme, hammadde mineral yapısı ve makine parkuru alanlarında olmuştur. Bu alanlardaki gelişmeler seramik kaplama sektörünü çok daha üst seviyelere çıkarmıştır.

3.1. Dijital Baskı

Dijital baskı teknolojisinde, her türlü görselin (mermer, ahşap ve bitkisel desenler vs.) yüksek çözünürlüklü dijital görüntüleri makineler yardımı ile kaydedilir ve lazer sayesinde istenilen ebattaki karoya birebir olarak aktarılır. Bu çığır açan gelişme sayesinde karoya aktarılan görüntünün orijinalinden ayıramayacak kadar gerçekçi görüntüler elde edilebildiğinden, renklendirme ve dekorlama alanlarında sonsuz seçenekler oluşmaktadır. Lazer baskı teknolojisi karo üretiminde zaman ve maliyet açısından da işletmelere fayda sağlayarak rekabet olanaklarını arttıran bir faktördür.

Seramik sektöründe inkjet dijital baskı teknolojisini geleneksel yöntemlere kıyasla öne çıkaran temel etkenler bu baskı teknolojisinin tamamen dijital ve temassız bir yöntem olmasıdır. Bu yöntemde yazıcı ile malzeme arasında herhangi bir temas noktası bulunmamaktadır. Bu nedenle geleneksel yöntemlerle baskı uygulanamayan içbükey ve dışbükey yüzeylere sahip ürünlerin dekore edilmesine olanak sağlamaktadır. Yine temassız bir yöntem olması sebebiyle malzemelere uygulanan tek basınç fırlatılan mürekkep damlacıkları tarafından gerçekleşmektedir. Dolayısı ile inkjet dijital baskı teknolojisi ile geleneksel yöntemlerle baskı uygulanamayan birçok seramik kompozisyona baskı uygulanabilmektedir. Ek olarak, baskı esnasındaki bisküvilerde meydana gelen hataları minimize ettiği ve mürekkebin yüksek verimli kullanımını sağladığı için daha çevreci bir yöntemdir. Bu yöntemde tasarımların depolanması verilerin dijital olması sebebiyle çok daha kolay ve ucuzdur. Farklı tasarımlara sahip karolar kolay bir şekilde sırayla veya aynı anda Experimental Ceramic Tile Design and Implementation by Inkjet Digital Printing Technology 69 adlı bir makine ile üretilebilmektedir. İnkjet dijital baskı yöntemi uygulanarak hazırlanan ürünler daha yüksek görüntü kalitesine sahip olmakla birlikte çok daha gerçekçi ve doğal bir görünüm sunmaktadırlar (Avcioğlu, Nükte, & Özesciki; , 2019).



Resim 8. NG Kütahya Seramik tarafından dijital baskı tekniği kullanılarak üretilmiş, doğal taş yüzeyine sahip duvar karosu, Erişim Tarihi:16.04.2024 (URL 8)

3.2. 3D Baskı (printing)

Günümüzde yaygın olarak bilinen üç boyutlu yazıcı (3D printing) teknolojisi, endüstride devrim niteliğinde bir ilerleme olarak kabul edilmektedir. Bu teknoloji, bilgisayar destekli tasarımın (CAD) kullanımıyla farklı malzemeler kullanarak üç boyutlu nesnelerin üretimini sağlamaktadır. Çeşitli malzemelerin kullanımıyla, plastik, polimer, metal, seramik gibi, dijital yöntemlerle nesnelerin katman katman oluşturulması mümkün hale gelmektedir. Bu yeni üretim teknolojisi, sanayi, sağlık, eğitim, mimarlık gibi birçok alanda çeşitli uygulamalara sahiptir. Örneğin, sağlık sektöründe protezlerin ve implantların üretiminde kullanılabilirken, mimarlıkta prototip yapıların oluşturulmasında ve dış cephe kaplamalarında kullanılabilir. Ayrıca, özelleştirilmiş ürünlerin seri üretimini mümkün kılarak kişisel ihtiyaçlara yönelik çözümler sunar. 3D yazıcı teknolojisi, üretim sürecinde esneklik, hız ve maliyet tasarrufu gibi avantajlar sağlayarak endüstriyel süreçleri yeniden tanımlamaktadır. Bu nedenle, gelecekte bu teknolojinin kullanımının daha da yaygınlaşması ve çeşitlenmesi beklenmektedir.

Üç boyutlu yazıcıların ilk ortaya çıkışı 1970'lere dayanmaktadır. 1986 yılında Charles Hull tarafından patenti alınmış ve günümüze kadar gelişerek gelmiş olan bu üretim yöntemi, el ile yapılamayacak kadar karmaşık formların üretilmesine imkan verirken, otomotiv, mimari, inşaat, tıp, biyoteknoloji, endüstriyel tasarım, moda tasarımı ve gıda gibi alanları içine alan geniş bir yelpazede kullanılmaktadır (Hull, 2015).

3D yazıcı teknolojisinin seramik üretiminde kullanılması, günümüzde oldukça yeni bir ilerleme olarak kabul edilebilir. Bu teknolojinin seramik alanında kullanımı, diğer malzemelerle karşılaştırıldığında daha az yaygın olsa da birçok atölye ve sanatçı bu alanda çalışmalar yapmakta ve projeler geliştirmektedir. Özellikle belirli merkezlerde yürütülen araştırmalar, seramik üretiminde 3D yazıcı teknolojisinin kullanımını geliştirme ve yenilikçi yaklaşımların benimsenmesi konusunda öncü nitelikte adımlar atmaktadır. Bu araştırmalar hem endüstriyel hem de sanatsal açıdan seramik üretimindeki sınırları zorlayarak yeni olanaklar sunmaktadır. 3D yazıcılar sayesinde karmaşık geometrilerin, detaylı desenlerin ve özelleştirilmiş tasarımların seramik üretiminde daha kolay ve etkili bir şekilde gerçekleştirilmesi mümkün hale gelmektedir. Bu da seramik sanatının ve endüstrisinin ileriye doğru ilerlemesine ve yenilikçi ürünlerin ortaya çıkmasına olanak tanımaktadır.

Projelerinde 3D yazıcı teknolojisini sıklıkla kullanan Stüdyo RAP firması tarafından tasarlanan alışveriş mağazasının dış cephe kaplaması (Resim 9), 21. yüzyıl seramik ve süslemelerinin mimari potansiyelini ortaya çıkarmak için gelişmiş 3 boyutlu seramik baskı yöntemleri, algoritmik tasarım ve el işi sirlamanın birleştirilmesiyle oluşturulmuştur. Bu cephenin algoritmik süslemeleri, örgü sanatına gönderme yapar ve dikkat çekici bir tasarım dili sunar.



Resim 9. Stüdyo RAP tarafından tasarlanan moda mağazasının 3D baskılı seramik cephesi, Erişim Tarihi:16.04.2024 (URL 9)

Resim 10 da yer alan örnekte ise Hollanda'nın Delft şehrinde inşa edilen mimari yapıda, seramik karolar studio RAP adlı firma tarafından tasarlanıp, 3D baskı yöntemi kullanılarak üretilmiştir. "Yeni Delft Mavis'i" adı verilen bu proje, 17. yüzyılda icat edilen ünlü Hollanda porseleni olan Delft Mavis'i'ne bir övgü niteliği taşımaktadır. Oldukça etkileyici olan mimari yapıda toplam 4.000 adet karo kullanılmıştır.



Resim 10. Stüdyo RAP tarafından tasarlanan 3D baskılı seramik karolar, konut binası, Erişim Tarihi:16.04.2024 (URL 10)

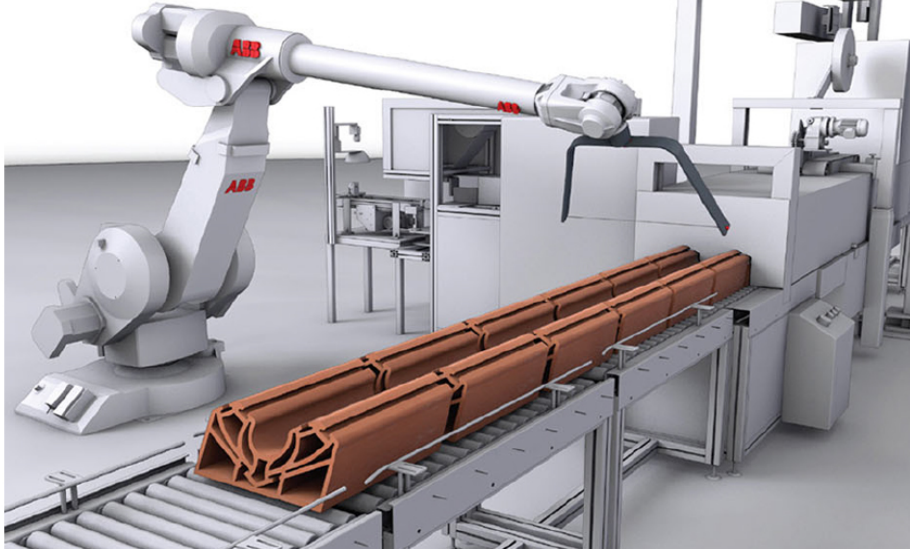


Resim 11. 3D Yazıcı ile Üretilmiş Merak Edilenler Kabin'i (Cabin of 3D Printed Curiosities), Erişim Tarihi:01.05.2024 (URL 11)

Emerging Objects firması tarafından 3D baskı yöntemiyle üretilen seramik kaplamalardan oluşan bir arka bahçe kulübesinde (Resim 11), çatı ve çatıya bitişik cepheler, 3D baskılı seramik karolar yağmur koruma perdesi olarak kullanılmıştır. Kolay montaj edilebilmesi için tasarlanan Tohum Dikişi karoları, bir bina cephesine veya iç mekana asılmak üzere tasarlanmıştır. Her seramik karo yüzeyi, görsel olarak tohum dikişi adı verilen bir örgü tekniğini taklit eder (Objects, 2024).

3.3. Extruder Üretim Şekli ile Üretilmiş Terra Cotta Kaplama Seramikleri

Extruder üretim şekli ile üretilmiş, pişmiş kırmızı toprak olarak bilinen terra cotta kaplama seramikleri, seramik malzemelerin özel bir üretim yöntemi olan ekstrüzyon kullanılarak yapılmaktadır. Bu yöntemde, seramik çamuru özel bir makine olan ekstruderden geçirilir ve belirli bir kalıba itilerek şekillendirilir (Resim 12). Bu şekillendirme işlemi, genellikle seramik malzemenin istenilen kalıba sahip olmasını sağlayan bir dizi delikli kalıptan geçirilerek gerçekleştirilir.



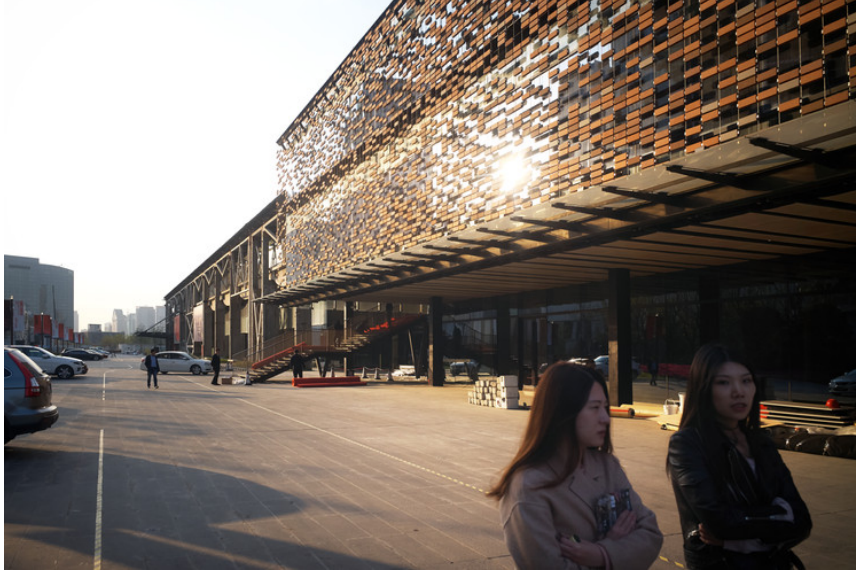
Resim 12. Endüstriyel robotla entegre edilmiş, tel kesici donanımlı endüstriyel seramik ekstrüzyon hattı., Erişim Tarihi:01.05.2024 (URL 12)

Terra Cotta kaplama seramikleri, genellikle pişmiş topraktan üretilen doğal bir görünüm ve sıcak renk tonlarına sahip seramik kaplama malzemeleridir. Bu seramikler, dış cephe kaplamaları, kiremitler, tuğlalar ve diğer mimari elemanlarda yaygın olarak kullanılır (Tennent, 2001). Terra Cotta kaplama seramikleri, geleneksel olarak kilin şekillendirilmesi, kurutulması ve ardından yüksek sıcaklıklarda pişirilmesi ile üretilir. Bu süreç, seramiğe dayanıklılık ve uzun ömürlülük kazandırır. Ayrıca, genellikle doğal minerallerle zenginleştirilen kil, seramiğin özgün renk ve dokusunu belirler. Bu seramik türü, tarihsel olarak pek çok kültürde yaygın olarak kullanılmıştır ve günümüzde modern mimaride de popülerliğini sürdürmektedir. Terra Cotta kaplama seramikleri, mimari projelere sıcak bir estetik görüntü ve doğal dokular katarak, çeşitli yapı stillerine uyum sağlamaktadır



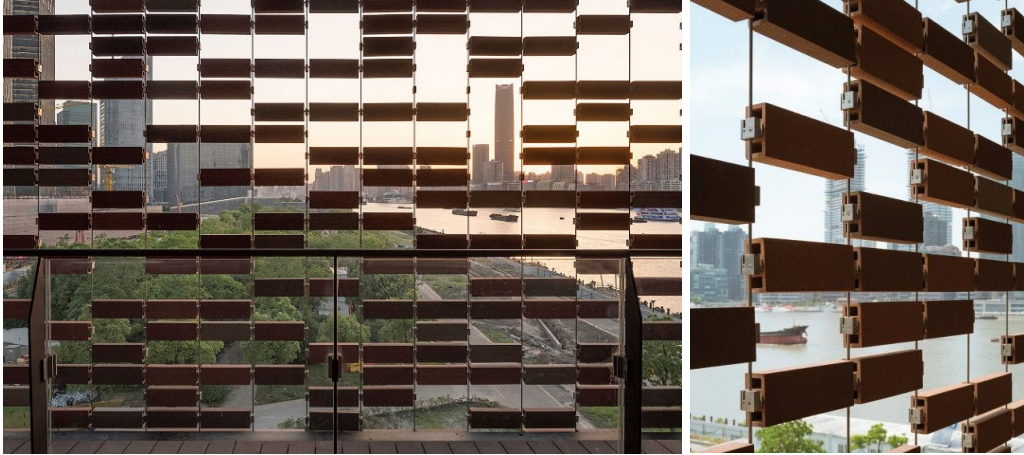
Resim 13. Extruder Üretim Şekli İle Üretilmiş Terra Cotta Kaplama Seramikleri, Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 13)

Japon mimari geleneklerini çağımıza uygun olarak yeniden yorumlayan Kengo Kuma, günümüzün en önemli çağdaş Japon mimarlarından. Eserleri, doğu ile batı, yenilik ile gelenek arasında tam bir sentez oluşturur. Japon mimarisinin önemli bir özelliği olan şeffaflığı, hafif ve doğal malzemelerle yakaladığını söyleyen sanatçı, seramik ve taş gibi daha ağır malzemeleri ise farklı formlarda kullanarak aynı hafiflik duygusunu vermeye çalışmaktadır.



Resim 14. Kengo Kuma'nın Tasarladığı Sanat ve Kültür Kompleksinin Güney Cephesi Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 14)

Kengo Kuma, Şanghay'ın Pudong bölgesindeki Lujiazui finans bölgesinde, 1972'de inşa edilmiş bir tersaneyi 9,000 metrekarelik yeni çok amaçlı bir kompleks olan Shipyard 1862'ye dönüştürmüştür (Resim14). Eski tersane, orijinal kaba tuğla duvarlarının arkasında yer almakta olup, 12x30 metrelik bir ızgara düzenine sahipti ve bu da devasa iç mekanlara gemi barındırma imkanı tanımaktaydı. Bu endüstriyel tarzda adaptasyon projesinde, Kuma bina için yapısal ve malzeme bütünlüğünü koruma konusunda dikkatli davranmıştır Julien Lanoo tarafından sağlanan bu fotoğraflar, restore edilen hava koşullarına dayanıklı tuğla özgünlüğünü göstermektedir. Kuzey cephesinde orijinal tuğla duvar yeniden restore edilmiştir, ancak güney cephesi yıllar önce yıkılmıştır. Batı cephesi için, Kuma, kuzey'i ve güney'i birbirine bağlayan pikselleştirilmiş bir gradyan tuğla sistemi tasarlamıştır. Bu sistem, benzersiz restore edilmiş hava koşullarına dayanıklı tuğla yansıtarak ve çağdaş bir şekilde artık var olmayı hatırlayarak oluşturulmuştur. 8 milimetre kalınlığında paslanmaz çelik kablolar tarafından asılan büyük kırmızı tonlarındaki kil tuğlalar, şeffaf güney cephesine doğru geçirgenlikte yavaşça solmaktadır. İçeride, Kuma boşluk alanını kullanarak yapının dikeyliğini ve anıtsallığını vurgulamaktadır (Leardi, 2024).



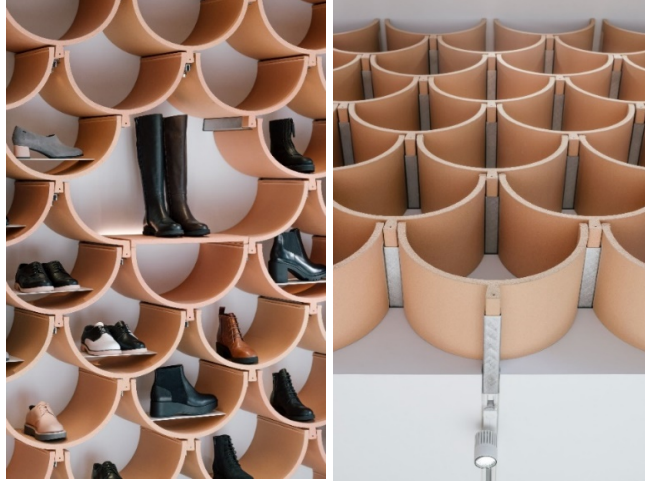
Resim 15. Sanat ve Kültür Kompleksinin Güney Cephesinin Montaj Detayları, Extruder yönetimi ile üretilmiş tuğla kullanılmıştır. Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 15) (URL 16)

Kengo Kuma, Şangay tersanesini sanat ve kültür kompleksine dönüştürürken, özellikle batı cephesinde yıpranmış tuğlaları kullanarak geçmişi hatırlatmayı amaçlamıştır. Aynı zamanda, bu tuğla sistemine dayanan yapı, kuzey ile güney'i birbirine bağlayan cephede Kuma'nın pikseli görüntüyü elde etme hedefine katkıda bulunmuştur. Bu amaçla, dört farklı tonlarda büyük kil tuğlaları, 8 milimetre kalınlığındaki paslanmaz çelik kablolar üzerine asılarak kullanılmıştır. Bu tasarım, güney cephesine doğru geçirgenlik ve şeffaflık sağlamaktadır.

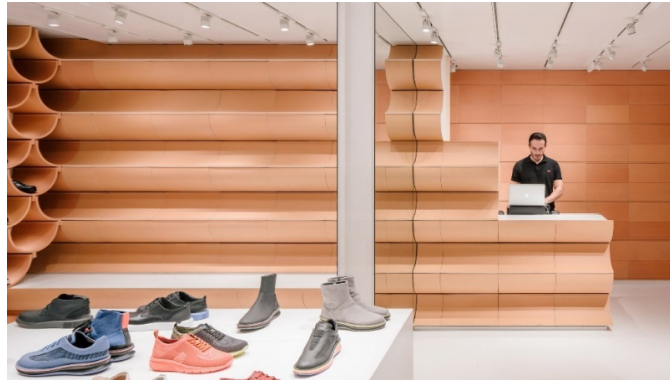


Resim 16. Kengo Kumanın Camper Ayakkabı Markası İçin Tasarladığı Mağaza, Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 17)

Kengo Kuma, Camper adlı ayakkabı markası için tasarladığı mağaza, içbükey formdaki terra cotta yapısıyla dikkat çekmektedir. Bu tasarım, dekoratif görünümünün yanı sıra işlevselliğiyle de öne çıkarmaktadır. Mağazanın duvarlarında kullanılan Extruder yöntemi ile şekillendirilmiş terra cotta seramik modüller, ayakkabıların sergileneceği raf sistemini oluşturmaktadır. Seramik kaplamaların işlevselliğine katkıda bulunan Kuma, daha geniş raflar oluşturmak için modül sayısını azaltarak ve ek parçalar kullanarak uzun çizmeler veya büyük aksesuarlar için yer açmıştır. Bu mağaza, seramikleri yerel bir şirket olan Ceràmica Cumella tarafından üretilmiştir (Levy, 2019).



Resim 17. Camper Ayakkabı Markası İçin Tasarladığı Terra Cotta Kaplama Malzemeleri ve Montaj Detayları, Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 17)



Resim 18. Duvarları Terra Cotta Malzemesi İle Kaplanmış Camper Ayakkabı Mağazası, Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 18)

Manuel Herz, Basel merkezli bir mimardır ve faaliyetleri geniş bir yelpazede bulunmaktadır. Projeleri arasında Kiev'deki Babyn Yar için bir sinagog, doğu Senegal'de bir hastane ve Köln'deki büyük bir konut kompleksi yer alır. Herz'in projeleri uluslararası ödüller kazanarak dünya çapındaki müzelerde sergilendi ve MoMA koleksiyonuna dahil edildi. Ana araştırma alanları mimari ve göç mekanlarıdır (Lanoo, 2024). Almanya'nın Mainz kentinde Yahudi cemaat merkezi için tasarlanmış olduğu Qadushah adlı yapı, tamamen sırlı seramiklerle kaplanmıştır. Qadushah, yetiştirme veya kutsama için kullanılan İbranice bir kelime olup aynı zamanda binanın silüetini oluşturmaktadır.



Resim 19. Yahudi Topluluk Merkezi, Mainz, Almanya (2010) Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 19)

Seramik cephe, oyulmuş üç boyutlu bir yüzeyin desenini anımsatan bir görüntü sergilemektedir. Pencerelemlerin etrafında paralel bir şekilde yayılan seramik kaplama malzemesi, boyutsal bir perspektif yaratmak için kullanılmıştır.

Sırlı seramik cephe, farklı bir yazı ve kutsal yazı katmanına işaret etmektedir. Oyma işlemiyle benzerlik gösteren Extruder yöntemi ile şekillendirilmiş sırlı terra cotta seramik karolar, dalgalı ve üç boyutlu bir yüzey deseni oluşturmak için kullanılmıştır. Bu desen, pencerelerin etrafında eş merkezli bir düzenleme ile şekillendirilmiş ve bu sayede perspektifsel bir derinlik efekti oluşturulmuştur. Binanın cephesinde, pencerelerin ufuk noktası olarak işlev gördüğü çoklu perspektifler ortaya çıkmaktadır (Herz, 2010).

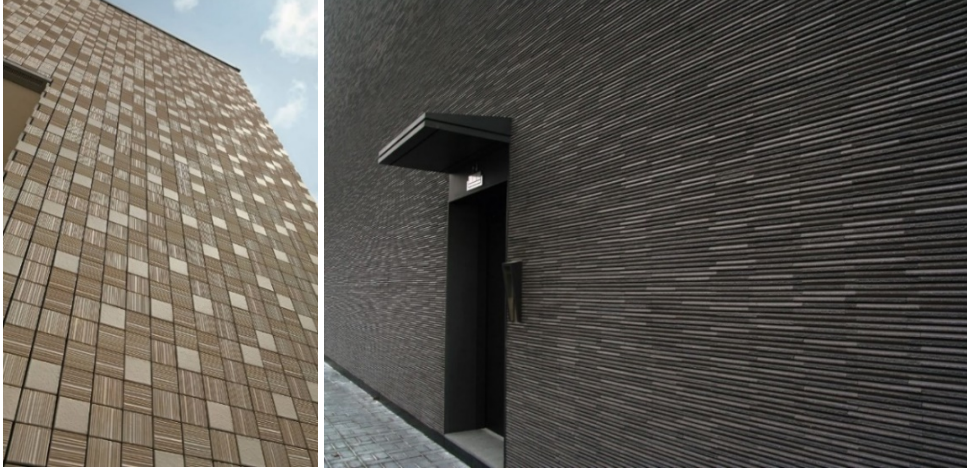


Resim 20. Seramik Kaplamaların Kesiti ve Montaj Detayları. Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 20), (URL 21)

3.4. Porselen ve Sinterflex Karolar

Porselen seramik karolar, estetik görünümü, dayanıklılığı ve çeşitli tasarım seçenekleriyle iç mekânlarda ve dış mekânlarda geniş bir uygulama alanına sahiptir. Bu karolar, mutfaklar, banyolar, oteller, ofisler ve diğer ticari mekânlarda popüler bir tercih haline gelmiştir. Porselen seramik karoların en belirgin özelliklerinden biri, sert ve yoğun yapısıdır, bu da onları aşınmaya ve çizilmeye karşı dayanıklı kılmaktadır. Bu özellikleri sayesinde uzun ömürlü bir kaplama çözümü sunmaktadır. Ayrıca, su geçirmez özellikleri sayesinde banyo ve mutfak gibi ıslak alanlarda güvenle kullanılabilirler.

Porselen karolar yüksek teknik özelliklere ve düşük su emme değerine sahiptir. Porselen karolar için gerekli olan çok düşük su emme değeri (ISO 13006 standardına göre $<0,05$, Çoğu üründe $<0,1$) olacak şekilde değerlendirilmektedir. Porselen karoların mukavemet değerleri yer karoları ve duvar karolarından daha fazla olmaktadır. Bu durum porselen karoların zinter yapısından kaynaklanmaktadır. Porselen karolar genellikle 8-10 mm kalınlıkta üretilmekle birlikte özel uygulamalar için 15-20 mm'ye kadar değişen kalınlıklarda da üretilmektedir (Erdem, 2023).



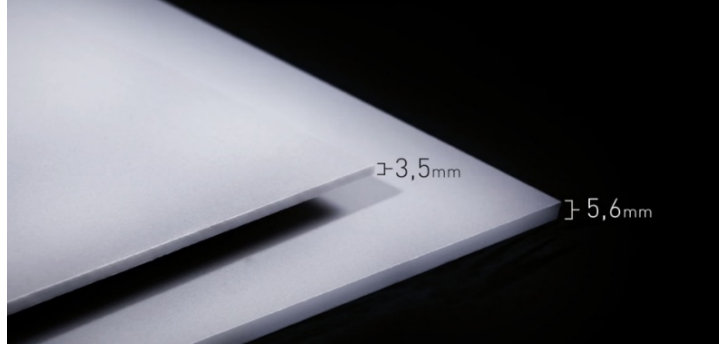
Resim 21. Porselen Karo. Erişim tarihi:03.03.2024 (URL 22)

Genel olarak porselen seramikler fullbody olarak adlandırılırlar Bünye rengi, ayrı bir sırlama işlemi yapılmadığından dolayı çamurun pişme rengidir. Parlak porselen karolar, mat karoların parlatılması sonucunda ya da üretim sürecinde son olarak yüzeye parlaklık veren malzemenin çeşitli yöntemlerle uygulanması ile elde edilirler. Parlatma işlemi (lappato), karonun üst yüzeyinde, fırınlama esnasında oluşturulan sert tabakayı aşındırır fakat yüksek teknik özellikleri korunur. Parlak yüzeylerin aşınmaya dayanımı ve lekelenmeye dayanımı, mat yüzeylere göre biraz daha düşüktür. Ancak estetik kalitesi ve renk çeşitliliği nedeniyle tercih edilir. Porselen karolar sırlı ve sırsız olmak üzere kendi içinde ikiye ayrılır (Özkan, 2017).



Resim 22. 3,5 mm Porselen Karo Kullanılarak Havalandırmalı Cephe Tasarımı. Erişim tarihi:03.03.2024 (URL 23)

Sinterflex karolar, özellikle dış cephe kaplamaları için tasarlanmış olan seramik karolardır. Bu karolar, yüksek sıcaklık ve basınç altında sinterlenmiş seramik malzemeden üretilirler. Sinterleme işlemi, seramik partiküllerin bir araya getirilmesi ve sıkıştırılması yoluyla karoların yoğunluğunu artırır ve dayanıklı bir yapı oluşturur. Sinterflex karolar genellikle dış cephe uygulamalarında tercih edilir çünkü yüksek dayanıklılığa, renk stabilitesine ve kolay temizlenen bir yüzeye sahiptirler. Ayrıca, çeşitli renk ve desen seçenekleri sunarlar, bu da mimarlara ve tasarımcılara geniş bir estetik çeşitlilik sunmaktadır.



Resim 23. 3,5 mm. Porselen Karo. Erişim tarihi:03.03.2024 (URL 24)

Sinterflex, seramik karo endüstrisinin en son teknolojisi olarak öne çıkmaktadır. Bu teknoloji sayesinde, 100x300 cm boyutlarında ve sadece 3 mm kalınlığında karolar üretmek mümkün hale gelmektedir. Esneklik özelliği ve dayanıklılığı, mimari tasarımların özgün ve yenilikçi fikirlerle buluşmasına olanak sağlar. Ayrıca, hava koşullarına karşı yüksek dayanıklılığıyla dikkat çeker, böylece iç ve dış mekan uygulamalarında güvenilir bir seçenek oluşturur. Sinterflex teknolojisi, seramik karoların geleneksel sınırlarını aşarak daha büyük boyutlarda ve ince kalınlıklarda üretim imkanı sunarak tasarımcılara geniş bir yaratıcı özgürlük alanı sunmaktadır (Sinterflex, 2024).



Resim 24. Sinterflexin Esneme Özelliği Kullanılarak Kaplama Yapılmış Yürüyen Merdivenlerin Yan Duvarları. Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 25)



Resim 25. Porselen karo. Erişim tarihi:03.03.2024 (URL 26)

Standart üretimin yanı sıra geliştirilen bu yeni üretim teknolojileri sayesinde karoların renk, doku, esneklik ve amaca uygun işlevsellik gibi özelliklerin gelişmesine olanak sağlamıştır. Bu alanlarda 1990'lara kadar var olan sınırlılıklar mimari projelerde seramik karoların kullanımını dezavantajlı bir durumda bırakırken, günümüzde yer ve duvar seramik kaplama teknolojisinde yaşanan ilerleme sayesinde kaplama seramikleri daha çok tercih edilir duruma geçmiştir.

4. Kaplama Seramiklerinin Mimarlar Üzerindeki Etkisi

Kaplama seramikleri, eserlerinde zamansızlık kavramını temel alan birçok mimarı plastik yapısı, uzun ömürlü oluşu, doğaya zarar vermemesi aynı zamanda seri üretime olan uygunluğu gibi saymadığımız daha birçok özelliğinden dolayı etkisi altına almıştır. Dijital çağın gelişi ile birçok yeni materyal inşaat sektöründe kullanılmaya başlanmıştır. Bu materyallerin başında polimer bazlı kaplama elemanları da gelmektedir. Bu materyaller sonsuz imkanlar sunmasına rağmen, petrol bazlı olması ve çevreye zarar vermesi nedeniyle birçok mimarın tekrardan seramik kaplamalara yönelmesini sağlamıştır. Günümüzde ise seramik kaplamaları mimari projelerinde kullanan birçok mimar vardır, bu makalede çalışmasında tercih edilen mimari yapılar, kaplama seramiklerinin dekoratif görüntüsü haricinde işlevsel, sanatsal ve kültürel özellikleri ön plana çıkarmış olanlardan bazılarıdır.

4.1. Mimari Projelerinde Kaplama Seramikleri Kullanan Mimarlar

Toni Cumella

Toni Cumello'nun kökeni İspanya (Katalanya) bölgesinde Regas isimli bir çömlekçi kasabasına ve üç kuşak seramikçi bir aileye dayanmaktadır.1951 yılında seramikçi Antoni Cumella'nın oğlu olarak dünyaya gelen Toni Cumella, 1970 yılında tamamen seramiğe adanmadan önce Barselona Üniversitesi'nde endüstri mühendisliği okunmuştur Studio PER ile yakın iş birliği içinde çalışarak büyük ölçekli sanat eserleri ve mimari projeler gerçekleştirmiştir. Toni Cumella'nın çağdaş mimarinin en önemli projelerinde seramik kaplama uygulamalarını görmek mümkündür. Cumella, seramik kaplama üretimlerinde temel olarak dört farklı üretim biçimi kullanmaktadır. Bu yöntemler arasında extruding, döküm, pres yer alırken aynı zamanda bazı projelerde dönüştürülmüş malzemelerde kullanılmaktadır (Roma, 2016).



Resim 26. Aichi İspanyol Pavyonu Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 27)



Resim 27. Villa Nurbs Binası Seramik Kaplamaları. Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 28)



Resim 28. Santa Catarina Pazarı Barcelona. Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 29)

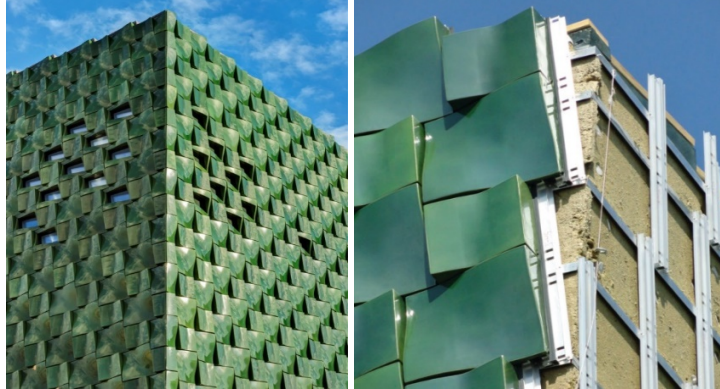
Rodolfo Machado

Arjantin Buenos Aires şehrinde doğan Rodolfo Machado, burada Universidad de Buenos Aires'ten Mimarlık diplomasını almıştır. Daha sonra Paris, Fransa'da, Centre de Recherched Urbanisme'de kentsel tasarım okumuştur. University of California, Berkeley'de yüksek lisans derecesini almış ve yüksek lisansını mimari teori ve eleştiri alanında sürdürmüştür. Machado'nun kendisi gibi mimar olan Jorge Silvetti ile mimari pratiği 1974 yılında başlamıştır. Onların şirketi Machado ve Silvetti Associates adlı firmalarını 1985 yılında kurmuşlardır. ABD ve yurtdışında eşsiz mimarlık eserleri ile tanınan mimarlık ve kentsel tasarım firması, Machado ve Silvetti Associates, farklı boyut ve kapsamdaki projelere imza atmıştır (Lecture, 2013).



Resim 29. Machado Silvetti, Florida'nın Sanat Müzesi Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 30)

Boston merkezli mimarlar Machado ve Silvetti Florida'nın devlet sanat müzesi olan Ringling'de yeni bir Asya sanat merkezi tasarlamıştır. Üç katlı uzantı, her katta mevcut müze binasına bağlanmaktadır ve özel bir yeşil camla kaplanmış her biri yeşil glazürle kaplı terrakota karo mozağı ile kaplanmıştır. Bu büyük paneller, müze ortamının tonlarına ve dokularına yanıt vererek, cephenin tamamını saran dinamik bir desen oluşturmaktadır (Stevens, 2016).



Resim 30. Florida Sanat Müzesinin Pişmiş Toprak Kaplı Dış Cephesinin Montaj Detayları. Erişim Tarihi:03.03.2024 (URL 30)

SONUÇ

Kaplama seramikleri, tarih boyunca mimarinin vazgeçilmez bir parçası olmuş ve günümüz modern mimarisinde de bu önemini korumaya devam etmektedir. M.Ö. 6. yüzyıldan bu yana, kaplama seramikleri medeniyetlerin inşasında önemli bir rol oynamıştır (tuğla ve kerpiç kullanımı). Başlangıçta pratik ve işlevsel amaçlarla kullanılan bu malzemeler, zamanla estetik değerleriyle ön plana çıkarak, mimari eserlerin karakterini belirleyen unsurlar haline gelmiştir. Hundertwasser ve Gaudí gibi ünlü mimarların eserlerinde seramik kaplamalarının kullanımı, bu malzemelerin estetik ve işlevsel potansiyelini gözler önüne sermektedir. Bu mimarlar, seramik malzemeleri ile yapılara doğadan ilham alan formlar, canlı renkler ve zengin dokular kazandırarak, yapıların estetik değerini ve çevreyle uyumunu güçlendirmişlerdir.

Günümüzde kaplama seramikleri, modern mimari projelerde hem iç hem de dış mekanlarda geniş bir kullanım alanı bulmaktadır. Estetik çeşitlilik, dayanıklılık, sürdürülebilirlik ve uzun ömürlü olma gibi özellikleri, seramik kaplamaları mimarlar ve tasarımcılar için tercih edilen bir malzeme haline getirmiştir. Ayrıca, 3D baskı, porselen karolar ve ekstruder teknolojisi gibi yenilikçi üretim yöntemleri, seramik kaplamaların çeşitliliğini artırarak, daha karmaşık ve özgün tasarımlar yapılmasına olanak tanımaktadır. Dijital baskı teknolojisi, seramik kaplamalarda yüksek çözünürlüklü görüntülerin uygulanmasını mümkün kılarak estetik seçenekleri genişletmiş, 3D baskı teknolojisi ise seramiklerin geometrik açıdan daha karmaşık formlarda üretilmesini sağlamıştır. Extruder yöntemi ile üretilen terra cotta kaplamalar, geleneksel malzemelerin modern mimaride yeniden yorumlanmasına olanak tanımaktadır.

Kaplama seramiklerindeki bu teknolojik gelişmeler, mimari yapılarda estetik ve işlevsellik açısından yeni ufuklar açmıştır. Bu yenilikler, seramik kaplamaların mimaride daha geniş bir kullanım alanı bulmasına ve mimari tasarım süreçlerinde daha yaratıcı çözümler sunulmasına olanak tanımaktadır. Günümüzde ve gelecekte, seramik kaplamaların teknolojik ve tasarım odaklı gelişmeleri, mimarlık alanında önemli katkılar sağlamaya devam edecektir.

Bu çalışma, kaplama seramiklerinin mimari projelerdeki estetik, işlevsel ve kültürel önemini ele almıştır. Porselen ve Sinterflex karoların hem iç hem de dış mekanlarda sağladığı dayanıklılık, esneklik ve estetik çeşitlilik, bu malzemelerin mimarlar arasında neden bu kadar popüler olduğunu açıklamaktadır. Porselen karoların yüksek teknik özellikleri, düşük su emme oranı ve mukavemeti, onları ıslak alanlar için ideal bir kaplama malzemesi haline getirmektedir. Sinterflex karolar ise büyük boyutlarda ve ince kalınlıklarda üretim imkanı sunarak, tasarımcılara geniş bir yaratıcı özgürlük sağlamaktadır. Toni Cumella ve Rodolfo Machado gibi mimarlar, seramik kaplamaları sadece dekoratif bir malzeme olarak değil, aynı zamanda yapısal ve kültürel bir öğe olarak kullanmışlardır. Bu malzemelerin esnekliği ve yenilikçi tasarım imkanları, modern mimaride seramik kaplamaların vazgeçilmez bir bileşen haline gelmesine katkıda bulunmuştur. Sonuç olarak, kaplama seramikleri hem geleneksel hem de modern mimari projelerde önemli bir rol oynamakta, tasarımcılara estetik ve teknik açıdan geniş bir uygulama yelpazesi sunmaktadır. Bu malzemelerin sürdürülebilirliği ve uzun ömürlülüğü, onları çevre dostu bir seçenek haline getirmekte ve gelecekte de mimari projelerde önemli bir yer edinmelerini sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Avcıoğlu, C., Nükte, M., & Özeskici; , Ş. K. (2019, Mart). Inkjet Dijital Baskı Teknolojisi İle Deneysel Seramik Karo Tasarımı Ve Uygulaması. Kütahya, Türkiye.
- Erdem, Y. (2023, Aralık). Hassas Döküm Atık Kumunun, Duvar Karosu, Porselen Karo. Doktora Tezi. Konya, Türkiye. Mart 05, 20024 Tarihinde <https://Acikerisim.Erbakan.Edu.Tr/Server/Api/Core/Bitstreams/C8c84b34-Ba88-4403-8330-2b2030de14e7/Content> Adresinden Alındı
- Eroğlu, M., & Akyol, A. A. (2017, Aralık 13). Antik Yapı Malzemesi Olarak Tuğla Ve Kiremit:Boğsak Adası Bizans Yerleşimi Örnekleme. *Sanat Ve Tasarım Dergisi*, 144. Nisan 20, 2024 Tarihinde <https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Download/Article-File/390878> Adresinden Alındı
- Herz, M. (2010). *Synagogue Mainz*. Mart 12, 2024 Tarihinde Ceramic Architectures: <https://Www.Ceramicarchitectures.Com/Obras/Manuel-Herz-Synagogue-Mainz/> Adresinden Alındı
- Hull, C. W. (2015, Aralık 23). The Birth Of 3d Printing. (58:6). Research-Technology Management. 05 01, 2024 Tarihinde https://Www.Tandfonline.Com/Doi/Pdf/10.5437/08956308x5806067?Casa-Token=Mjh1n5mki24aaaaa:Ompig7s_15abnrgmxdz1_V9hbylaltpevcflpzorqn3bug7vv7gx3egufxcv_Lumtajlswqhqbw6em Adresinden Alındı
- Lanoo, J. (2024, Mart 11). *Ein Wochenende Mit Aussicht*. Journalismusfest. Adresinden Alındı
- Leardi, L. (2024, Mart). *Kengo Kuma Transforms Shanghai Shipyard Into Multi-Use Complex*. Arch Daily: <https://Www.Archdaily.Com/889132/Kengo-Kuma-Transforms-Shanghai-Shipyard-Into-Multi-Use-Complex> Adresinden Alındı
- Lecture, L. D. (2013, Ekim 22). *Rodolfo Machado*. Syracuse Architecture: <https://Soa.Syr.Edu/Live/Events/46-Rodolfo-Machado> Adresinden Alındı
- Levy, N. (2019, Ocak 30). *Pişmiş Toprak Fayanslar, Barcelona'daki Kengo Kuma Tasarımı Camper Mağazasında Raflar Oluşturuyor*. Mart 2024 Tarihinde Dezeen: <https://Www.Dezeen.Com/2019/01/30/Barcelona-Camper-Store-Kengo-Kuma-Interiors/> Adresinden Alındı
- Mutlu, H. S., & İzollu, A. (2021, Aralık 2). Heykelsi Yapılara Uygulanan Seramik Kaplamalar. *Sanat Ve Tasarım*. Eskişehir, Türkiye: Anadolu Üniversitesi. Mayıs 15, 2024 Tarihinde <https://Dergipark.Org.Tr/En/Download/Article-File/2159487> Adresinden Alındı
- Nouveau, L. B. (2024, Nisan 21). *Gaudi All Gaudi*. Nisan 21, 2024 Tarihinde Gaudi's Ceramics: <https://Www.Gaudiallengaudi.Com/Gaudis-Ceramics/> Adresinden Alındı
- Objects, E. (2024, Mayıs 01). *Cabin Of 3d Printed Curiosities*. Emerging Objects: <https://Emergingobjects.Com/Project/Cabin-Of-3d-Printed-Curiosities/> Adresinden Alındı
- Özkan, Z. Y. (2017, Mayıs). *Seramik Karo Endüstrisinde Dijital Baskı Teknolojisinin Renk, Desen, Tasarımcı Yönünden İncelenmesi Ve Örnek Uygulama*. Doktora Tezi. Eskişehir: Eskişehir Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Roma, C. (2016, Ağustos). Behind The Façade Toni Cumella. Barcelona, Spain. https://Caterinaroma.Com/Wp-Content/Uploads/2022/05/Caterina_Roma_Text_Toni_Cumella_Behind_The_Fac%Cc%A7ade.Pdf Adresinden Alındı
- Sevgi Kılınç, H. Ö. (2024, Nisan 23). Tarihsel Sürecinde Bir Mozaik Duvar Kaplama Tekniği: Uruk Dönemi Pişmiş Toprak Çivileri. *Arteoloji Dergisi*, 1-30.
- Sinterflex, K. (2024, Mart 06). *Kalesinterflex*. Archi Expo: <https://Pdf.Archiexpo.Com/Pdf/Kale/Kalesinterflex-Catalog/63309-166467.Html> Adresinden Alındı
- Spallanzani, M. (2019, Mart-Nisan). A History Of Ceramic Tiles: From Ancient Greece To The Modern World. *Ceramic Review*(296), S. 24-29. Ceramic Review: <https://Www.Ceramicreview.Com/> Adresinden Alındı
- Stevens, P. (2016, Mayıs 16). *Machado Silvetti Adds Terracotta-Clad Pavilion To Florida's Ringling Museum Of Art*. Mart 12, 2024 Tarihinde Designboom: <https://Www.Designboom.Com/Architecture/Machado-Silvetti-The-Ringling-New-Center-For-Asian-Art-Sarasota-Florida-05-16-2016/> Adresinden Alındı
- Tennent, N. H. (2001). *Terra-Cotta In Architecture: Their History, Manufacture And Conservation*. Livre De Liyon.

URL 1: <https://derstarih.com/ziggurat/> Erişim Tarihi:20.04.2024

URL 2: <https://www.worldhistory.org/image/724/lion-of-babylon-ishtar-gate/> Erişim Tarihi:20.04.2024

URL 3: <https://www.selcuklurirasi.com/architecture-detail/sircali-medrese> Erişim Tarihi:20.04.2024

URL 4: <https://secretsfromportugal.com/portuguese-tiles-decoration-motif/> Erişim Tarihi:26.04.2024

URL 5: <https://www.lookphotos.com/en-us/images/71342852-Green-Citadel-in-Magdeburg-Friedensreich-Hundertwasser-House-Saxony-Anhalt-Central-Germany-Germany-Europe> Erişim tarihi:03.03.2024

URL 6: <https://www.analizgazetesi.com.tr/haber/gaudinin-kenti-barcelona-2351/> Erişim tarihi:03.03.2024

URL 7: <https://www.theconica.com/es/que-hacer-barcelona/parque-guell> Erişim tarihi:03.03.2024

- URL 8: <https://www.gastronomidergisi.com/vitrin/ng-kutahya-seramik-yeni-nesil-magazacilik-konseptiyle-fark-yaratiyor> Erişim Tarihi:16.04.2024
- URL 9: <https://www.arkitera.com/haber/studio-raptan-3d-baski-cepheye-sahip-bir-butik-tasarimi/> Erişim Tarihi:16.04.2024
- URL 10: <https://www.3dnatives.com/en/studio-rap-ceramic-tiles-121020205/#> Erişim Tarihi:16.04.2024
- URL 11: <https://emergingobjects.com/project/cabin-of-3d-printed-curiosities/> Erişim Tarihi:01.05.2024
- URL 12: <file:///E:/MAKALE%20RES%C4%B0M/extruder%20seramik> Erişim Tarihi:01.05.2024
- URL 13: <https://www.terracottafacadepanels.com/quality-10037256-ventilated-facade-terracotta-wall-panels> Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 14: www.archdaily.com/889132/kengo-kuma-transforms-shanghai-shipyard-into-multi-use-complex Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 15: <https://www.metalocus.es/en/news/shipyard-1862-kengo-kuma-and-associates> Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 16: https://lsc-pagepro.mydigitalpublication.com/publication/?i=489508&article_id=3055925&view=articleBrowser Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 17: <https://www.architonic.com/en/project/kengo-kuma-camper-paseo-de-gracia/20034342> Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 18: <https://www.icmimarlikdergisi.com/2019/01/31/barselonada-kengo-kuma-imzali-bir-magaza-tasarimi-camper/> Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 19: <https://www.ceramicarchitectures.com/obras/manuel-herz-synagogue-mainz/> Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 20: <https://cargocollective.com/klink/Manuel-Herz> Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 21: <https://cfileonline.org/architecture-jewish-center-mainz-manuel-herz/jewish-center-mainz-6/> Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 22: <https://www.artedomus.com/journal/article-non-combustible-cladding> Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 23: <https://www.archdaily.com/916734/designing-ventilated-facades-using-mm-porcelain-tiles> Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 24: https://www.archdaily.com/916734/designing-ventilated-facades-using-mm-porcelain-tiles/5cd0528c284dd17d310000ba-designing-ventilated-facades-using-mm-porcelain-tiles-image?next_project=no Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 25: <https://pdf.archiexpo.com/pdf/kale/kalesinterflex-catalog/63309-166467.html> Kale Grup sinterflex pdf. Katalog / Erişim tarihi:03.03.2024 Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 26: <https://mm2cephe.com/uygulamalarimiz/sinterflex-cephe-kaplama-sistemleri/> Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 27: <https://diaryofatiledict.com/2018/07/06/toni-cumella-ceramic-visionary/> Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 28: <https://www.ruiz-geli.com/projects/inprogress/villa-nurbs> Erişim tarihi:03.03.2024
- URL 29: <https://barcelonarchitecturewalks.com/toni-cumella-lecture-at-foros-2018/> Erişim Tarihi:03.03.2024
- URL 30: <https://www.ceramicarchitectures.com/obras/center-for-asian-art/> Erişim tarihi:03.03.2024

MODERN ESTETİĞİN ÖNCÜ İSMİ: SHAFTESBURY’NİN FELSEFESİNDE SANAT VE ESTETİK

*A Pioneer of Modern Aesthetics: Art and Aesthetics in
Shaftesbury’s Philosophy*

Çağatay OLGUN¹

ÖZ

Bu makale, 18. yüzyıl İngiliz filozofu Shaftesbury’nin sanata ilişkin düşüncelerini ve modern estetiğin evrimine olan katkılarını incelemektedir. Shaftesbury, estetik deneyimi salt bir duygu olarak değil, aynı zamanda rasyonel bir düzen içinde ele alarak güzellik algısını bilişsel bir kavrayışla birleştirmiştir. Bu yaklaşımı, sanatın salt duygusal bir ifade olmanın ötesinde, zihinsel bir faaliyet olduğunu işaret etmektedir. Ayrıca, toplumsal yapı ve sanat arasındaki ilişkiyi ele alarak, estetik gelişimin sosyal bağlamdaki önemini vurgular. Sanatın doğayı anlama ve ifade etme yeteneğine vurgu yaparak, estetik düşünceye ilişkin özgün tartışmalara öncülük eder. Shaftesbury’nin felsefi düşünceleri, özellikle estetik deneyim, güzellik algısı ve sanatın doğasıyla ilgili benzersiz perspektifi, modern estetik düşüncenin evrimine önemli bir katkı yapmıştır. “Characteristics of Men, Manners, Opinions, Times” ve “Second Characters” eserlerinde yer alan rasyonel düzen, duygu ve zihin arasındaki denge, estetikle ahlak arasındaki ilişki gibi temalar, günümüz estetik teorilerinde hala tartışılan başat konular arasında yer almaktadır. Estetik ilgisizlik kavramı ise başta Kant felsefesinde olmak üzere modern estetiğe yön veren çok sayıda teorisyen ve düşünürü etkilemiştir. Shaftesbury’nin fikirleri, estetik alanındaki bilgi birikimimizi genişletmek ve günümüzdeki estetik anlayışının evrimini daha iyi kavramak adına önemli bir referans noktası oluşturmaktadır. Teorisinde öne çıkan değerlerin tarihsel bağlamda incelenmesi, estetik deneyimin doğasına ilişkin araştırmalarımızın yanı sıra, estetiğin insan yaşamındaki etkisine yönelik yaklaşımlarımıza katkı sağlama potansiyeli taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Shaftesbury, estetik, modern sanat, sanat felsefesi.

ABSTRACT

This article examines the thoughts of the 18th-century English philosopher Shaftesbury on art and his contributions to the evolution of modern aesthetics. Shaftesbury approached the aesthetic experience not merely as a pure emotion but also integrated the perception of beauty within a rational order, combining it with cognitive understanding. This approach suggests that art is not only an emotional expression but also a mental activity. Furthermore, by addressing the relationship between societal structure and art, Shaftesbury emphasizes the importance of aesthetic development within a social context. Pioneering unique discussions on the ability of art to understand and express nature, he contributes to original debates on aesthetic thought. Shaftesbury’s philosophical ideas, particularly his unique perspective on aesthetic experience, the perception of beauty, and the nature of art, have significantly contributed to the evolution of modern aesthetic thought. Themes such as rational order, balance between emotion and mind, and the relationship between aesthetics and ethics, found in his works “Characteristics of Men, Manners, Opinions, Times” and “Second Characters,” remain central topics still debated in contemporary aesthetic theories. The concept of aesthetic disinterestedness, notably influential in Kantian philosophy and beyond, has shaped numerous theorists and thinkers in modern aesthetics. Shaftesbury’s ideas serve as a crucial reference point for expanding our knowledge in the field of aesthetics and gaining a better understanding of the evolution of contemporary aesthetic perspectives. The examination of the values highlighted in his theory within their historical context not only contributes to our research on the nature of aesthetic experience but also holds the potential to enhance our approaches to understanding the impact of aesthetics on human life.

Keywords: Shaftesbury, aesthetic, modern art, art philosophy.

1. ORCID: 0000-0003-2911-9702

1. Arş. Gör., Yıldız Teknik Üniversitesi, sinem.unal@yildiz.edu.tr

EXTENDED ABSTRACT

This academic study explores the significance and historical context of 17th-century philosopher Shaftesbury's thoughts on art and aesthetics. The primary objective is to provide a deeper understanding of Shaftesbury's philosophical legacy and his influences. This includes examining his works, thought systems, the thinkers he influenced, his impact on modern aesthetics, and his contributions to his era.

The study's conceptual framework involves a comprehensive examination of Shaftesbury's intellectual legacy, focusing on his aesthetic understanding, moral philosophy, and social views. To delve deeply into Shaftesbury's thoughts, the study analyzes key concepts related to his aesthetic, moral, and social views.

Shaftesbury's aesthetic understanding extends beyond beauty, viewing aesthetics as essential for societal health and order. This study emphasizes his aesthetic values expressed through music, architecture, and painting, and explains their role in his social and moral philosophy. It also evaluates his aesthetic perceptions' impact on individuals and society using various analyses.

Shaftesbury's moral philosophy centers on the concept of the "moral sense," positing that humans have an innate moral intuition to distinguish right from wrong. The study explores this concept and its contributions to societal norms, examining how Shaftesbury connects moral values to social order through the notion of "harmony."

Shaftesbury's social views are intertwined with his aesthetic and moral philosophies. He believed that a society's sensitivity to aesthetic beauty enhances its moral values. The study investigates his thoughts on social order and harmony, highlighting the influence of aesthetic perception on societal norms and proposing solutions for balancing aesthetic and moral tendencies.

The methodology includes a literature review and systematic content analysis, focusing on Shaftesbury's thoughts and influences. The primary evidence comprises his works, letters, and relevant materials analyzed by researchers from various disciplines. The literature review forms the foundation of this study, encompassing current research and different perspectives on Shaftesbury's thoughts. The sample includes works from various researchers, expanding the study's scope and providing a versatile outlook.

Shaftesbury's aesthetic understanding is one of the most original aspects of his thoughts, significantly impacting the evolution of aesthetic theory during and after his time. He considered aesthetics not merely as beauty but within moral, social, cultural, and religious contexts. Shaftesbury argued that beauty is subjective, varying with the viewer's perspective, anticipating modern aesthetic thought that focuses on subjective experiences.

This perspective emphasizes the viewer's emotions and experiences over objective beauty rules, raising questions about Shaftesbury's contributions to contemporary art and culture. Contemporary critics and theorists focus on subjective experiences and the interaction between viewer and work, indicating that Shaftesbury's views are foundational to modern aesthetics.

Shaftesbury connected aesthetics with moral experiences, suggesting that beauty perception shapes moral character and can be a tool for moral education. His ideas have inspired contemporary discussions in aesthetics, illustrating his impact on modern art understanding and criticism. Free aesthetic experience, critical art evaluation, and the relationship between beauty and moral values remain vibrant in contemporary cultural discourse.

Shaftesbury's aesthetic ideas influenced thinkers like Immanuel Kant, Winckelmann, and several Romantic-era philosophers, contributing to modern aesthetic theories. By asserting that beauty perception rests on a universal and objective foundation, he laid the groundwork for examining aesthetics based on universal principles, a cornerstone of modern aesthetic theory.

Understanding how Shaftesbury's aesthetic thoughts influenced modern thought requires examining how aesthetics affects individual worldviews, ethical values, and social relationships. His revolutionary approach to aesthetics has deeply influenced contemporary art and culture, emphasizing the subjective nature of aesthetic experience.

In conclusion, Shaftesbury's aesthetic thoughts profoundly influenced the meaning of art and beauty in his time and beyond. His unique approach is considered key to shaping modern thought, contributing significantly to contemporary aesthetic understanding. Therefore, Shaftesbury's aesthetic thoughts should be understood within a broad historical framework, extending beyond his era.

GİRİŞ

Sanatta ve doğada güzellik olgusuna ilişkin felsefi sorgulamalar Platon'un (M.Ö. 428/427-M.Ö. 348/347) *Ion*, *Symposium*, *Phaedrus*, *Republic*, *Philebus* diyalogları ve *Aristoteles'in* (M.Ö. 384-M.Ö. 322) *Poetikası* ile başlar. Stoacılar, Epikürcüler ve Şüpheciler ile çeşitlenen felsefi ilgi, Geç Klasik felsefede Plotinos, Geç Roma'da ise Augustinus of Hippo (354-430) ve Quintilian (35-95) gibi filozoflar tarafından sürdürülür. Ortaçağ'da Franciscan Bonaventure (1221-1274) ve Dominican Thomas Aquinas (1226-1274), Rönesans'ta Leon Battista Alberti (1404-1472), Marsilio Ficino (1433-99), Albrecht Durer (1471-1528), Barok dönemde Balthasar Gracian (1601-1658) gibi düşünürler, sanatın felsefi tarihine önemli katkılar sunar. 18. yüzyıla kadar estetik alanında görülen yaklaşımlar çoğunlukla Neo-Platoncu çeşitlemeler şeklinde değerlendirilebilir. Platon ve Aristoteles'in düşünceleri etrafında gelişen klasik estetik, temelde metafizik olarak kavranan güzellik ile ilgilidir (Hilaro, 1968:297).

Estetiğin modern bir disiplin olarak tanımlanmasına yönelik ilk girişimler, 17. ve 18. yüzyıldaki gelişmeler ile koşuttur. 17. yüzyılın ikinci yarısından itibaren bilim olgusunun kavranışına ilişkin yaşanan devrim niteliğindeki yenilikler, eğitilmiş Avrupalıların kültürel yaşamında yeni ufukların filizlenmesini sağlar. Bilim, geleneksel metafizik bağlamının yerine normatif bir zihinsel disiplin olarak değer kazanır. Öte yandan, Avrupa'nın düşünsel ve zihinsel etki merkezleri değişir. İngiliz bilim ve felsefesi, Avrupa'nın geri kalanına hiç olmadığı kadar nüfuz etmeye başlar (Crawley, 1965:31). René Descartes'in (1596-1650) rasyonalizmi ile John Locke (1632-1704) ve Isaac Newton'un (1643-1727) empirizmi estetik deneyime ilişkin yeni bakış açılarını mümkün kılar. Rasyonalist ve empirik düşünürler, bireysel zihindeki fikirlerin yanı sıra duyular aracılığı ile zihne kazandırılan deneyimleri inceler. Bireysel deneyimlerin kavramsal açıdan bağımsız olarak incelenmesi, modern estetiğe giden süreçte önemli bir aşamadır. Bu değişimin estetik alanındaki yansıması, bilimsel gelişmeler ile eş zamanlı olarak gerçekleşir. Metafizik kozmolojinin klasik ve ortaçağ sentezi çözülerek, estetik tarihinde modern evre olarak nitelenecek gelişmelerin temelleri atılır (Bosanquet, 1966:170-173, 176; Townsend, 1987:109).

Modern estetiğin başlangıç noktasında A. G. Baumgarten'in "Meditationes philosophicae de nonnullis ad poema pertinentibus" (1735) ve "Aesthetica" (1750) eserleri yer alır. Baumgarten, estetiği, entelektüel ve akademik bir arayış çerçevesinde felsefi bir disiplin olarak kavrar. Duyular aracılığı algılanan bilgi (aistheta) ile aklın sağladığı bilgi (noeta) arasında temel bir ayrım yapar (Sörbom, 2002:20). Baumgarten'in teorisinde mantık entelektüel bilgi ile ilgilenirken, estetik duyusal bilgi ile ilişkilidir. Estetik kavramını "duyular aracılığıyla şeylerin nasıl bilineceğinin bilimi" olarak tanımlaması, modern estetiğin temel karakterine öncü bir katkıdır (Aschenbrenner & Holther, 1954:5; Baumgarten, 1900:41).

Baumgarten'in estetik biliminin mucidi olarak kabul edilmesine karşın, 17. yüzyılda Almanya, İngiltere, Fransa gibi ülkelerde estetik alanının modern düşünce sistemleri ve akademik çevrelerde geniş bir yer tuttuğu bilinmektedir. Her ne kadar, modernizmin öncül düşünüş biçimleri Rönesans ile ivme kazanmış olsa da sanat açısından modernizmden söz edebilmek için 18. yüzyıl bir başlangıç noktasıdır. Döneme ilişkin bir başka önemli gelişme ise "güzel sanatlar" olgusunun 18. yüzyılda açık bir tanıma ulaşmış olmasıdır. Paul Oskar Kristeller, bu dönemin ayırt edici niteliğini şu şekilde vurgular:

"Çeşitli sanatlar kesinlikle insan uygarlığı kadar eskidir, ancak onları gruplandırmaya ve onlara yaşam ve kültür şemamızda bir yer vermeye alışma tarzımız nispeten yenidir. Bu gerçek, yüzeyde görüldüğü kadar garip değil. Tarih boyunca çeşitli sanatlar sadece içeriklerini ve üsluplarını değil, aynı zamanda din, felsefe veya bilim gibi birbirleriyle olan ilişkilerini ve genel kültür sistemi içindeki yerlerini de değiştirir. Beş güzel sanatlardan oluşan tanıdık sistemimiz yalnızca on sekizinci yüzyılda ortaya çıkmadı, aynı zamanda o zamanın belirli kültürel ve sosyal koşullarını da yansıtmaktadır" (Kristeller, 1952:45).

Bu çeşitlilik içerisinde, 18. yüzyıl İngiliz estetiği, modern estetiğin gelişmesinde önemli bir aşamadır. Shaftesbury'nin (Anthony Ashley Cooper, Shaftesbury'nin Üçüncü Kontu)¹ (1671-1713) sanat felsefesi ise bu dinamik ortamın başat kurucu fikirlerini içermesi açısından titizlikle incelenmeyi gerektirmektedir. Aydınlanma döneminin önde gelen figürlerinden Shaftesbury, insan doğasının ve ahlakın temellerini sorgulayan özgün görüşleriyle modern felsefede önemli bir konumdadır. İngiliz ahlaki duyu ekolünün (moral sentimentalism)

¹ Anthony Ashley Cooper, Üçüncü Shaftesbury Kontu'dur. Literatürde Shaftesbury ismi ile anılmasından dolayı, makalenin bundan sonraki kısımlarında Shaftesbury olarak belirtilecektir.

erken dönem temsilcisi olan Shaftesbury'nin fikirleri, insanın içsel dünyasının inceliklerini anlamaya yönelik çabaları yansıtır. Felsefi çalışmalarında, toplumsal düzenin temel taşlarını ahlaki ve estetik açıdan sorgulayarak pratik çözümlere ulaşmayı hedefler. İnsanın içsel dürtülerini ve toplumsal sorumluluklarının uyumlu bir şekilde nasıl bir araya getirebileceği konusunda aydınlatıcı bir vizyon sunar. Bu yaklaşım ışığında, modern düşünceyi derinlemesine etkileyen önemli bir miras bırakır (Proudfoot & Lacey, 2010:377).

Çağdaş Batı literatüründe Shaftesbury'nin başlıca önemi din, estetik, bilişsel psikoloji, etik ve siyaset alanlarına ilişkin modern düşüncelere kaynaklık etmesidir. Shaftesbury'nin ahlak duygusu (moral sense) ve sağduyuyu (common sense) merkez alan doktrini, 18. yüzyıl düşüncesinde güçlü bir etki alanına sahiptir (Shaftesbury, 2013:37-38). Wilhelm Dilthey, Shaftesbury'nin felsefesinin yalnızca İngiltere'de değil, aynı zamanda Alman Aydınlanması'nda önemli bir başlangıç noktası olduğunu iddia eder. Shaftesbury'nin Spinoza'nın felsefi temelleri üzerine panteistik bir sistem geliştirdiğini, Lessing, Herder, Goethe, Schiller, Schleiermacher gibi Alman Aydınlanması'nın önemli filozoflarının bu sistemden etkilendiğini belirtir (Dilthey, 1966:10-13). Ayrıca Winckelmann ve Kant felsefesinde Shaftesbury'nin çeşitli açılardan etkilerini görmek mümkündür. (Sambrook, 2005: 624). İskoçya'da Francis Hutcheson, William Wishart, George Turnbull, David Fordyce, James Burnett, Lord Monboddo; Kuzey Amerika'da Jonathan Edwards, Thomas Jefferson, Samuel Johnson ve Ezra Stiles; Fransa'da Denis Diderot ve Montesquieu², Shaftesbury'nin felsefesinden etkilenmiş başlıca düşünürlerdir (Hutton, 2015:212). Shaftesbury'nin estetik teorisine ilişkin Türkçe literatürdeki çalışmalar ise oldukça sınırlıdır. Bu çalışmalar arasında Doç. Dr. Gamze Keskin'in (2017) "Modern Felsefi Estetiğin Temelleri: Shaftesbury, Wolff, Du Bos" başlıklı makalesi, Mehmet Akif Altunışık'ın (2020a) "Shaftesbury'de Din-Ahlak İlişkisi" ve "Shaftesbury'de Ahlak'ın Temeli: Ahlak Duygusu" (2020b) makaleleri, Sinan Dedeler'in (2023) "Shaftesbury: Ahlak&Estetik" kitabı yer almaktadır. Modern estetik tarihine kaynaklık eden önemli bir düşünürü yönelik ilgisizlik sorgulanması gereken bir durumdur.

Çalışmanın temel amacı, İngiliz felsefesinin önemli bir figürü olan Shaftesbury'nin sanat felsefesi ile modern estetik arasındaki tarihsel bağlantıları incelemektir. Shaftesbury'nin eserlerinde ortaya koyduğu sanat anlayışının, modern estetik teorilere nasıl bir etki sağladığını anlamak ve bu etkinin niteliğini açıklamak temel hedeflerimiz arasında yer almaktadır. Bu genel hedef doğrultusunda, Shaftesbury'nin sanat anlayışını ve modern estetikteki etkilerini anlamak için, İngiliz filozof tarafından kaleme alınan metinler incelenmiştir. Çalışma, Shaftesbury'nin sanat ve estetik alanlarına ilişkin doğrudan ya da dolaylı söylemleri ile sınırlandırılmıştır. Veri toplama sürecinde Shaftesbury'nin orijinal eserlerinin analizi üzerine odaklanılmıştır.³ İngiliz filozof tarafından kaleme alınan metinler titiz bir şekilde incelenmiş, önemli temalar ve kavramlar belirlenmiştir. Ayrıca, çağdaş dönemdeki estetik teorisyenlerin çalışmaları ve görüşleri göz önüne alınmıştır. Toplanan veriler, tematik analiz yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. Shaftesbury'nin felsefi sistemi ve tarihsel kaynakları tespit edilmiştir. Yazarın yaşadığı çağa ilişkin bilimsel, entelektüel ve felsefi ortama ilişkin başa gelişmeler değerlendirilmiştir. Çalışmanın geçerliliği, yapılan metodolojik seçimlere ve veri toplama süreçleri ışığında sağlanmıştır. Literatür taraması aşamasında, konuyla ilgili güvenilir kaynaklardan elde edilen bilgilerin seçimine özellikle önem verilmiş ve bu kaynaklar, çalışmanın temel kavramlarına ve sorularına katkı sağlamak amacıyla dikkatlice seçilmiştir. Ayrıca, araştırmanın tasarımı sırasında, Shaftesbury'nin eserlerinin doğru bir şekilde anlaşılmasını ve çağdaş estetik teorilere olan etkilerinin açık bir biçimde değerlendirilmesini sağlamak için dikkatli bir çerçeve oluşturulmuştur. Söz konusu yaklaşımlar, çalışmanın temel sorularına gerçekçi ve geçerli cevaplar verme kapasitesini arttırmıştır.

1. Shaftesbury'nin Felsefesinin Temel Nitelikleri

Shaftesbury, çağının önemli bir entelektüel figürüdür. Nitelikli bir çevrede yetişmiş olmanın sağladığı avantaj ile küçük yaşlardan itibaren yüksek bir entelektüel düzey hedefi ile yetiştirilir.⁴ Felsefi ve estetik yaklaşımları, ailesinin politik görüşleri, siyasi görevleri ve Whig Partisi'nin düşünceleri ile yakından ilişkilidir. Büyükbabası gibi, Whig Partisi'nde görev alan Shaftesbury eski monarşik ayrıcalığın sınırlandırılmasını destekler. Siyasi yaşamı süresince özgürlüklerin güvence altına alınması için yoğun bir çaba gösterir. Nezaket, görgü, beyefendilik gibi kavramları felsefi bir zeminde, modern İngiltere'nin gelişimine yönelik pratik kaygılara çözüm

² Montesquieu, Shaftesbury'i filozoflar arasındaki dört büyük şairden biri olarak sayar. Diğer isimler Montaigne, Malebranche ve Platon'dur. (Montesquieu, 1854:626).

³ Çalışmada yer alan tüm Türkçe çeviriler yazar tarafından yapılmıştır.

⁴ Shaftesbury'nin oğlu, babası hakkında kaleme aldığı biyografide, Shaftesbury'nin on bir yaşına geldiğinde, Yunanca ve Latince'yi kolaylıkla okuyabildiğini belirtir. Ayrıca Hollanda ve İtalya olmak üzere Avrupa'nın pek çok ülkesine seyahat eder (Shaftesbury, 1900:xix).

kaynağı olarak ele alır. Kültür, sanat ve özgürlük arasında toplumsal faydaya katkı sağlayacak güçlü ilişkiler kurar. Bu bağlamda, eserleri, siyasi idarenin “beyefendiler sınıfına” ait olduğu modern bir Britanya ideali için ahlaki ve kültürel bir program niteliğindedir (Billig, 2008:77-78).

Shaftesbury’in felsefesini anlamak için 17. yüzyılda İngiltere’nin siyasi ve kültürel yapısına bakmak gerekir. 17. yüzyılın sonu, İngiliz siyasetindeki dönüşümlerin yanı sıra entelektüel ortam açısından dikkat çekicidir. Bu dönem, II. Charles’ın Restorasyonu (1660), The Royal Society of London for the Improvement of Natural Knowledge’in kurulması (1662), Newton’ın “Philosophiæ Naturalis Principia Mathematica” (1687) çalışmasını yayınlaması gibi önemli gelişmeleri içerir. Ayrıca Thomas Hobbes, John Locke gibi filozofların etkinlikleri, İngiltere için Rönesans’tan beri görülmemiş bir felsefi ve bilimsel canlanma ile karakterizedir.⁵ Bu dönemde, düşünce özgürlüğü çerçevesinde akademik disiplinlerin egemen olduğu önemli tartışmalar, düşünce tarihini zenginleştirir. Bilimsel gelişmeler, felsefenin sekülerleşmesi, dini alanda rasyonelleşme gibi olgular sosyal alandaki gelişimleri kaçınılmaz kılar (Brett, 2020:33-34).

Shaftesbury’nin metinleri, insan doğasına yönelik, psikolojik bir vizyonun eşlik ettiği zengin anlatıma sahiptir. Epistoller, monologlar, denemeler, mektuplar gibi çeşitli yazı türlerinde ahlak, siyaset, din, nezaket, sanat ve estetik gibi bir dizi konuyu ele alır.⁶ En erken tarihli çalışması 1698’de Restorasyon dönemi Cambridge ilahiyatçısı Benjamin Whichcote’un vaazlarından oluşan derleme kitaba yazdığı önsözdür.⁷ İlk felsefi çalışması “Inquiry Concerning Virtue or Merit (1699)” makalesidir. “Characteristics of Men, Manners, Opinions, Times” (1711) eserinde ise Inquiry çalışmasının yanı sıra 1705 ile 1710 yılları arasındaki yayımladığı eserlerini bir araya getirir.⁸ Shaftesbury kitabın kapsam ve amacını “ahlaki konularda olduğu kadar doğal konularda da bir güzellik ve çekiciliğin gerçekliğini ortaya koymak; yaşam ve görgü konularında orantılı bir beğeni ve kararlı bir seçimin makul olduğunu göstermek” olarak tanımlar (Shaftesbury, 2003:124). “Plastics” adlı eseri, büyük ölçüde görsel sanatlara adanmış ve yazarının başyapıtı olması amaçlanmıştır. Ancak yazarın erken ölümü nedeniyle tamamlanamamıştır. Oğlu, ölümünden kısa bir süre önce “Resim, Heykel, vb. Sanatlar Üzerine Bir Söylev” üzerine adlı bir eser için çalışma planı yapmış olduğunu belirtir (Shaftesbury, 1900:xxx). Taslak aşamasında kalan bir diğer girişimi ise “Chartae Socraticae: Design of a Socratic History” eseridir. Bu çalışmada başta Xenophon’un Sokratik yazıları olmak üzere Platon, Aristophanes, Diogenes Laertius, Ficino ve Leunclavius gibi yazarların metinleri temelinde Sokrates’i inceler (Klein, 2010:318).

Yaşadığı dönemin çağdaş felsefi sistemlerine karşı farklı entelektüel ve tarihsel modeller arayan Shaftesbury’nin felsefi amacı, Britanya’da sosyopolitik yaşamın ihtiyaçlarına yönelik pratik ve çağdaş entelektüel çözümler üretmektir. Başlıca kaygısı, felsefeyi ampirik geleneğin, özellikle de Cambridge Platonistleri’nin⁹ teknik dilinden arındırarak, geniş kesimlere ulaşan bir anlatım tarzı oluşturmaktır.¹⁰ Felsefeyi kültürlü ve duyarlı

⁵ Batı’da Nikolaus Kopernikus (1473-1543) ile Isaac Newton’un (1642-1727) ölümü arasındaki süreçte, doğa bilimlerindeki başarıların etkisiyle evren ve insan arasında ilişki değişir. Bu yenilikler, özellikle felsefi alanda benzersiz etkiler doğurur. Britanya’da John Locke, George Berkeley ve David Hume gibi filozofların çalışmaları, bilimsel ilerlemeler ve yeni buluşların potansiyel sorunlarını yansıtmaktadır. Kopernikus’un hareket eden dünya ve güneş merkezli evren vizyonu, Galileo’nun 1609’da teleskopla yaptığı gözlemlerde güçlü bir destek bulur. Ancak heliosentrik görüşün tam anlamıyla kavranabilmesi için, Aristoteles’in fizik anlayışını temelden değiştiren kapsamlı bir fizik kuramına ihtiyaç duyulur. Bu yeni fiziksel anlayış, özellikle Galileo ve René Descartes’ın öncülüğünde, 17. yüzyıl boyunca yavaşça şekillenmiştir. Bu gelişmenin zirvesi, Newton’un “Philosophiæ Naturalis Principia Mathematica” eserinin 1687’de yayımlanmasıyla gerçekleşmiştir. Eser, hareket eden bir dünyaya fiziksel bir anlam veren kapsamlı bir mekanik yaklaşım sunmuş ve temel fizik kavramlarına derin bir anlayış getirmiştir. Ayrıca, doğa ve evrene ilişkin daha önce hayal edilenden çok daha kesin bilimsel hesaplamaların ve tahminlerin yapılmasını mümkün kılmıştır.

⁶ Shaftesbury’nin felsefesinde monolog ve diyalog, insanın kişiliğini geliştirmeyi amaçlayan etik-estetik bir eylemdir. Bu sanat aracılığı ile uzun bir Avrupa kültürü geleneğinden yararlanarak, yeni bir insan doğası inşa etmeye çalışır. Retorik, erdemli bir karakterin şekillendiği ve sözlü bir sosyal rol haline getirildiği konuşma eylemlerini üretir. Bu eylemler, aynı zamanda mevcut düzenin çözümlemeleridir. Shaftesbury’nin bu yaklaşımı, Fransa ve Almanya’daki teorisyenleri etkilemiştir (Donougho, 2016:338).

⁷ Eserin Michigan Üniversitesi Dijital İçerik ve Koleksiyonları tarafından sunulan açık erişimli transkripsiyonu için bkz. URL 2. Erişim Tarihi: 04.03.2024.

⁸ Eser, şu çalışmalarını içerir: An Inquiry Concerning Virtue, or Merit (1699), A Letter Concerning Enthusiasm (1708), Sensus Communis: An Essay on the Freedom of Wit and Humour (1709), Soliloquy: or Advice to an Author (1710), The Moralists, A Philosophical Rhapsody (1709), Miscellaneous Reflections (1711).

⁹ Benjamin Whichcote (1609–83), Peter Sterry (1613–72), John Smith (1618–52), Nathaniel Culverwell (1619–51), Henry More (1614–87) ve Ralph Cudworth (1617–89) (Hutton, 2015:140).

¹⁰ Shaftesbury, yaşadığı çağda felsefenin mevcut durumuna ilişkin şu yorumda bulunur:

“Bana müsaade ver, Palemon, çünkü sen beni zorladın ve bu kadar itibarı düşük olan felsefeyle uğraşmama sebep oldun. Artık dünyada etkin değil ve halka açık sahnede pek de avantajlı bir şekilde yer alamıyor. Onu, zavallı hanımı, kolejelerde ve hücrelerde hapsedip, madenlerdeki

insanların erişebileceği bir düzeye getirmeyi hedefler. Konuşmayı güzelleştirmek ve felsefeyi nezaket ile özdeşleştirmek için çabalar. Nezaketi hem ahlaki bir söylem hem de kültürel bir siyaset çerçevesinde kullanır. Felsefe yapmanın terbiye ve görgü kurallarını bir adım daha yükseğe çıkarmak olduğunu söyler. Shaftesbury'ye göre nitelikli bir eğitim, toplumda doğruyu, sanatta güzeli öğrenmektir. Felsefenin özü ise toplumda adil olanı, doğada ve dünyanın düzeninde neyin güzel olduğunu keşfetmektir (Shaftesbury, 2013:407-408). Bu bağlamda, felsefesinin merkezinde güzellik ve estetik yer almaktadır.

18. yüzyıl İngiliz felsefesi ve estetiğinin temel doktrinlerinden açıkça ayrılan Shaftesbury, Locke ve Hobbes'un düşüncelerini etik ve metafizik açıdan kesin ifadelerle reddeder (Townsend, 2009:537). 3 Haziran 1709 tarihinde Michael Ainsworth'e yazdığı mektupta, gençliğinde Locke'tan eğitim almış olmasına karşın Locke'un dünyada tüm düzen ve erdemi yok sayarak, bunların idealarını zihinlerde temelsiz bir hale getirdiği için eleştirir. Hocasını doğuştan gelen fikirleri reddederek ahlakın temellerini yok etmekle suçlar (Shaftesbury, 1900:403). Locke ve Hobbes'u erdem ve güzellik duygusundan yoksun, "erdem karşıtı barbarlar" ve "Epikürcü materyalistler" olarak niteler (Hutton, 2015:211-212; Shaftesbury, 1900:414). John Locke'a yazdığı 1694 tarihli bir başka mektupta, insanlığın yeni keşiflere ihtiyacı olmadığını, gerçek bilginin ve faydalı olanın, insanın kendisini tanımak olduğunu belirtir (Shaftesbury, 1900:298).

Shaftesbury'nin kozmolojik görüşü, 15. yüzyıldan 17. yüzyıla dek Avrupa'da geniş bir ilgiyle karşılanan Marsilio Ficino'nun Plotinosçu etkilerine ve Neo Platonik kültüre dayanmaktadır. Metinlerinde, klasik düşünce ve Rönesans Neo Platonizmi ile 17. yüzyılın bilimsel-felsefi devriminin unsurlarını birleştiren eklektik bir felsefi yaklaşım geliştirir. Cambridge Platonistleri'nin mekanik bir kozmolojik yaklaşımın teoloji ve ahlaka zarar verdiği görüşüne katılır.¹¹ Shaftesbury'ye göre doğa statik bir mekanizma olmadığı için fizik yasalarının gerekliliğine yeterince yanıt vermez. Bunun yerine doğa, uyumlu ve evrensel olarak canlı bir bütündür. Sürekli olarak sonsuz formlar üretirken, içsel olarak yaratıcı ve rasyonel bir Tanrı'nın sanatsal yaratımıdır (Shaftesbury, 2013:17). Beardsley (1966), filozofun tüm yazılarına nüfuz eden genel metafizik yapının Neoplatonizm olduğunu söyler. Bu düşünceye göre doğa yaratılmış en güzel sanat eseri, Tanrı en büyük sanatçısıdır.

Shaftesbury, felsefi metinlerinde Antik Yunan düşünürleri Platon, Aristoteles, Plotinus, Seneca, Marcus Aurelius ve Epictetus ile doğrudan bir bağ kurar.¹² Özgün bilgi arayışında ise yol gösterici olarak Sokrates'i işaret eder. Sokrates'i, "Heathen dünyasında ortaya çıkmış olan en kutsal adam" (Shaftesbury, 2013:7), Platon'un ve Xenophon'un diyaloglarının "felsefi kahramanı", "felsefi baba" (Shaftesbury, 2013:87) ve "felsefenin kurucusu" (Shaftesbury, 2013:441) gibi ifadeler ile niteler. Platon ve Xenophon'a olan övgülerinde Sokrates'in yaşamı ve felsefesine ilişkin bilgileri kaydederek, sonraki nesillere aktaran kişiler olduklarını vurgular. Ayrıca Platon'u "erken Hristiyan Babaların kutsal dedikleri filozof" ve "soylu doğumlu ve yüce bir deha" sözleriyle över. Xenophon'u ise "başka bir soylu öğrenci" olarak anarken, dehasının eyleme yönelik pratik bir nitelik taşıdığını savunur. Benjamin Rand, İngiliz filozofu modern zamanların en büyük Stoacı olarak niteler. Shaftesbury'nin düzenli bir kozmos fikrini Stoacılar'dan miras aldığını, Marcus Aurelius ve Epictetus gibi Stoacı düşünürlerin etkisiyle, bireyin ahlaki özerkliğini savunduğuna dikkat çeker (Shaftesbury, 1900:17).

Shaftesbury, Characteristicks'in ikinci baskısının birinci cildinin başlık sayfasının ön yüzü için yaptırdığı portresinde, felsefi etki kaynaklarını açık bir şekilde resmin içerisine yerleştirir (Resim 1). Resimde, Shaftesbury'nin sol koluyla destek aldığı kaide üzerinde üç büyük ciltli kitap durur. Bu kitaplardan sırt kısmı görünen dik olarak konumlandırılmış olan Xenophon'a aittir. Sırtı görünen ve kaidede yatık şekilde duran kitabın yazarı ise Platon'dur. Edgar Wind, bu yerleştirmenin, Shaftesbury'nin felsefesinin Platonik olmadığını, Sokrates ve Xenophon'un Shaftesbury için Platon'dan daha önemli olduğunu gösterdiğini savunur. Voitle ise üçüncü büyük ve tanımlanamayan kitabın Epictetus'a ait olabileceğini, ayrıca bu kitabın en yakınında duran küçük kitabın ise Marcus Aurelius'un eseri olarak düşünülebileceğini önerir (Rivers, 2000:92).

gibi kölece işlere zorluyoruz. En önemli öğrencileri empirikler ve bilgiçlikle uğraşan sofistlerdir. Okul silozizmi ve simya onun en seçkin ürünleridir. Eskiden devlet adamları yetiştirirdi ama şimdi neredeyse hiçbir önemli insan ona en ufak bir borcu olduğunu kabul etmez. Eğer birkaç kişi onunla ilişkisini sürdürür ve ara sıra onun sığınağına gelirse, bunu bir soylu öğrencisi efendisine 'gizlice ve geceleyin' yaptığı gibi yapar" (Shaftesbury, 2013:232).

¹¹ Cambridge Platonistleri, deneysel bilimin mekanik bakış açısına karşı, Tanrı'yı fiziksel dünyanın içindeki bir "plastik güç" (R. Cudworth) (Cudworth, 1996:77) veya "doğanın ruhu" (H. More) (More, 1662:16) olarak kavrar.

¹² Friedrich-Alexander Üniversitesi İngiliz, Amerikan ve Romantik Araştırmalar Bölümü tarafından yürütülen "Shaftesbury Project" kapsamında, Shaftesbury'nin kütüphane sorumlusu Paul Crell'in el yazması kütüphane kayıtları için bkz. URL 1. (Erişim Tarihi: 04.11.2023).



Resim 1. Shaftesbury’nin *Characteristics of Men, Manners, Opinions, Times* eserinin ikinci cildinin giriş sayfası için yaptırdığı kendi portresi (Shaftesbury, 1900).

2. Shaftesbury’nin Felsefesinde Estetiğin Önemi

Shaftesbury, estetiğin gelişiminde önemli bir rol oynar. Güzellik, estetik deneyim ve sanat hakkındaki görüşleri, 18. ve 19. yüzyıllarda Avrupa’daki pek çok yazarı etkiler. Estetiğe ilişkin teorisi, sistematik olmadığı gerekçesi ile Alman ve Fransız çağdaşlarına kıyasla düşük bir ilgiyle incelenmiştir. Fakat, Aydınlanma düşünürü olarak Shaftesbury’nin felsefi tarzı, 17. yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan soruları yanıtlamaya yönelik çabaları içerir. Dolayısıyla, sistematik bir felsefeye sahip olmadığına ilişkin olumsuz yargı, Shaftesbury’nin felsefi niyeti ve yaklaşımına yönelik eksik bir kavrayıştır. Bu noktada, filozofun “ahmaklığa doğru gidilebilecek en akıllıca yol, bir sistemdir” sözlerini hatırlamak önemlidir (Shaftesbury, 2013:130). Barash, Shaftesbury’nin “tutarlı bir sistematik düşünür olmadığını”, buna karşın, modern estetiğin büyük problemlerini öngörerek, 18. yüzyılda sanat üzerine düşüncenin entelektüel gelişimine yön veren öncü bir filozof olduğunu söyler (Barash, 1990:43).¹³ Benzer şekilde, Andrea Olivieri (2009), Shaftesbury’nin deneme türündeki felsefi yazılarındaki sistem dışı yazım niteliğinin, Britanya’da yeni kültürel iklimin oluşumunda etkili olduğunu savunur.

Shaftesbury’nin sanat anlayışının şekillenmesinde, İngiltere dışına yaptığı seyahatler etkilidir. Oğlu, babasının İtalya’da “zarif sanatlarda büyük bir bilgi edindiğini”, seyahatlerinde ilgi odağının resim, heykel ve müziğin temellerini içerdiğini belirtir (Shaftesbury, 1900:xix). İngiltere’ye dönüşü sonrası, beş yıla yakın bir süre felsefe ve estetik çalışmalarına odaklanır (Shaftesbury, 1900:xx). Bu çalışmaların detayları veya nerede yürütüldüğü hakkında bilgi yoktur, ancak klasiklerin ve özellikle Yunan felsefesinin incelenmesine odaklandığını tahmin etmek güç değildir. Ayrıca sanatta klasik ve neo-platonik değerlere ilişkin ilgisinin İtalya seyahatleri esnasında pekiştiğini düşünmek mümkündür (Brett, 2020:38-39).

Shaftesbury, estetiğin tüm entelektüel yapıda merkezi konuma sahip olduğu bir felsefe kurar. Öncelikle felsefenin asıl idealini, yani saf bir bilgeliği öğretisi olarak felsefe fikrini canlandırmayı hedefler. Soyut spekülasyonların ya da

¹³ Shaftesbury’nin estetik felsefesinin sistematik bir yapıda olmaması, filozofun düşüncelerinin anlaşılmasını zorlaştırabilir. Bu nedenle, çalışmamız kapsamında Shaftesbury’nin estetik ilkelerini belirli başlıklar altında incelemek, onun estetik görüşlerinin daha net anlaşılmasını sağlayacaktır.

deneysel gözlemlere dayalı teorik bir çerçeveye sınırlandırılmış bir estetik yaklaşım yerine, doğrudan kişisel sorunlar ile örtüşen yaklaşımları benimser. Estetiğe ilişkin sorunları kişinin kendi karakterini inşası ve iç dünyasına yönelik cevapların kaynağı olarak kavrar.¹⁴ Ona göre bilgelik öğretisi olarak düşünülen felsefe, güzellik olmadan eksik kalır (Shaftesbury, 2013:63-66).

Shaftesbury'nin sanat anlayışı, kökenini Alberti'nin "De pictura" adlı eserinden alan Platonist bir geleneğin içinde yer almaktadır. Bu geleneğin on yedinci yüzyılda Francisci Junius'un "De pictura veterum" (1637) eseri ile güçlendiği bilinmektedir. Bu geleneğe göre, sanat eserlerinin dini ve siyasi değerleri iletebileceği, plastik sanatların, tıpkı retorik gibi, hoşnut etmek, öğretmek ve harekete geçirmek için var olduğu düşünülmektedir. İngiltere'de 16. yüzyıldan itibaren plastik sanatların propaganda amacıyla etkin bir biçimde kullanıldığı görülmektedir. Özellikle minyatürlerin I. Elizabeth ve ikonoklastlar tarafından diplomatik bir araç olarak görüldüğü, başta Cesare Ripa'nın "Iconographia" çalışması olmak üzere, sembolik ve alegorik ifade biçimlerine yönelik araştırmaların popüler olduğu düşünüldüğünde, Shaftesbury'nin estetik yaklaşımlarının geliştiği çevrenin siyasal boyutu açıkça ortaya çıkar (Lee, 1940:264; King, 1990:30-32).

3. Shaftesbury ve Patronaj: Bir Filozoftan Sanat Üzerine Tavsiyeler

Shaftesbury'nin estetik alanındaki etkinliği yalnızca teorik söylemler ile sınırlı değildir. Characteristics of Men, Manners, Opinions, Times'ın ikinci baskısı için Xenophon'a hayranlığının bir parçası olarak çeşitli gravürler sipariş eder. Bu gravürler için titiz ve detaylı bir talimatlar dizisi oluşturur. Bu resimler Xenophon'un "Anabasis" adlı eserinde yer alan "Herkül'ün Yargısı" anlatısına göre tasarlanır. Second Characters için yaptırmış olduğu resimlerde "düşüncelerinin somut hale geldiğini" belirtir (Shaftesbury, 1914:19). Bu açıdan Characteristics of Men, Manners, Opinions, Times eseri teorik zemin üzerinde spekülatif bir içeriğe sahipken, Second Characters sanat açısından somut ve uygulanabilir bir içeriktir (Shaftesbury, 2013:xxiv).

Shaftesbury'nin resimleri, felsefi görüşünün iletişim aracı olarak kullanması, felsefe ve sanat arasında kurduğu ilişkiyi göstermesi açısından dikkat çekicidir. 16 Şubat 1712'de yakın arkadaşı Sir John Cropley'e yazdığı mektupta, kitabı için tasarladığı resimlerin antik Yunan ve Roma tarihine, ahlaki simgelere, felsefeye ve erdeme ilişkin konulara odaklandığını yazar. Modern ressamın bu konulara yönelik ilgisizliğinden yakınır. Bu duruma karşı bir farkındalık yaratarak "ruhu yükseltmeye yarayan" bir girişime öncülük etme arzusunu ifade eder. Harcamalarının ve çabalarının "tamamen sanatı yükseltmeye ve yaşamda erdemi geliştirmeye, gelecek nesillerde de aynı şekilde olmaya yönelik" olduğunu söyler (Shaftesbury, 1900:468). Ayrıca resim ve felsefe arasındaki tarihsel ilişki açısından, Antik Yunan ve Roma ressamlarının sanatları hakkında yazıp felsefe yaptıklarını anımsatır. Yeni ressamın ise bu yaklaşımdan tamamen uzaklaştığını söyler (Shaftesbury, 1914:167).

1713 yılında yayımlanan "A Notion of the Historical Draught or Tablature of the Judgment of Hercules" adlı eseri, Napolili ressam Paolo de Matteis'e yönelik tavsiyelerini içerir. Metinde yer alan açıklamalı yönergeler, Shaftesbury'nin estetik doktrininin anlaşılması açısından yol gösterici niteliktedir. Eser, iki ismin ortak konuştuğu dil olması açısından Fransızca yazılmıştır. Shaftesbury'nin Paolo de Matteis'ten resmetmesini istediği Herkül resmi dışında, başka paneller tasarladığına dair kanıtlar vardır.¹⁵

Shaftesbury'nin tasarladığı resimlere ilişkin talimatlar, bir sanat eserinin üretim sürecine yönelik kuralların yanı sıra estetik deneyimin duyuşsal ve bilişsel doğasına ilişkin farkındalıkları kapsar. Resimlerde seyir zevki ve anlaşılma potansiyelleri açısından gerekli olan nesnelere dışındaki öğelere yer verilmemesi gerektiğini düşünür. Buna göre ölçü, "gözün bütünü basit bir hareketle ve tek bakışta anlamasıdır". İkincil önemdeki detayların, yalnızca bütünün anlaşılmasını kolaylaştırması gerektiğini vurgular. Alt düzenleme olarak adlandırdığı ikincil önemdeki yapının "gözün tasarımdaki çeşitli bölümleri kolayca gezmesine ve her an tümünü yönlendiren ana konuya odaklanmasına izin verdiği ölçüde mükemmel olabileceğini" söyler. Gözün hiçbir özel bölgede en küçük bir gecikme olmadan ve sanki hareketsiz bir şekilde ortada veya tablonun merkezinde kalırken, görsel olarak sunulan tüm unsurları bir arada, hoş ve mükemmel bir uyum içinde görebilir (Shaftesbury, 1914:56).

Bir eserin gerçek anlamının kavranabilmesi için "yeterli anlayış" koşullarından söz eder. İzleyicileri "aldatıcı

¹⁴ Shaftesbury için felsefi pratiğin merkezinde monolog yer alır. Ona göre, monolog öznenin felsefe aracılığı ile kendisini tanıdığı ve kendisini erdemli bir biçimde şekillendirdiği içsel diyalogdur. Bu noktada Platon'un diyaloglarının etkisi açıktır. Shaftesbury, beyefendilerin kendi kendileriyle diyaloga girmelerini teşvik eder. Ayrıca Thomas Hobbes ve John Locke gibi yazarların otoriter bir üslupla okuyucuya ders verdiği tutuma karşı olarak yazarın okuyucunun aktif yeteneklerini geliştirmesi gerektiğini düşünür (Shaftesbury, 2013:viii, 2, 89-90).

¹⁵ Shaftesbury'nin 1711-1713 yıllarında Napoli'deyken tasarlayıp yaptırdığı bu resimlere ilişkin Chancery Lane'deki Kamu Kayıt Ofisinde bulunan günlükler, notlar, mektuplar, hesap kitapları ve envanterlerin transkripsiyonlarını içeren çalışma için bkz. O'connell, S. (1988). Lord Shaftesbury in Naples: 1711-1713. *The Volume of the Walpole Society*, 54: 149-219.

zevkler” karşı sıklıkla uyarır. Bir sanatçının, bir eserin gerçek anlamını yüksek düzeyde kavrayabilmesi için yeterli anlayışa sahip olması ve bütün ile parçaların bilgisine sahip olması gerektiğini savunur. Ardından ahlaki ve poetik gerçeği incelemeye yönelmesi ve tarihsel temalara sahip eserlerde çağın ruhuna, eylemlere, duygu ve davranışlara uygun tercihlerde bulunmasını şart koşar. “Lüks ve ahlaksızlığın”, bir modern dönem modası olarak evrensel kabul edildiğini, buna karşın sade, ciddi ve ölçülü olmanın esas uygunluk kriteri olduğuna işaret eder. Resim, mimari ve diğer sanatlar için en “ölümcül şeyi”, yanıltıcı zevk olarak görür. Çünkü, bu tarz bir zevk akıl yerine doğrudan duyuya hitap eden süreçler ile yönetilirken, rasyonel düşünceleri ve nedenselliği yeterince tatmin edemez (Shaftesbury, 1914:60-61).

4. Shaftesbury’de Güzellik, Yüce, Hakikat, Birlik, Uyum

Shaftesbury, güzelliğin nesneden bağımsız olduğunu savunur. Çünkü, izleyene güzel olarak görünen şey, nesnenin kendisi değildir. Güzellik sadece sanatta veya tasarımda bulunur. Bu nedenle gerçekten güzel olan, güzelleştirilen değil, güzelleştirendir. Bu açıdan, zihnin yaratıcılığın merkezi olduğu görüşüne yönelir. Ancak yaratma eylemi sadece ilahi zihnin alanında gerçekleştiği için güzellik, bireysel zihnin ilahi zihin bağlamında ifadesi sonucunda ortaya çıkar. Dolayısıyla Shaftesbury’nin güzellik anlayışının nesneye kıyasla nesneyi güzelleştirme eylemine daha fazla vurgu yaptığını söylemek doğru olacaktır. Çünkü bir sanat eserinde temsil güzelleştirme süreci ile ilgilidir. Bu bağlamda nesnelerin özünde herhangi bir güzellik yoktur (Shaftesbury, 2013:322).

Shaftesbury’nin estetik anlayışı, klasik niteliklere sahiptir. Güzelliği çeşitli şekillerde “uyum”, “düzen”, “simetri”, “tasarım”, “oran” ve “sayılar” olarak adlandırdığı formal nitelikler ile özdeşleştirir. Uyum ve oran farklı parçaların veya unsurların birbirleriyle ilişkisini içeren karmaşık bir özelliktir. Şekiller, hareketler ve renkler gibi nispeten basit niteliklerde bile güzellik, uyum, oran ve düzenleme biçimlerinden kaynaklanır (Shaftesbury, 2013:63-64). Çağdaşları olan Hutcheson ve Hume’un aksine, gerçekçi bir güzellik kavrayışına sahiptir. Güzelliği uyum veya oranla eşitleyerek, şeylerin gerçek bir biçimi olarak kavrar. Doğanın “simetri ve orantı üzerine kurulu” olduğunu belirtir. Örneğin, bu kuralların dışında çıkan Gotik sanatı “barbarca bir hayal gücünün” ürünleri olarak niteler (Shaftesbury, 2013:123, 157, 414).

Shaftesbury için güzellik, evrenin birlik ve düzenidir. İnsan da dahil olmak üzere evreni oluşturan tüm parçaların varoluşunu sağlayan şey güzelliktir. Bu bağlamda, güzelliğin iki yönü vardır. İlk olarak, güzellik, insan tarafından algılanan nesnelerin öznel doğasıdır. İkincisi, insanın bütünlüklü bir yapı olarak evrenin düzeni içerisindeki işlevini yerine getirmesiyle ilgilidir. İnsan tarafından elde edilecek güzellik veya erdem, insanın yaşamını tüm bütünü iyiliği için yönetmesi anlamına gelir (Tiffany, 1923:659). Estetik ise bir sanat eserindeki parçaların birbiri ile uyumunun yanı sıra bütün içerisindeki işlevlerinin uygunluğuna işaret eder (Shaftesbury, 2013:415). Bu açıdan bütünü içerisindeki uyum, Shaftesbury’nin felsefesinde bağlayıcı bir pozisyondadır. Sanat eserlerinde parça ile bütün arasındaki ilişkinin önemini şu ifadelerle ele alır:

“Ve böylece, genel olarak, tüm plastik sanatlarda veya taklit eserlerde, doğadan çekilen her şey, gerçek güzellik ve doğruluğa uygun olarak, doğal tür veya nesnenin hayalini bize uyandırmak amacıyla belli tamamlanmış parçalar veya bölgeler içinde yer almalıdır. Bu, her bir doğa parçasının doğa bütünü ile olan uyumunu veya birliğini temsil eder. Ve bu doğal algılama veya öngörülen birlik duygusu, hatta bizim daha alt düzey zanaatkarlarımızın eserlerine bile mükemmellik anlamında “eser” adını vermemize ve işin doğruluğunu ifade etmemize neden olur” (Shaftesbury, 2013:60).

Öte yandan düzen, uyum ve orantıya sahip olan somut nesnelere ya da insan karakterlerinin, toplumsal gelişim açısından yararlı olduğu görüşündedir. Toplumun bu değerlere yönelik hayranlık ve sevgisinin, doğal olarak ruha yararlı olduğunu, dolayısıyla sosyal duygulara olumlu katkılar sağlayarak toplumsal yaşamda önemli bir rol oynadığını söyler (Shaftesbury, 2013:191). Uyumsuzluk yerine uyumun tercih edilmesini “doğaya, akıldan bağımsız normatif gerçeğe uygun bir seçim” olarak över. Erdemin kötülüğe tercih edilmesi ile eş değerde görür. Erdemin üstünlüğünün ne “modaya, yasaya, örf ve dine” ne de “hayal, iradeye, hatta en yüce iradenin kendisine” bağlı olmadığını savunur (Shaftesbury, 2013:38,157).

Shaftesbury Cambridge Platonistleri’nin teknik dilini reddetmesine karşın, temel öğretilerini miras alır. Bu bağlamda temel tezi, “tüm güzellik doğrudur” ifadesi çerçevesinde şekillenir. Düşüncelerinde İyi, Doğru ve Güzel’in bir olduğunu ve evrenin bir dizi mekanik olgunun ötesinde, uyuma dayalı sanatsal bir düzenleme olduğunu vurgular (Stephan, 1904:129-131). Stoacı ve Neo-Platonik etkiler taşıyan bu düşüncesini “güzel olan ahenkli ve orantılıdır, ahenkli ve orantılı olan doğrudur ve aynı anda hem güzel hem de doğru olan şey, sonuç olarak hoş ve iyidir” sözleriyle formüle eder (Shaftesbury, 2013:415).

Shaftesbury'ye göre, hakikatin ve güzelliğin doğasıyla ilgili sorun birbirinden ayrı düşünülemez. İngiliz filozofun bu çıkarımı, dönemin Fransız klasik estetiğinin nesnellik vurgusu ile ilişkilendirilmesine karşın, temelde açık bir ayırım içerir (Klein, 2015:1671). Ernst Cassirer'in (1951) dikkat çektiği bu nokta, Shaftesbury'nin "hakikat" kavramını ele alış biçimi ile ilgilidir. Shaftesbury'de hakikat, Fransız klasik estetiğinde olduğu gibi kesin mantıksal kurallara, temel kavramlara ve prensiplere indirgenebilecek teorik bilginin toplamı olarak anlaşılır. Güzelliğin doğru olduğunu belirttiğinde, doğruyu evrenin içsel ve düşünsel yapısı olarak kavrar (Shaftesbury, 2013:65). Buna göre doğru sadece deneyimlenebilir ve sezgisel olarak anlaşılabilir. Bu deneyim ve sezgisel anlayış biçimi ise karşılığını güzellik olgusunda bulur. Güzelliğin hakikat ile ilişkisinde esas bağıntı noktası ise "yararlılık ve kullanışlılıktır". Shaftesbury, bu çözümlenmesini şu sözlerle ifade eder:

"Bu nedenle, güzellik ve gerçeklik açıkça yarar ve kullanım düşüncesiyle birleşir, hatta her yaratıcı sanatçının, mimarın, heykeltıraşın veya ressamın kavrayışında böyledir. Aynı durum doktorluk mesleğinde de geçerlidir. Doğal sağlık, bir organizmanın yapısında şeylerin doğru oranı, gerçeklik ve düzenli bir seyiridir. Bu, bedeninin içsel güzelliğidir. Ve yükselen nabızların, dolaşan sıvıların ve hareket eden hava veya enerjinin doğru ölçülerinin ve uyumunun bozulduğu veya kaybolduğu durumda, çirkinlik girer ve beraberinde felaket ve yıkım gelir" (Shaftesbury, 2013:415).

Shaftesbury için ideal doğa, felsefi sisteminde süreklilik gösteren bir olgudur. Fiziksel nesnelere yalnızca kendi ötesindeki ideal dünyanın gölgeleri olduğuna dair Platonik inancı, "The Moralists, a Philosophical Rhapsody" (1709) çalışmasında açık bir biçimde ortaya koyar. Shaftesbury'e göre sanatsal güzellik insan zihninin ifadesi olduğu gibi, doğal güzellik evrensel ve ilahi zihnin ifadesidir. Bu ilişki çerçevesinde güzellik, doğrudur. Çünkü güzellik ve hakikat aynı yeti aracılığı ile tanınır. Bu yeti insan eylemleri, duyguları ve tutkularına yöneldiğinde ahlaki duygu, seslere, şekillere, renklere yöneldiğinde ise güzellik duygusu olarak bilinir. Evreni ilahi aklın tasarladığı bir bütünlük olarak kavrayan filozof, insan zihninin fiziksel, entelektüel, duygusal açıdan düzen ve oranı algılayarak takdir edebilmesi için doğayla uyumlu olduğunu düşünür. Buna göre iyi, güzel, çirkin gibi olgular deneyime dayalı olarak elde edilir (Shaftesbury, 2013:65-66, 243, 414-418). Dolayısıyla doğanın, gerçek bağlantılar içerisinde somut deneyimlere dayalı olarak a priori olarak değil, a posteriori olarak kavrandığı düşüncesi öne çıkar.

"The Moralists, a Philosophical Rhapsody"de doğa fikri ile ilişkili olarak öne çıkan bir başka duygu Yüce (sublime)'dir. Sanatta yüce ile güzelin birbirinden ayrılması, modern estetiğin dönüşümündeki kırılma anlarından biridir. Shaftesbury, yüceyi görsel olarak algıladığımız dış dünyayla ilişkilendiren öncü düşünürler arasında yer alır. Yüce, 17. yüzyılın sonların dek Longinus'a atfedilen "Peri Hupsous (Yüce Üzerine)" eserinden türeyen teorik bir çerçevede ele alınır.¹⁶ Longinus'ta Yüce, belirli bir ifadenin mantığı, edilgenliği, dinamizmi ile ifadeyi alımlayan kişinin zihninde çağrıştırdığı fikirler ve imgelerdir. Özellikle 17. yüzyılda Avrupa'daki Yüce algısı ise Bolileau'nun çevirisi çerçevesinde yeni bağlamlar kazanır. Yüce olgusunun stilistik değerleri arka plana düşer. Bolileau'nun ardından Yüce, ahlaki, ruhsal ve soyut (neredeyse sembolik) bir bağlamda görülmeye başlar. Proto-romantik bir nitelik kazanarak, antik düşünceden farklılaşmış bir yaklaşım ışığında modern bağlamda düşünülür (Doran, 2015:97-99).

17. yüzyılda Fransa'da yüceye ilişkin yaklaşımlar retorik çerçevede ele alınırken, İngiltere'de dışsal doğaya ait bir "doğal yüce" fikri öne çıkar. Thomas Burnet'in 1684 tarihli "A Secret Theory of the Earth" eserinde vurgulanan doğal yüce ifadesi, vahşi doğanın güçlü, görkemli, gizemli yönlerine ilişkin duygusal bir tepkiye kaynaklık eder (Burnet, 1719). Benzer biçimde, Shaftesbury, metinlerinde yüce kelimesini nadiren kullanmasına karşın, vahşi doğanın içerisindeki güzelliği keşfeder. Yüceye karşılık gelen terim ise coşku (enthusiasm)¹⁷ kelimesidir. Shaftesbury, dağlık bir vahşi doğada yürümeye karşı duygusal tepkisini anlatırken güzel ve yüce arasında net bir ayırma ulaşıyor. Buna göre gezginler "baş döndürücü bir dehşete kapılırlar, üzerinde yürüdükleri zemine güvenmezler, uçsuz bucaksız ve vahşi doğa ile yeni bir deneyimin öncülüğünde başka bir dünyanın yıkıntıları üzerinde" tefekküre

¹⁶ Antik Yunan ve Roma döneminden günümüze gelen yüceye ilişkin tek kaynak, Yunan edebiyatının eleştirisi niteliğindeki "Peri hupsous (Yüce Üzerine) adlı eserdir. Tarihi ve yazarı hakkında kesin bir bilgi bulunmamaktadır. Tahmini olarak M.Ö. 1. ile 3. yüzyıllar arasında Longinus tarafından kaleme alındığı düşünülmektedir. Öncülü olarak sayılabilecek tek yapıt ise Caecilius of Caleacte tarafından M.Ö. 1. yüzyılın sonlarına doğru yazılmış bir eserdir. Caecilius of Caleacte'nin çalışmasına ilişkin sınırlı bilgimiz, Longinus'un "Peri hupsous" eserinden gelmektedir (Longinus, 1995:161). Longinus'ta görülen yüce, çok yönlü bir olgudur. Doğanın bir parçası ve sanatsal bir ifade olmakla birlikte, stilistik nitelikleri açısından doğal bir biçimde yüce görünme sanatı olarak nitelenebilir. Longinus'un Yüce olgusu kavrayışına eleştirel bir okuma için bkz. (James, P. (2016). The sublime without Longinus. *Boundary 2*, 243(2), 73-124. <https://doi.org/10.1215/01903659-3469916>)

¹⁷ "Enthusiasm" Yunanca'da "bir tanrı tarafından ele geçirilme" anlamında ἐνθουσιαζω kökünden türetilmiştir. İngiltere'de 17. ve 18. yüzyılların en popüler sözlüklerinden olan Blount'un 1656 tarihli Glossographia'sında Enthusiasm veya Enthysiasm (enthusiasmus) "ilham, ruhun bir hayranlığı, ilahi hareket, şiirsel öfke" olarak tanımlanır (Blount, 1707:np).

dalarlar. Ayrıca Yüce, “kalbi doğal olarak esir alan, hayali bir şeyin muazzam ve ilahi olduğuna dair bir düşünce veya sanrıya ulaştırılan bir güç” olarak belirir. İnsan zihni ve iradesi Yüce’ye karşı koyamaz. Derin ve coşkulu bir duygusallık içerisinde aşkın bir deneyim yaşatır. Yüce deneyiminde, iyilik ve güzelliğin kaynağı ise Tanrı’dır. Yüce deneyiminde, Tanrı’ya yaklaştıran nesnelere karşı derin bir hayranlık eşlik eder. Shaftesbury’nin Güzeli ve Yüce arasındaki ayrımına göre, Yüce, daha yüksek ve görkemli bir güzellik formunu temsil eder. Yüce’nin gerçek kaynağı ise Tanrı’da ve ruhu sonsuz düşüncelere yönlendiren büyük fikirlerde bulunur (Shaftesbury, 2013:193-196, 217-218).

5. Formların Hiyerarşisi

Shaftesbury Moralists’te “ölü formlar”, “sonlu biçim veren formlar (canlı formlar)” ve “sonsuz biçim veren formlar” olmak üzere üç güzellik derecesi tanımlar. Tefekkür eşliğinde güzelliğin gerçek kökenine doğru hiyerarşik bir yapı kurar. Deneyimleyen kişiye ve nesnelere nasıl deneyimlendiğine bağlı olarak yaşanan güzellik seviyesi veya düzeyi değişir. Güzelliğin ilk derecesi olan ölü formlar, insan veya doğa tarafından şekillendirilen cansız formlardan oluşur. Bu güzellik düzeyinde deneyimlenen nesnelere maddi nitelikleri ön plandadır. Söz konusu nesnelere, “biçimlendirme gücü, eylem veya zekâ” içermediği için “güzellik yaratma gücünden” mahrumdur. Rasyonel zihinsel süreçler gerektirmeyen ve basit zevk yaratan doğal maddeler, bu güzellik örneğini teşkil eder. Ancak rasyonel zihin tarafından anlaşılması gereken sanat eserleri bunun dışındadır. Bu güzellik, duyu temelli zevkten hoşlanan çocuklar, hayvanlar ve yetişkinler tarafından deneyimlenir. Bu tür güzellik “ideal güzellikten” farklı olarak “üstün, dahiyane ve ilksel güzelliğin soluk ve uzak bir görünümüdür” (Shaftesbury, 2013:257). Akıl ve ahlaki durumdan bağımsız olarak, çoğunlukla duyular ile deneyimlenen güzellikten duyumsanacak basit zevk ya da mutluluğu ifade eder. Filozof, bu tür güzelliğin rasyonel zihinleri tatmin etmediğini ve toplumda ahlaki davranış sayesinde mümkün hale gelen gerçek anlamda mutluluk getirmediğini savunur (Shaftesbury, 2013:250).

Sonlu biçim veren formlar ise, formları oluşturan formlardır. İkinci güzellik seviyesini oluşturan bu formlar zekâ, hareket, işlem yapabilme gibi kabiliyetlere sahiptir. Dolayısıyla, İkinci Güzellik Düzeyi, rasyonel veya zihinsel seviyeyi ifade eder. Güzelliğin ikinci düzeyinde “canlı formlar” vurgusu, insan zihninin nesnelere veya eylemlerde bulunan güzellikten rasyonel ve entelektüel bir zevk deneyimlemesi anlamına gelir. Bu aşamada nesnedeki biçimin yanı sıra o biçimi veren akıl da takdir edilir. Bu açıdan bir sanatçı, form oluşturan bir formdur. Hayvanlar ve insanlar tarafından gösterilen her türlü entelektüel davranış, İkinci Güzellik Düzeyi olarak kabul edilir (Shaftesbury, 2013:416).

Üçüncü güzellik seviyesi, güzelliğin nihai temeli olarak ilk iki seviyeyi içerir. Yani, formları oluşturan formların formu olarak Mutlak güzelliktir. Bu sıralamaya göre insan zihnin etkisi olan nesnelere yaratabilir, ancak kendisi zihinleri şekillendiremez ve zihinleri şekillendirmenin erdemleri, güzelliğin üçüncü ve son seviyesini oluşturur. Shaftesbury, güzelliğin üçüncü derecesinde tüm formların çözüldüğü Tanrı’yı “Egemen Sanatçı ya da evrensel plastik doğa” olarak ifade eder. Doğayı tefekkür edip onun seviyesine ulaştığımızda, zorunlu olarak diğer ikisini de dahil ederiz ve bir içgörü anında dünyayı sonsuzluk açısından kavrarız. Shaftesbury’yi alıntulamak gerekirse:

“Çünkü bizler, madde üzerinde dikkate değer mimarlarız ve cansız bedenleri kendi ellerimizle şekillendirerek forma kavuşturabiliriz: ancak zihinleri bile şekillendiren şey, tüm bu zihinler tarafından şekillendirilen güzellikleri içinde barındırır ve dolayısıyla tüm güzelliklerin ilkesi, çeşmesi ve kaynağıdır” (Shaftesbury, 2013:324).

Shaftesbury’nin temsile bakışı, Platon’un mimetik yaklaşımlarından önemli ölçüde ayrılır. Cansız formlar olarak nesnelereki temsiller, formun yaratıcı eylemine ve ilahi/mutlak formun kendisine dayanır. Dolayısıyla güzelliğin nihai ölçütü taklit edilmiş olmasıdır. Buna göre, zihin, bir güzellik formu yaratma sürecinde “ilahi zihin” bağlamında çalışır. Dolayısıyla güzellik tüm düzeylerde, mutlak güzelliğin izlerini taşır. Aynı zamanda güzellik, bireysel bir yaratıcı süreç olmasının yanı sıra ilahi olana katılımın bir aracı olarak evrensel niteliktedir. Dolayısıyla çıkarımlarında dış görünüşle hakikat arasında kesin bir ayrım yoktur (Uphaus, 1969:343). Shaftesbury’nin bu düşünceleri Plotinos’un hipostaz sistemini anımsatır.

6. Kategorik Bir Yaklaşım: Üç Farklı Tür Plastik

Avrupa’da Barok döneminin sonlarına gelindiğinde, henüz bir ölçüğe ya da kategoriye dayalı olarak plastik sanatlar arasında herhangi bir ayırmadan söz etmek mümkün değildir. Shaftesbury, Second Character için yazdığı 1712 tarihli “Plastics, an Epistolary Excursion in the Original Progress and Power of Designatory Art” makalesinde, estetik kategorilere ilişkin öncül bir girişimde bulunarak üç tür “plastik karakter” tanımlar. Buna göre birinci tür karakterler arasında alfabetik, stereografik, nümerik, aritmetik, matematiksel, cebirsel ve sözlü öğeler yer alır. Bunlar seslerin, heceler, kelimelerin ve duyguların işaretleridir. İkinci tür karakterler ise plastik ve grafiksel olmak üzere iki kategoriye ayrılır. Bu grupta yer alan eserler gerçek formların ve doğal varlıkların, optik prensiplere uygun biçimde,

yüzeylerin ve cisimlerin sınırlarından plastik (çıkıntılı veya oyuk) ya da çizgisel ve renkli olarak taklit edilebilmesi ile ayırt edilir. Plastik karakterler arasında yontu, rölyef, kabartmalar, kesme taş işi, sıva, konveks işler, gravür, oyma baskı ve mühürler bulunur. Grafıksel karakterleri ise perspektife göre doğal ve düzenli olanlar ile düzensiz ve aykırı perspektif kurallarına sahip olanlar (anaglifler ve grotesk çalışmalar) şeklinde ikiye ayırır. Anaglifler içerisine antik kabartma eserleri, frizleri, sembolik ve tarihi heykelleri işaret eder. Raphael'in öğrencisi Polidore da Caravaggio'nun, bu türün en seçkin sanatçısı olduğunu belirtir. Grotesk karakterler ise "hayali, değişken, hercai nitelikler taşıyan, tam renkli olmayan formlar ve bordür süslemeleridir". "Tam renkli ve mükemmel grafıksel karakterler" ise Appelles ve Protogoras'ta olduğu gibi, modern dönemde ise "sanatı ilk yükselten ve mükemmeleştiren sanatçı olan Raphael'i örnek verir (Shaftesbury, 1914:90-91).

Üçüncü ya da Karışık Tür Karakterleri "Doğru, Doğal ve Basit" ile "Hakikatsiz, Barbarca ve Karışık" olmak üzere iki gruba ayrılır. Bu tarzdaki çalışmaların sembolik niteliklerinin ön planda olduğunu belirtirken, duyguları ve anlamları iletmek için araç olarak kullanıldıklarını vurgular. Antik Yunan kabartmalarındaki gibi nadiren "gerçek, doğal ve basit" olduklarını, çoğunlukla "yanıltıcı, barbarca ve karışık" gördüklerini savunur. Başta Mısır hiyeroglifleri ve Gotik sanat olmak üzere dinsel bağlarından dolayı "şüpheli" olan "gizemli, mantıksız, orantısız, yalan ve aksak formlar" olarak eleştirir. Shaftesbury'nin hiyerogliflerin sanatsal değerini güçlü bir şekilde reddetmesi, simgelerin ve daha genel olarak tüm plastik figürlerin anlamlarını kapalı bir biçimde ortaya koymaları gerektiği fikriyle ilgilidir. Hiyerogliflerin, sanat eserlerinin didaktik niteliğinin aksine belirsiz ve anlaşılmaz bulur. Söz konusu belirsizliği, sosyal ve siyasi açıdan olumsuz bir durum olarak değerlendirir (Shaftesbury, 1914:91-93).

Shaftesbury, plastik karakterlerin ötesinde ahlaki açıdan önemli davranışları temsil eden ve etmeyen sanat olarak iki tür arasında ayrım yapar. Her tür sanatın güzel olması için tasarım birliği olmalıdır. Ancak ahlaki açıdan önemli davranışları temsil eden sanatın başka bir kriteri daha karşılaması gerekir: erdem ve kötülüğün gerçek doğasını doğru bir şekilde iletmelidir. Ahlaki olarak temsil edilmeyen sanat kategorisine müzik, mimari, bahçe tasarımı ve zanaat dahildir. Natürmort ve manzara resmi de temsili olmalarına karşın ahlaki açıdan önemli davranışları içermediği için bu kategoriye girer. Ahlaki olarak temsil edilen sanat kategorisinde ise çeşitli yazı türleri ve tarih resmi olarak nitelediği resimler yer alır. (Shaftesbury, 2013:89, 172-173, 206-207).

Shaftesbury, tezyini sanatlar ile resim arasında açık bir ayrım yapar. Kabartmalar, mimari plastik ve cephe süslemeleri, madalyonlar gibi üretimlerde binanın yapısına uygun olarak görece özgür bir uygulama alanı olduğunu belirtir. Bu tür çalışmalarda "fantastik, mucizevi veya abartılı" bir çok şeyi kabul edilebilir bulur. Ancak resim sanatının temsili değeri açısından "doğal, inanılır ve ikna edici olanı korumak zorunda" olduğunu söyler. Resimlerin, temsil ettiği nesnenin görünümüne odaklanarak "gerçekçiliğin ve ikna etmenin" esas görevini yerine getirmesi gerektiğini salık verir. Bu konuda Horace'nin sözlerini anımsatır: "Est brevitae opus, ut currat sententia, neu se / Impediat verbis lassas onerantibus aures" (Shaftesbury, 1914:54-55).

7. Estetik Deneyim ve Beğeni

18. yüzyıl İngiliz estetiğini başat odağı estetik deneyimin tanımlayıcı çözümlerini üretmektir. Bu açıdan Addison, Hutcheson gibi filozofların çalışmaları, estetik deneyim hakkında önemli tartışmalar içerir. Shaftesbury ise estetik deneyim konusunda öncü bir söylem geliştirir. Estetik duyguyu rasyonel bir düzen anlayışı olarak ele alırken estetik deneyimin bilişsel doğasına temas eder. Güzellikten duyulacak zevk duygusunu, yaratılışın rasyonel düzenini ve onun nihai yaratıcısının yaratma nedenini kavrayışla ilişkilendirir. Temsil ve güzellik, bu nedenle akılla ilişkilidir. Güzelliğin özünde somut bir niteliğe sahip olmadığı, zihin ve akıl dışında herhangi bir ilkesi bulunmadığı için güzellik kadar ilahi bir şeyin olmadığını düşünür. Güzelliğin "kendisi için değerli tek nesne" olduğunu vurgulayan Shaftesbury, zihinden yoksun olan her şeyin "boşluk ve karanlık" olduğunu söyler (Shaftesbury, 2013:331).

Güzellik duygusu, yalnızca entelektüel bir kavrayış değil, aynı zamanda neşe veren keyifli ve olumlu bir duygudur. Bu duygu, başarılı bir sanat eserinde, zarif bir nesne ya da erdemli karakterler¹⁸ ile karşılaştığında ortaya çıkar (Shaftesbury, 2013:178, 180). Benzer şekilde güzellik ve erdeme ilişkin deneyimlerden ortaya çıkan duygular doğaldır. Shaftesbury'nin deyişi ile "doğru ve yanlış anlayışımız insanın yapısındaki ilk ilkedir" (Shaftesbury, 2013:178). Çünkü Tanrı, "ilksel iyilik fikirlerini" yaratılışta insanın içine yerleştirmiştir (Shaftesbury, 2013:18). Güzel ile çirkini, iyi ile kötüyü, erdem ile erdemsizliği ayırt etme eylemi "doğaldır ve yalnızca doğadandır" (Shaftesbury, 2013:327). Evrenin insan tarafından uyumlu bir düzen olarak algılanması, güzelin ve iyinin doğal olarak tanınması, zihne sonradan kazandırılmış bir yetenek değildir. Bu durum, Tanrı tarafından yaratılmış sürecin

¹⁸ Shaftesbury'de iyilik ve güzellik "bir ve aynı" olduğundan, insanların ahlaki güzelliğine ilişkin deneyimler, nesnelerin fiziksel güzelliğine ilişkin deneyimler ile benzer nitelikler taşır.

doğal bir sonucudur. Bu açıdan, güzeli ve iyiyi tanımak, her türlü keyfiliğin ötesinde evrensel niteliği olan bilişsel bir algı ve özerk bir eylemdir (Pastorelli, 2005:62).

Shaftesbury, bir şeyin güzelliğinin altında yatan doğayı anlama veya ifade etme yetersizliğinden sıklıkla bahseder. Beğeniye ilişkin tespitlerinde vurguladığı anlayış eksikliği, halkın çoğunluğu (hoi polloi) ile ilgilidir. Bilginler dışında insanlığın geri kalanının, güzellik karşısında hiçbir açıklama yapamayacağını iddia eder. Gerçek sanatçılar ve bilginler ise bir şeyi güzel yapan unsurları, kuralları, nitelikleri anlayarak ifade edebilir. (Shaftesbury, 2013:148). Müzisyenler, eğitimsiz dinleyicilerin deneyimlediği armonileri bir tür çekicilik olarak açıklayabilirler. Ressamlar, bilgisizlere sihir gibi görünen çizgi ve renk dengesinin bilinçli olarak farkındadır. Bir saat bazılarını sihirle çalışıyor gibi görünse de bir saat ustası mekanizmayı tam olarak anlar (Shaftesbury, 2013:63).

Shaftesbury, çağına uygun olarak zanaat ve güzel sanatlar arasında herhangi bir ayırım yapmaz. “İkinci bir Yaratıcı, Jove yönetiminde adil bir Prometheus” olarak tanımladığı sanatçı kavramı, pratik bir beceriye ve somut bir hedefe ulaşma yeteneğine sahip kişi anlamına gelir. Prometheus’u “plastik sanatçı” olarak nitelerken, biçimlenmemiş maddeden nesnelere üretme yeteneğini ima eder (Shaftesbury, 2013:117, 239). Buna göre sanatçı, Tanrı gibi, parçaların gerektiği şekilde düzenlendiği, kendi içinde tutarlı ve orantılı bir bütün oluşturur. İyi bir sanatçı insan tutkularının sınırlarını ve ölçülerini bilir. Duyguların ve eylemin yüceliğini belirler. Güzeli çirkinden, sevimliyi iğrençten ayırır. Onları belirli bir uyum ve doğruluk içerisinde temsil eder. Uyumun olmadığı yerde gerçek muhakeme ve yaratıcılığın bulunması imkansızdır (Shaftesbury, 2013:92-93). Çünkü uyum, evrensel olarak güzelliği oluşturan şeydir: “Güzel olan uyumlu ve orantılıdır” (Stolnitz, 1961:102). Shaftesbury, uyum ilkesi olarak önerdiği ve Aristoteles’in Poetikası’ndan etkiler taşıyan koşulu şu sözlerle tanımlar:

“Tarihsel gerçekle, zaman ve eylem birliğiyle uyumlu bir şekilde kalmak için, gelecekteki bir şeyden veya geçmişteki bir şeyi hatırlatmaktan başka bir yol yoktur. Bunun için gerçekten var olan veya doğal olarak bir arada var olabilecek ya da aynı anda gerçekleşebilecek olayları ve geçişleri bir araya getirmek gerekmektedir. İşte bu da uyum ilkesi olarak adlandırabileceğimiz şeydir” (Shaftesbury, 1914:37).

Shaftesbury, sanat ve ahlak alanlarında salt öznel ölçütlerin yanıltıcı olacağını düşünür.¹⁹ Hiçbir şeyin “kendiliğinden değerli, güzel, iğrenç ya da utanç verici” olamayacağını belirtir. Her şeyin “görüşe” dayalı olduğunu, değerlendirmede başat ölçünün görüş olduğunu vurgular. Sanat eserlerine tepki veren çoğu insanın, nedenini bilmediği bir etki tesiriyle büyüldüğünü gözlemler. İzleyenlerin sanat eseri karşısındaki “je ne sais quoi”²⁰ ifadesine özellikle eleştirel yaklaşır. “Beğeniyorum!”, “Hayal ediyorum!”, “Hayranım!” diyenlerin nedenini veya nasıl olduğunu bilmediğine dikkat çeker (Sambrook, 2015:624, 635). Oysa onun için güzelden duyulan zevk ve beğeni geliştirilebilir. Yeteneklerin, duyuların ya da hayal gücünün “doğanın ürünü” olabileceğini, ancak zevk ve yargıların doğuştan gelmediğini savunur. Bu açıdan Shaftesbury için güzellik, her zaman sabit bir hedeftir. Bu hedefe ulaşmak için çalışmanın ve deneyimin önemine dikkat çeker (Shaftesbury, 1914:115-116; Shaftesbury, 2013:218-257; Tiffany, 1923:667-668). Ayrıca beğeniye, eleştirel bir bağlamda irdeler. Anlayış ve zekanın “pratik ve kültür gerektirdiğini” savunur (Shaftesbury, 2013:408). “Meşru bir zevkin, eleştiri öncesinde emek ve çaba olmadan” yapılamayacağını söyler. “Tembel ve uyuşuk yazarların, performansçıların, okuyucuların, dinleyicilerin, aktörler veya seyircilerin”, çoğunlukla beğeni ve güzellik ölçüsü olarak sadece kendi mizaçlarından yola çıkmalarını eleştirir. Quintilians’ın “Docti rationem artis intelligunt, indocti voluptatem” (Bilgili olan sanatın yapısını anlar, cahiller ise zevk alır) sözüne yaptığı atıfta, beğeni ile bilgiye dayalı eleştirel yaklaşım arasında ilişki kurar (Shaftesbury, 1914:116, 144). Beğeniye, eleştirel ve sorgulayıcı bir yaklaşım ışığında mantıklı bir zeminde açıklamaya çalışır.

8. Estetik İlgisizlik

18. yüzyılda İngiltere’de estetiğe ilişkin yaklaşımlar ahlaki spekülasyonun yön verdiği klasik ve neo-Platonik bir çerçevede gerçekleşir.²¹ Shaftesbury, içsel bir ahlaki his kavramının, Du Bos, Hutcheson ve diğerleri tarafından bir estetik duygu kavramına dönüştürüleceği, öncelikle estetik ilgisizlik kavramını formüle eden kişidir. Ernst Cassirer, Shaftesbury’nin form kavramının tanımında, düşünsel ve üstün-duyusal kökeninin yanı sıra sezgisel yönünü de

¹⁹ Shaftesbury’in güzel nesnelere özelliklerini tanımlarken kullandığı kelimeler ile ahlaki güzelliği tanımladığı kelimeler çoğunlukla aynıdır: uyum, düzenlilik, simetri, orantı, düzen, denge.

²⁰ “Je ne sais quoi” ifadesi Fransızca kökenli bir deyimdir ve Türkçe’de “bilmiyorum ne!” veya “nasıl bir şey!” gibi ifadelerle çevrilebilir. Bu deyim, bir şeyin belirgin bir özelliğini tam olarak tarif etmekte zorlandığımızda kullanılan bir ifadedir. Second Characters adlı eserinde “je ne sais quoi” (ne olduğunu bilmiyorum) ifadesini, “aptalların ve cahillerin her şeyi indirgeyeceği şey” olarak yorumlar (Shaftesbury, 1914:144).

²¹ Estetik ve etik arasında güçlü bir ilişkinin olduğu düşüncesi, Batı felsefi etiğinin Yunan kökenlerinde derin köklere sahiptir. Geleneksel olarak, “güzel” her zaman “hoşa giden” olarak anlaşılırken, 18. yüzyılda bu zevkin ahlaki, ahlaki olmayan veya belirgin bir şekilde ahlaki olmayan gibi farklı ayırım ve niteliklere sahip olabileceği vurgulanmıştır.

korumasını modern estetik açısından önemli bir yaklaşım olarak vurgular. Cassirer'e göre (1932) Shaftesbury dünyayı bir sanat eseri olarak görürken, eserden sanatçıya doğru ilerleyen şematik bir yaklaşım çerçevesinde tüm form tezahürlerinde doğrudan mevcut olan Egemen Sanatçıyı keşfeder. Buna göre, sanatçı dışsal bir modelden çalışmanın ötesinde, içsel bir faaliyet yürütür. Dolayısıyla, sanatsal üretimin amacı, dışsal süreçlere ilişkin kaygıların ötesinde yeni anlamlara bürünür. Sanatsal yaratım ve estetik takdir, pratik amaçlar ya da çıkarılara göre belirlenmez. Çünkü estetik etkinliğin amacı, yaratma ve tefekkür edimi bağlamında kendisindedir. Aynı durum, doğanın "dehası", yani Egemen Sanatçı için de geçerlidir.

Gerçek form, kargaşadan uzak, belirli bir içsel oranı olan, doğası gereği belli bir yapıya sahip ve gelişim sürecinin belirli bir sistem içerisinde gerçekleştiği temel bir olgudur. Gerçeklik, düşünsel ve üstün-duyusal kökeni aracılığı ile kendisini gösterir. Duyu, bu olguyu algılamaya yetkin değildir ve nihai kökeninde onu anlamaya dair hiçbir bilgi taşımaz. İnsanın kendisi ile dünya arasındaki ilişki sadece duyulara, içgüdülere ve isteklere bağlıysa, form alanına henüz erişim sağlanamamış demektir. Çevresindeki nesnelere sadece içgüdülerini uyandırarak belirli tepkilerin tetiklendiği bir hayvan, nesnelere formuyla ilgili hiçbir bilgiye sahip değildir. Bu bilgi, duyu tepkisi olarak ortaya çıkan arzunun gücünden değil, nesneyi doğrudan ele geçirme eyleminden bağımsız olan saf düşünce kuvvetinden türemektedir. Bu saf düşünme ve çıkar ile ilgisi olmayan zevk yeteneği, tüm sanatsal zevkin ve yaratımın temel motivasyonunu oluşturur. Bu güç aracılığıyla insan, gerçek özünü fark eder ve en yüksek, hatta tek mümkün olan mutluluğu tadabilir. Bu bağlamda, modern estetiğin başat karakterini oluşturan ve özellikle Kant'ın teorisi ile temellenen estetik ilgisizlik olgusu, Shaftesbury'nin teorisinde ilk defa formüle edilmiştir (Shaftesbury, 2013:202-203; Stolnitz, 1961:105-107).

Bu noktada sınırlı ve kusurlu zihnin üstün varlık alanına nasıl erişebildiği sorusu ortaya çıkar. Shaftesbury, bu soruya yanıt olarak, "Düzen ve Orantı Fikri veya Anlayışı" adını verdiği, "sayıların gücünü ve bu güçlü sanatları" anlamamıza yardımcı olan bir özelliği tanımlar. Bu özellik, "akıllarımıza damgalanmış" bir niteliktir (Shaftesbury, 2013:203). Söz konusu içsel algı sayesinde, uyumu uyumsuzluktan, düzeni karmaşadan ayırt etmek mümkündür. Ancak bu, sadece duyusal algılardan gelen bir duygu değildir. Temelde, aklın, doğayı tefekküre dayalı olarak yüksek zevk yaratan bir tür yansımadır. Bu bağlamda güzellik deneyimlenen dünyanın bir özelliği olarak algılanmaz, aksine evrenin bir gizemi olarak kavranır (Costelloe, 2013:15). Estetik tepkinin kendine özgü bir anlayış biçim olarak tanımlanması, Shaftesbury'nin estetik alana yaptığı önemli katkılardan biridir. İngiliz filozofa göre estetik tepki kalpten kaynaklanır. Dolayısıyla estetik tepki sezgisel bir anlayış olarak nitelendirilirken, daha çok duyguya benzer. Güzellik deneyimi, şeylerin kendi özelliklerine yönelik tepkisel bir süreçtir. Bu açıdan pragmatik çıkarılara dair düşüncelerden bağımsız olarak gelişir ve ilgisizdir (Shaftesbury, 2013:203-204). Bu yaklaşım, Kant'ın "amaçsız amaçlılık" kavramının erken bir öncüsü niteliğindedir. Bu kavramın en cesur ifadesi "The Moralists, a Philosophical Rhapsody" makalesinde bulunur:

"Eylemler hemen görüldüğünde, insan hissiyatı ve tutkuları hemen fark edilir (ve çoğu hissedilmiş gibi bir hızla fark edilir), derhal içsel bir göz, biçimsel açıdan güzel ve hoş, Sevimli ve hayranlık uyandıran ile şekilsiz, çirkin, nefret uyandıran veya aşağılık olanı görebilerek ayırt eder" (Shaftesbury, 2013:326).

9. Toplumsal Yapı ve Sanat

Shaftesbury, sanat ile yönetim biçimi ve toplumsal yapı arasında doğrudan ilişki kurar. Bu noktada, Thomas Hobbes'un Leviathan eserinde otorite için sunduğu argümana karşı olduğunu anımsamak önemlidir. Hobbes (1998), temelde insan doğasına kötümser bir bakış açısıyla yaklaşırken, toplumsal yapı açısından güce dayalı otoritenin bağlayıcı olduğunu düşünür. Shaftesbury ise retorik kavramsallaştırmayı merkeze aldığı iyimser bir bakış açısıyla, toplumsal bağın ikna eylemi ile mümkün olduğunu belirtir. Aynı zamanda Shaftesbury'nin ideal devleti, sadece güvenlikle değil kültürün varlığıyla da karakterize edilir. (Woodfield, 1975:254). Bu konudaki düşüncelerini şu sözlerle ifade eder:

"Bir millet ne kadar vahşi veya barbar olursa olsun, şairleri, gezginleri, tarihçileri, çeşitli türlerde antikacıları olmalıdır; onların görevi o milletin önemli olaylarını, sivil ve askeri kahramanlarının başarılarını anlatmaktır" (Shaftesbury, 2013:101).

Shaftesbury'e göre "duygusal bilimlerin" ve "konuşma sanatlarının" gelişimi ikna çerçevesinde rızaya dayalı sosyal bağların güçlü olduğu "özgür topluluklarda" mümkündür. Toplumlarda "başlıca dehalari" olan sanatçıların, halkı "akıl ve anlayış yoluyla" yönlendirdiğini vurgular. Baskıcı ve despotik yönetimlerin hüküm sürdüğü "en büyük imparatorluklarda" ise yıllarca sürebilecek barış ortamlarında bile "deforme olmuş barbarca şeylerin" üretildiğini belirtir (Shaftesbury, 2013:107). Nezaket, zarafet, güzellik gibi değerlerin yasalar ve özgürlük ile orantılıdır.

Shaftesbury, yönetim biçimi ve sanat üretimi arasında kurduğu ilişkiyi Doğu monarşileri²² ile somutlaştırır. Sanatın gelişmediği yerlerde yazılı kültürün de gelişmediğini, teorik ve felsefi ilerlemenin gerçekleşmediği koşullarda sanat nesnelerinin Gotik sanatın bile gerisinde kaldığını iddia eder. Kötü düşüncelerin kötü şekiller, çarpık hayallerin çarpık tasarımlar getirdiğini, düşüncenin olmadığı yerde tasarım becerisinin olmadığını vurgular (Shaftesbury, 1914:105).

Shaftesbury'nin eleştirel yaklaşımları, İngiltere'nin mevcut sanatsal ortamına ilişkin çıkarımları ile devam eder. 17. yüzyılın başında İngilizlerin müzik konusundaki egemen zevkinin Fransızlara kıyasla birçok açıdan aşağı düzeyde olduğu söyler. II. Charles döneminden sonra, İngiliz ulusunun ruhunun daha özgür hale geldiğini, bu dönemde büyük savaşlar olmasına karşın özellikle İtalyan müziğinin araştırılmaya başlanması ile Fransızların müzik zevkini aşarak "dünyanın en iyilerine eşdeğer bir kulağa ve yargıya sahip olduklarını" söyler (Shaftesbury, 1914:20). Benzer bir çıkarımı İngiliz mimarisi için yapar. Soyluların kendi zevkleri için saray yaptırılmalarına karşı çıkar. Ulusal bir sembol olacak kadar ihtişamlı binaların yalnızca kişisel beğenileri ve kendi zevkleri doğrultusunda yapılırsa halktan uzak kalacaklarını söyler (Shaftesbury, 2001:246-247). Ayrıca görkemli kamu binalarının tek bir saray mimarının yetkisine bırakıldığı için başarısız olduğunu belirtir (Shaftesbury, 1914:21). Resim sanatında ise 18. yüzyıla dek İngiltere'de "adı anılmaya değer bir ressamın" olmadığına dikkat çeken Shaftesbury, son zamanlarda halkın gravür, çizim ve özellikle başlıca İtalyan okullarının orijinal resimlerine olan ilgisi sayesinde ilerleme kat edecekleri yönünde umutludur. Bu gelişmeler ışığında İngiliz resminin geleceği hakkında şu yorumda bulunur:

"Ve eğer eğilimimiz bizi bu tasarım sanatlarını geliştirmeye yönlendirirse, kanaatim odur ki doğal olarak bizi daha küçük eğlencelerin ötesine taşıyacak ve tarihe, insan doğasına ve en üst düzeydeki güzellik derecesine ya da düzeyine ilişkin olan, yani akılcı yaşama özgü güzelliklere yani hayvanlardaki veya bitkilerdeki duysal güzellikten ayrı olan o daha yüce, daha ciddi ve daha asil taklit alanına yönlendirecektir" (Shaftesbury, 1914:21).

Shaftesbury'nin estetik görüşleri, Whig Partisi üyesi olarak, Fransız estetiği ile bir gerilim içerisindedir. Aynı zamanda Gotik sanata ve Katolik Kilisesi'nin sanat anlayışına karşı eleştiriler yönelir. Tüm bu eleştirilerin politik görüşleri bağlamında değerlendirilmesi gerekir. 17. ve 18. yüzyıllarda Gotik sanat gibi dini etkileşimli akımlara karşı Yunan ve Roma'nın sanatsal üstünlüğünü savunur (Shaftesbury, 1914:21-22). Bu düşünceleri başta sanat tarihinin kurucusu olarak kabul edilen Winckelmann'ın teorisi olmak üzere 18. yüzyılda sanat tarihinin ve klasisizmin gelişiminde önemli bir kaynaktır.

SONUÇ

Shaftesbury'nin sanat felsefesi, erken Aydınlanma döneminden modern estetik düşünceye geçişte önemli bir rol oynar. Sanata ilişkin düşünceleri, sanatsal yaratımın doğası, güzellik ve ahlaki değerler arasında kurduğu ilişki, çağının kültürel ortamı tarafından şekillendirilen fikirlere yeni boyutlar katar. Ayrıca estetik deneyimin duysal ve ahlaki boyutlarına verdiği önem, insan algısı, duygular ve etik bilincin sanata etkileri üzerine modern yaklaşımlara güçlü bir katkı sunar. Bu açıdan Shaftesbury'nin çalışmaları etik, estetik ve siyaset alanlarını kapsayan ilk kapsamlı teori olarak görülmelidir.

Shaftesbury, estetik deneyimi salt bir duygu olarak değil, aynı zamanda rasyonel bir düzen içinde ele almıştır. Ona göre, güzellik algısı, zevkin ötesinde, bilişsel bir kavrayışı içermelidir. İnsanın güzellikten aldığı zevk, evrensel bir düzenin ve Tanrısal etkinliğin kavranmasıyla ilişkilidir. Güzelliği, somut bir nitelik içermeyen, sadece akıl ve zihinle ilişkilendirilen evrensel bir prensip olarak görür. Ayrıca, güzellik ve erdeme dair deneyimlerin doğal ve evrensel olduğunu vurgular. Bu deneyimlerin insanın yapısındaki temel ilkelere dayandığını söyler. Bu bağlamda, estetik deneyim, rasyonel bir düzenin içinde gerçekleşen duysal bir tepki olarak tanımlanabilir.

Öte yandan sanatın doğayı anlama ve ifade etme yeteneğine vurgu yaparak, estetik düşüncesine derinlik katmıştır. Sanatçının güzellik unsurlarını anlayarak ifade edebilmesi, estetik anlayışın temelini oluşturur. Bu, sanatın salt duysal bir ifade olmanın ötesinde, zihinsel bir faaliyet olduğunu gösterir. Shaftesbury'nin estetik düşüncesi, doğanın güzelliğine duyulan hayranlığı vurgular. Sanat eserlerinin, doğa ile uyum içinde olması gerektiğini düşünür. Bu düşünce, modern estetikte doğaya duyulan saygı ve doğayla bütünleşme konularında etkili olmuştur.

Shaftesbury'nin toplumsal yapı ve sanat arasındaki ilişkiyi ele alışı ise estetik gelişimin sosyal bağlamdaki önemini vurgular. Özgür toplumlarda sanatın ve duysal bilimlerin gelişebileceğini savunarak, toplumsal

²² Metinde Doğu rejimlerini Babür, Çin, Japonya, Tatarlar ve Türkler olarak niteler.

yapının kültürle şekillendiği ve estetik gelişimin bu bağlamda anlam bulduğunu belirtir. Sanatın evrimini tarihsel, toplumsal ve estetik süreçlerin özel bir birleşimi olarak kavrar. Bu açıdan Winckelmann'ın sanat tarihinde öne çıkan Yunan sanatı vurgusu, sanat-doğa ilişkisi, estetik değerlendirme ölçütleri, sanat eleştirisi ve sanatsal formun tarihsel bağlamda incelenmesi gibi temalar Shaftesbury'nin estetik düşüncesinden izler taşır.

Shaftesbury, belirli bir felsefi model aracılığı ile sanatı açıklamanın ötesinde, sanatı, felsefi sisteminin merkezine yerleştirir. Sadece estetik deneyimi değil, aynı zamanda güzellik algısını, sanatın amacını ve toplumsal yapı ile sanat arasındaki ilişkiyi derinlemesine ele almaktadır. Shaftesbury'nin bu yaklaşımı modern estetiğin duygusal, entelektüel ve ahlaki boyutları kapsayan sanatın çok yönlü etkinliğine kaynaklık eder. Onun özgün perspektifi, bugün hala güncelliğini koruyan ve estetik disiplini içinde derinlemesine incelenmeyi bekleyen zengin bir konu çeşitliliği sunmaktadır.

Shaftesbury'nin subjektif güzellik anlayışı, estetik deneyimi bireysel algılarla sınırlandırarak evrensel estetik ilkelerin varlığını sorgular. Ancak, bu subjektif yaklaşım, estetik deneyimin kişisel boyutunu ve bireysel farklılıkları vurgulaması bakımından modern estetik teorilere değerli katkılar sunar. Bununla birlikte, güzelliğin tamamen bireysel algılara dayalı olması, estetik değerlerin nesnelliğini tartışmalı hale getirir. Bu nedenle, Shaftesbury'nin subjektif estetik anlayışının, güzelliğin evrensel kriterleriyle nasıl uzlaştırılabileceği üzerinde durulması gereken önemli bir konudur.

Modern estetik, 19. yüzyılda, sanat eserinin otonom ve benzersiz bir varlık olduğu, bu nedenle estetik dışı kriterlere karşı çıktığı fikri ile karakterizedir. Bu fikir, sanat eserini kendi başına, bağımsız olarak ele alan "estetik ilgisizlik" kavramıyla ifade bulur. Bu görüş, sanat kavramının teorik açıdan yeni bir yöne evrilmesini sağlar. Sanat, artık ahlaki bir araç veya bilgi kaynağı olarak değil, kendi kendine yeterli bir estetik değer olarak görülmeye başlar. Bu bağlamda Shaftesbury, henüz 17. yüzyılın sonlarında sanat türleri arasında kategorik bir tasnife yönelmesi, estetik deneyimin karakteri ve önemine yaptığı vurgu gibi temel noktalar ile çağdaşlarından ayrılır. Estetik ilgisizlik kavramına ilişkin fikirlerinin kendisinden sonra gelecek düşünürlere öncü bir model olarak düşünülmesi gerekmektedir. Özellikle Kant'ın modern sanat düşüncesinde başat bir rol oynayan "amaçsız amaçlılık" kavramı, temellerini Shaftesbury'den almış ve sanatın öznel deneyimini evrensel bir ilkeye bağlamıştır.

Shaftesbury'nin estetik teorilerinin günümüz estetik tartışmalarındaki yeri ve uygulanabilirliği, onun düşüncelerinin modern estetik ve sanat eleştirisi üzerindeki etkisini anlamamıza yardımcı olur. Günümüz sanat eleştirmenleri ve estetik teorisyenleri, estetik deneyimin kişisel boyutunu vurgularken, Shaftesbury'nin bu alandaki görüşleriyle paralellikler kurmaktadır. Ayrıca, estetik ve ahlak arasındaki ilişki, modern toplumlarda sanatın toplumsal etkileri bağlamında yeniden değerlendirilmektedir. Bu açıdan, Shaftesbury'nin estetik teorilerinin günümüz sanat ve estetik tartışmalarındaki yeri, makalenin çağdaş bağlamda da geçerli olmasını sağlar.

Sonuç olarak, Shaftesbury'nin estetik düşüncesi hem kendi döneminde hem de sonrasında sanatın ve güzelliğin anlamı üzerinde derin bir etki bırakmıştır. Estetik deneyimin subjektif doğasını vurgulayan öncü bir girişimin mimarı olarak, modern estetik paradigmanın oluşumuna katkı sağlamıştır. Filozofun estetikteki bu özgün yaklaşımı, modern düşünceyi şekillendiren önemli unsurlardan biri olarak belirmektedir. Bu nedenle, Shaftesbury'nin estetik düşüncesi, sadece kendi dönemiyle sınırlı kalmayıp, geniş bir tarihî çerçevede anlaşılması gereken bir konsept olarak öne çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Altunışık, M. A. (2020a). Shaftesbury'de Ahlakın Temeli: Ahlak Duygusu, *On Dokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 48:335-362.
- Altunışık, M. A. (2020b). Shaftesbury'de Din-Ahlak İlişkisi, *FLSF Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 30: 497-516.
- Aronson, J. (1959). Shaftesbury on Locke. *American Political Science Review*, 53(04):1101-1104. <http://dx.doi.org/10.29228/10.2307/1952077>
- Aschenbrenner, K. & Holther, W. B. (1954). *Reflections on Poetry*, Berkeley and Los Angeles.
- Barasch, M. (1990). *Modern Theories of Art, 1 –From Winckelmann to Baudelaire*, New York: NYU Press.
- Baumgarten, A. G. (1900). *Meditationes philosophicae de nonnullis ad poema pertinentibus*, Hale Magdeburgicae.
- Beardsley, M. C. (1966). *Aesthetics from Classical Greece to The Present*, Tuscaloosa: The University of Alabama Press.
- Billig, M. (2008). *The Hidden Roots Of Critical Psychology: Understanding The Impact of Locke, Shaftesbury and Reid*, New York: Sage Publications.
- Blount, T. (1707). *Glossographia Anglicana nova: or, a dictionary*, London: D. Brown.
- Bosanquet, B. (1966). *A History of Aesthetic*, Old Woking: Unvin Brothers Ltd.
- Brett, R. L. (2020). *The Third Earl of Shaftesbury*, London: Routledge.
- Cassirer, E. (1932). *The Philosophy of Enlightenment*, New Jersey: Princeton University Press.
- Crawley, C. (Ed.). (1965). *The New Cambridge Modern History Vol. ix*, Cambridge: Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.1017/CHOL9780521045476>.
- Cudworth, R. (1996). *A Treatise Concerning Eternal And Immutable Morality With A Treatise Of Freewill*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Dedeler, S. (2023). *Shaftesbury: Ahlak&Estetik*, İstanbul: İz Yayıncılık.
- Dilthey, W. (1966). *Leben Schleiermachers*, Berlin: Walter de Gruyter & Co.
- Donougho, M. (2016). Shaftesbury as Virtuoso: or, The Birth of Aesthetics Out of a Spirit of Civility, Garry L. Hagberg (ed.), *Fictional Characters, Real Problems: The Search for Ethical Content in Literature* içinde (325-340), Oxford: Oxford University Press.
- Doran, R. (2015). *The Theory of the Sublime from Longinus to Kant*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hilario, M. (1968). Phenomenal Beauty and an Aesthetic of Experience, *Philippine Studies*, 16(2):297-317.
- Hobbes, T. (1998). *Leviathan*, Oxford: Oxford University Press.
- Hutton, S. (2015). *British Philosophy in the Seventeenth Century*, Oxford: Oxford University Press.
- James, P. (2016). The Sublime without Longinus, *Boundary 2*, 43(2). 73-124. <http://dx.doi.org/10.1215/01903659-3469916>
- Keskin, G. (2017). Modern Felsefi Estetiğin Temelleri: Shaftesbury, Wolff, Du Bos, *Maltepe Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Dergisi*. 2017(1+2) (20. Yıl Özel Sayısı):202-220.
- King, J. N. (1990). Queen Elizabeth I: Representations of The Virgin Queen, *Renaissance Quarterly*, 43(1):30-74. <http://dx.doi.org/10.2307/2861792>
- Klein, E. L. (2010). Anthony Ashley Cooper, Third Earl of Shaftesbury. Standard Edition. II. Moral and Political Philosophy, *Seventeenth-Century News*, 68(3-4):221+.
- Klein, E. L. (2015). Shaftesbury, 3rd earl of (Anthony Ashley Cooper), Gary Day and Jack Lynch (Ed.), *The Encyclopedia of British Literature 1660-1789* içinde (1671-1713), New York: John Wiley & Sons, Ltd.
- Kristeller, P. O. (1952). The Modern System of the Arts: A Study in The History of Aesthetics (ii), *Journal of the History of Ideas*, 13(1):17-46.
- Lee, R. W. (1940). Ut Pictura Poesis: The Humanistic Theory of Painting, *The Art Bulletin*, 22(4):197-269. <http://dx.doi.org/10.2307/3046716>
- Longinus (1995). On the Sublime. G. P. Goold (Ed.), *Aristotle: Poetics, Longinus: On The Sublime, Demetrius: On Style* içinde (143-307), Cambridge: Harvard University Press.
- Montesquieu, Charles de Secondat, baron de, (1854). *Oeuvres complètes*, Didot.
- More, H. (1662). *A collection of several philosophical writings of Dr. Henry More, as namely, his antidote against atheism, appendix to the said antidote, "enthusiasmus triumphatus", letters to des-cartes, etc., immortality of the soul, "conjectura cabalistica"*, Cambridge: J. Flesher for W. Morden.
- O'connell, S. (1988). Lord Shaftesbury in Naples: 1711-1713, *The Volume of the Walpole Society*, 54:149-219.

- Olivieri, A. (2009). *La realtà dell'immagine: studio sull'immaginazione in Shaftesbury*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Università degli studi di Trieste.
- Pastorelli, F. (2005). *Critica alla filosofia formale e teoria del sense in Shaftesbury*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Scuola Normale Superiore.
- Proudford, M. & Lacey, A. R. (2010). *The Routledge Dictionary of Philosophy* (4.ed.), London: Routledge.
- Rivers, I. (2000). *Reason, Grace, and Sentiment: A Study of the Language of Religion and Ethics in England, 1660-1780* (Vol. 2), Cambridge: Cambridge University Press.
- Sambrook, J. (2005). The Psychology of Literary Creation and Literary Response, H. B. Nisbet and Claude Rawson (Ed.), *The Cambridge History of Literary Criticism Vol. IV: The Eighteenth Century* içinde (614-632), Cambridge: Cambridge University Press.
- Shaftesbury (1900). *The life, unpublished letters and philosophical regimen of Anthony, Earl of Shaftesbury*. (B. Rand, Ed.), London: Sonnenschein.
- Shaftesbury (2003). *Characteristics of men, manners, opinions, times*. (L. E. Klein, Ed.), Cambridge: Cambridge University Press.
- Sörbom, G. (2002). The Classical Concept of Mimesis, Paul Smith & Carolyn Wilde (Ed.), *A Companion to Art Theory* içinde (19-29), New Jersey: Blackwell Publishing.
- Stephen, L. (1904). *English Literature and Society in The Eighteenth Century Ford Lectures, 1903*. Manchester: Duckworth and Co.
- Stolnitz, J. (1961). On The Significance of Lord Shaftesbury in Modern Aesthetic Theory, *The Philosophical Quarterly*, 11(43):97-113.
- Tiffany, E. A. (1923). Shaftesbury as Stoic, PMLA, 38(3):642. <http://dx.doi.org/10.2307/457335>
- Townsend, D. (1987). From Shaftesbury to Kant: The Development of the Concept of Aesthetic Experience, *Journal of the History of Ideas*, 48(2):287-305. <http://dx.doi.org/10.2307/2709559>
- Townsend, D. (2009). Shaftesbury, Lord, Stephan Davies, vd. (Ed.), *A Companion to Aesthetic* içinde (537-538), New Jersey: Wiley-Blackwell.
- Uphaus, R. W. (1969). Shaftesbury on Art: The Rhapsodic Aesthetic. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 27(3):341-348.
- URL 1: Friedrich-Alexander-Universität (t.y.). *Shaftesbury Project*, <https://www.angam.phil.fau.de/fields/enst/lit/shaftesbury/reading-room/>
Erişim Tarihi: 04.11.2023.
- URL 2: Whichcote, B. (t.y.). *Select Sermons of Dr. Whichcot [sic] in two parts*, <https://quod.lib.umich.edu/e/eebo/A65628.0001.001?view=toc>
Erişim Tarihi: 04. 03. 2024.
- Woodfield, R. (1975). The Freedom of Shaftesbury's Classicism. *British Journal of Aesthetics*, 15(3):254-266. <http://dx.doi.org/10.1093/bjaesthetics/15.3.254>

RESİMDE ‘CUMHURİYET’İN KURUCUSU’ İMGESİ; “ATATÜRK TELGRAF BAŞINDA”

*Image of the Republican Founder in the Painting;
“Ataturk at the Telegraph”*

Ali Asker BAL¹

ÖZ

Cumhuriyet dönemi resim sanatı, kültür ve sanat politikaları paralelindeki üretimlerle, ulus inşasının önemli bir parçası olmuştur. Yeni kurulan genç cumhuriyet rejimi, henüz taze bir geçmişin izlerini taşıyan milli mücadele ve kurtuluş savaş konularının sanat alanına taşındığı bir pratik sergilemiştir. Dönemin sanatçıları bir halk aydınlanması ve bilinçlendirilmesine dönüşen bu sanat kültür hareketine büyük bir gönüllülükle dahil olmuşlardır. Dünya sanatındaki örneklerde olduğu gibi, cumhuriyet tarihimize de ulus inşasının ideolojik anlayışı gereğince halk için değer taşıyan ‘önder’, ‘kahraman’, ‘kurtarıcı’ imgesi bu resim konularının en yaygın türünü oluşturmaktadır. Cumhuriyetin kurucusunun tek başına veya çok figürlü bir kompozisyon içinde gösterildiği resimler arasında Şeref Akdik’in “Atatürk Telgraf Başında” adlı yapıtı önder imgesini propaganda düzeyinde temsiline yer veren özel bir yapıttır. “Atatürk Telgraf Başında” resmi, cumhuriyetin kuruluşunu izleyen 10. yıl onuruna, Atatürk devrimleri ve cumhuriyetin kazanımlarını ele alan sanat yapıtlarının sergilendiği ‘İnkılap Plastik Sanatlar Sergisi’ kapsamında üretilmiştir. Millî mücadele ile neredeyse özdeşleşmiş bir aygıt olan telgraf etrafında, Atatürk ve çalışma arkadaşlarının ruh halleri dönemin gerilimli atmosferi içerisinde gelecek kuşaklara bir tarihi anlatı olarak bırakılmak istenmiş gibidir. Cumhuriyetin kurucusu, özellikle portresinde belirginleşen ifadeyle, tüm süreci büyük bir dikkat ve titizlikle yöneten kişi olarak anıtsal bir temsile kavuşturulmuştur. Resim, cumhuriyet dönemi resim sanatının baş yapıtlarından biri olarak kültür tarihimize yerini almıştır.

Anahtar Kelimeler: Atatürk, Şeref Akdik, Resim, Cumhuriyet, Telgraf.

ABSTRACT

The art of painting in the Republican period has been an important part of nation building with productions in parallel with culture and art policies. The newly established young republican regime exhibited a practice in which the subjects of the national struggle and the war of liberation, which still bear the traces of a fresh past, were transferred to the field of art. The artists of the period voluntarily participated in this art and culture movement, which turned into a public enlightenment and awareness. As in the examples in world art, the image of the ‘leader’, ‘hero’ and ‘savior’, which is valuable for the people in accordance with the ideological understanding of nation-building in our republican history, constitutes the most common type of these painting subjects. Among the paintings in which the founder of the republic is shown alone or in a multi-figure composition, Şeref Akdik's work titled “Atatürk at the Telegraph” is a special work that includes the representation of the leader image at the propaganda level. The painting “Atatürk at the Telegraph” was produced in honor of the 10th year following the establishment of the republic, within the scope of the 'Revolution Plastic Arts Exhibition', where works of art dealing with Atatürk's revolutions and the achievements of the republic are exhibited. Around the telegraph, a device almost identified with the national struggle, it is as if the moods of Atatürk and his colleagues were left as a historical narrative to future generations in the tense atmosphere of the period. The founder of the Republic, as the person who managed the whole process with great care and meticulousness, was given a monumental representation, especially with the expression in his portrait. The painting has taken its place in our cultural history as one of the masterpieces of republican period painting.

Keywords: Ataturk, Şeref Akdik, Painting, Republic, Telegraph.

EXTENDED ABSTRACT / GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Among the paintings in which the founder of the republic is shown alone or in a multi-figure composition, Şeref Akdik's work titled "Atatürk at the Telegraph" is a special work that includes the representation of the leader image at the propaganda level. After his art education, Akdik returned to France, where he went with a state scholarship, with the Western education he received and the impressionism style he acquired, and he willingly participated in the ongoing innovations.

The art of painting in the Republican period has been an important part of nation building with productions in parallel with culture and art policies. It is in accordance with the nature of the work that this art reflects a tendency based entirely on figure/human body representation, as in similar nations. The newly established young republican regime exhibited a practice in which the subjects of the national struggle and the war of liberation, which still bear the traces of a fresh past, were transferred to the field of art. The artists of the period voluntarily participated in this art and culture movement, which turned into a public enlightenment and awareness. On the other hand, the ongoing innovations and the revolutions that have been taken have begun to be transformed into artistic products.

The art of painting in the Republic period accompanied the new developments in the field of culture and art with examples shaped around national issues. As in the examples in world art, the image of the 'leader', 'hero' and 'savior', which is valuable for the people in accordance with the ideological understanding of nation-building in our republican history, constitutes the most common type of these painting subjects. Especially the paintings about Atatürk, which were made in the first period of the establishment of the republic, constitute important examples of this trend.

In Mustafa Kemal Atatürk's Tenth Anniversary Speech, the necessity of focusing on fine arts was specially emphasized, and in the following years, the art activities detailed above were carried out in line with this goal. In the first years of the Republic, most of these art activities were carried out with state support. The state encouraged and supported artists, and in return, artists contributed to the promotion and development of the new Republic. The work of Şeref Akdik, which is the subject of our review, was produced for the Revolution Exhibition organized within this scope and was included in the state's collection after its suitability for the purpose was confirmed.

The painting "Atatürk at the Telegraph" was produced in honor of the 10th year following the establishment of the republic, within the scope of the 'Revolution Plastic Arts Exhibition', where works of art dealing with Atatürk's revolutions and the achievements of the republic are exhibited. Around the telegraph, a device almost identified with the national struggle, it is as if the moods of Atatürk and his colleagues were left as a historical narrative to future generations in the tense atmosphere of the period. The founder of the Republic, as the person who managed the whole process with great care and meticulousness, was given a monumental representation, especially with the expression in his portrait. With this feature, painting has taken its place in our cultural history as one of the masterpieces of the republican period painting art.

The painting "Atatürk at the Telegraph" conveys a historical section from the National War of Independence. During the national struggle, Mustafa Kemal not only managed the movement in every aspect, but also stood in charge of communications, communicated with administrative officials and army commanders, ensured a strong organization by ensuring the flow of information. The picture showing Mustafa Kemal standing at the telegraph during the national struggle used the telegraph machine as an important symbol of the national liberation war.

Şeref Akdik's painting "Atatürk at the Telegraph" has the quality of being a document of the history of the republic with its original formatting language. When the work Atatürk at the Head of the Telegraph is evaluated in terms of propaganda techniques, it can easily be said that he carries the message he undertakes to the audience. The work is among the cult works of Turkish painting as a concrete document of the belief and determination of Mustafa Kemal Atatürk as the image of the national leader.

The study will attempt to analyse Akdik's cult work in its historical and aesthetic context, in connection with both national and universal examples, through intertextual readings and comparative discussions.

GİRİŞ

Cumhuriyetin kurucusu rolüyle Mustafa Kemal Atatürk, birçok resimde ana karakter olarak temsil imkânı bulmuştur. Özellikle, cumhuriyetin ilk yıllarını oluşturan dönemde, sanat kültür alanında öne çıkan etkinliklerde kurtuluş savaşı, milli mücadele, cumhuriyet devrimleri ve tüm bu gelişmelerin kurucusu olarak Mustafa Kemal, ulusal kültüre dair konu ve çalışmaların başlıca ögesi haline gelmiştir. Bu dönem gerçekleştirilen etkinlikler arasında önemli bir yer tutan *İnkılap Sergileri*, cumhuriyetin plastik sanatlar alanındaki ürünlerini görünür kılma yolunda önemli bir çaba olmuştur. Cumhuriyet dönemi ressamlarından Şeref Akdik'in bu sergiler için yaptığı "Atatürk Telgraf Başında" adlı çalışma, daha sonra alanında kült eserlerden biri olmuştur. Akdik'in yapıtının, tarihsel ve estetik bağlamda hem ulusal hem evrensel örneklerle bağlantı içinde, metinler arası okumalar ve karşılaştırmalı tartışmalar içinde irdelenmesi, cumhuriyetin kültür ve sanat politikalarına ışık tutacaktır.

1928'de Latin harflerinin kabulü, hemen ardından, Millet Mekteplerinin açılması, 1930'da kadına seçme ve seçilme hakkının tanınması; 1931'de Türk Tarih Kurumu'nun kurulması ve 1932'de 1. Türk Tarih Kongresi'nin toplanması, aynı yıl Türk Dil Kurumu'nun ve 1. Türk Dil Kurultayı'nın toplanması ve bunları izleyen yenilikler, değişimin işaretlerini veriyordu. Atatürk'ü Cumhuriyetin ilk yıllarında halk arasında köylülerle sohbet ederken gösteren fotoğraflar, yeni devlet idealinin bütün alanlarla geniş kitleyi kucaklayacak reformlar yapılırken, halkla diyalog içinde bulunmak gereğine işaret eder. Yeni devlet biçimi, halkı eğitip biçimlendirirken, çağdaş bilimin ve bilginin ışığından herkesin eşit oranda yararlanması ilke edinmişti.

Cumhuriyetin kuruluş idealleri ve gerçekleşmekte olan devrimlere büyük bir gönüllülükle katılanlar arasında sanatçılar en önde yer almışlardır. Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren yeni dönemin dağarcığında yer alacak olan "resmi sanat", "milli sanat", "devlet destekli sanat" ve "yeni sanat" kavramları dolaşıma girmiştir. Böylece ulus devletin devrim ideolojisi ve modernleşme ülküsünün resim sanatına yansımaları konusunda ilk eser örnekleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Çağdaş Türk resim sanatında grup oluşumlarının bu gelişmelerde oynadığı rol ve dönemin ruhunun resim eserlerine yansımaları somut ürünlerin incelenmesiyle değerlendirilebilir. Cumhuriyet dönemi ressamlarından Şeref Akdik'in bir "inkılap ressamı" olarak, figüratif çalışmalarıyla, modern yaşam sahneleri ve ulusal Kurtuluş Savaşı'na odaklanan tavrı ayrıca incelenmeye değerdir. Akdik'in Cumhuriyetin kurucusu Mustafa Kemal'i bir dönem lideri olarak betimlediği "Atatürk Telgraf Başında" adlı çalışması, ideallere gidilen yolda gösterilen çabanın somut bir yansıması olarak kayıtlara geçmiştir.

1. Ulus Devlet İnşası Ekseninde Resim Sanatında Lider Temsili

Cumhuriyet'in ulus inşa politikaları gereğince öne çıkan ideoloji ve siyasal koşullandırmalar ve bunların yön verdiği yurtseverlik, ulusalcılık kavramları, özellikle plastik sanatlarda daha çok figür yoluyla kendi ikonografisini oluşturmuştur. Bu aslında tüm ulusların tarihleri için genel geçer bir gerçekliktir. Halk ve topluluk için değer atfeden lider, kahraman, önder ya da kurtarıcı imgesi sanatta sık başvurulan bir temsildir. Mustafa Kemal, ülkede köklü değişimlere önderlik eden, devrimci ve kurtarıcı kimliği ile cumhuriyet döneminde en çok resmi yapılan kişidir. Cumhuriyet'in kuruluşuna koşut, "cumhuriyet", "batılılaşma", "devrimler" gibi kavramlar ve bunlar ekseninde dolaşıma giren söylemler içinde Mustafa Kemal'in olduğu bir figür resmi için konu repertuarı oluşmasına kaynaklık etmiştir. Cumhuriyet'in resmi sanat birliği konumundaki "D Grubu" kurucularından Nurullah Berk, oluşan bu repertuarın yanı sıra, konu türünün kronolojik tarih oluşturma yönüne dikkat çeker (Berk, 1981:33). Doğrudan Atatürk'ün resmedildiği ya da konusunun Atatürk'e ilişkin olduğu resimler özellikle tarihsel kronoloji bakımından belge olarak da önem taşımaktadırlar.

Atatürk'ün bizzat savaşın ortasında ve sıcak cephede betimleyen ilk resim çalışmasının bir yabancı sanatçı tarafından gerçekleştirilmesi bir çelişki gibi görünebilir. Avusturyalı ressam Wilhelm Victor Krausz'un 1916 yılında Mustafa Kemal'i Anafartalar Savaşı grup komutanıyken resmetmiştir. Krausz, I. Dünya Savaşında müttefik ordusu eşliğinde, Türk ressam Hayri Çizel'le birlikte cephede çalışan ikinci sanatçıdır. Avusturyalı ressam Çanakkale Savaşında bilgisi ve üstünlüğüyle dikkat çeken Mustafa Kemal'in birçok fotoğrafını çekmiş ve etkili bir portresini yapmıştır (Resim 1). Resimde Mustafa Kemal, mavi gözleri, açık yeşil renkteki serpuşuyla (başlık) betimlenmiştir. Krausz, çalışmasında ilerisi için zihninde bazı planlar yapan bir savaş kahramanı ve lider tasviri geliştirmiştir.

Atatürk'ün portre ve boydan resimlerini yapan diğer bir yabancı ise Alman ressam Arthur Kampf'dır. Atatürk, I. Dünya Savaşı sırasında bir gezi yaptığı Almanya'nın Berlin kentindeki müzelerde Kampf'ın tarihsel eserleri konu

alan resimlerini görür ve beğenir. Alman sanatçı, 1927 yılında Atatürk tarafından Türkiye'ye davet edilir ve biri ayakta, biri oturur vaziyette ve diğeri at üzerinde tasvir eden üç anıtsal çalışma yapar. Kampf'ın ayakta ve mareşal üniforması içinde betimlediği Atatürk portresi, beden anatomisindeki orantısızlıklar nedeniyle Türk ressamlar tarafından eleştiri konusu yapılır (Resim 2).

Resim sanatında, ana karakterlerin temsilinin figür içerikli temsile yönelmesi genel bir yaklaşımdır. Figüratif resmin en sık görülen türü, portreler veya portre özeniyle yapılmış önemli kişilikler ve olayları konu edinen, belli bir örüntü (şema) düzeni içinde anlatan çok figürlü kompozisyonlardır. Krausz ve Kampf'ın Atatürk konulu resimleri her ne kadar birer portre olsalar da bu yaklaşımın izlerini taşımaktadırlar. Başkan'a göre; sanatçının üslubuna bağlı kalmakla birlikte genellikle konunun ve mesajın plastik anlatımın önüne geçtiği bu resimler çoğu zaman bir tür figür fetişizmi yaratırlar (Başkan, 2005:1048). Özellikle, ideolojik ve siyasal koşullandırmaların biçimlendirdiği veya yurtseverlik ve ulusalcılık rüzgarlarının sert estiği dönemlerde adeta ortama egemen olan havanın 'egemen figürlerle' kendi ikonografisini oluşmasına çok rastlanılan bir durumdur. Öndin, bu yargıyı başka bir açıdan doğrulayan görüşler öne sürmektedir. Cumhuriyet dönemi ressamları sanatçı özgürlüğü konusunda devrim ideolojisine eleştirel bir tavır almadıkları sürece siyasi rejim tarafından herhangi bir kısıtlama yaşamamışlardır (Öndin, 2023:240). Cumhuriyet rejimi, geliştirdiği kültürel ve sosyal politikalara uygun anlayışlarda ürün veren sanatçıları zaman zaman destekleme ve ödüllendirme yoluna başvurmuştur.

Fransız filozof Louis Althusser'e göre, toplumsal formasyon, bireylerin önceden belirlenmiş ilişkiler içinde alacakları rolü belirler. Kültürel yönden, ulus devletin ideolojik aygıtı olan sanat, egemen rejime öncelik verdiği için tüm aşamalarda devrim sanatçının gündemini oluşturur. Althusser, içinde sanatın da yer aldığı devletin İdeolojik aygıtları üzerinde denetim uygulanmadan iktidarın sürekli kılınmayacağını, yönetsel gerekliliğin sağlanmasında sanattan da faydalanılması, sanatçıları devrim ideolojisine koşut konuları tercih etmeye itmiştir (Althusser, 1994:36). Cumhuriyet dönemi akademisyen ve tarihçisi Enver Ziya Karal; Althusser'in çerçevesini çizdiği atmosferi "devrimin hazırlık aşaması" olarak tanımlamaktadır (Karal, 1998:40). Bu kritik aşamada, ulusal kurtuluş savaşı ile özdeşleştirilen Atatürk'ün sıklıkla resimlere konu edilmesinin hayatın doğal akışı ile uyumlu olduğu açıktır.

İngiliz sanat eleştirmeni Toby Clark, kitle kültürü çağında politik imgenin propaganda kavramıyla özdeşleştiğinin altını çizmektedir (Clark, 2023:57). Sanatta ideolojik temsilin daha iyi anlaşılması için, bu türdeki yapıtların, geniş halk kitlelerinin duygu, düşünce ve davranışlarını etkilemek amacını taşıdığını, dolayısıyla önceden kurgulanmış bir mesajlar bütününe ifade eden "propaganda" kavramı ile açıklanmasının yerinde olacağı açıktır. Özsezgin göre, bu tür sanat yapıtları, almayıcısı (izleyici) olan hedef kitleye yönelik birtakım bildirgeler taşımaktadır (Özsezgin, 1994:24). Buna göre; Cumhuriyet'in genel kültür politikası, 1930'lu yıllarda halkçılık politikasının gerekli gördüğü bir çerçevede içinde uygulanmış olduğundan, kültür ve sanata ilişkin bütün olguların temelinde, sanattan ve kültürden olabildiğince geniş bir halk kesimini yararlandırma amacı, bütün açıklığıyla belirir.



Resim 1. Wilhelm Victor Krausz, "Mustafa Kemal Anafartalar Savaşı'nda", Tuval Üzerine Yağlıboya, 1916.



Resim 2. Arthur Kampf, "Çankaya Köşkü'nde Atatürk", Tuval Üzerine Yağlıboya, 1927.

2. "İnkılap Sergileri" ve 'Cumhuriyet'in Sanatçısı' Olarak Şeref Akdik

Cumhuriyet'in ilk on yılından itibaren sosyal kültürel alandaki atılım ve yeniliklerin sanat ve kültür politikaları aracılığıyla geniş halk kitlelerine yaygınlaştırılması çabasında önemli etkinlikler ortaya çıkmaya başlar. 1933-1936 yılları arasında "İnkılâp Sergileri"; 1938-1945 yılları arasında "Yurt Gezileri", 1932-1939 yılları arasında başlayan ve daha sonra gelenekleşen "Devlet Resim ve Heykel Sergileri" etkin sanat hareketleri olarak öne çıkarlar. Sanatçılar bu etkinliklere büyük bir istek ve gönüllülükle katılırlar. Cumhuriyet'in ilk kuruluş yıllarında etkin olan Türk eğitimci ve yazar İsmail Hakkı Baltacıoğlu'na göre Akdik, "bir inkılap ressamıdır" (Baltacıoğlu, 1937:11). Akdik, "Okuma Yazma Kursu" ve "Mektebe Kayıt" (1935) adlı resimlerinde, Cumhuriyet devrimlerinin oluşum sürecinde etkili olan eğitim konusuna odaklanmıştır. "Okuma Yazma Kursu" resminde harf devriminden sonra yeni harflerinin kısa sürede halka öğretilmesi amacıyla 1928 yılında açılan Millet Mektepleri betimlenmiştir. "Mektebe Kayıt" resminde ise eğitim ve öğretimin tüm halka yaygınlaştırılması girişimlerine vurgu yapılmıştır. Sanat tarihçisi Dastarlı, Baltacıoğlu'nun Akdik değerlendirmesine katılır ve onun, cumhuriyetin reform anlayışını resimde en iyi temsil eden isimlerden biri olduğunu belirtir (Dastarlı, 2021:135).

Şeref Akdik (1899-1972), ünlü hattat Kâmil Akdik'in oğlu olarak dünyaya gelmiş, Fatih Merkez Rüştüyesinden sonra girdiği Sanayi-i Nefise Mektebi'ni 1924'te bitirmiştir. Devlet bursu ile sanat eğitimi için gittiği Paris'te Julian Akademisi'nde Paul Albert Laurens'in atölyesine devam etmiştir. 1928'de yurda dönerek, önce Gazi Eğitim Enstitüsü sonra Haydarpaşa Lisesi'nde ders vermiş ve 1951'de öğretim üyesi olarak atandığı İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi'nden 1964'de emekli oluncaya kadar çalışmıştır. İnkılâp Sergileri ve Devlet Resim ve Heykel Sergilerine katıldı; 7. Devlet Resim ve Heykel Sergisi'nde (1945) birincilik ödülünü kazanmıştır. Güzel Sanatlar Birliği ile *Müstakil Ressam ve Heykeltıraşlar Birliği*'nin kurucuları arasında yer almıştır. Cumhuriyetin sanatçıları Anadolu halkıyla buluşturması programı çerçevesinde başlattığı *Yurt Gezileri* kapsamında 1940 yılında İçel ve 1943 yılında ise Erzincan'da çalışmıştır. Akdik, resim sanatının her türünde (portre, manzara, ölü doğa) yapıtlar vermiştir. Gezgin'e göre, Akdik; "gerçekçi bir empresyonizm (izlenimcilik) yapmak istiyorum" diyerek, izlenimci tavrını sanat yaşamı boyunca sürdürmüştür. (URL 1). Özden ise, Akdik'in, "eserlerimde samimi olmaktan başka hiçbir endişem yok!" diyerek, mütevazı bir sanatçı tavrı geliştirdiğinin altını çizmektedir (Özden,1945:8). Manzaralarında izlenimciliğin etkisi sezilirse de portre ve figürlerinde akademik kurallara bağlı, yorumdan uzak, nesnelere oldukları gibi aktaran bir yaklaşımı vardır. Sanatçı, oldukça ölçülü ve klasik bir desen anlayışına sahiptir. 1930 yılında yaptığı "Köpekli Kadın" (Ayna Önünde Afgan Tazılı Kadın) adlı yapıtında, modernleşme projesinin ilerlemeci yanını temsil eden modern Türk kadını imgesini ele almıştır "Okuyan Kadın" (1945), "Kitap Okuyanlar" (1946) adlı resimlerinde Osman Hamdi ile aynı imgeyi (kadın ve kitap) kullanarak, onun Osmanlı aydınına atfettiği "düşünen, tartışan birey" imgesini kadına yöneltmiştir. Yurt Gezileri kapsamında 1940 yılında İçel'e (Mersin) gönderilmiş ve orada yaptığı "Tahtacı Kız" (1949) ve daha sonra yapacağı resimlerde, yöresel kıyafet içinde genç kız temasını betimlemiştir. Bu resimlerden biri *Ülkü Dergisi*'nin 1 Temmuz 1943 tarihli 43'üncü sayısının kapağını alınmıştır. Akdik, "Sivas Cer

Atölyesi” (1948) adlı yapıtında ülkedeki demiryollarının millileştirilmesi ve yeni tren yollarının yapılmasını, yeni ulus devletin demiryolu politikasını işlemiş ve cumhuriyetin kalkınma politikalarının izdüşümlerini yansıtmaya çabasına girmiştir.

Cumhuriyetin sanat ve kültür politikalarının genel konu alanını oluşturan milli mücadele ve devam eden devrimler, daima Şeref Akdik’in resminin dağarcığının bir parçası olmuştur. Sağlam’a göre, Akdik, *Müstakiller* (Müstakil Ressam ve Heykeltıraşlar Birliği) hareketi içinde yer aldığı dönemden itibaren; bir yandan kırsal kesim yaşamını öyküleyen figüratif düzenlemeler yaparken, diğer yandan da toplumsal ve siyasal gündemi de yansıtan Atatürk ve devrimleriyle ilgili kompozisyonlara da öncelik vermiştir (Sağlam; 2004:114). Daha 1934 yılında “Atatürk Telgraf Başında” resmini yapmadan önce, 1930’da “Halk İnkılâp ve Millet Mektebi”, 1931’de, “Kurtuluş Savaşı’nda Ekmek Saclarından Süngü Yapımı”, “Atatürk ve Türk Tarih Kurumu Arkeoloji Çalışmaları” ve “Kağnılar” adlı resimlerini üretmiştir. Özellikle, “Atatürk Ahlatlıbel’de Kazıda” (1933) adlı büyük boy çalışması, Atatürk’ün Cumhuriyetin devrimlerini ve uygulamalarını bizzat sahada incelerken tasvir etmesi açısından önemlidir (Resim 3). Resim, Ankara Ahlatlıbel’de gerçekleştirilen cumhuriyetin ilk kazısına Atatürk’ün 1933 yılında gerçekleştirdiği ziyareti betimlemektedir. Böylece erken Cumhuriyet döneminin ruhunu, kendine özgü bir coşku ve kabullenme ile yapıtlarına yansıtmış ve Cumhuriyet’in kültürel çalışmalarına büyük bir istek ve duyarlıkla katılmış bir sanatçı duruşu göstermiştir. Elibal, Akdik’in sanatsal üretimi konusunda, Sağlam ile aynı düşünce birliği içindedir. Öğretmen ve ressam olarak tüm yaşantısının bu döneminde devrimleri bir bütün anlayış içinde kavrayıp yaygınlaşması yolundaki yansımaları, değerlendirmeler zincirinde üslubuyla örneklemeden geri kalmamıştır (Elibal; 1973: 24).

1908’de İstanbul’da II. Meşrutiyet’ten sonra sanatçı birliklerinin kurulmaya başladığı ve bu oluşumların Cumhuriyet dönemi boyunca devam ettikleri görülmektedir. Her yıl gerçekleştirilen Galatasaray Sergilerini düzenleyen Sanayi-i Nefise Birliği dışarıda tutulursa; 1929’da kurulan Cumhuriyet döneminin ilk sanatçı topluluğu *Müstakil Ressam ve Heykeltıraşlar Birliği*’dir. Grup, ülkedeki akademik eğitimleri sonrası yurt dışına devletçe gönderilen ve öğrenimlerini tamamlayarak dönen sanatçılardan oluşmaktadır. 1928’de Fransa ve Almanya’dan dönen genç sanatçılar Müstakiller adı altında toplanmışlardır (Giray; 1993:229). Bu birliğin kurucuları arasında ressamlardan Refik Epikman, Cevat Dereli, Şeref Akdik, Mahmut Cuda, Nurullah Berk, Hale Asaf, Ali Avni Çelebi, Zeki Kocamemi, Muhittin Sebati ve heykeltıraş Ratip Aşir Acudoğlu yer almıştır. Tansuğ, Müstakil Ressam ve Heykeltıraşlar Birliği’nin tüzüğüne 15. Maddesine vurgu yapmaktadır: “Heyeti idare bilimum icraatında hükümete karşı mesuldür” (Giray; 1993: 229). Tansuğ’a göre bu madde birliği oluşturan sanatçıların hükümetten ilgi ve himaye beklediklerini ifade ediyordu. Birlik, 1929’da bastırılan “Nizamname” de amacını şu sözlerle dile getirmektedir. Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği, resim ve heykel sanatlarının memleketimizde henüz inkişaf etmekte olduğunu nazarı itibaren alarak, bu sanatın terakkisi için sağlam esasların ve emin temelin mevcudiyetini elzem addeder ve sanatın kendine has temiz ve yüksek serbestisi ile çalışarak hizmeti de gaye bilir (Giray; 1993:229).

Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği, izlenimci renkçilik yerine tuvalin desen yapısına, çizgisel kuruluşuna önem veriyordu. Kübizm’den Dışavurumculuğa (Ekspresyonizm) kadar birçok farklı sanat anlayışlarından hareketle ve bunları özümseyerek yapısalcı dizge içinde güçlü biçim yenilikleriyle üretmeyi temel alıyordu. Birlik üyesi sanatçılar, genç Cumhuriyet’in modern sanat öncülüğüne soyunmuşlardı. Cumhuriyet döneminin ilk on yılına ilişkin gelişmelerin sanatsal bir dökümü, bir “muhasese” niteliğinde olan ve 1933 yılının Ekim ayında Ankara’da düzenlenen İnkılâp Sergisi, Özsezgin’e göre; içerdiği yapıtların, genellikle Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyet konuları üzerine kurulu olması, resimlerde kullanılan teknik bilgi ve becerilerin Batı’dan öğrenilmiş sanat yöntemleriyle yakın ilişki içinde bulunması, daha o yıllarda bir sanat “düsturu” edinme yolunda birtakım çabaların söz konusu olduğunu açığa çıkarıyordu (Özsezgin; 1993: 229). Erzen’in bu konudaki daha temkinlidir. O’na göre; Cumhuriyet kültürü her ne kadar Batılılaşma çizgisinde gelişmiş, önemsenmişse de ulusal değerler Cumhuriyet’in ilk on yıllarında Batı etkilerine karşı kendi kimliğini bulma ve kendi kökenlerine dönme gibi düşünceleri de ön plana çıkarmıştır (Erzen; 2013: 6-7). Akdik, katıldığı Yurt Gezileri kapsamında gerçekleştirdiği yöresel temalı çalışmaları, ulus inşasında rol alacak modern kadın imgesinin kuruluşunda ve Cumhuriyet devrimlerinin sahadaki uygulamalarında, keskin bir gözlemci olarak tüm bunları resimleriyle belgeleme yoluna girmiştir.



Resim 3. Şeref Akdik, "Atatürk Ahlatlıbel'de Kazıda", Tuval üzerine yağlıboya, 297X221 cm., 1933, Ankara Resim ve Heykel Müzesi.

3. Ulus Devlet İnşasında Bir Dipnot; "Atatürk Telgraf Başında"

Cumhuriyetin ilk on yılının kazanımlarının bir bilançosunu çıkarmak üzere organize edilen İnkılâp Plastik Sanatlar Sergisi'nin ikincisi 1934 yılında açılmıştır. Sergi, Cumhuriyet'in ilk kuşak sanatçılarının Atatürk'ün düşünce sistemine uygun idealleri, gerçekleştirdiği devrimler ile onunla bütünleşen sanatçı kişiliklerin bir resmigeçidi gibidir. Sergide yer alan sanatçılar ve yapıt adları, bu gerçekliği belirgin bir biçimde göstermektedir. Hamit Görele, *Müzik ve Dil Kongresi, Atatürk Dil Uzmanları İle, Hava Müdafaası* (heykel), *Eski Ankara*; Malik Aksel, *Halı Dokuyanlar, Aile İçinde Cumhuriyet Bayramı*; Cemal Tollu, *Kitap Okuyan Köylü Kız*, Şeref Akdik, *Atatürk Telgraf Başında, Mektebe Kayıt, Okuma Yazma Öğrenenler*, Celal Esat Arseven, *TBMM ve Atatürk*, Arif Kaptan, *Cumhuriyet'in Gençliğe Tevdii*; Zeki Faik İzer, *İnkılâp Yolunda*; Halil Dikmen, *İstiklal Savaşı'nda Cephane Taşıyan Kadınlar*; Turgut Zaim, *Doğu ve Batı Halkının Atatürk'e Arz-ı Şükranı*; Refik Epikman, *O Gün*; Ruhi Arel, *Türk Ordusunun İstanbul'a Girişi*; İbrahim Çallı, *Hatay'ın Anavatana Hasreti*; Melek Celal Sofu, *Türk Kadını TBMM'de* adlı yapıtıyla sergiye katılmıştır.

İnkılâp Sergisi'ndeki bu yapıtlar arasında yer alan ressam Şeref Akdik'in *Atatürk Telgraf Başında* adlı çalışma, Cumhuriyet döneminin ulus inşa politikalarının sanat alanındaki tipik bir örneği olarak incelenebilir (Resim 4). Altıntaş, bu çalışmayı, Akdik'in, Atatürk, Cumhuriyet ve İnkılaba ilişkin kompozisyonları arasında sınıflandırarak, resim ile ilgili çarpıcı bir çözümleme sunmaktadır. "Atatürk Telgraf Başında" bütün Kurtuluş Savaşı psikolojisini sığdırdığı bir resim olması nedeniyle Akdik'in benzer kompozisyonları içinde ayrı bir yeri vardır. Gaz lambası altında bir milletin kaderini tayin edecek en zor emirleri veren Atatürk'ün yüzündeki gerginlik ve sabırsızlığa açıkça görürüz Atatürk burada O andaki durumun psikolojisi içinde tabii bir pozla resmi alışılmışın dışında yerleştirilmiştir. Mevcut olan iskemle de bir koltukta oturarak değil, günün şartları içindeki duygu ve heyecanı ile telgraf masasının kenarına yarı oturmuş yarı yaslanmış bir biçimde gösterilmiştir. Yüzdeki ifade ile elin belini kavrayış biçimindeki kararlılık ve geleceğe inanç, Ata'nın bütün Kurtuluş Savaşı ve hayatı boyunca gösterdiği ender kişiliğinin ustaca ifade edilmesini görürüz (Altıntaş, 1988:67). Öndin'de, kompozisyonun izleyende yarattığı duyguyu yansıtması konusunda Altıntaş ile aynı fikir birliği içindedir (Öndin, 2023:86). Resimde, gaz lambasının yarı aydınlattığı bir ortamda, Atatürk'ün yüzündeki gerginlik ve endişe, koşulların olumsuzluğuna dair göndermeler içermektedir.

Devrim öncesi sürecin fırtınalı havasını sonraki kuşaklara güçlü bir plastik ifade ile aktarmaya çalışan resmin oluşumuna yol açan gelişmeler ayrıntılı tarihi bir araştırma konusu yapacaklar için Atatürk'ün *Söylev*'i başvuru rehberi olabilir. Uğurlu, resimde, Mustafa Kemal'in, milli mücadeleyi örgütleyebilmek için, Anadolu ile İstanbul arasında, telgraf görüşmesi gerçekleştirmeye çalıştığı, yorumunu yapmaktadır. Yazar, iddiasını şöyle somutlar: Mustafa Kemal, Onuncu Yıl Söylevinde dile getirdiği 11 Eylül 1919 tarihindeki telgraf görüşmesi yansıtılmaya

çalışılmış olmalıdır (Uğurlu, 1998: 13). Söylevde o günlerde telgraf görüşmelerinin güçlkle sağlandığı ve Sivas Kongresi zamanında, İstanbul Hükümeti ile haberleşmenin uzun uğraşlara rağmen bazı nedenler ve kişilerden dolayı güçlkle gerçekleştirildiğini belirtmiştir.

Atatürk'ün Söylev'i incelendiğinde, 11 Eylül 1919 tarihinin milli mücadelenin geldiği noktada 'kırılma noktası' denilebilecek birtakım olayların yaşandığı bir tarihsellik barındırdığı görülecektir. 11 Eylül 1919 günü, Mustafa Kemal, Anadolu ve Rumeli Müdafaa-ı Hukuk Cemiyeti Heyeti Temsiliyesi Başkanlığına seçilmiş; Sivas Kongresi tamamlanmış, Anadolu ve Rumeli Müdafaa-ı Hukuk Cemiyeti teşkil edildiğine dair beyanname Mustafa Kemal'in imzasıyla Sivas Vilayeti'ne verilmiştir. Aynı günlerde milli mücadeleye karşı olan İstanbul'daki Sadrazam Damat Ferit hükümetinin Mustafa Kemal'i etkisizleştirmek ve Sivas Kongresi'ni dağıtmak üzere kurmay Albay Ali Galip Bey'i Elâzığ Valiliği'ne atamıştır. İşte bu koşullarda yoğun bir telgraf trafiğinin yaşandığı sanılmaktadır.



Resim 4. Şeref Akdik, "Atatürk Telgraf Başında", Tuval üzerine yağlıboya, 138X178 cm, 1934, İstanbul Resim ve Heykel Müzesi, İstanbul.

Söylev'in hemen yarıya yakın bölümünde Mustafa Kemal'in telgraf yazışmalarına dayanıyor olması, telgrafın milli mücadelenin kazanılmasındaki önemli rolüne işaret etmektedir. Eğilmez'in bu modern aygıtın kullanımıyla ilgili yorumuna göre; Atatürk, telgrafı günümüzdeki sosyal haberleşme programlarının yer aldığı internet gibi kullanmış; milli mücadelenin önemli bir bölümünü sürekli olarak telgraf başında, örgütlenme faaliyetleri ve ikna çabaları, zaman zamanda tehdit girişimleriyle geçirmiştir (URL 2).

Şair Orhan Asena'nın *Kurtuluş Savaşı Destanı* adlı yapıtında "Telgrafçılar" adlı şiiri, bu atmosferi tüm gerçekliğiyle yansıtmaktadır:

"Telgrafçılar canları dışında,
Yurdun dört ucunu birbirine bağlar,
Valilikler, mutasarrıflıklar, kaymakamlıklar,
Emir alır, emir verir, emir sorar,
Şimdi tüm Türklerin nabzı
Mustafa Kemal'in parmağı ucunda atar" (Asena; 1995: 12-14).

Telgraf, 1900'lü yılların en hızlı iletişim aracı olarak önem kazanmıştı. Telgraf aracılığıyla, kısa metinler hızlı bir şekilde istenilen noktaya ulaştırılabiliyordu. Millî mücadele dönemindeki Anadolu'nun durumu göz önüne

alındığında iletişimin hızlı bir şekilde sağlanması yaşamsal önemdeydi. Kurtuluş Savaşı boyunca, orduların düzeni, cephane ve askeri teçhizatın toplanması ve nakli, kongre ve gösterilerin organize edilmesi gibi faaliyetlerin başarısı için hızlı iletişimin gereği açıktır. Anadolu'nun birçok bölgesinde yaşanan işgaller dolayısıyla Posta-Telgraf İdaresi İngiliz güçlerinin eline geçmiştir. Buna rağmen, Fatsalı Halim Efendi, telgrafçı Hamdi Bey gibi çok sayıda isimsiz telgrafçı İstanbul'daki İngiliz haber alma kaynaklarının baskı ve kuşatmasını kırarak, Anadolu'ya gizli bilgileri sızdırmayı başarmışlardır. Yurtsever telgrafçılar, Mustafa Kemal'e bilgi aktarabilmek, onun talimatlarını gerekli yerlere ulaştırabilmek için, telgraf hatlarının sabote edildiği, telgrafhanelerin basılıp tahrip edildiği koşullarda, canlarını ortaya koymuşlardır. Kurtuluş mücadelesi, bir anlamda 'telgraf savaşı' olarak yaşanmıştır. Atatürk, Söylev'de milli mücadelenin isimli ve isimsiz kahramanları olan telgrafçıların özverisini özellikle anmaktadır: "Baylar, sırası gelmişken bilginize sunayım; bütün telgrafçılarımızın, ulusal girişim ve eylemlerimize yaptıkları özverili hizmetlerinin ulusal tarihimizde önemli yeri vardır. Kendilerine bugün açıkça teşekkür etmeyi bir ödev sayıyorum" (Atatürk, 2012: 361).

Atatürk'ün Söylev'i içerisinde, Kurtuluş Savaşı boyunca yaşanan günlük ve anlık olayların atmosferi göz önüne alındığında, Akdik'in bu anlatılanların özümsemesini, "o an" üzerinden sahneleyen bir kompozisyonu amaçladığı açıktır. "Atatürk Telgraf Başında" resminde; kompozisyonun ana sahnesinde, ön planda Mustafa Kemal sağ tarafta, telsiz başında, bir dizini masanın üzerine atmış, bir eli belinde, diğer eli ile masayı sıkıca kavramış durumda, telgrafçıya talimat vermektedir. Telgraf çekmekle görevli memur, sırtı izleyiciye dönük, yüzü yandan çok az görünecek bir şekilde sandalyede oturmaktadır. Resmin sol tarafında, biraz geride, duvara yaslanmış ve beklemekte olan iki asker yer almaktadır. Bu iki figür, Atatürk'ün telgraf başındaki görevli karşısındaki tavrı üzerine aralarında sessizce konuşmaktadırlar. Ağırıklı olarak hâkî yeşil ve kahverengi tonların kullanıldığı resimde, siyah ve koyu renk tonlarıyla ışık ve gölge oyunları yapılmıştır. Dürüst'e göre; canlı ve çarpıcı renkler yerine, daha doğal, ilgi çekmeyen, kirletilmemiş saf renklere yer verilmiştir (Dürüst; 2006: 28-31). Tavanda asılı lambanın yansıttığı parlak ışık, odanın içini ve Atatürk'ün kaygı dolu yüzünü aydınlatmaktadır. Resimde kullanılan ışık-gölge düzeninin Mustafa Kemal'in yüzündeki ifadeyi güçlendirici bir etkisi olmuştur. Akkaya'ya göre ise; Atatürk'ün yüzündeki kızgın ve endişeli ifade, arka plandaki figürlerin katkısıyla izleyicide de endişe ve gerilim yaratmaktadır (Akkaya; 2014: 262). "Atatürk Telgraf Başında" resmi, Ulusal Kurtuluş Savaşından tarihi bir kesiti aktarmaktadır. Mustafa Kemal, milli mücadele süresince, hareketi her açıdan yönetmekle kalmamış, bizzat haberleşmenin de başında durarak, idari yetkililer ve ordu komutanlarıyla iletişim içinde olmuş, bilgi akışını sağlayarak, güçlü bir örgütlenme sağlamıştır. Mustafa Kemal'i milli mücadelede telgraf başında durukken gösteren resim, telgraf makinesinin ulusal kurtuluş savaşının önemli bir sembolü olarak kullanmıştır.

Milli mücadele ile özdeşleşmiş telgrafın resimde önemli bir imge olarak yer bulduğu başka bir yapıt, Akdik'in kompozisyonuna benzer olan Necdet Kalay'ın benzer adlı çalışmasıdır. Akdik'in öğrencisi olan ressam Necdet Kalay (1932-1984), 1960-63 yılları arasında ressamın Kadıköy'deki atölyesine devam etmiştir. Kalay'ın "Mustafa Kemal Telgraf Başında" adlı küçük boyutlu resim çalışması olasılıkla hocası Akdik'in esiniyle oluşturulmuştur (Resim 5). Resimde askeri üniforma ve kalpağı ile Mustafa Kemal, gaz lambası ile aydınlanmış bir odada, masa başındaki telgrafçıya bir şeyler dikte etmektedir. Resimde yer alan tüm figürlerin yüzü izleyiciye dönüktür. Akdik'in anıtsal üslubuna rağmen, Kalay'ın çalışmasının hem kompozisyon açısından hem de renk kullanımı açısından çok daha serbest bir şekilde yapılandırıldığı görülmektedir.



Resim 5. Necdet Kalay, “Mustafa Kemal Telgraf Başında”, Tuval üzerine yağlıboya, 60X73 cm.



Resim 6. Nazmi Ziya Güran, “Mustafa Kemal Atatürk”, Tuval üzerine yağlıboya, 146x96,5 cm., 1925, İstanbul Resim ve Heykel Müzesi.

Cumhuriyet dönemi Türk resminde Atatürk, ulusal kurtuluş savaşı ile özdeşleştirilen bir figür olarak birçok çağdaş Türk ressamının eserlerinde boy göstermiştir. Nazmi Ziya Güran'ın 1925 yılında yaptığı “Atatürk” portresinde Mustafa Kemal, asker kıyafetleri içinde betimlenmiştir (Resim 6). Güran, resminde, Ulusal Kurtuluş Savaşı'nın anılarını, kurtarıcının yüzü izleyiciye dönük bakışında yoğunlaştırmıştır. Güran'ın resminde Ulusal Kurtuluş Savaşı'na dair en önemli ayrıntı giydiği üniformaya ek olarak sağ elinde taşıdığı dürbün imgesidir. Güran'ın Mustafa Kemal betimlemesi Akdik'in kompozisyonu ile karşılaştırıldığında temel bazı ayrılıklar göze çarpmaktadır. Gören'e göre Akdik, figürü merkezine alarak, farklı konular çalışmış, 1929 yılında kurulmasına öncülük ettiği Müstakiller içinde, resmin formunu önceleyen diğer sanatçıların aksine, seçtiği konuyu aktarmayı tercih etmiştir (Gören, 2003: 224). Dastarlı göre ise Akdik'in, sahneyi doğalcı bir yaklaşımla aktarım çabasındaki objektif tavrı, sahne seçiminin kendisinde zıt bir karaktere kavuşur (Dastarlı, 2021:136). “O anda, orada olan” bir sahneyi resmine yorumuz bir şekilde aktarırken, aslında betimlemeyi seçtiği sahnelerle bu objektiviteden uzaklaşır.

SONUÇ

Çağdaş Türk resim sanatında, doğrudan Mustafa Kemal Atatürk'ü konu alan resimler sadece birer eser olmanın ötesinde, özellikle tarihsel kronoloji açısından belge önemi taşımaktadırlar. Atatürk, genç cumhuriyetin kurucu önderi, tarihi bir kişilik, kurtarıcı imgesi olarak halk nezdinde karşılık bulan bir figürdür ve tüm bu özellikleriyle resimlere konu edilmiştir. Durum böyle iken, Mustafa Kemal'in ilk resminin 1916'da Çanakkale Savaşı sırasında, Avusturyalı ressam Wilhelm Victor Krausz tarafından yapılması ayrıksı bir olgudur. Yine, cumhuriyet kurulduktan sonra, Atatürk'ün davetiyle Türkiye'ye gelerek, Çankaya Köşkü'nde onun üç portresini yapan Alman ressam Arthur Kampf'ın çalışmaları tarihsel birer belge olarak resim tarihi dağarcığıımıza eklenmiştir. Türk sanatçıları da aynı yıllarda, cumhuriyet kültür ve sanat politikalarının geliştirilmesine koşut, paralel üretimlerde bulunmuş ve başta Mustafa Kemal figürü olmak üzere, Ulusal Kurtuluş Savaşı ve cumhuriyet devrimleri izleğinde yapıtlar vermişlerdir.

Sanatın, ulus inşa sürecindeki rolü ve önemi bazı düşünür ve tarihçiler tarafından ayrıntılı bir çözümlemeye tabi tutulmuştur. Althusser, sanatın devletin ideolojik aygıtlarından biri olarak kabul etmekte ve iktiran sürdürülebilmesi için başat bir rol oynadığını ifade etmektedir. Kendi kültür tarihimizden biri olarak yazar Karal da “devrimin hazırlık aşaması” denilen süreçte sanatçıların ulusal temalara yönelmesini bir gereklilik olarak görmektedir. Sanat tarihçi Öndin ise, Cumhuriyet dönemi ressamlarının sanatçı özgürlüğü konusunda devrim ideolojisine eleştirel bir tavır almadıkları sürece, siyasi rejim tarafından herhangi bir kısıtlama yaşamadıklarının altını çizmektedir.

Mustafa Kemal Atatürk'ün “Onuncu Yıl Söylevi”nde, güzel sanatlara ağırlık verilmesinin gerekliliği özel olarak vurgulamış, sonraki yıllarda bu hedef doğrultusunda İnkılap sergileri, Yurt Gezileri benzeri sanat etkinlikleri

gerçekleştirilmiştir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında bu sanat etkinliklerinin büyük bölümü devlet desteğiyle yapılmıştır. Devlet, sanatçıları teşvik ederek desteklemiş, bunun karşılığında sanatçılar da yeni Cumhuriyet'in tanıtılıp gelişmesinde katkı da bulunmuşlardır. İncelememize konu edilen Şeref Akdik'in "Atatürk Telgraf Başında" adlı yapıtı bu kapsamda düzenlenen *İnkılâp Sergisi* için üretilmiştir ve amaca uygunluğu teyit edildikten sonra devletin koleksiyonuna dâhil edilmiştir.

Millî mücadeleyi "telgraf" imgesi üzerinden konu alan resim, dönemin sancılı ve gerilimli yıllarını, siyasi atmosferini gerçekçi bir yaklaşımla belgelemektedir. Resmi oluşturan kompozisyonda masa başında çalışan telgrafçı, masaya yaslanarak/oturarak onu izleyen Mustafa Kemal ve arkada iki asker tasvir edilmiştir. Odanın tavanında asılı gaz lambasının aydınlattığı yüzüyle Mustafa Kemal, sivil kıyafetleriyle resmin ana ögesi konumundadır. Resimde kullanılan yapay ışık ve bu ışığın biçimlendirdiği gölge, sorunlu gibi görünmüş olsa da millî mücadelenin en sıkıntılı anlarını, döneme baskın olan gergin atmosferi, Mustafa Kemal'in duruşu üzerinden izleyiciye yansıtabilmesi bakımından önemli bir yapıttır. Akdik, yapıtın kompozisyon düzenlemesini gerçekleştirmeden önce uzun bir süre telgrafhanelerde gözlemlerde bulunmuş, daha sonra lamba ve Atatürk portresini içeren birçok ön çalışma (eskiz) yapmıştır.

Yapıtın içerdiği mesajlar bütünlüğünde izleyicisine söylediği söz, toplumun millî mücadeleyi Mustafa Kemal önderliğinde tek vücut olarak birlikte göğüslediğidir. Atatürk'ün geçmişte önderlik ve vatanperverlik yönü ortaya koyulmuş ve rasyonalizm ve teknolojinin yardımıyla (teknoloji "telgraf" imgesiyle temsil edilmiştir) bu özellikler günümüze transfer edilmiştir. Şöyle ki, Mustafa Kemal'in millî mücadele sırasındaki başarısı açıktır, O, kurtuluş savaşı verilirken yapıcı düşünceleri ve çalışmaları sayesinde toplumu özgürlüğe kavuşturmuştur. O halde bugün için de düşünceleri yapıcıdır ve onun izinde gitmek, gösterdiği yeniliklere yürümekte tereddütsüz davranılmalıdır. Geleceğin aydınlığını o temsil etmektedir. Güçlükler içerisinde vatanın kurtuluşuna önderlik eden Mustafa Kemal, savaş günlerinde, lider kişiliğine güvenen halk, bugün de ona güven duymaya devam etmeli ve gerçekleştirdiği devrim ve yeniliklerin halkın yararına olduğuna inanmalıdır. Tüm bu mesaj dizisi, nihayetinde, kurtarıcı imgesinin henüz kabul görmemiş bazı kişilerce de kabulü için kimi genellemelerle akılcı hale getirilmesini amaçlanmaktadır.

Şeref Akdik'in "Atatürk Telgraf Başında" resmi, özgün biçimlendirme diliyle, cumhuriyet tarihinin bir belgesi niteliğine sahiptir. *Atatürk Telgraf Başında* yapıtı propaganda teknikleri açısından değerlendirildiğinde üstlendiği iletiyi alımlayıcıya (izleyici) taşıdığı rahatlıkla söylenebilir. Yapıt, ulusal önder imgesi olarak Mustafa Kemal Atatürk'ün inanç ve kararlılığının somut bir belgesi olarak, Türk resim sanatının kült çalışmaları arasında yer almaktadır.

KAYNAKÇA

- Akkaya, T. (2014). *Akademik ve Disiplinlerarası Yeni Sanat Eleştirisi Kuramı*, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Tarihi Yayınları.
- Althusser, Louis (1994). *“İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları”*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Altıntaş, O. (1988). *Şeref Akdik*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, No:910.
- Asena, Orhan. (1995). *Kurtuluş Savaşı Destanı*, Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Atatürk, M. K. (2012). *Nutuk (1919-1927)*, Yayına Hazırlayan: Zeynep Korkmaz, Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
- Baltacıoğlu, İ. H. (1937). *“Bir İnkılap Ressamı”*, Yeni Adam Dergisi, 161, 28 İkincikânun (Ocak) 1937, 10-11:18.
- Başkan, S. (2005). *Bazı Atatürk Resimlerinden Örneklerle Cumhuriyet Resminde Figür*, Atatürk Araştırmaları Merkezi Dergisi, Cilt XXI, Sayı 63, s. 1046-1069.
- Berk, N. (1981). *Resim Sanatımızda Atatürk*, Sanat Dünyamız, Sayı: 22, Kasım-Aralık, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Clark, T. (2023). *Sanat ve Propaganda, Kitle Kültürü çağında Politik İmge*, Çeviren: Esin Hoşsucu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dastarlı, E. (2021). *Yan Kapıdan Girenler, Modern Türk Resminin Analizi*, İstanbul: Hayalperest Yayınları.
- Dürüst, M. K. (2006). *Hocam: Şeref Akdik, Art&Life Dergisi*, S.18, İstanbul 2006, s. 28-31.
- Gören, A. K. (2003). *“Cumhuriyet Ruhunun Temsilcisi: Şeref Akdik”*, Antik&Dekor S. 76, İstanbul: Antik A.Ş. Yayını, Nisan 2003, 224-129.
- Elibal, G. (1973). *Şeref Akdik Hayatı, Sanatı ve Eserleri*, İstanbul: Ar Ajans Yayını.
- Erzen, J. (2013). *Türk Modernizminde Düş ve Bellek*, Sergi Katalogu, Anka Sanat, Ankara: Ankara Antikacılık Yayını.
- Giray, K. (1993). *Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği*, İstanbul: Akbank Kültür ve Sanat Kitapları. No: 64.
- Karal, Enver Ziya, (1998). *“Atatürk ve Devrim”* Ankara: Metu Press.
- Öndin, N. (2023). *Cumhuriyet’in Kültür Politikası ve Sanat 1923-1950*, İstanbul: Hayalperest Yayınları.
- Özden, Ş. (1945). *“Ressamlar Konuşuyor I”*, Yeni Sanat, 30, 15 Şubat 1945, 8-8.
- Özsezgin, K. (1994). *Cumhuriyet’in 75. Yılında Türk Resmi*, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sağlam, M. (2004). *Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Sanat Koleksiyonu 1, Batılı Anlamda Türk Resim Sanatının Gelişme Aşamaları ve Koleksiyondan Örnekler*, Ankara: T.C. Merkez Bankası Yayını.
- Tansuğ, S. (1996). *Çağdaş Türk Sanatı*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Tansuğ, S. (1993). *Çağdaş Türk Resmi*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- URL 1: <http://t24.com.tr/haber/mahfi-egilmez-ataaturk-telgraf-sistemini-internet-gibikullanmis,442738> (Erişim Tarihi: 04.11.2021).
- URL 2: <https://sanattasarimgazetesi.com/2021/03/23/seref-akdik-resminde-izlenimcilik/> (Erişim Tarihi: 05.09.2021).
- Uğurlu, V. (1998). *Savaş ve Barış, Kurtuluş Savaşı’ndan Cumhuriyet’in İlk Yıllarına Türk Resminden Kesitler*, İstanbul: Yapı ve Kredi Kültür Sanat Yayınları.

Görsel Kaynaklar:

- Resim 1: <https://www.friendz10.com/sosyal-hayat/atamizin-ilk-portresi-20639>
- Resim 2: <https://isteaturk.com/g/icerik/Prof-Arthur-Kampf-Ataturk-Cankaya-Kosku-1927/1570>
- Resim 3: <https://www.kulturportali.gov.tr/medya/fotograf/fotodokuman/8537/ataturk-ahlatlibel%27de-kazida>
- Resim 4: <https://ozankeceli.wordpress.com/2020/07/09/telgrafin-telleri-muhtesem-iletisim-agi/>

RESİMDE 'CUMHURİYET'İN KURUCUSU' İMGESİ; "ATATÜRK TELGRAF BAŞINDA"

Resim 5: http://www.artnet.com/artists/necdet-kalay/mustafa-kemal-telgraf-ba%C5%9F%C4%B1nda-w6zYJMP_5afW_KfWeAvQ6w2

Resim 6: <https://www.meftun.art/post/resi-m-sanatinda-mustafa-kemal-atat%C3%BCrk-portreleri>

YAPAY ZEKA VE GÖSTERGEBİLİM: KİTAP KAPAĞI TASARIMLARI ÜZERİNE BİR DURUM ÇALIŞMASI

*Artificial Intelligence and Semiotics: A Case Study On Book
Cover Designs*

Orhun TÜRKER¹

ÖZ

Göstergebilim, göstergelerin yüzeydeki anlamlarının ötesine geçerek derin yapıdaki anlamlarını inceleyen bir bilim dalıdır. Göstergebilimin günümüzde uygulandığı pek çok alan olmakla birlikte, kitlesel iletişimi sağlayan yüzeyler üzerinde de incelendiği görülmektedir. Kitap kapaklarının da tek taraflı iletişimde kullanılan en yaygın tasarım yüzeylerinden biri olduğu söylenebilir. Bu çalışmada son 10 yılda en çok satın alınan dört kitabın kapaklarında bulunan tasarım öğeleri üzerinden göstergebilimsel analiz ve anlamsal çıkarımlar yapılması hedeflenmiştir. Ancak bu sürecin yazar tarafından doğrudan değil, yazar kontrolünde günümüzde en çok tercih edilen yapay zeka araçlarından biri olan ChatGPT-4o tarafından yapılması sağlanmıştır. Bu sürece yazar tarafından Pierre Guiraud'ın Göstergebilim ve Roland Barthes'ın Göstergebilimsel Serüven kitapları ile temelden eğitilen bir GPT oluşturulmasıyla başlanmıştır. Eğitilen GPT'den kitap kapaklarını göstergebilimsel olarak analiz etmesi istenmiş, ancak söz konusu kitaplar ile ilgili hiçbir ön bilgi verilmemiştir. GPT, teorik bilgiler ışığında gösterge tabloları oluşturarak her bir kitabı kendi bağlamında anlamlı bir şekilde analiz etmeyi başarmıştır. Ayrıca büyük dil modelinin metin içerisinde çıkarımlar yaparak görsel-metin ve anlam üçgeninde farklı bağlantılar kurduğu da dikkat çekici sonuçlardan biridir. ChatGPT-4o'nun ulusal ve uluslararası literatürde bu amaçla daha önce hiç kullanılmadığı göz önünde bulundurulduğunda, ilk kez gerçekleştirilen bu çalışmanın yapay zekanın ve büyük dil modellerinin potansiyeli ve geleceği hakkında pek çok önemli noktayı aydınlattığı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yapay zeka, büyük dil modeli, ChatGPT-4o, göstergebilim, tasarım.

ABSTRACT

Semiotics is a branch of science that goes beyond the surface meanings of signs and examines their deeper meanings. Although there are many areas where semiotics is applied today, it is also seen that it is examined on the surfaces that provide mass communication. It can be said that book covers are one of the most common design surfaces used in unilateral communication. In this research, it is aimed to make semiotic analysis and semantic inferences through the design elements on the covers of the four most purchased books in the last 10 years. However, this process was not carried out directly by the author, but by ChatGPT-4o, one of the most preferred artificial intelligence tools today, under the control of the author. This process started with the creation of a GPT that was trained by the author with Pierre Guiraud's Semiotics and Roland Barthes' Semiotic Journey books. The trained SIT was asked to analyze the book covers semiotically, but was not given any prior information about the books in question. The GPT was able to analyze each book in its own context in a meaningful way by creating semiotic tables in the light of theoretical knowledge. In addition, it is one of the remarkable results that the big language model makes inferences in the text and establishes different connections in the visual-text and meaning triangle. Considering that ChatGPT-4o has never been used for this purpose before in the national and international literature, it is the first time that ChatGPT-4o has been used for this purpose.

Keywords: Artificial intelligence, large language model, ChatGPT-4o, semiotics, design.

1. ORCID: 0000-0001-5106-570X

1. Doç., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, orhun.turker@ibu.edu.tr

EXTENDED ABSTRACT

Semiotics is a discipline that delves beyond the surface meanings of signs to uncover their deeper significances. This field has broad applications, particularly in areas involving mass communication. Book covers, as prevalent design surfaces used in unilateral communication, serve as a rich canvas for semiotic analysis. This study aims to conduct semiotic analyses and derive semantic inferences from the design elements of the covers of four best-selling books from the past decade. Unlike traditional methods, this analysis was performed by ChatGPT-4o, an AI model trained by the author using foundational texts in semiotics by Pierre Guiraud and Roland Barthes. Without prior information about the books, the AI successfully created semiotic tables and analyzed each book meaningfully within its context. Given the novel application of ChatGPT-4o in this manner, the study sheds light on the potential and future of AI and large language models in semiotic analysis.

Semiotics explores the deeper meanings of signs beyond their superficial representations. It examines elements used in communication, applying this analysis to various visual and auditory phenomena. From printed images to digital media, semiotics can uncover hidden messages. This research extends this approach to book covers, crucial in conveying messages to a wide audience. The study focuses on analyzing the semiotic elements of book covers using AI, specifically ChatGPT-4o, trained with seminal semiotic texts. This AI-driven analysis offers a fresh perspective, highlighting the evolving capabilities of artificial intelligence in the humanities.

The study employs a qualitative research method, specifically a case study approach, to analyze the book covers. ChatGPT-4o was trained with key texts by Guiraud and Barthes, providing a robust theoretical foundation for the AI's analysis. This customized GPT model was tasked with analyzing the covers without any additional contextual information about the books. The research utilized book covers from Turkey's most visited online bookstore, ensuring a diverse and representative sample. The analysis focused on various design elements, including typography, color, and imagery, interpreting their semiotic significance. The AI's analyses revealed deep connections between the visual elements of the book covers and their underlying themes. For example, the cover of "1984" uses stark contrasts and motifs to symbolize surveillance and control, reflecting the novel's dystopian themes. "Satranç" (Chess) incorporates imagery of a chessboard and a ship to symbolize strategic thinking and psychological turmoil. "Kırmızı Pazartesi" (Chronicle of a Death Foretold) uses vivid colors and symbolic figures to convey themes of fate and societal norms. "Otomatik Portakal" (A Clockwork Orange) employs a mechanized human face and vibrant colors to reflect the novel's exploration of free will and societal control. These analyses demonstrate the AI's ability to perform complex semiotic interpretations, linking visual design to narrative content effectively.

This study demonstrates the potential of AI in conducting semiotic analysis, traditionally a human domain. ChatGPT-4o's ability to analyze book covers semiotically, without prior context, indicates a significant advancement in AI capabilities. The AI's performance suggests that, with proper training, large language models can effectively contribute to humanities research, offering new insights and enhancing traditional analytical methods.

The research highlights the promising role of AI in semiotics and design analysis. ChatGPT-4o's successful application in this study underscores the potential for AI to aid in interpreting complex visual and textual relationships. Future research could explore larger datasets and diverse design surfaces, further expanding the scope of AI applications in the humanities. This pioneering study opens new avenues for integrating AI into semiotic analysis, providing a foundation for future interdisciplinary research.

GİRİŞ

Göstergelerin sahip olduğu anlamların ötesinde, daha derin anlamlarını inceleyen ve anlam çıkaran bilim dalına göstergebilim denilmektedir (Demir vd, 2022, s.1). Göstergebilim, iletişim amacıyla kullanılan tüm unsurların detaylı bir şekilde incelenmesi olarak da tanımlanabilir (Rıfat, 2009, s. 74) Göstergebilimsel analiz veya çözümlenme, görsel veya işitsel olarak üzerine yorum yapılabilecek neredeyse tüm olgularda uygulanabilen bir yöntemdir. Öyle ki pek çok akademisyene göre göstergebilimi mananın eklemeli biçimi olarak tanımlamıştır (Ardıç-Çobaner, 2013, Guiraud, 1994, Berkeley, 2012). Çevremizde gördüğümüz hemen hemen her basılı veya dijital imgede de bu yöntem kullanılabilir. Resim, fotoğraf, afiş ve heykeller başta olmak üzere gündelik hayatımızda karşılaştığımız pek çok olguda bu yöntem tercih edilmektedir (Gürbüz ve Arslan, 2024, s. 5). Göstergebilim, göstergebilimciler tarafından anlamlı bir şekilde çözümlenir ve böylelikle gizlenen veya örtülen ifadeler ortaya çıkarılır. Çevremizde gördüğümüz her şey bir mesaj taşımaktadır. Bu mesajlar kimi zaman doğrudan, kimi zaman örtülü bir şekilde sunulmaktadır. Mesajın altında yatan anlamları çözümlenmek ise göstergebilimcilerin çalışma alanına girmektedir. Göstergebilimciler, göstergeleri oluşturan gösteren ve gösterilenlerin anlamlarını analiz etme sürecinde gösterenin kendisinden bağımsız olarak arka planda pek çok farklı değişken hakkında bilgi sahibi olması ve bunu analiz edilen unsurla ilişkilendirebilmesi gerekmektedir. Bu süreç, içerisinde sosyoloji, psikoloji ve dilbilim gibi pek çok temel alanı barındıran karmaşık bir süreçtir. Birbirinden farklı görünen ancak anlamlı bir çözümlenme için birbirine ihtiyaç duyan bu temel alanlar aslında kültürel derin bir mirasa sahip süreçleri paydaşlarıdır. Bu noktada, analiz edilmek istenen gösterge ne olursa olsun, göstergebilimcilerin bilgi birikimi ve alandaki deneyimi son derece önemlidir.

Literatürdeki araştırmalar incelendiğinde, göstergenin ne olduğu fark etmeksizin analiz süreçlerinin profesyonel göstergebilimciler, akademisyenler veya araştırmacılar tarafından yürütüldüğü görülmüştür. Ancak bu çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak gösterge analizi yazar tarafından eğitilen bir yapay zeka modeline yaptırılmıştır. Bilindiği üzere yapay zeka son yıllarda hiç olmadığı kadar adından bahsettirmekte ve her geçen gün yeni bir özelliği ile dikkat çekmektedir. Yapay zeka teknolojilerinin içerisinde yer alan makine öğrenmesi ve derin öğrenme kavramları da bu alanda yapılan çalışmaların temelini oluşturmaktadır. Yapay zeka uygulamaları günümüzde eğitim, spor ve sağlık gibi çok temel alanlarda kullanılan yardımcı araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu araçlar sayesinde gündelik hayatta daha uzun sürede yapılabilecek veya daha çok dikkat isteyen çalışmaları daha kısa bir sürede rahatlıkla tamamlanabilmektedir. Ancak yapay zeka sadece hayatı kolaylaştırmak için değil, dil becerileri sayesinde hayatımızda var olan olguları anlamlandırmakta da kullanılabilir bir teknoloji olarak da görülebilir.

Yapay zeka teknolojisi, daha önce de bahsedilen derin öğrenme ve makine öğrenimi kavramları sayesinde neredeyse bir insan gibi tepki verebilmekte ve cümle kurabilmektedir. Bu gelişim evresi, bu konuda çalışan araştırmacılar için “öngörülebilir” olarak düşünülse de yapay zeka kavramını ilk kez 1950’de kullanan matematikçi Alan Turing için bir soru işaretiydi ve makine öğrenimi, yapay zeka veya büyük dil modelleri gibi kavramların popülerleşmesi için 70 yıla ihtiyaç olacaktı. Alan Turing’in makinenin düşünebilir olup olmadığını Mind adlı felsefe dergisinde yaptığı yayında sorguladığı dönemlerde yapay zeka kavramı daha önce hiç tartışılmamıştı. Günümüzde ise yapay zeka ile gerçekleştirilen sohbetler neredeyse insansı ve organik bir şekilde gerçekleşmektedir. Geline bu süreçte pek çok farklı etken olmasıyla birlikte, en önemli etkenin insanlığın oluşturduğu veri tabanı olduğu düşünülmektedir. Yapay zekanın hiçbir şeyi kendiliğinden yapabilecek bir kapasiteye sahip olmadığı bilinmektedir. Şimdilik, çok büyük oranda bir kontrolörün yönlendirmesine, ve üzerine çalışacağı veri setlerine ihtiyaç duymaktadır. Ancak yapay zeka teknolojisi, onlarca yıldır insanlık tarafından oluşturulan veri tabanı ve yazılımcıların bu veri tabanıyla yapay zekayı eğitmesi sonrasında pek çok farklı konuda pek çok farklı içeriği anlamlandırabilmekte ve ilişkilendirebilmektedir.

Bu araştırmanın da üzerinde durduğu konu, kitap kapakları gibi geniş kitlelere mesaj aktarımı yapabilen bir tasarım yüzeyi üzerinde yapay zeka tarafından yapılacak olan göstergebilim analizidir. Bu süreçte ChatGPT-4o, Pierre Guiraud’ın Göstergebilim ve Roland Barthes’ın Göstergebilimsel Serüven kitapları ile eğitilmiş ve kendisine iletilen kitap kapağı görsellerini bir göstergebilim uzmanı gibi yanıtlaması istenmiştir. Yapay zeka teknolojisinin geldiği son nokta olarak bilinen 4o versiyonu, sadece kitap kapakları üzerindeki unsurları incelememiş, unsurları kitabın içeriği ile bağ kurarak analiz etmiş, sahip olduğu veri tabanı ve dil becerileri sayesinde anlamlı çıkarımlar yapmayı başarmıştır.

1.Yapay Zeka

Yapay zeka, güzel sanatlardan tıp alanına kadar çok geniş bir çerçevede kendini gösteren ve bir çok bilim insanının “içerisinde olmak istenilen alan” olarak tanımladığı teknolojik bir kavramdır (Akyol ve Özkan, 2023, s. 2). Bu kavramın son yıllarda etkisini ve bilinirliğini artırması sonucunda evrensel bir alan olduğu kabul edilmiştir (Russel ve Norvig, 2010, s. 1). Bu evrensel alan kendinden sadece teknolojik bağlamda değil, pek çok farklı alt kategoride de bahsettirmektedir. Her ne kadar birçok alanı temelden etkilemiş olsa da yapay zeka için günümüzde tek bir tanımda uzlaşmak mümkün olmamış, en basit ve ortak nokta olarak insan zekasını taklit eden makineler olarak ifade edilmiştir (Akyol ve Özkan, 2023, s. 3).

Yapay zeka günümüzde hemen hemen her alanda kullanılan ve her alanın ihtiyacına göre özelleştirilmiş bir teknoloji olmuştur. Daha önceden de bahsedildiği gibi güzel sanatlardan tıp alanına, mühendislikten edebiyat alanına kadar pek çok farklı alanda kullanılmakta ve farklı kullanım alanlarının oluştuğu da görülmektedir. Grafik tasarım, moda, mimarlık, endüstri tasarımı, web tasarımı ve oyun tasarımı gibi güzel sanatları ilgilendiren alanlarda da büyük yeniliklerin önünü açtığı bilinmektedir. Örneğin, Looka ve Tailor Brands gibi yapay zeka araçları günümüzde grafik tasarım ve marka yaratım süreçlerinde kullanıcılara destek sağlamakta, Heuritech gibi yapay zeka destekli platformlar moda tasarımı süreçlerinde etkili bir araç olarak kullanılmaktadır. Hatta yapay zekanın Creative Cloud platformundaki neredeyse tüm uygulamalara entegre bir şekilde çalışacağına da planlandığı bilinmektedir. Autodesk'in Generative Design aracı mimarlık alanında, SolidWorks gibi uzun zamandır sektörde kullanılan yazılımlara gelen yapay zeka desteği mühendislik alanında, Wix ADI yazılımı websitesi tasarım alanında ve No Man's Sky gibi dünyaca ünlü oyunlara entegre edilen yapay zeka algoritmaları oyunculuk alanında yapay zekanın farklı alanlarda kullanımına örnek olarak gösterilebilir. Tüm bu alanlarda yapay zeka teknolojilerinin firmalar tarafından geliştirildiği veya kullanıcıların açık kaynak kodlar ve API'lar ile kendilerinin geliştirdikleri derin öğrenme modellerinin ürünleri olduğu görülmektedir.

1.1.Büyük Dil Modelleri

Yapay zeka temelli uygulamalar hemen hemen her sektörde kullanılmaktadır. Bu, sadece teknolojik bir gelişme olmayıp hayatın her alanında sürece dahil olma becerisini göstermiştir. Özellikle sahip olduğu dil becerileri sayesinde sohbet robotları ön plana çıkmaktadır (Batok, 2020). Sohbet robotlarının ön plana çıkmasındaki en büyük sebeplerden birinin ise derin öğrenme sayesinde geliştirilen büyük dil modelleri olduğu söylenebilir. Büyük dil modelleri (BDM), doğal dil işleme (NLP) alanında, büyük miktarda metin verisi üzerinde yazılımcılar tarafından eğitilmiş ve karmaşık dil görevlerini yerine getirebilen derin öğrenme modelleridir. Bu modeller, dilin çeşitli özelliklerini öğrenmek ve anlamak için milyarlarca kelime ve cümle ile eğitilirler (Devlin vd. 2019, s. 22). BDM'ler, insan dilinin geniş kapsamlı yapılarını ve örüntülerini yakalayarak metin üretme, çeviri yapma, özetleme, soru yanıtlama gibi çeşitli dil görevlerini gerçekleştirebilirler (Radford vd. 2019, s. 41). Dil modelleri genel anlamda trilyonlarca kelime içeren büyük metin kümeleri ile eğitilerek dilin çeşitli örüntülerini de kapsayan bir sürece tabi tutulurlar. Bu süreçte derin öğrenme teknikleri kullanılır ve özellikle “Transformer” mimarisi gibi sinir ağı mimarileri sayesinde dilin karmaşık yapılarını analiz edebilir ve analiz edebilirler. Böylece kelimelerin bağlamsal anlamları arasında ilişki kurabilir ve paragrafların tüm bağlamlarını dikkate alarak anlam çıkarabilirler (URL 1).

Günümüzde en geniş veri setleriyle eğitilmiş ve dolayısıyla en doğru sonuçları veren iki büyük dil modeli bulunmaktadır. Bu modellerden biri BERT, diğeri ise GPT'dir. Bu araştırma ise yaklaşık 200 milyar kelime seti ve parametreyle günümüzde en sık kullanılan GPT kullanılmıştır. ChatGPT herkesin kullanımına açıldığı günden bugüne kullanıcılarını yetenekleriyle şaşırtmıştır (Topsakal ve Topsakal, 2022, s. 2). Kullanıcı tarafından verilen kısa talimatlar doğrultusunda çeşitli problemleri çözebilmekte ve özgün sayılabilecek insanı içerikler oluşturabilmektedir. Hatta detaylı bir açıklama yapıldığında yazılımlara kod yazabildiği, hata noktalarını tespit edebildiği ve temel düzeyde pek çok pratiği gerçekleştirebildiği görülmektedir. Sahip olduğu milyarlarca veri seti ve kelime haznesi bu modelin kendini ustaca ifade etmesini sağlamaktadır.

Bu çalışmada da yapay zekanın görsel unsurlar üzerinde yorum yapması ve içerikler bağlamında anlamlı ilişkiler kurması sağlanmıştır. Ancak daha önce de belirtildiği gibi bu süreç yapay zekanın sahip olduğu becerilerin yanı sıra, yazar tarafından bilinçli olarak seçilen ve yapay zekanın kriter olarak kullanılabileceği bazı eğitim materyallerinin katkısıyla gerçekleşmiştir. Kısacası yapay zekanın, yazar tarafından istendik bir şekilde eğitilmesi hedeflenmiştir.

1.2. Bir Tasarım Yüzeyi Olarak Kitap Kapakları

Kitap kapağı, bir eserin özünü yansıtan, hedef kitleyle etkili bir iletişim kurmayı sağlayan ve sanatsal açıdan yaratıcı bir kaliteyi temsil eden önemli bir unsurdur (Erden, 2023, 5). Kitap kapakları, diğer grafik ürünlerde olduğu gibi, içerdikleri resim, başlık, yazar adı, şirket logosu, grafik öğeler ve metin gibi bileşenlerle dikkat çekici ve ilgi çekici hale getirilebilir. Kitaplar, bu unsurlar sayesinde kitaplar kendilerini tanıtır (Manguel, 2022, s. 51). Kitap kapağı, kitabın okuyuculara görsel olarak tanıtımını yapan ilk unsurdur. Okuyucuların kitapla ilk kez karşılaşmasını sağlayan ve onları buluşturan araç olarak, kapağın bu tanıtımda önemli bir rolü vardır. Dolayısıyla, kapak okuyucunun kitabı tanınmasında yardımcı olan ilk öğelerden biridir (Günay, 2008, s. 8). Kitap kapakları farklı teknik veya ebatlarda okuyucuların karşısına çıkabilir. Bazı kitap kapaklarında sadece tipografik düzenlemeler yer alırken, bazılarında ise resimlemelerle kitabın iç dünyası hakkında ipuçları verilebilmektedir. Bu ipuçları okuyucu için önemli mesajlar içeren gizli veya örtük anlamlar barındırabilir. Bu noktada bu tasarım yüzeylerindeki her bir unsur gösterge olarak ele alınmaktadır.

1.3. Gösterge, Gösteren ve Gösterilen

Göstergeler tek veya çift yönlü iletişim kurma amacıyla insanların çabasıyla üretilmiş unsurlardır (Demir vd, 2022, s. 4). Bu sayede bir duygu, ürün veya fikir insanlara ve dolayısıyla topluma aktarılmaktadır. İletişim bağlamında düşünüldüğünde göstergelerin yerinin önemli olduğunu söylemek gerekir. Çünkü toplumun yapısına dair pek çok bilgiyi göstergelerden elde etmek mümkündür. Ancak bu sürecin doğru bir şekilde yorumlanması ve doğru alanlarda kullanılması gerekmektedir (Günay, 2012, s. 11). Günümüzde insanlar yoğun görsel iletilere maruz kalmaktadırlar. Bu bağlamda görsel iletilerin taşıdıkları anlamların çözümlenmesinde “göstergebilim” en uygun yaklaşım olarak görülmektedir (Demir vd, 2022, s. 11). Göstergeler Saussure’a göre gösteren ve gösterilen olarak iki rol üstlenmiş ve gösterilene gerçek mesaj olarak açıklamıştır (Sığırcı, 2016, s. 52).

Gösteren unsurların algıyı yaratan imge olarak tanımlandığı görülmektedir. Kitap kapakları ele alındığı bu unsurlar logo, metinler ve görseller olarak örneklendirilebilir. Gösterilenler ise coğrafya, kültür ve dil değişkenlerine göre anlam olarak farklılık gösterebilirler ve aynı göstergelerin farklı kişiler tarafından farklı anlamlara geldiği de görülmektedir (Berger, 2010, s. 103). Bu durum, yazar tarafından yürütülen bu çalışmanın zorlayıcısı olarak belirlenmiştir. Çünkü yapay zekaya kitap kapakları gösterilirken hangi bir şekilde yardımcı bilgi paylaşılmamıştır. Böylelikle yapay zekanın yönlendiren faktöründen etkilenmemesi hedeflenmiştir.

Göstergeler kitabın konusu, dönemi, resimleyeninin kimliği ile ilgili bazı anlamlar barındırabilir. Bunun çözümlenebilmesi için gerekli ön koşul ise o kitabın metni hakkında bilgiye sahip olmaktır. Kitabın konusu ile ilgili bilgi sahibi olmayan kişiler, göstergeler ile ilgili sağlıklı bir sonuca varamayabilir. İlk bakışta insanlarda estetik bir yargı oluşturmayı başaran kitap kapakları, kitabın okuma süreci bittikten sonra farklı anlamlar kazanabilir. Bu anlamların en doğru şekilde ortaya çıkarılabilmesi ise ancak kitabın içeriği, dönemi ve hatta barındırdığı metaforlar hakkında bilgi sahibi olunmasına bağlıdır. Bu, yalnızca profesyonel bir göstergebilimci tarafından gerçekleştirilebilecek bir süreç midir? Yoksa günümüzde en büyük veri setiyle eğitilmiş GPT-4o dil modeli kitap kapaklarındaki tasarımları uzman bir insan gibi yorumlayabilecek midir? Bu çalışmada herhangi bir karşılaştırma metodu uygulanmamış olup, sadece en gelişmiş yapay zeka dil modellerinden biri olan ve yazar tarafından eğitilen GPT-4o’nun göstergebilim bağlamında potansiyelinin ne derecede olduğunun ortaya konması hedeflenmiştir.

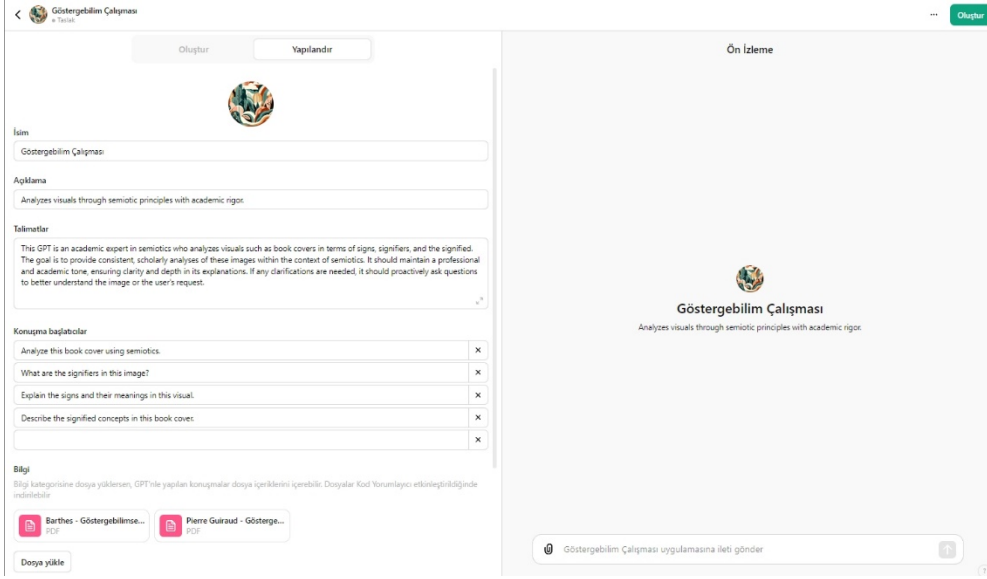
2. Yöntem

Bu çalışmada ChatGPT-4o modeli belirli parametrelerle eğitilmiş ve göstergelerin detaylı bir şekilde analiz edilmesi talep edilmiştir. Bu anlamda çalışmanın nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması olarak kurgulandığı söylenebilir. Durum çalışması, sınırlı bir sistemin süreç olarak nasıl çalıştığı ve işlediği hakkında sistematik olarak bilgi toplamak için çoklu veri toplama araçları kullanılarak o sistemin detaylı bir şekilde incelenmesini içeren metodolojik bir yaklaşımdır (Chmiliar, 2010).

Bilindiği gibi GPT 4 ile birlikte kullanıcıların kendi GPT’lerini oluşturma seçeneği sunulmuştur. Bu çalışmada da standart bir GPT değil, yazar tarafından eğitilmek üzere yeni bir GPT oluşturulmuştur. Bu amaçla GPT’ye Pierre Guiraud’ın Göstergebilim ve Roland Barthes’ın Göstergebilimsel Serüven kitapları yüklenmiş ve yapılan sorgularda bu kaynakları teorik olarak referans alması istenmiştir. Böylelikle başlatılan konuşmada göstergebilim hakkında daha donanımlı ve kuramsal çerçevesi daha net bir GPT ile iletişime geçilmesi hedeflenmiştir. Bahsedilen kitapların göstergebilim alanında önemli ve tamamlayıcı eserler olduğu

bilinmektedir. Guiraud'ın "Göstergebilim" kitabı, temel kavramları ve yöntemleri detaylı ve sistematik bir biçimde ele alarak okuyuculara göstergebilimin teorik temellerini öğretmeyi amaçlamaktadır. Dilbilimsel işaretler ve semboller üzerine yoğunlaşan eser, anlam oluşturma süreçlerini ayrıntılı bir şekilde analiz eder ve göstergebilimin akademik bir disiplin olarak nasıl yapılandığını ortaya koymayı hedeflemiştir.

Barthes'ın "Göstergebilimsel Serüven" kitabı ise göstergebilimsel analizin pratik uygulamalarına odaklanmaktadır. Barthes, gündelik yaşamda karşılaşılan metinleri ve görsel unsurları çözümlyerek, bu unsurların kültürel ve toplumsal anlamlarını ortaya çıkarma amacını benimsemiştir. Her iki eser de göstergebilimin hem teorik hem de pratik boyutlarını kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Bu nedenle kitap kapağı analizleri için GPT'ye bu kitaplar ile eğitim verilmiştir (Resim 1).



Resim 1. GPT oluşturma aşaması (URL 2)

GPT'nin kapasitesi kitaplar ile artırılmış ve ayrıca bazı talimatlar kullanılmıştır. Bu talimatlar daha sağlıklı ve istedik sonuçlar alabilmek adına GPT oluşturulurken tanımlanmıştır. Talimatlar aşağıdaki gibi GPT'ye eklenmiştir;

- Sana gönderilen kitap kapağı görsellerini, veri tabanındaki kaynaklar çerçevesinde analiz et.
- Analizi göstergebilim şemalarına uygun olarak gerçekleştir.
- Olabildiğince detaylı bir analiz tablosu oluştur.
- Cevapların akademik ve bir göstergebilim uzmanı gibi olsun.
- Gerçeklikten uzak analizlerden uzak dur.

Verilen talimatlardan yola çıkarak kendini yapılandıran GPT, talimatları şu şekilde veri tabanına kaydetmiş ve analizi bu çerçevede gerçekleştirmiştir;

“This GPT is an academic expert in semiotics who analyzes visuals such as book covers in terms of signs, signifiers, and the signified. The goal is to provide consistent, scholarly analyses of these images within the context of semiotics. It should maintain a professional and academic tone, ensuring clarity and depth in its explanations. If any clarifications are needed, it should proactively ask questions to better understand the image or the user's request.”

GPT yalnızca kullanıcıların taleplerini karşılayan tek taraflı bir iletişim kurmamak adına, ihtiyaç duyduğunda proaktif bir sohbet yürütmeyi de hedeflemiştir. Daha detaylı bilgi almak için kullanıcılara durum bazlı sorular yöneltme inisiyatifi kendisi olarak talimatlara eklediği görülmüştür. Göstergelerin çözümlenmesi, gösteren ve

gösterilen arasındaki ilişkinin anlamlı bir şekilde yorumlanmasıyla sağlanır (Küçükşen, 2020, s. 42). Bu bağlamda incelendiğinde GPT'nin daha tutarlı çözümlerler yapmak amacıyla bu inisiyatifi aldığı düşünülebilir.

2.1. Veri Toplama

Çalışmaya konu olan kitap kapakları ve “son 10 yılda en çok okunan kitaplar” verisine kitapyardu.com sitesi üzerinden ulaşılmıştır (URL 3). Bu veri setindeki 36 kitaptan dördü çalışma kapsamına dahil edilmiştir. Araştırmanın dört kitap kapağı ile sınırlandırılmasının temel sebebinin, yapılan göstergebilim analizlerin fazlasıyla uzun ve detaylı olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Yapay zekanın analiz sürecini dört kitapla sınırlı tutmanın analizlerin kapsamını daraltmaktan ziyade derinleştirmeye olanak tanıdığı ve bu analizlerin gelecekte daha geniş kapsamlı araştırmalar için referans niteliği taşıyacağı düşünülmüştür. Dahil edilen kitapların isimlerine ve kapak görseline Tablo 1’de yer verilmiştir. Kitapların seçimi, kapaklarındaki göstergelerin oranına göre seçilmiş, daha çok gösterge yer alan kitap kapakları seçki içerisine özellikle dahil edilmiştir. Böylelikle yapay zekanın bağlantı kurma ve ilişkilendirme kapasitesinin sınırlarının zorlanması hedeflenmiştir.

Tablo 1. Çalışmaya dahil edilen kitapların kapak görselleri



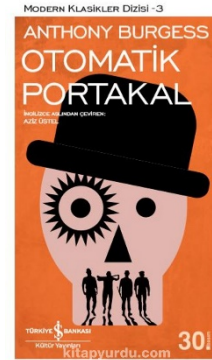
1984



Satranç



Kırmızı Pazartesi



Otomatik Portakal

3. Bulgular

Araştırma kapsamında GPT’den kapakları göstergebilimsel olarak analiz etmesi istemiş ve elde edilen bulgular, başlık, yazı karakteri, renk, görsel unsurlar, kompozisyon, tipografik hiyerarşi ve genel sonuç şeklinde takip tablolarda paylaşılmıştır. Aynı zamanda her bir kitap kapağı ile ilgili gösterilen ve gösteren tablosu da eklenmiştir. Tüm bulgular GPT-4o tarafından, yazarın müdahalesi olmadan oluşturulmuştur.

Tablo 2a. “1984” isimli kitabın kapak analizi.

Başlık	"1984" kitabının başlığı, büyük ve beyaz harflerle yazılmıştır. Başlık, kapağın üst kısmında merkezi bir konumda yer almakta ve geniş bir alanı kaplamaktadır. Beyaz renk, arka planın kırmızı tonları üzerinde güçlü bir kontrast yaratır. Bu kontrast, başlığın kolayca okunmasını ve hemen fark edilmesini sağlar.
Yazı Karakteri ve Renk	Başlık ve yazar adı sans-serif bir yazı tipi ile yazılmış olup, modern ve sade bir görünüm sunar. George Orwell’in ismi, başlıktan hemen önce yer almakta ve benzer bir yazı tipiyle fakat daha küçük puntolarla belirtilmiştir. Bu, yazarın ismini öne çıkarır ve okuyucuya eserin tanınmış bir yazara ait olduğunu hemen belirtir. Çevirmenin ismi ve diğer bilgiler ise daha küçük puntolarla yazılmış olup, başlık ve yazar adından sonra dikkat çekmektedir.
Görsel Unsurlar	

Göz Motifi	Kapakta dikkat çeken bir diğer unsur ise göz motifidir. Bu motif, kitabın ana teması olan sürekli gözetim ve kontrol olgusunu simgeler. Göz, okurların kitaptaki "Büyük Birader" kavramını hatırlamasını sağlar ve Orwell'in distopik dünyasının temel unsurlarından birini temsil eder.
Izgara Deseni	Kapakta kullanılan kırmızı ve siyah tonlarındaki ızgara deseni, hapisane parmaklıklarını veya bir kontrol şebekesini andırır. Bu desen, kitapta anlatılan totaliter rejimin baskıcı ve kontrol edici doğasını vurgular. Desendeki her bir kare, bireylerin hapsedildiği ve sürekli gözetlendiği bir dünya hissi yaratır.
Renk Kullanımı	Kapakta kullanılan renk paleti sınırlı ve güçlüdür. Kırmızı ve siyah tonları, kitaptaki baskı, şiddet ve kontrol temalarını yansıtır. Beyaz yazılar, koyu arka plan üzerinde yüksek bir kontrast oluşturarak okunabilirliği artırır. Kırmızı, tehlike ve uyarı anlamlarına gelirken, siyah baskı ve umutsuzluğu temsil eder.
Grafik Tasarım ve Düzen	
Kompozisyon	Kapak tasarımında dengeli ve dikkat çekici bir kompozisyon kullanılmıştır. Başlık, yazar adı ve diğer bilgiler üst kısımda merkezi bir konumda yer alırken, alt kısımda ızgara desen ve göz motifi dikkat çeker. Bu düzen, okuyucunun dikkatini önce başlığa, ardından görsel unsurlara yönlendirir.
Tipografik Hiyerarşi	Kitap kapağında tipografik hiyerarşi, okuyucunun dikkatini çekmesi gereken bilgiler sırasına göre düzenlenmiştir. Başlık en büyük ve en dikkat çekici yazı tipi ile yazılmış olup, yazarın ismi hemen ardından gelmektedir. Çevirmen bilgisi ve diğer detaylar daha küçük puntolarla ve daha az dikkat çekici bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu hiyerarşi, okuyucunun ilgisini doğru sırayla çekmeyi amaçlar.
İçerik ile Bağlantı	
Kitap kapağında yer alan görsel ve metinler, George Orwell'in "1984" romanının içeriği ile doğrudan bağlantılıdır. Orwell, bu eserinde totaliter bir rejimin baskıcı ve kontrol edici doğasını, bireylerin sürekli gözetim altında tutulduğu bir dünyayı tasvir eder. Kapağın alt kısmında yer alan ızgara deseni, bu baskı ve kontrol temasını somutlaştırır. Her bir kare, bireylerin hareketlerinin ve düşüncelerinin sınırlandırıldığı ve sürekli izlendiği bir düzeni sembolize eder. Göz motifi, Orwell'in "Büyük Birader" kavramını hatırlatır ve kitabın ana temasını oluşturan sürekli gözetim ve bireysel özgürlüklerin kısıtlanması konularını vurgular. Kırmızı ve siyah renkler, kitaptaki karanlık atmosferi ve tehlikeleri temsil ederken, beyaz yazılar okunabilirliği artırır ve dikkat çekiciliği sağlar.	
Genel Değerlendirme	
"1984" kitabının kapağı, sade ve modern bir tasarım anlayışıyla oluşturulmuştur. Renk kullanımı, yazı tipi seçimi, görsel unsurlar ve tipografik hiyerarşi, eserin distopik ve baskıcı temasını etkili bir şekilde yansıtan bir estetik sunar. Kapak tasarımı, okuyucunun dikkatini çekmek ve kitabın içeriği hakkında ipuçları vermek amacıyla etkili bir şekilde kurgulanmıştır. Izgara deseni ve göz motifi, Orwell'in dünyasının görsel temsilleri olarak kapakta yer alırken, başlık ve yazar adı öne çıkmaktadır.	

Tablo 2b. Kapağın gösteren-gösterge tablosu.

Gösteren	Gösterge
Kitap adı: "1984"	Distopik gelecek, totaliter rejimler, bireysel özgürlüklerin kısıtlanması, gözetim toplumunun eleştirisi.

Yazar: "George Orwell"	Toplumsal eleştirinin ustası, totaliter rejimler ve sansür üzerine önemli eserler yazan yazar.
Modern Klasikler Dizisi - 3	Eserin modern klasikler arasında yer aldığını ve zamansız bir değere sahip olduğunu belirtir.
Kapak görseli: Kırmızı ızgara deseni ve bir göz simgesi	Gözetim, kontrol, totaliter rejimlerin birey üzerindeki baskısı, "Büyük Birader" kavramı.
Kırmızı ve siyah renk kullanımı	Dramatik etki, gerilim, baskı ve otoritenin simgesi.
Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları logosu	Eserin prestijli bir yayınevi tarafından yayımlandığını ve güvenilirliğini işaret eder.
8. basım	Eserin popülerliğini ve geniş bir okuyucu kitlesine ulaştığını belirtir.

Tablo 3a. "Satranç" isimli kitabın kapak analizi

Başlık	"Satranç" kitabının başlığı, kapağın üst kısmında büyük beyaz harflerle yazılmıştır. Başlık, kitabın ana temasını ve Stefan Zweig'in ünlü eserini vurgulamak amacıyla dikkat çekici bir şekilde yerleştirilmiştir. Başlığın beyaz renk kullanılarak yazılması, eserin tematik yapısı içinde satranç oyununa gönderme yapar; beyaz satranç taşları, genellikle oyunu başlatan tarafı temsil eder ve bu da eserin başlangıcına, hikayenin kurulumuna işaret eder.
Yazı Karakteri ve Renk	Sans-serif yazı tipi, modern ve okunabilir bir görünüm sunar, aynı zamanda kitabın zamansız ve evrensel temasını vurgular. Beyaz renk, koyu arka plan üzerinde yüksek bir kontrast oluşturarak başlığın dikkat çekici olmasını sağlar. Yazarın ismi ve çevirmen bilgisi de benzer bir yazı tipi ve renkle yazılmış olup, metinler arası hiyerarşiyi belirler. Bu, metinlerin görsel düzenlemesinde belirgin bir öncelik sırasının olduğunu gösterir, okuyucunun ilk olarak başlığa odaklanmasını sağlar.
Görsel Unsurlar	
Gemi	Kapakta büyük bir gemi görseli bulunmaktadır. Gemi, sadece fiziksel bir araç olarak değil, aynı zamanda karakterlerin içsel yolculuklarının ve psikolojik sürüklenmelerinin bir sembolü olarak kullanılır. Gemi, Zweig'in sürgün yaşamına, fiziksel ve zihinsel kaçışa, aynı zamanda modernizmin ve teknolojinin insan psikolojisi üzerindeki etkilerine atıfta bulunur. Gemi, burada sadece bir yolculuk aracı değil, aynı zamanda zamanın ve mekanın dışına taşan, evrensel bir kaçış arzusunu temsil eder.
Satranç Tahtası ve Taşlar	Kapakta satranç tahtası ve taşları görseli bulunmaktadır. Satranç, strateji ve zeka oyunu olarak bilinir, ancak bu kapak tasarımında satranç tahtası, insan zihninin karmaşıklığını ve hayatın kendisini bir oyun olarak görme paradoksunu simgeler. Taşların hareketleri, karakterlerin içsel çatışmalarını ve zihinsel mücadelelerini sembolize eder. Bu taşların farklı konumları ve durumları, karakterlerin psikolojik durumlarını ve hayatlarındaki belirsizlikleri yansıtır.
Figür	Kapakta bir satranç tahtasının köşesinde oturan yalnız bir adam görseli bulunmaktadır. Bu adam, romanın ana karakteri olan Dr. B.'yi temsil eder. Dr. B.'nin yalnızlığı ve içsel çatışmaları, bu görsel aracılığıyla vurgulanmıştır. Adamın duruşu ve jestleri,

	varoluşsal bir kriz ve psikolojik izolasyonu yansıtır. Burada, yalnız adam figürü, modern dünyanın bireyselleşmiş insanının yalnızlığını ve zihinsel çöküntüsünü temsil eder.
Renk Kullanımı	Kapakta kullanılan renk paleti, koyu mavi, gri ve beyaz tonlarından oluşmaktadır. Bu renkler, eserin karanlık ve dramatik atmosferini yansıtır. Koyu renkler, bilinçaltının derinliklerini ve psikolojik karmaşıklığı simgelerken, beyaz yazılar, bu karmaşıklığın içindeki netliği ve keskinliği temsil eder. Renk kullanımı, aynı zamanda eserin tematik yapısındaki zıtlıkları ve dualiteleri de ortaya koyar.
Grafik Tasarım ve Düzen	
Kompozisyon	Kapak tasarımında dengeli ve dikkat çekici bir kompozisyon kullanılmıştır. Başlık ve yazar adı üst kısımda merkezi bir konumda yer alırken, alt kısımda gemi, satranç tahtası ve yalnız adam görselleri dikkat çeker. Bu düzen, okuyucunun dikkatini önce başlığa, ardından görsel unsurlara yönlendirir. Kompozisyon, görsel ve metinler arasındaki dinamik ilişkiyi ve hiyerarşiyi belirler, böylece okuyucu kapak üzerinden eserin içsel yapısına dair ipuçları alır.
Tipografik Hiyerarşi	Kitap kapağındaki tipografik hiyerarşi, okuyucunun dikkatini çekmesi gereken bilgiler sırasına göre düzenlenmiştir. Stefan Zweig'in ismi ve kitabın başlığı en büyük ve en dikkat çekici yazı tipi ile yazılmış olup, çevirmen bilgisi daha küçük puntolarla yerleştirilmiştir. Bu hiyerarşi, okuyucunun ilgisini doğru sırayla çekmeyi amaçlar ve görsel-metin ilişkisini dengeler. Yazı tipinin büyüklüğü ve rengi, metnin önem sırasını ve bilgi akışını belirler.
İçerik ile Bağlantı	
Kitap kapağında yer alan görsel ve metinler, Stefan Zweig'in "Satranç" romanının içeriği ile doğrudan bağlantılıdır. Zweig, bu eserinde Dr. B. adlı karakterin satranç oyunu aracılığıyla yaşadığı zihinsel mücadeleleri ve psikolojik çöküntüyü işler. Kapaktaki gemi, romanın büyük kısmının geçtiği mekanı simgelerken, satranç tahtası ve taşları Dr. B.'nin zihinsel savaşlarını ve stratejik düşünme yetisini temsil eder. Başlık ve görseller, romanın ana karakterlerinin içsel dünyalarını ve yaşadıkları olayları vurgular. Gemi, karakterlerin içsel yolculuklarını ve hikayenin geçtiği dönemin atmosferini yansıtırken, yalnız adam figürü Dr. B.'nin yalnızlığını ve içsel çatışmalarını simgeler. Karanlık ve dramatik renk paleti, eserin melankolik ve yoğun atmosferini yansıtarak okuyucuyu hikayenin içine çeker. Gemi, Dr. B.'nin içsel sürgününü ve toplumsal izolasyonu temsil ederken, satranç tahtası insan zihninin karmaşıklığını ve hayatın stratejik doğasını simgeler.	
Genel Değerlendirme	
"Satranç" kitabının kapağı, göstergebilimsel açıdan zengin ve karmaşık bir tasarım anlayışıyla kitabın içeriğini ve temalarını etkili bir şekilde yansıtmaktadır. Renk kullanımı, yazı tipi seçimi, görsel unsurlar ve tipografik hiyerarşi, eserin psikolojik ve dramatik temasını vurgulayan bir estetik sunar. Kapak tasarımı, okuyucunun dikkatini çekmek ve kitabın içeriği hakkında ipuçları vermek amacıyla etkili bir şekilde kurgulanmıştır. Gemi, satranç tahtası ve yalnız adam görselleri, Stefan Zweig'in karakterlerinin içsel dünyalarını ve yaşadıkları zihinsel mücadeleleri sembolize ederken, başlık ve yazar adı öne çıkmaktadır.	

Tablo 3b. Kapağın gösteren-gösterge tablosu

Gösteren	Gösterge
----------	----------

Kitap adı: "Satranç"	Zihinsel mücadele, strateji, insan psikolojisi üzerine derinlemesine bir inceleme.
Yazar: "Stefan Zweig"	Toplumsal ve psikolojik konuları derinlemesine ele alan ünlü yazar.
Modern Klasikler Dizisi - 21	Eserin modern klasikler arasında kabul edildiğini ve zamansız bir değere sahip olduğunu belirtir.
Kapak görseli: Gemi, satranç tahtası, ve figürler	Farklı mekan ve zamanlarda geçen zihin savaşları, stratejik düşüncenin önemi, zihinsel hapsedilmişlik.
Gemi figürü	Yolculuk, kaçış, değişim ve dönüşüm temalarını simgeler.
Satranç tahtası ve taşları	Zihinsel mücadele, strateji, mantık ve hesaplama simgeleri
Figürlerin gölgesi	İnsan psikolojisinin derinlikleri, içsel çatışmalar ve zihinsel karışıklık
Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları logosu	Eserin prestijli bir yayınevi tarafından yayımlandığını ve güvenilirliğini işaret eder.
11. basım	Eserin popülerliğini ve geniş bir okuyucu kitlesine ulaştığını belirtir.

Tablo 4a. "Kırmızı Pazartesi" isimli kitabın kapak analizi

Başlık	"Kırmızı Pazartesi" kitabının başlığı, kapağın alt kısmında büyük harflerle yazılmıştır. Başlık, Gabriel García Márquez'in ünlü romanının ana temasını vurgulamak amacıyla dikkat çekici bir şekilde yerleştirilmiştir. Kırmızı renk, kitabın ana temasını ve şiddet olayını simgelerken, okuyucunun dikkatini çekmek için stratejik olarak seçilmiştir.
Yazı Karakteri ve Renk	Serif yazı tipi, klasik ve geleneksel bir görünüm sunar. Bu, eserin nostaljik ve tarihsel bağlamını vurgular. Başlık ve yazar adı, koyu renklerde yazılmış olup, arka planın açık tonları üzerinde yüksek bir kontrast oluşturarak dikkat çekiciliği artırır.
Görsel Unsurlar	
İkiz Kardeşler	Kapakta iki ikiz kardeş yer almakta ve her biri elinde bir bıçak tutmaktadır. Bu görsel, Santiago Nasar'ın cinayetini işleyen Vicario kardeşleri simgeler. Ellerindeki bıçaklar, cinayetin işleneceği anı ve hikayenin şiddet içeren doğasını yansıtır. Burada, bıçak bir gösterge olarak kullanılarak, şiddet ve intikam temalarını güçlendirir.
Kadın ve Yatak	Sağ tarafta, bir yatak ve gelinlik giymiş bir kadın yer almaktadır. Bu, kitabın önemli karakterlerinden Angela Vicario'yu temsil eder ve Santiago Nasar'ın ölümüne neden olan olayların başlangıcını simgeler. Yatak, cinsellik ve evlilikle ilgili temaları, kadın figürü ise toplumsal baskıları ve kadınların yaşadığı zorlukları yansıtır. Kadının gelinlik giymesi, masumiyet ve toplumun beklentileri arasındaki çelişkiyi vurgular.
Arka Plan ve Evler	Arka planda yer alan evler, kitabın geçtiği küçük kasabanın atmosferini yansıtır. Bu kasaba, Santiago Nasar'ın cinayetinin işlendiği yer olup, kasaba halkının bu olay karşısındaki tepkilerini ve olayın yankılarını temsil eder. Evlerin çizim tarzı, kasabanın geleneksel ve kapalı toplum yapısını yansıtır.

Tavşan	Kapakta bir tavşan figürü yer almakta olup, bu figür masumiyeti ve savunmasızlığı simgeler. Tavşan, Santiago Nasar'ın hikayesindeki masumiyeti ve onun kaçınılmaz kaderini yansıtır. Tavşanın ürkmüş duruşu, Nasar'ın olaylardan habersiz ve korunmasız oluşunu gösterir.
Grafik Tasarım ve Düzen	
Kompozisyon	Kapak tasarımında dengeli ve dikkat çekici bir kompozisyon kullanılmıştır. Başlık ve yazar adı alt kısımda merkezi bir konumda yer alırken, üst kısımda ikiz kardeşler, kadın ve yatak, tavşan ve evler görseli dikkat çeker. Bu düzen, okuyucunun dikkatini önce başlığa, ardından görsel unsurlara yönlendirir.
Tipografik Hiyerarşi	Kitap kapağındaki tipografik hiyerarşi, okuyucunun dikkatini çekmesi gereken bilgiler sırasına göre düzenlenmiştir. Gabriel García Márquez'in ismi ve kitabın başlığı en büyük ve en dikkat çekici yazı tipi ile yazılmış olup, çevirmen bilgisi daha küçük puntolarla ve daha az dikkat çekici bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu hiyerarşi, okuyucunun ilgisini doğru sırayla çekmeyi amaçlar.
İçerik ile Bağlantı	
Kitap kapağında yer alan görsel ve metinler, Gabriel García Márquez'in "Kırmızı Pazartesi" romanının içeriği ile doğrudan bağlantılıdır. Márquez, bu eserinde Santiago Nasar'ın öldürülmesini ve bu cinayetin kasaba halkı üzerindeki etkilerini işler. Kapaktaki ikiz kardeşler, Vicario kardeşleri temsil ederken, ellerindeki bıçaklar cinayeti simgeler. Kadın ve yatak, Angela Vicario'nun yaşadığı toplumsal baskıları ve cinsel temaları temsil ederken, tavşan figürü Santiago Nasar'ın masumiyetini ve savunmasızlığını yansıtır.	
Genel Değerlendirme	
"Kırmızı Pazartesi" kitabının kapağı, göstergebilimsel açıdan zengin ve karmaşık bir tasarım anlayışıyla kitabın içeriğini ve temalarını etkili bir şekilde yansıtmaktadır. Renk kullanımı, yazı tipi seçimi, görsel unsurlar ve tipografik hiyerarşi, eserin şiddet, toplumsal baskı ve masumiyet temalarını vurgulayan bir estetik sunar. Kapak tasarımı, okuyucunun dikkatini çekmek ve kitabın içeriği hakkında ipuçları vermek amacıyla etkili bir şekilde kurgulanmıştır. İkiz kardeşler, kadın ve yatak, tavşan ve evler görselleri, Gabriel García Márquez'in karakterlerinin içsel dünyalarını ve yaşadıkları olayları sembolize ederken, başlık ve yazar adı öne çıkmaktadır. Bu unsurlar, okuyucunun kitabın atmosferine ve karakterlerin duygusal yolculuklarına dair bir önizleme yapmasını sağlar. Kapaktaki her bir görsel unsur, göstergebilimsel katmanlarla anlamlandırılarak, eserin tematik derinliği ve zenginliği okuyucuya aktarılır.	

Tablo 4b. Kapağın gösteren-gösterge tablosu.

Gösteren	Gösterge
Kitap adı: "Kırmızı Pazartesi"	Suç, kader, toplumsal baskı ve adalet temalarını içeren bir hikaye.
Yazar: "Gabriel García Márquez"	Latin Amerika edebiyatının önde gelen isimlerinden, büyülü gerçekçilik akımının önemli temsilcisi.
Nobel Edebiyat Ödülü 1982	Yazarın edebi başarısını ve eserinin uluslararası alanda kabul gördüğünü belirtir.

Kapak görseli: İki adam, gelinlikli kadın, yatak ve tavşan	Hikayenin temel unsurlarını ve karakterlerini, suç ve masumiyet temalarını temsil eder
İki adamın elindeki bıçaklar	Şiddet, suç, intikam ve kaderin kaçınılmazlığı
Gelinlikli kadın ve yatak	Saflık, masumiyet ve geleneksel değerler ile karşıtlık oluşturan suç ve kaos.
Tavşan figürü	Masumiyet, kırılabilirlik ve beklenmedik tehlike.
Eski model daktilo	Gazetecilik, hikaye anlatımı, gerçeklik ve kurgu arasındaki ilişki.
Can Yayınları logosu	Eserin prestijli bir yayınevi tarafından yayımlandığını ve güvenilirliğini işaret eder.

Tablo 5a. "Otomatik Portakal" isimli kitabın kapak analizi

Başlık	"Otomatik Portakal" kitabının başlığı, kapağın üst kısmında büyük harflerle yazılmıştır. Başlık, kitabın distopik temasını ve Anthony Burgess'in ikonik eserini vurgulamak amacıyla dikkat çekici bir şekilde yerleştirilmiştir. Turuncu renk, kitabın ana karakteri Alex ve çetesi ile bağlantılı olan şiddet ve anarşiyi simgelerken, okuyucunun dikkatini çekmek için stratejik olarak seçilmiştir.
Yazı Karakteri ve Renk	Sans-serif yazı tipi kullanılarak modern ve okunabilir bir görünüm sağlanmıştır. Beyaz renk, turuncu arka plan üzerinde yüksek bir kontrast oluşturarak başlığın dikkat çekici olmasını sağlar. Yazarın ismi ve çevirmen bilgisi de benzer bir yazı tipi ve renkle yazılmış olup, hiyerarşiyi belirler ve okuyucunun ilk olarak başlığa odaklanmasını sağlar.
Görsel Unsurlar	
Stilize İnsan Yüzü	Kapakta stilize edilmiş bir insan yüzü yer almaktadır. Bu yüz, romanın ana karakteri Alex'in ikonik görünümünü, yani şapka ve tek gözünde büyük kırıklı bir göz kapağı simgeler. Bu stilize yüz, bireysellik ve kimlik temalarını ele alır ve distopik dünyanın mekanikleşmiş insanını temsil eder. Yüzdeki dişli çark görseli, insanın mekanikleşmesi ve toplumsal kontrol temalarını sembolize eder.
Silüet Figürler	Yüzün alt kısmında yer alan silüet figürler, Alex ve çetesini temsil eder. Bu figürler, toplumdaki şiddet ve anarşiyi, gençliğin isyanını ve otoriteye karşı çıkışı simgeler. Figürlerin gölgeli olması, karakterlerin karanlık ve tehlikeli doğasını vurgular.
Dişli Çark ve Göz	Kapaktaki dişli çark ve göz, distopik toplumun bireyler üzerindeki kontrolünü ve mekanikleşmiş insanı temsil eder. Göz, aynı zamanda izlenme ve denetlenme hissini, bireysel özgürlüğün kısıtlanmasını simgeler. Dişli çark ise bireylerin toplumda birer dişli çark gibi işlediğini, özgürlüğün ve bireyselliğin mekanikleşmiş bir sistem içinde kaybolduğunu ima eder.
Renk Kullanımı	Kapakta kullanılan renk paleti, turuncu, siyah ve beyaz tonlarından oluşmaktadır. Bu renkler, kitabın distopik atmosferini ve şiddet içeren temasını yansıtır. Turuncu renk, canlı ve dikkat çekici olup, aynı zamanda anarşiyi ve gençliğin enerjisini temsil eder. Siyah ve beyaz renkler ise zıtlıkları, iyilik ve kötülük arasındaki dengeyi simgeler.

Grafik Tasarım ve Düzen

Kompozisyon	Kapak tasarımında dengeli ve dikkat çekici bir kompozisyon kullanılmıştır. Başlık ve yazar adı üst kısımda merkezi bir konumda yer alırken, alt kısımda stilize insan yüzü ve silüet figürler dikkat çeker. Bu düzen, okuyucunun dikkatini önce başlığa, ardından görsel unsurlara yönlendirir. Kompozisyon, görsel ve metinler arasındaki dinamik ilişkiyi ve hiyerarşiyi belirler, böylece okuyucu kapak üzerinden eserin içsel yapısına dair ipuçları alır.
Tipografik Hiyerarşi	Kitap kapağındaki tipografik hiyerarşi, okuyucunun dikkatini çekmesi gereken bilgiler sırasına göre düzenlenmiştir. Anthony Burgess'in ismi ve kitabın başlığı en büyük ve en dikkat çekici yazı tipi ile yazılmış olup, çevirmen bilgisi daha küçük puntolarla ve daha az dikkat çekici bir şekilde yerleştirilmiştir. Bu hiyerarşi, okuyucunun ilgisini doğru sırayla çekmeyi amaçlar ve görsel-metin ilişkisini dengeler.

İçerik ile Bağlantı

Kitap kapağında yer alan görsel ve metinler, Anthony Burgess'in "Otomatik Portakal" romanının içeriği ile doğrudan bağlantılıdır. Burgess, bu eserinde şiddet ve anarşi içindeki gençlik kültürünü, bireysellik ve toplumsal kontrol temalarını işler. Kapaktaki stilize insan yüzü, Alex'in karakterini ve onun distopik dünyadaki konumunu yansıtır. Dişli çark ve göz, toplumsal kontrol ve mekanikleşmiş bireyi temsil ederken, silüet figürler Alex ve çetesinin şiddet içeren doğasını vurgular.

Genel Değerlendirme

"Otomatik Portakal" kitabının kapağı, göstergebilimsel açıdan zengin ve karmaşık bir tasarım anlayışıyla kitabın içeriğini ve temalarını etkili bir şekilde yansıtmaktadır. Renk kullanımı, yazı tipi seçimi, görsel unsurlar ve tipografik hiyerarşi, eserin distopik ve şiddet temalarını vurgulayan bir estetik sunar. Kapak tasarımı, okuyucunun dikkatini çekmek ve kitabın içeriği hakkında ipuçları vermek amacıyla etkili bir şekilde kurgulanmıştır. Stilize insan yüzü, dişli çark ve silüet figürler, Anthony Burgess'in karakterlerinin içsel dünyalarını ve yaşadıkları olayları sembolize ederken, başlık ve yazar adı öne çıkmaktadır.

Tablo 5b. Kapağın gösteren-gösterge tablosu

Gösteren	Gösterge
Kitap adı: "Otomatik Portakal"	Modern toplumdaki şiddet, özgür irade ve ahlaki değerler üzerine bir eleştiri, distopik anlatım.
Yazar: "Anthony Burgess"	Eleştirmenlerce tanınan, toplumsal ve psikolojik meseleleri derinlemesine irdeleyen yazar.
Modern Klasikler Dizisi - 3	Eserin modern klasikler arasında kabul edildiğini ve zamansız bir değere sahip olduğunu belirtir.
Kapak görseli: Şapka ve tek gözlü figür	Toplumun birey üzerindeki baskısı, şiddet ve kontrol temasını simgeler.
Gözdeki dişli çark deseni	Mekanikleşme, insanın makineleştirilmesi ve özgür iradenin yitirilmesi.
Alt kısımda duran dört insan silüeti	Toplumsal düzende bireylerin yerini, şiddet ve kontrol mekanizmalarının varlığını temsil eder.

Turuncu arka plan	Çarpıcılık, dikkat çekme, şiddetin ve kaosun simgesi.
Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları logosu	Eserin prestijli bir yayınevi tarafından yayımlandığını ve güvenilirliğini işaret eder.
30. basım	Eserin popülerliğini ve geniş bir okuyucu kitlesine ulaştığını belirtir.

SONUÇ

Bu araştırmada son 10 yılda en çok satın alınan 4 kitabın kapaklarında bulunan tasarım öğeleri üzerinden göstergebilimsel analiz ve anlamsal çıkarımlar yapılması hedeflenmiştir. Ancak bu sürecin yazar tarafından doğrudan değil, yazar kontrolünde ChatGPT-4o dil modeli tarafından yapılması sağlanmıştır. Elde edilen bulgular göstermektedir ki, ChatGPT-4o sürümü temel düzeyde göstergebilimsel analiz yapabilmektedir. Kitap kapaklarındaki görsel unsurların kitabın içeriği, yazarı ve hatta kitabın yayımlandığı dönem ile ilişkilendirilerek analiz edildiği görülmüştür. Ayrıca büyük dil modelinin potansiyeli de net bir şekilde görülmektedir. Bu karmaşık yapının bu kadar kısa bir süre içerisinde, basit bir eğitim sürecini tamamlamış GPT tarafından sunulması, yapay zeka hakkında geleceğe yönelik ön görüşümüzün daha da netleşmesini sağlayabilir. OpenAI firmasının ürünü olan bu dil modelinin kısa sürede geldiği düzeye bakıldığında, önümüzdeki süreçte çok daha hızlı bir şekilde daha etkili sonuçlar alınabileceği düşünülmektedir.

Çalışmanın öncelikle 17 kitap kapağı ile tamamlanması hedeflenmiş, ardından seçki daraltılmıştır. Ancak yazar tarafından diğer kitap kapaklarının GPT'ye analiz ettirildiği ve bu çalışmada paylaşılan sonuçlara benzer olarak nitelendirilebilecek başarılı bulgular elde edildiği söylenebilir. Araştırmada ortaya konulan yönüyle yapay zekanın özellikle sanat ve tasarım alanlarında farklı çalışmalara konu olabileceği veya etki edeceği söylenebilir.

Yapay zeka ve dil modelleri analiz ve yorumlama bağlamında ele alındığında farklı döneme ait sanat eserlerini veya yapıtlarını belirli dönemsel özelliklerine göre analiz edebileceği, görsel unsurları analiz ederek alternatif fikirler bulma konusunda araç görevi üstlenebileceği, reklamcılık ve medya alanında hedef kitleye uygun çeşitli göstergebilimsel unsurları analiz ederek daha uygun içerikler oluşturulmasında veya marka kimliği yaratım sürecinde anlamlı ilişkiler kurarak tasarım süreçlerine yardımcı olabileceği söylenebilir. Sadece sanat ve tasarım değil, aynı zamanda eğitim, kültürel ve sosyal alanlarda da farklı dinamikleri farklı değişkenler ile ilişkilendirip semboller üzerinden yapacağı analiz ve çıkarımlarla bu alanlarda ortak paydalar oluşturabileceği, buna bağlı olarak pek çok araştırma konusu geliştirilebileceği düşünülmektedir. Benzer çalışmaların yayınlanacak yeni ve daha gelişmiş sürümleri ile denenmesi, farklı şekiller üzerinden örneklerin incelenmesi veya farklı tasarım yüzeylerinin göstergebilim bağlamında yapay zeka ile analiz edilmesi gelecekteki araştırmacılar için önerilecek konu başlıkları olarak paylaşılabilir. Yapılacak çalışmalarla yapay zekanın konumunun ve gelecekteki olası pozisyonunun daha iyi belirlenebileceği ve çalışma alanlarının genişleyeceği düşünülmektedir.

Gelişim aşamasının erken evrelerinde olduğu varsayılan yapay zeka teknolojisi için ilgili bölümde bahsedilen yöntem ve verileri toplama aşamalarının her zaman aynı sonuçları vermesi mümkün olmayabilir. Bu durum bilimsel bir çalışmanın tekrarlanabilir olma niteliğini tutarlılık bağlamında olumsuz yönde etkilemektedir. Yapay zekanın öğrenme süreçleri, kullanılan veri girdisi ve dinamik yapısı nedeniyle elde edilen sonuçlar farklılık gösterebilir ve bazı belirsizliklere yol açabilir. Bunun durumun önüne geçmek amacıyla bu araştırmada yöntem ve verilerin işleniş biçimi olabildiğince açık ve çerçevesi belirlenmiş bir şekilde okuyucuya sunulmuştur. İlerleyen dönemlerde yapay zeka, dil modelleri ve derin öğrenme sistemlerinde yaşanacak gelişmeler neticesinde bu süreçlerin kabul edilebilir düzeylerde olacağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akyol, İ. T., ve Özkan, N. A. Ş. (2023). Yapay Zeka Uygulamalarının Yerel Hizmet Sunumuna Etkisi, *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 18(1): 120-134.
- Ardıç-Çobaner, A. (2013). Sağlık İletişiminde Korku Ögesinin Kullanımı: Sigara Paketlerinde Kullanılan Sigara Karşıtı Görsellerin Göstergebilimsel Analizi, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 37(1): 211-235.
- Batok, N. (2020, 30 November). Artificial Intelligence has changed our World. <https://www.meer.com/en/64215-artificial-intelligence-haschanged-ourworld>
- Bayrak, T. (2024). Yeni Medyada Sanal Gerçeklik Sistemlerinin Kodsız Gösterimi, *İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 3(2): 50-62.
- Berger, J. (2010). *Görme Biçimleri*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Berkeley, J. (2012). *Insights in Linguistics and Semiotics: Semiotics of Discourse*. Germany: Peter Lang Publishing.
- Chmiliar, I. (2010). *Multiple-case Designs*. NY: SAGE Publications.
- Demir, E., Kandemir, B., ve Temür, C. (2022). Parag Khanna “Yeni Dünya Düzeni: Yeni Yükselen Güçler 21. Yüzyılda Dünyayı Nasıl Belirliyor?” Kitap Kapağının Göstergebilimsel Analizi, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 5(2): 187-199.
- Devlin, J., Chang, M. W., Lee, K., & Toutanova, K. (2019). *BERT: Pre-training of Deep Bidirectional Transformers for Language Understanding*. arXiv preprint arXiv:1810.04805.
- Erden, S. (2023). Sait Maden’in Kitap Kapaklarına Tipografik Yaklaşımları Aziz Nesin Kitap Kapağı Tasarımlarının İncelenmesi, *İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 9(18): 161-172.
- Guiraud, P. (1994). *Göstergebilim*. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Günay, V. D. (2012). *Görsel Göstergebilim ve İmgenin Anlamlandırılması*. İstanbul: Es Yayınları.
- Gürbüz, S., ve Arslan, E. (2024). Korkunun Göstergelerinde Ölümün Mutlakiyetini Araştırmak: Kızıl Ölümün Maskesi Filmine Göstergebilimsel Bir Yaklaşım, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(53): 86-108.
- Küçükşen, K. (2020). Covid-19 Günlerinde “Ev Halleri”nin Karikatürlere Yansıması Göstergebilimsel Bir Analiz, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(6): 38-57.
- Manguel, A. (2002). *Okumanın Tarihi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Radford, A., Wu, J., Child, R., Luan, D., Amodei, D., Sutskever, I. (2019, 14 Şubat). Language Models are Unsupervised Multitask Learners [Blog yazısı]. <https://bit.ly/3X7VHqL>
- Rıfat, M. (2009). *Göstergebilimin ABC’si*. İstanbul: Sel Yayınları.
- Russell, S. & Norvig, P. (2010). *Artificial Intelligence A Modern Approach*. London: Prentice Hall.
- Sığırcı, İ. (2016). *Göstergebilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Topsakal, O., & Topsakal, E. (2022). Framework for A Foreign Language Teaching Software for Children Utilizing AR, Voicebots and ChatGPT (Large Language Models), *The Journal of Cognitive Systems*, 7(2): 33-38.
- URL 1: <https://arxiv.org/abs/2005.14165>. Erişim Tarihi: 27.05.2024.
- URL 2: <https://chatgpt.com/gpts/editor>, Erişim Tarihi: 26.05.2024.
- URL 3: <https://www.similarweb.com/tr/website/kitapyurdu.com/#overview>, Erişim Tarihi: 01.06.2024.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMINDA VEGAN DERİ VE ÜNLÜ MODACILARIN TASARIM ÖRNEKLERİ

*Vegan Leather in Sustainability Approach And Design Examples
Of Famous Fashionists*

Dilek KÖROĞLU¹, Nursen GEYİK DEĞERLİ²

ÖZ

20. yüzyıldan itibaren hızlı sanayileşme, değişen tüketici davranışları, çevrenin ve canlı türlerinin bilinçsizce tahribatı ekosistem için bir tehdit oluşturmaktadır. Yaşanan bu olumsuzluklar nedeniyle sürdürülebilirlik, etik, ekolojik moda, vegan deri...vb. gibi kelimeler literatüre girmiştir. Bu kavramlar tekstil atıklarını minimum seviyeye indirmek, tekstil üretim sürecinde çevreye zarar veren uygulamaları azaltmak ve çevreci tasarımlar oluşturmak gibi anlamları karşılamaktadır. Moda sektöründeki çevresel sorunlar, su ve enerji kullanımını doğrudan etkilemekte ve canlı türlerinin azalmasına da sebep olmaktadır. Bu nedenle, moda sektörünün çevresel sürdürülebilirlik yaklaşımıyla etik uygulamaları önemsemesi gerekmektedir. Araştırmada çevreye verdiği zararlarla gündeme gelen, moda endüstrisinde önemli bir yeri olan doğal deri üretiminin olumsuz yönleri anlatılacaktır. Doğal derinin alternatifi olan vegan deri ve türleri "sürdürülebilir moda" kapsamında içinde değerlendirilecektir. Ekolojik moda yaklaşımıyla ortaya çıkan vegan deri üretim yöntemleri, tasarımcıların ve markaların vegan deriye yaklaşımı anlatılacaktır. Bitki kökenli vegan deriyle oluşturulan tasarımlardan örnekler sunularak konu görsel bakımdan desteklenecektir. Nitel araştırma yöntemlerinden eser analizi yöntemi kullanılarak sürdürülebilir moda yaklaşımında vegan deri üretimi anlatılacaktır. Çalışmanın sınırlılığı vegan deri kumaşlar ve bu kumaşlardan üretilen tasarımlar oluşturmaktadır. Güncel bir kavram olmasından dolayı vegan deri konusunda yazılmış yeterli kaynak bulunmamaktadır. Bu araştırma tekstil üretim tekniklerindeki, kaynakların doğru kullanılması, yavaş moda, geri dönüşüm, ekolojik tekstil kavramlarına bir farkındalık oluşturarak, vegan deri konusunda daha sonra yapılacak çalışmalara kaynak olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, ekolojik moda, vegan deri

ABSTRACT

Since the 20th century, rapid industrialization, changing consumer behaviors, and the unconscious destruction of the environment and species have posed a threat to the ecosystem. As a result of these negative impacts, terms such as sustainability, ethics, ecological fashion, vegan leather, etc., have entered the literature. These concepts refer to minimizing textile waste, reducing environmentally harmful practices in the textile production process, and creating eco-friendly designs. Environmental issues in the fashion industry directly affect water and energy usage and contribute to the decline of species. Therefore, the fashion industry must prioritize ethical practices with an environmental sustainability approach. This research will discuss the negative aspects of natural leather production, which has come under scrutiny due to its environmental harm and holds an important place in the fashion industry. Alternatives to natural leather, such as vegan leather and its types, will be evaluated within the scope of "sustainable fashion." The production methods of vegan leather, which have emerged with the ecological fashion approach, and the attitudes of designers and brands towards vegan leather will be discussed. Examples of designs created from plant-based vegan leather will be presented to visually support the topic. Using qualitative research methods, specifically the work analysis method, vegan leather production within the sustainable fashion approach will be explained. The scope of the study is limited to vegan leather fabrics and the designs created from these fabrics. Due to its current nature, there are insufficient sources written on vegan leather. This research will raise awareness about textile production techniques, the correct use of resources, slow fashion, recycling, and ecological textile concepts, and will serve as a reference for future studies on vegan leather.

Keywords: Sustainability, ecological fashion, vegan leather

1. ORCID: 0009-0007-2627-8579
2. ORCID: 0000-0001-9144-3066

1. Arş. Gör., Yıldız Teknik Üniversitesi, sinem.unal@yildiz.edu.tr
2. Dr. Öğretim Üyesi, Nişantaşı Üniversitesi, nurgeyik@yahoo.com

EXTENDED ABSTRACT

Clothing is one of the largest industries that covers a large part of human life and is driven by today's fashion industry. The concepts of clothing industry and fashion are closely related to each other. The textile industry, which includes the clothing sector, produces furniture and bedding materials, bed linens, curtains, cleaning materials, entertainment materials, etc. It has turned into a 1 trillion dollar industry globally, producing in different areas. This sector causes serious environmental damage, starting from the production stage, throughout the consumption process and waste management. Chemicals and dyes used for textile production cause pollution of water resources. The use of fossil fuels, especially in the production process, causes the release of greenhouse gases and has a negative impact on climate change. The essence of sustainability is respecting the ability of future generations to meet their needs. Sustainability is a concept that should be questioned not only in fashion but in all areas of life. In the fashion industry, which has the greatest impact on environmental pollution and waste amount, it has become necessary to implement more sustainable methods to protect the world and resources. Sustainable fashion is a concept that has become increasingly important in recent years. One of the most important points about unconscious consumption habits is the products we buy or consume due to psychological or social effects, even though we do not need them. As a result of shopping that turns into a consumption frenzy, countless products with a short lifespan are put on the market. How long any product or service can be used when purchased is an important issue. Each product that is thrown away and replaced causes carbon footprints, greenhouse gas emissions and brand new waste to be released into nature. It is the responsibility of the conscious consumer to evaluate the end-of-life product through upcycling or recycling practices instead of throwing it away. The leather industry is an important industry that has produced products to meet people's clothing and accessory needs throughout history. Leather of animal origin constitutes the basic raw material of these needs and is used in the production of various products in the fashion industry. The leather industry, one of the important branches of our country's industry, is classified as very dangerous work in terms of occupational health and safety. The leather industry, which has difficult production processes, is an area that requires sensitivity by authorities, employers and employees. Designs made of animal leather are consumed for their natural appearance, durability, healthiness, and as a sign of respectability or social status. Natural leather, which can be easily given different colors and patterns and is easy to process and use; Today, it is included in the designs of many brands. However, due to the production processes and the chemicals used in this process, animal leather production has recently been criticized in ethical and ecological terms. In the leather industry, which is classified as very dangerous work, there are processes that need to be questioned at every stage, from obtaining raw materials to product formation. During the processing of leather material, it is exposed to harsh chemicals to remove certain skin layers and waste. The waste produced after the applied process causes serious harm to the environment and human health. Especially people working at the production site and living around the production facility are exposed to toxic substances with carcinogenic effects. In addition, although the animal skins obtained to meet the raw material needs of the industry are portrayed as a by-product of the food industry, painful processes are applied to the animals. Biodiversity is also damaged by this sector due to the destruction of the animals from which natural leather is obtained. The importance of ethical and ecological approaches due to increasing environmental concerns has affected the fashion industry and the necessity for the industry to turn to sustainable, nature-friendly alternative products has arisen. Especially in recent years, many designers and brands, influenced by consumers' search for healthier products in every field, are turning to nature-friendly, sustainable materials and using them in their designs. The best example of the ecological textile approach and waste management is vegetable vegan leather production. Mushroom, pineapple leaf, cactus, mango, olive, apple leather, etc. produced as an alternative to animal leather. It is produced from waste of natural materials such as. The demand for vegan leather is increased by the use of it by designers in famous fashion weeks, environmental concerns and the support of organizations that aim to protect animals such as PETA. Vegan Fashion Week, which has pioneered the fashion industry since 2019, increases interest in leather alternatives. Vegan leather varieties produced instead of animal leather, fashion's most unsustainable material, are a big step towards ethical and sustainable fashion.

GİRİŞ

Giyim, insan hayatının her anında var olan ve günümüz tekstil sektörünün etkilediği en büyük endüstrilerden biri olma niteliğindedir.

Giyim sektörü, çevreye önemli ölçüde zarar veren sanayi kollarından birisidir. Bu sektör, üretim aşamasından başlayarak tüketim sürecinde ve atık yönetiminde çeşitli çevresel zararlara yol açmaktadır. Tekstil üretimi için kullanılan kimyasal ve boyar maddeler, su kaynaklarının kirlenmesine neden olmaktadır. Üretim sürecinde özellikle fosil yakıtların kullanılması, sera gazlarının salınımını artırmakta ve iklim değişikliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Bilim insanları dünya üzerindeki yaşamı tehlikeye sokan en önemli faktörün iklim krizi olduğunu belirtmiştir. Hükümetler arası İklim Değişikliği Paneli (IPCC)'nin nisan ayında yayınladığı en son araştırmaya göre bilim adamları küresel ısınmayı 1,5 °C' seviyesine indirmek için karbondioksit emisyonlarının 2030 yılında %48, 2035'te %65 oranında azaltılması ve 2050 yılında ise net sıfır seviyesine düşürülmesi gerekliliğini belirtmektedir (URL34). Birleşmiş Milletler Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)'nün "Değişen İklimde İş Sağlığı ve Güvenliğinin Sağlanması" adlı raporuna göre, iklim değişikliği küresel olarak çalışanların yüzde 70'i için ciddi sağlık sorunlarına sebep olmaktadır. Kansere, kalp-damar ve solunum hastalıkları, böbrek işleyiş bozuklukları ve zihinsel sağlık sorunları gibi hastalıkların yaygınlaştığı görülmüştür (URL 7).

Modada sürdürülebilirlik konusunu önemseyen ve endüstriyle iş birliğine teşvik eden World Fashion Agenda'nın 2020 yılında yayınladığı raporuna göre, moda sektörü toplam küresel emisyonların %10'unu oluşturmaktadır. Yapılan öngörüler ışığında bu rakamın, üçte bir oranında artarak 2030 yılına kadar 2,7 milyar tona ulaşacağı tahmin edilmektedir (URL 17). Tekstil sektörünün yarattığı kirlilikte 128 milyar dolar ekonomik değere sahip doğal deri endüstrisi, en büyük suçlulardan biri olarak görülmektedir. Hayvansal deri üretimi tartışmalı bir tarihe sahiptir ve sürdürülebilirlik açısından şüpheli bir malzeme olarak görülmektedir. Son dönemlerde deri imalat sürecinde kullanılan sınırlandırılmış maddelere olan duyarlılık dikkat çekici olmuştur. Gerçekleştirilen analizlerde deri ürünlerindeki insan sağlığına ve doğaya zarar veren etkenler belirlenmiş, yapılan çalışmalar doğrultusunda birçok kimyasal maddenin kullanımı sınırlandırılmış veya yasaklanmıştır (Önem, Karvana, Yorgancıoğlu, Başaran, 2017:411).

Ülkemiz sanayisinin önemli kollarından biri olan hayvansal deri sektörü, iş sağlığı ve güvenliği bakımından çok tehlikeli işler sınıfına girmektedir. Deri sektörü, gıda sanayisinin yan ürünüymiş gibi gösterilmek istense de yapılan araştırmalarda tüketilen dana etinden daha çok dana derisinden yapılan ürünlerin satışı gerçekleştirilmiştir. PETA gibi hayvan hakları örgütleri, giysi ve aksesuar üretiminde hiç hayvan kaynaklı materyalin kullanılmaması hakkında tüketicileri uyarmaktadır. Ekolojik moda kavramının önem kazanması, hayvan refahı ve çevre kirliliğinin sorgulanmasıyla doğal deriye alternatif olarak üretilen vegan deriye olan talep artmaktadır. Ünlü moda haftalarında tasarımcıların ürünlerinde bu yeniliği kullanması dikkat çekici olmuştur (URL 28). Yapılan öngörülerde bitkisel bazlı vegan deri endüstrisinin pazar payının, 2026 yılına kadar yaklaşık 2,2 milyar dolar seviyesinde olacağı ön görülmektedir. Vegan deri sanayisinin gelecekte daha da popüler olması ve deri endüstrisinde daha büyük bir paya sahip olması beklenmektedir (URL 31).

Bu çalışmada hakkında yeterli kaynak bulunmayan vegan deri konusuna farkındalık geliştirilerek literatüre katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Yerli ve yabancı literatür taraması yapılarak sürdürülebilir moda kapsamında vegan deri üretim yöntemleri araştırılacak, markaların ve tasarımcıların vegan deriye olan yaklaşımı incelenecektir. Ayrıca vegan deri ile üretilen tasarımların örnekleri sunularak konu görsel açıdan desteklenecektir.

1. Sürdürülebilirlik, Çevre ve Moda İlişkisi

21. yüzyılın başlarından itibaren dikkat çeken "sürdürülebilirlik" kavramı çevreyi koruma bilincinin artmasıyla birlikte daha da önem kazanmaktadır. Endüstriden gündelik yaşama kadar birçok alanda sürdürülebilirlik akımı uygulanmaktadır. Devletten özel sektörde faaliyet gösteren işletmelere kadar toplumsal hayatın bütün paydaşlarına, sürdürülebilir yaşam konusunda adımlar atma zorunluluğu doğmuştur.

Sürdürülebilirliğin esasında, gelecek kuşakların da ihtiyaçlarını karşılayabilme becerilerine saygı duyulması yer almaktadır. Canlı türliliğünün zarar gördüğü ve kaynakların eksildiği bir sistemde gelecek nesillerin ihtiyaçları da risk altındadır (URL 33). Sürdürülebilir çevresel düzenlemeyle gelecek nesillere daha iyi bir yaşam ortamı sunulmasında toplumun her bireyine sorumluluk düşmektedir (Bilen, Seyitoğulları, 2021, ss.47). Doğal yapısında yaşanan bozunmaların azaltılarak daha güvenli bir hale getirilmesi çevrenin sürdürülebilirliği açısından önem arz

etmektedir. Son zamanlarda çevre koruma çalışmaları ile ilgili yasal düzenleme, yönetmelik ve standartların sayısında artış olmuştur (Bilen, Seyitoğulları,2021, ss.59).

Sürdürülebilirlik kavramının ilk olarak, 1987 yılında Birleşmiş Milletler kurulunun yayınladığı Brundtland Raporu'nda kullanıldığı literatür taramasında görülmüştür. İlerleyen süreçte sürdürülebilirlik kavramı raporlarda sürdürülebilir kalkınma ifadesiyle yer almıştır.

Günümüzde her alanda kullanılabilir kavram olan sürdürülebilir kalkınma ifadesi, Brundtland Raporu'nda gezegenimizi etkileyen ekolojik sorunların ve yoksulluğun temel çözümü olarak gösterilmektedir. "Ortak Geleceğimiz" (Our Common Future) adı verilen raporun hazırlanması, sürdürülebilirlik tarihinin en önemli aşaması kabul edilmektedir.1992 yılında kurulunun Brezilya'da gerçekleştirdiği BM Çevre ve Kalkınma Konferansında sürdürülebilirliğin sadece çevresel faktörlerle sınırlı olmadığı, hayatın her alanında uygulanması gerektiği konusunda karar alınmıştır.

1992 yılından itibaren uluslararası alanda önem kazanan sürdürülebilirlik kavramı çevresel, sosyal ve ekonomik bir kalkınma modeli boyutlarıyla ifade edilmektedir. Sürdürülebilirlik kavramının sosyal boyutunda; kişileri zoraki ve çocuk yaşta çalıştırmama, ayrıcalık yapmama, insanlık dışı davranışlarda bulunmama, çalışma alanının sağlık ve hijyeni, kayıtlı istihdam oranı, üretimde açıklık ilkesi, ürünün sağlık ve güvenliği, bilgi gizliliği ...vb. durumlar ele alınmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramının çevresel boyutunda; havaya ve suya karışan atık, toprak kirliliği, hammadde ve kaynakların tüketimi, fiziksel çalışma sahalarında istenmeyen etkiler (gürültü, titreşim, temizlik ve düzen) ...vb. olumsuzluklar ele alınmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramının ekonomik boyutunda ise yerel ekonomiye katkı, yenilikçi ürünler ortaya çıkarma, yeni ekonomik fikirler geliştirme, kâr edebilme, vergi ödeme, atık yönetimine yatırım, altyapı tesislerine yatırım, rüşvet ve yozlaşma ile mücadele konularına değinilmektedir (URL 35).

Sürdürülebilirlik, özellikle son yirmi yılda moda dünyasının en önemli konusu haline gelmiştir. 2006 yılında Milano'da hazırlanan Yavaş Moda Bildirgesinde daha kapsamlı hale dönüşmüştür. Etik moda kuramcısı Sue Thomas'a göre" sürdürülebilirlik; çalışanlar, tüketenler, hayvanlar, toplum ve çevre üzerine olumlu etkisi olan tasarımcı, tüketici veya üretim şekillerine işaret eder." demiştir (Kipöz,2021, ss31).

Çok geniş bir kullanım alanına sahip tekstil sektöründe hammadde edinme, ürünü oluşturma ve kullanma süreci, kullanım sonrası işlemlerden doğabilecek çevresel zararlara karşı önlem almaması durumunda dünyanın geleceği tehlike altında olacaktır. Var olan koşulların sürmesi durumunda tekstil sektörünün 2050 yılına kadar dünya karbon emisyonunun % 26'sını meydana getireceği öngörülmektedir. Ayrıca var olan şartları değişmeyeceği varsayılarak oluşturulan senaryolarda 2050 yılında tekstil ve hazır giyim endüstrisinin yenilenemeyen hammadde kullanımının 300 milyon tona, okyanuslara atılan mikro plastik miktarının da 22 milyon tona ulaşacağı öngörülmektedir (URL 36). Bütün bu çevresel kaygılar sürdürülebilirliğin moda sektöründe de uygulanmasını zorunlu kılmıştır. Sürdürülebilir moda, gelecek neslin kaynak ihtiyacını dikkate alarak üretim yapılması gerektiğini ifade etmektedir. Etik değerler anlayışına göre uygulamalar yapılarak, çevresel, ekonomik ve toplumsal değerler gözetilmelidir. Geri dönüştürme, yeniden kullanma ve azaltma gibi tekniklerle kaynakların bilinçli tüketilerek üretim yapılması amaçlanmaktadır. Ünlü tasarımcıların hızlı modanın yarattığı yaşam tarzındaki etkilerine dikkat çekerek, sürdürülebilir moda içerisinde de aktif rol almaları gerekliliği vurgulanmaktadır (Yücel & Tiber, 2018: 371-375). Bilinçli tüketiciler, tercih ettikleri moda markalarının üretim, satış ve kullanım süreciyle birlikte geri dönüşüm aşamalarını da sorgulamaktadır. Giysilerindeki eko etiketlerle sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk hakkında bilgi veren moda markalarıyla ilgili tüketicilerin görüşlerine ilişkin fikir edinmek üzere yapılan "Consumer Interest in Fashion Ecolabeling" raporuna göre, tüketicilerin % 69'u moda ürünlerini satın alırken sürdürülebilirliğin önemli bir faktör olduğunu ifade etmektedir (Ceylan,2023).



Resim 1: ‘Yaşanabilir bir dünya için moda da temizlenmeli’ <https://web.archive.org/web/20220703174309/https://yesilgazete.org/yasanabilir-bir-dunya-icin-moda-da-temizlenmeli/> (Erişim Tarihi:23.04.2023)

Tekstil endüstrisinin oluşturduğu çevresel zararın büyük bir kısmı materyal seçiminden kaynaklanmaktadır. Hammadde elde edilişi, moda sektöründe kullanılabilir duruma gelene kadar maruz kaldığı işlemler ve kullanımdan sonraki süreçte geri dönüşüm yapılabilmesi gibi özellikler meydana gelebilecek zararın oranını belirlemektedir. Bir çoğu petrol türevlerinden elde edilen sentetik liflerin çevreye verdiği zarar bilimsel olarak tespit edilmiştir. Sustainable Apparel Coalition (SAC:Sürdürülebilir Giyim Birliği) tarafından bulunan ve şirketlerin sürdürülebilirlik etkinliklerini derecelendirmelerini belirleyen “Higg Index” verilerine göre tekstil sektöründe kullanılan hiç bir materyal tam olarak sürdürülebilir sayılmamaktadır (Kipöz, 2020.sf 44).

İnsan yaşamının önemli bir parçası olan moda bir topluluğun kimliğini belirtmekle beraber kişinin bireyselliğini de anlatan bir kavramdır (Ertürk.,2011.11). Moda yenilik, farklılık ve taklit yoluyla insanlar arasında var oluşunu sürdürmekte, ancak tüketim sistemine verdiğimiz yetkinin bir formu olarak var olmaktadır. (Busch,2022) Sürdürülebilir moda kavramı; hızlı moda (fast fashion) kavramına karşıt olarak ortaya çıkmıştır. Hızlı moda, ani değişim gösteren trendlerden, her hafta tüketiciye sunulan yeni koleksiyonlardan, insanların birkaç kez giydikten sonra bir kenar bıraktıkları giysilerin hala alınıyor olmasından beslenmektedir. Bu süreçte giysi üretimi bilinçli olarak uzun süre dayanmayacak biçimlerde yapılmaktadır. Sonuçta giysiler kısa sürede deforme olmakta ve yeni kıyafetlerin alınma ihtiyacı doğmaktadır (Bilen, Seyitoğulları,2021). Tekstil ve giyim ürünlerinin fiyatlarında düşüş yaşanmasıyla tüketiciler eski giysiyi onarmak gibi sürdürülebilir ve giysinin kullanma sürecini artıracak bir uygulama yapmaktansa, yeni ürüne ulaşmak daha kolay olmaktadır. Ürünlerin düşük fiyata temin edilmesi ürünlerin kullanma sürecini azaltırken atığa dönüşme sürecini hızlandırmaktadır. Ürünlerin ucuz mal edilebilmesi ve satış fiyatının düşürülmesi için işçilerin ucuz çalıştırılabileceği farklı ülkelerde üretim yapılmaktadır. Bu ortamlarda çalışma şartları zorlaştırılmakta, çalışanlara uzun mesai saatleri ve düşük ücret politikaları uygulanmaktadır (Ateş, Asma, Süel, 2020). Günümüzün hızlı moda gerçekliğinde, sürecin bir tüketim çılgınlığına dönüşmesi ekonomik ve çevresel yönden tehlikeli boyuta ulaşacağı düşünülmektedir. Sürdürülebilir moda yaklaşımı bilinçsiz tüketim çılgınlığının karşı doğmuştur. Bu anlayışta yavaş tüketim ve doğru üretim süreçlerini içine alan bir moda anlayışı, oluşturarak çevreyi ve insanı korumayı hedeflemektedir (Odabaşı,2022). Moda sektörünün hammadde oluşturmak için kullanabileceği kaynaklar ve süreç sonunda oluşan atık miktarı çok fazladır. BM Sürdürülebilir Moda Birliği’ne göre, moda sektörü en büyük ikinci su tüketicisi olarak belirlenmiştir. Bu sektör, ayrıca dünyadaki karbon emisyonlarının %8 ile %10 arasında bir değerde oluşmasına sebep olmaktadır. Bu oran, uluslararası uçuşların ve deniz ticaretinin yarattığı emisyon miktarının toplamından daha fazla olduğu tespit edilmiştir. BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi’nin tahminlerine göre, moda sektörünün neden olduğu emisyonların 2030 yılına kadar %60 oranında artması beklenmektedir (URL 37).

Çevre dostu, sertifikalı, eko-etiketli olarak sunulan ürünlere talepler gün geçtikçe daha da artmaktadır. Bu etiketli ürünler tüketiciye kullanım sürecinde zarar vermesi muhtemel kimyasal madde ihtiva etmediğini onaylamaktadır. Eko-etiketler, ürünün özelliklerinin çevresel etkisi hakkında da bilgi vermektedir. Ayrıca bu ürünlerin çevre açısından güvenli olduğunu, çevre dostu materyaller kullanılarak üretildiğini ve kullanıcı için zararlı kimyasal madde ihtiva etmediğini göstermektedir. (Erol, Pamuk, Aydın Çakır. 2018:302). Tekstilde sürdürülebilir çevreye olumsuz etkisi en az olan ECOTEX, GOTS, EUROPEAN FLAX gibi sertifikalara sahip kumaşlardan üretim yapılması düşünülmemelidir. Sürdürülebilirlik aynı zamanda ürünün kullanımından sonraki sürecini de kapsamaktadır. Her yıl 50 milyon tonun üzerinde kullanılmadığı için çöpe atılan kıyafetin bulunduğu çevre ile ilgili raporlarda belirtilmektedir. Çoğu lüks markanın satılmayan giysileri yakılarak veya çeşitli ülkelerdeki çöp sahalarına gönderilerek imha edilmektedir. Avrupa Birliği Brüksel’de yapılan toplantı sonucunda “Ekodizayn Çerçeve Paketinde” giysilerin yakılarak veya çöp sahalarında biriktirilerek imha edilmesi yasaklanmıştır (URL 40).

Avrupa Komisyonu, piyasadaki ürünlerin tekrar kullanılma ve geri dönüştürülme imkanlarını artırmak için ürün içerikleri hakkında bilgi içeren bir 'dijital ürün pasaportu' sistemine geçme kararı almıştır. Bu uygulama ile 12. Sürdürülebilir Kalkınma maddesinde 'Sorumlu Üretim ve Tüketim' amacına hizmet eden önemli bir aşama hayata geçmiş olacaktır. DPP uygulamasının 2027 yılında yürürlüğe koyulması planlanmaktadır. Bu uygulama ile toplumun tüketim alışkanlıklarının yanında moda markalarının da üretim alışkanlıklarında bir farkındalık geliştirmek amaçlanmıştır (URL 41).



Resim 2: Dijital Ürün Pasaportu <https://yesilbuyume.org/dongusel-ekonominin-yeni-kimlik-karti-dijital-urun-pasaportu/> (Erişim tarihi:12.11.2023)

Sürdürülebilir ve ekolojik moda konusunda son gelişmelerden biri Avrupa Komisyonu tarafından 30 Mart 2022 tarihinde Sürdürülebilir Ürün İniyatifi kuralları belirlenmiştir. Döngüsel ekonomi konusunda daha kapsayıcı olan bu kurallar AB piyasalarında üretimin her basamağında döngüsel ekonomi prensiplerini yerleştirmeyi ve bu kapsamda ürünlerin tüm yaşam süreçlerini dikkate alan sürdürülebilir bir ekosistemi oluşturmayı hedeflemektedir (URL 40). 2023 yılında dördüncüsü düzenlenen Sustainability Talks İstanbul (sürdürülebilirlik konuşmaları İstanbul) konferansında sektörün önde gelen firmaları gelişen teknolojiyle birlikte sürdürülebilirlik çalışmalarını ve çevreci anlayışla kuruluşlarının hedeflerini anlatmaktadır. Konferansın bu yıl öncelikli olarak döngüsellik, sürdürülebilir hammaddeler, tedarik zincirindeki şeffaflık ve izlenebilirlik konuları ele alınmıştır (URL 42).

2. Doğal Deri Sanayisinin Ekosisteme Etkisi

Deri sektörü, tarih boyunca kişilerin giysi ve aksesuar ihtiyaçlarını karşılayan önemli bir endüstri kolu olmuştur. Zorlu bir üretim süreci olan doğal deri elde edilmesinden başlayarak tabaklanması, deri işleme, deri kimyasalları, deri giyim ürünleri, ayakkabıcılık ve yan sanayisi, saracıye ürünleri gibi birbirinden çok farklı özellikler taşıyan ana ve alt çalışma alanlarını kapsamaktadır. Deri endüstrisinin ana malzemesi, hayvanlardan elde edilen doğal deridir. Bu ham deriler işleme sürecinden geçerek çeşitli deri ürünlerin yapılışında kullanılmaktadır (Er,2018).



Resim 3: Moda Endüstrisindeki Zulüm <https://vegagazete.com/slay-moda-endustrisinin-acimasiz-hayvan-ticaretini-gozler-onune-seriyor/> (Erişim Tarihi:05.02.2024)

Deri ve deriden üretilen mamüller sanayisinde özel ihtisas raporlarına göre işlemler yapılması gerekmektedir. Ham deri, mezbahalarda yerel koruma yöntemlerine göre hayvanlardan ayrılarak yüzülmesi, yağ ve diğer istenmeyen maddelerden temizlenmesi, derinin türüne göre sınıflandırılması yapılarak daha korunaklı hale getirilmelidir (Deri

Mamülleri Raporu,2022).

Doğal deri, içeriğinde bulunan yağ, kir, kalıntılar nedeniyle bozulabilir ve çürüyebilir yapıdadır. Gerçek deri doğal ortamlarda hızla bozunup kokuşabilmekte, kurutulduğunda ise sertleşip kırılabilir hale gelebilmektedir. Bu olumsuz özellikleri ortadan kaldırmak için tabaklama işlemi yapılmaktadır. Deri tabaklama işlemi sırasında, arsenik ve siyanür gibi 250’den fazla kimyasal madde kullanılmaktadır. Hayvansal deri endüstrisinde en fazla sodyum sülfür, sülfirik asit, sodyum sülfidrat, formik asit, amonyum tuzları, sodyum klorür, çeşitli solventler, amonyak gibi bir takım doldurma malzemeleriyle sıvı veya toz boyar maddeler kullanılmaktadır (Açikel,2017).

Çok tehlikeli işler sınıfında olan deri sektörü hayvan hakları ve etik değerler açısından da eleştirilmektedir. Sektör derinin hayvanlardan etik olmayan yöntemlerle elde edilmesinden dolayı hayvan severler tarafından sık sık protesto edilmektedirler. Deri endüstrisi sürdürülebilirlik açısından tehlike oluşturarak yaban hayatını, ekosistemi ve hayvanların neslini tehdit etmektedir (Çavdar,2014). Kopenhag Moda Haftasının organizatörleri benimsedikleri sürdürülebilirlik yaklaşımı ile 2024 yılından itibaren doğal deri ve tüy içeren koleksiyonların yasaklanacağını duyurmuş ve etik modanın lideri konumuna gelmiştir (URL 5).

Deri üretim süreçlerinde iş sağlığı ve güvenliği (İSG) önlemlerinin tamamen veya kısmen alınmaması halinde, çalışanların sağlığında ve güvenliğinde tehlikeli durumlar oluşmaktadır. Deri üretim süreci hata affetmeyen, çok sıkı çalışma ortamı olan ve sorumluluk gerektiren bir sektördür. Tabakhanelerde çalışan işçilerin ve yakınlarının hayatı tehlike altındadır. Sektörde çalışan birçok kişi deriyi renklendirme ve işleme sürecinde kullanılan zehirli kimyasal maddelerle çalışmaları için kanser hastası olarak vefat etmektedirler. Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezi’nin bir araştırmasında Kentucky’deki deri tabaklama alanında faaliyet gösteren işletmenin bulunduğu yerde ve civarında oturan kişilerde lösemi hastalığına yakalanma oranının Amerika’da yaşayan insanların lösemiye yakalanma riskinden beş kat daha fazla olduğunu sonucuna ulaşmıştır (URL 4). Her aşaması kimyevi işleme tabi tutulan ve çok tehlikeli işler sınıfına giren deri üretim endüstrisinde kimyasal maddelerin sebep olduğu tehlike ve risklere sık sık rastlanılmaktadır. Deri sektöründe çalışan kişilerde meslek hastalığı sayılabilecek deri, sindirim, solunum, göz maruziyetlerine ilişkili olarak bu yapılara ait ciddi sağlık sorunları görülmektedir (ÇSGB,2012).

Deri sektörünün daha sürdürülebilir ve etik bir hale gelmesi için gerekli çalışmaları ve yeni gelişmeleri de beraberinde getirmektedir. Daha etik ve çevre dostu üretim yöntemlerine geçiş, atık yönetiminin geliştirilmesi ve hayvan refahının gözetilmesi, deri sektöründeki sorunların azaltılmasına yardımcı olabilmektedir. Bu nedenle, sürdürülebilirlik ve etik moda trendleriyle birlikte, deri sektöründe alternatif malzemeler ve çevre dostu uygulamalar ön plana çıkmaktadır. Bu yenilikçi materyallerin üretimi, hayvanlar ve doğal kaynaklar üzerindeki olumsuz etkileri azaltmayı amaçlamaktadır

3. Ekolojik Tekstil Yaklaşımı ile Vegan Deri

Ekolojik tekstil, çevreye ve insan sağlığına olumsuz etkileri en aza indirgeyen sürdürülebilir, çevre dostu yöntemlerle üretilen tekstil ürünleridir. Ekolojik tekstil, bu olumsuz etkileri azaltarak, doğal kaynakların korunmasına ve çevre dostu üretim süreçlerine odaklanmaktadır. Ekolojik tekstil, hem çevresel açıdan daha uygun bir seçenek sunması hem de gelecek nesillere daha sağlıklı bir dünya bırakma çabasını taşımaktadır. Böylece tüm tüketici dernekleri tarafından desteklenen “eko tekstil” kavramı ortaya çıkmıştır (GÜRSOY, A.,ss:175).

Dünyanın geleceğini koruması, hızlı modanın sebep olduğu çevre tahribatını azaltılması, moda sektörünün oluşturduğu ekolojik risklerin artmasını önlenmesi gibi amaçlar için “ekolojik tekstil” kavramı önemli hale gelmiştir. Ekolojik moda anlayışında çevre dostu kumaş seçimi, en fazla odaklanılan konulardan biri olmaktadır (Kosifoğlu,2022). Tekstil sektöründe ekolojik moda anlayışı doğrultusunda; üretim süreçlerinde çevreci etik değerler dikkate alınarak yapılmalı, giysiler insan sağlığı bakımından zararlı madde içermemeli ve kullanım süresini tamamlayarak atık haline dönüşen ürünler sürdürülebilirlik anlayışına göre değerlendirilmelidir (Can, Ayvaz,2017). Vegan tekstil ürünleri, sürdürülebilir ve etik bir moda yaklaşımını temsil etmektedir. Vegan kişiler hayvan zulmüne karşı olmakla birlikte doğal kaynakların ve çevrenin korunması gibi konuları da gözetmektedirler. Veganlık, din, sağlık, beslenme, kişisel inançlar gibi faktörler nedeniyle tüm hayvansal ürünlerin kullanımından kaçınma davranışı şeklinde tanımlanarak moda sektörü ile ilişkilendirilmektedir. Bu nedenle, tekstil sektöründe etik ve çevre dostu yaklaşımları benimseyen vegan kişiler, hayvanlar üzerinde test edilmeyen ve hayvansal kaynaklı malzemeler içermeyen ürünleri tercih etmektedir (URL6).

Tekstil sektöründe tüketicilerin değişen algıları, sürdürülebilirlik hareketleri ve hayvanları koruma düşünceleri doğrultusunda deriye alternatif materyaller üretilmeye başlanmıştır. Günümüzde gelişen teknolojiyle birlikte doğal derinin yerine kullanılabilir görünüm olarak doğal deriye benzeyen vegan deri üretimi yapılmaktadır. Vegan deriler, doğal (bitkisel) ve sentetik (kimyasal) olmak üzere iki yöntemle üretilmektedir.

3.1. Sentetik Vegan Deriler

Suni vegan deriler, doğal derinin ilk alternatifleri olarak 19. yüzyılda “ekonomik” sebeplerle geliştirilmiştir. Suni deriler, kullanım süresince ve sonrasında da yıllarca doğayı tehdit eden petrol bazlı plastikler içeren Polivinil klorit (PVC) ve poliüretan (PU) monomerlerinden üretilmektedir. Bu kimyasal polimerler, hayvan derisi görünümü sağlayan ısı baskı uygulamaları sayesinde sektörde yaygın olarak tercih edilmektedir (URL 6). Sentetik deri üretildiği haliyle doğal deriye benzer bir görünüme sahip değildir. Sıcak rölyef baskılarla farklı hayvanların dokuları suni deri üzerine aktarılmaktadır. (Özkendirici, 2021, s.56). Bu deriler hızlı moda sektöründe popüler olsalar da biyolojik olarak parçalanmamakta ve çevreye tehlikeli toksik maddeler salılabilmektedirler. Bu sebeple tam olarak çevreci materyal olarak sayılmamaktadır. Greenpeace tarafından “*çevreye en çok zarar veren plastik türü*” olarak tanımlanan PVC bazlı ürünler, çevreye zararlı olduğu kadar insan sağlığı için de uzak durulması gereken maddelerden biridir. Sürdürülebilir moda yaklaşımında olmaması gereken bu kimyasal maddelerden yapılan sentetik deriler, veganlık felsefesi ile tam olarak bağdaşmamaktadır (URL 1).

3.2. Bitkisel Vegan Deri Üretim Yöntemleri

Doğal (bitkisel) vegan deriler çevreye zarar vermeyen, biyolojik olarak doğada çözünebilen, üretim sürecinde zehirli kimyasal maddeler kullanılmayan ve karbon salınım oranını en alt seviyeye indirmeyi hedefleyen materyallerdir. Büyük moda markaları, zulüm içermeyen ve dayanıklılıktan ödün vermeyen bitki bazlı vegan derileri tasarımlarında kullanmaktadır. Bitkisel kökenli vegan deri çeşitleri, biyolojik olarak parçalanabilen ve kolayca geri dönüştürülebilir özelliğe sahiptir. Yapılan araştırmaya göre bitkisel vegan deri; hayvansal deriden 40 kat daha düşük bir karbon etkisine sahipken, sentetik vegan derilerden 17 kat daha düşük bir karbon ayak izine sahiptir. Bu araştırma ile bitkisel kökenli vegan derinin çevreye zararsız bir materyal olduğu tespit edilmiştir (URL 1).

Doğal derinin çevreci alternatifi olan bitki kökenli vegan derinin üretimi için farklı metotlarla ve hammaddelerle teknolojinin imkanları kullanılarak üretim yapılmaktadır.

3.2.1. Ananas Bitkisinden Üretilen Vegan Deri



Resim 4: Pinatex <https://www.greenmatters.com/p/vegan-leather-made-from-plants> (Erişim Tarihi:23.03.2023)

Ananas yapraklarından elde edilen Piñatex, sürdürülebilir moda dünyasında çevre dostu bir seçenek olarak değerlendirilmektedir. Bu malzeme, hayvanlara zarar vermeden ve doğal kaynakları etkin şekilde kullanarak moda endüstrisinde daha sürdürülebilir bir seçenek sunmaktadır. Yaklaşık 16 ananas, bir metre kare pinatex yapmaya yetecek kadar lif vermektedir (URL 39). Uzun yıllar giyim endüstrisinde çalışan Endonezyalı tasarımcı Dr.Carmen Hijosa'nın beş yıllık sıkı araştırmasının ardından Pinatexi keşfedilmiştir. Ananas Anam firmasının uzun süren

araştırmaları sonucunda başlayan proje ile her sene atık olan 40,000 ton ananas yaprağı yeniden değerlendirilmektedir. Piñatex, tamamen sürdürülebilir, yüksek performanslı doğal tekstil materyalidir (URL 2).

3.2.2. Mantardan Üretilen Vegan Deri



Resim 5: Mantar Derisi <https://ekolojist.net/vegan-deri-nedir?/> (Erişim Tarihi:12.09.2023)

Mantarlar, bitkiler ve hayvanlar âleminde farklı olarak Fungi âleminde yer alan canlılardır. Mantardan üretilen vegan deri çalışmalarında Portekiz'in ulusal ağacı sayılan ve İber Yarımadası'nda yetişen mantar meşe ağaçlarının kabukları kullanılmaktadır. Vegan deri çeşitlerinden en çok talep gören mantar derisi, tam bir çevre dostu malzemedir. Mantar derisinin çevreye en önemli katkısı kolayca geri dönüştürülebilmesi ve yeniden öğütülerek sonsuza kadar yeniden kullanılabilmesidir (URL 1). Ağaçtan ayrılan bu yapıda miselyum adı verilen kök yapısı bulunmaktadır. Miselyum ağacın kabuğunun traşlanması ile elde edilmektedir. Ağaç kabuğunu yeniden oluşturmak için normalden fazla karbondioksit kullanılmaktadır. Bu bitkisel döngü havadaki karbon salınım oranını azaltmaktadır. Yirmi yıl bozulmadan kullanılabilen, su geçirmez ürünlerin elde edildiği mantar derisi, leke tutmadığı gibi hipoalerjenik ve hafif gramajlı bir deri türüdür (URL 8). Kimyasal madde içermeyen ve doğal olduğu için biyobozunur materyal olan mantar derisi dokusunun yumuşak olması sebebiyle rahatça şekil alabilmektedir. Mantar derisi suya dayanıklılığından dolayı pek çok marka tarafından kullanılmaktadır (URL 3).

3.2.3. Elmadan Üretilen Vegan Deri



Resim-6: Samara Markasının ürettiği çantalar <https://images.app.goo.gl/E7WouNjJwkBK2M8w9>(Erişim Tarihi:12.09.2023)

Kopenhag merkezli Beyond Leather Materials firmasının geliştirdiği materyal, elma suyu ve elma şarabı imalatı sonrasında ortaya çıkan atıklardan elde edilmektedir. Gerçek deriye benzer görünümüyle elma derisi, sevilen bitkisel deri seçeneklerinden biridir. İtalya'nın kuzeyinde, elma üretimiyle ünlü ve her yıl önemli miktarda atıkla karşı karşıya kalan Tirol bölgesindeki Frumat firması tarafından geliştirilmiş patentli bir materyaldir (URL 10). Elma kabuğu ve elmanın kalan atık gövdesi, selüloz tozuna dönüştürülmektedir. Bu toz daha sonra dayanıklı bir bitki derisi halini almaktadır. Bir diğer İtalyan firma AppleSkin ise %20-30 oranında elma atıkları kullanarak kendi vegan derisini üretmektedir ve 2026 yılına kadar %100 bitki bazlı olmayı hedeflemektedir (URL 1).

3.2.4. Kaktüsten Üretilen Vegan Deri



Resim-7: Adrián López Velarde ve Marte Cázarez <https://www.studiomercado.com/post/vegan-kaktus-derisi-desserto>(Erişim Tarihi:15.09.2023)

Sürdürülebilirlik yaklaşımını benimseyen markaların ürünlerinde kaktüs derisi kullanmasıyla, bu deri tüketiciler tarafından dikkat çekici olmuştur. Meksika ve Avustralya’da çok bulunan ve istilacı bir tür olarak bilinen Nopal kaktüsünden üretilmektedir. İki de Meksikalı olan Adrián López Velarde ve Marte Cázarez tarafından 2019 yılında İtalya'nın Milano kentinde hayvan derisine alternatif olan kaktüs derisini üretmiştir (URL 11).

Ticari adı Desserto® olan vegan deri hayvan veya sentetik deri ile karşılaştırıldığında sürdürülebilirlik, performans ve estetik konularında daha başarılı çözümler sunmaktadır. Kaktüslerin üretiminde sadece yağmur suyunun kullanılması ve güneş ışığından faydalanarak kurutulması, bu derinin her aşamasında sürdürülebilirliğin ön planda tutulduğunu göstermektedir. Dayanıklı ve sürdürülebilir bir seçenek olan kaktüs derisinin performansının yüksek olmasından dolayı çanta, ayakkabı, giyim ve mobilya üretimi için kullanılmaktadır. Sürdürülebilir moda markaları tarafından özellikle çanta yapımında tercih edilmektedir (URL38).

3.2.5. Üzümünden Üretilen Vegan Deri



Resim 8: Üzüm derisi <https://moletik.com/kaktusten-elmaya-vegan-yapay-deriler-tekstilcilikte-hayvanlari-ve-cevreyi-kurtarabilir/>(Erişim Tarihi:01.02.2024)

Ekolojik tekstil ürünlerinden en yenilikçi fikri olan “şarap derisi” Toskana’nın meşhur şarap bağlarında keşfedilmiştir. VEGEA adı verilen üzüm derisi, bitkisel, yenilenebilir ve geri dönüştürülmüş ham madde içeriğiyle yenilikçi bir malzemedir. %100 bitki kökenli üzüm derisi doğal deri gibi hissiyat ve performans vermektedir. Üzümünden üretilen vegan deri, şarap endüstrisinin artıklarından oluşturulmaktadır (URL 38). Üretimi yapılan her 10 litre şarap için yaklaşık 2,5 litre atık oluşmaktadır. Meydana gelen bu atıklardan 1 metrekare üzüm derisi yapılabileceğini söyleyen işletme, suni deri sektörüne sürdürülebilir bir seçenek sunmaktadır. Üretim sürecinde çok az miktarda su kullanılmakta ve harcanan su yeniden kullanılabilir. Üzüm derisi bu yönüyle de sürdürülebilir bir materyal olduğu kabul edilmiştir (URL 12).

İtalyan vegan deri girişimi olan Vegea, H&M markasının el çantası ve ayakkabı gibi ürünlerinde çok kullanılmıştır. Ünlü araba markası Bentley’in 100. yıl dönümünde kutlama töreni programı için oluşturduğu elektrikli lüks coupe konsepti EXP 100 GT otomobilinin koltuklarını Vegea ile kaplayarak moda sektörünün dikkatini çekmiştir (URL 16).

3.2.6.Mısırdan Üretilen Vegan Deri



Resim 9: Veja marka mısırdan üretilen vegan ayakkabı <https://www.libas.com.tr/products/kadin-veja-ayakkabi-uw0703509a>(Erişim Tarihi:02.02.2024)

Mısırdan üretilen vegan deri biyolojik kökenli bir materyaldir. Genellikle mısır nişastası veya mısır lifleri gibi mısır kaynaklı malzemeden üretilmektedir. Bu vegan deri, dokunma ve elastikiyet açısından doğal deriye benzer bir his vermektedir. Bu malzeme, hayvan derisinden daha sert özelliğe sahiptir. Mısır derisinin temizliğinin kolay olması bu derinin tercih edilebilirliğini artırmaktadır.

“Veja” adlı Fransız ayakkabı markası, kanvas mumundan yapılmış, gıda endüstrisinden gelen %50 mısır atığından oluşan bir reçineyle kaplanmış ve poliüretanla karıştırılmış kampo ayakkabılar geliştirmiştir. Üretim sürecinde kullanılan mısır derisine kimyevi maddeler ilave edilmesi markanın ürünlerinde tamamen bitkisel vegan deri kullanmadığını göstermektedir. Bu marka, sürdürülebilirlik çabaları ve çeşitli vegan spor ayakkabı stilleri sunmasıyla tanınmaktadır (URL 39).

3.2.7. Mangodan Üretilen Vegan Deri



Resim 10:Mango meyvesinden vegan çanta <https://fruitleather.nl> (Erişim tarihi:06.07.2023)

Hollandalı Fruitleather Rotterdam, atık mangoları kullanarak çok dayanıklı mango derisini geliştirmiştir. Bitkisel olmasına rağmen elde edilen mango derisi, ürüne dönüştürülmeden önce petrol bazlı plastikten türetilmiş polyester astara preslenmektedir. Bu işlem mango derisinin tek kimyasal işlemidir. Mangodan üretilen vegan deri son dönemlerde Londra merkezli sürdürülebilirlik yaklaşımını benimseyen vegan tekstil şirketi Luxtra'nın yeni çanta koleksiyonunda kullanılmıştır (URL 11).

3.2.8. Çiçekten Üretilen Vegan Deri



Resim 11: Çiçekten üretilen vegan deri aşamaları <https://meccinteriors.com/designbites/fleather-plant-based-leather/>(Erişim Tarihi:06.07.2023)

Hindistan merkezli Kanpur Flower Cycling şirketi tapınak çiçeklerinden sektörel adı Fleather olan bitki bazlı vegan deri üretmiştir. Ankit Agarwal ve Saumya Srivastava tarafından, çiçeklerin üzerinde büyüyen "kalın lifli" deri benzeri bir malzeme keşfedilmiştir (URL 13). Fleather, Birleşmiş Milletler Teşkilatı sürdürülebilirlik ödülünü ve modada en iyi yenilik dalında PETA Hindistan ödülünü kazanmıştır. Şirket, Fleather'ı vegan el çantaları oluşturmak için kullanmakla ilgilenen üç küresel lüks moda markasıyla görüşmeler yapmaktadır (URL 39).

3.2.9. Soya Fasulyesinden Üretilen Vegan Deri



Resim 12: Soya fasulyesinden üretilen vegan ayakkabı <https://moletik.com/kaktusten-elmaya-vegan-yapay-deriler-tekstilcilikte-hayvanlari-ve-cevreyi-kurtarabilir/> (Erişim Tarihi:12.06.2023)

Endonezya'nın Yogyakarta kentinde tamamı kadınlardan oluşan bir girişim şirketi XXLab tarafından geliştirilmiştir. Bakteri ve doku kültürleriyle soya yağı atığının birleşiminden doğal deriye alternatif olarak geliştirilmiştir. Uzakdoğuya ait olan Tofu ve tempeh adlı gıda sektörü ürünlerinin imalat sürecinden sonra oluşan soya fasulyesi atıkları değerlendirilerek geri dönüşüme katkı sağlamak amaçlanmıştır (URL 11).

3.2.10. Hindistan Cevizinden Üretilen Vegan Deri



Resim-13: Hindistan cevizinden üretilen vegan ayakkabı <https://moletik.com/kaktusten-elmaya-vegan-yapay-deriler-tekstilcilikte-hayvanlari-ve-cevreyi-kurtarabilir/> (Erişim Tarihi:07.06.2023)

Tekstil sektöründe inovatif materyallerden biri olan vegan deri hindistan cevizi ağacının meyvesi veya hindistan cevizi yağı üretimi sırasında oluşan atıkları değerlendirilerek geliştirilmiştir. Slovak Zuzana Gombosova ve Susmith C.Suseelan bakteriyel selülozdan yapılan ve %100 vegan olan Malai adını verdikleri deri alternatifini üretmiştir. Malai, deri ile kağıt arasında bir kalınlığa sahip oldukça dayanıklı, çevre ve hayvan dostu bir malzeme olarak üretilmiştir. Materyal tamamen organik yapıya sahiptir. Hindistan cevizinden üretilen vegan deriden giyim, ev tekstili, aksesuar ve otomotiv sanayisi için ürünler yapılmaktadır (Berber, Keskin,2021).

3.2.11. Zeytinden Üretilen Vegan Deri



Resim 14: Zeytinden üretilen vegan ayakkabı <https://www.yesilist.com/zeytin-derisinden-uretilen-ayakkabi-koleksiyonu-thies/>(Erişim Tarihi:06.10.2023)

Zeytinden üretilen vegan deri, zeytin ağacının yapraklarından elde edilen lifler veya zeytinyağı üretimi sırasında ortaya çıkan atıkların kullanılmasıyla üretilmektedir. Alman ünlü ayakkabı markası Thies'in vegan ayakkabı

koleksiyonunda en fazla zeytin bitkisini kullanmıştır. Ülkemizde İzmir Ekonomi Üniversitesi' nde (İEÜ) akademisyen olarak çalışan Melis Baloğlu ve Elif Tekcan" pirina" adını verdikleri zeytin bitkisinden vegan deri üretmişlerdir. Özellikle otomobillerin ve mobilyaların kaplanması için kullanılan dayanıklı ve çevre dostu bu vegan malzemeyi üreten eğitimciler İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliğinin (İTHİB) düzenlemiş olduğu, üniversite -sanayi iş birliğini önemli hale getiren "Futuretex İstanbul" isimli yarışmada birinci olmuşlardır (URL 15).

3.2.12. Kahve Çekirdeğinden Üretilen Vegan Deri



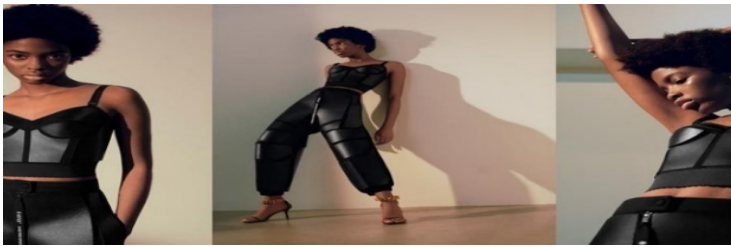
Resim 15: Kahve çekirdeğinden üretilen vegan ayakkabı https://www.gercekbilim.com/atik-kahve-cekirdekleri-ve-plastiklerden-su-gecirmez-spor-ayakkabisi-reus-nomad/#google_vignette (Erişim Tarihi:15.07.2023)

Kahve derisi, kahve endüstrisindeki atık çekirdeklerinden elde edilmektedir. Almanya menşeli ayakkabı markası NAT-2, deri ayakkabılarını üretmek için kahve çekirdeklerini kullanmaktadır. Bu ürünler %50'ye kadar geri dönüştürülmüş kahve çekirdekleri bulundurmakta ve doğal bir kahve kokusu barındırmaktadır (URL 14). Sürdürülebilir geri dönüşümlü kahve, kahve çekirdekleri ve kahve bitkisi ile üretilen patentli bir üründür. Ayakkabının kullanım sürecinde kahve koktuğu da söylenmektedir (URL 3).

4.Vegan Deri Kullanan Ünlü Tasarımcılar ve Markalar

4.1. Stella Mccartney:

Vegan deri konusunda moda dünyasının en önemli tasarımcılardan birisidir. Stella McCartney sürdürülebilirliğe, doğaya ve canlıların dünyasına çok önem vermektedir. Ünlü tasarımcı çevreyle ilgili etik ilkelere duyarlı davranmakta ve mantardan üretilen Mylo adlı vegan deriyi koleksiyonlarında kullanmaktadır. Ünlü modacı McCartney yeni tasarımlarını, Mylo materyalinin üreticisi olarak tanınan Bolt Threads şirketiyle birlikte üretmiştir (Berber, Keskin,2021). İki parçalı büstiyer ve pantolondan oluşan kıyafet, vegan deriyle yapılmıştır. Kıyafet aynı zamanda geri dönüştürülmüş naylondan üretilen panellere sahiptir. McCartney ilk çalışma olarak 2018 yılında miselyum malzemesinden Falabella ismini verdiği el çantasını tasarlamıştır.Bu özel çanta Victoria and Albert (V&A) Müzesi'nde sergilenmektedir. Markasını kurduğu günden itibaren organik materyallerle lüks koleksiyonlar oluşturabileceğini kanıtlayan Stella McCartney, VEGEA markasıyla da ortak çalışmalar yapmıştır (URL 16).



Resim-16: Mylodan üretilen 1.büstiyer ve Pantolon 2. Farabella çanta <https://www.sanatperver.com/stella-mccartney-vegan-deriyi-moda-dunyasina-sokmakta-kararli/30.11.2023>

4.2. Gucci

Gucci markası kendi bünyesinde üretmiş olduğu Demetra adını verdiği vegan malzeme ile tasarımlar yapmıştır. Bu vegan deriyle yaptığı asimetrik Horsebit 1955 çantası çok beğenilmiştir Viskon, odun hamuru ve mısır kökenli plastiklerin karışımından yapılan vegan deri olan Demetra, hayvansever ve çevre dostu bir seçimdir. Gucci, ürünlerine daha sürdürülebilir ve hayvan dostu alternatifler kullanma çabasıdadır. 2022 yılında çeşitli vegan spor ayakkabı stilini piyasaya sürmüştür (URL 19).



Resim-17: Gucci'nin demetra çantası <https://www.femalemag.com.sg/gallery/fashion/gucci-demetra-vegan-leather-horsebit-1955-bag-billie-eilish-campaign/> (20.07.2023)

4.3. Chanel

Chanel, tasarımlarında egzotik deri kullanmayı bırakan ilk moda markasıdır. New York'ta Metropolitan Sanat Müzesi'nde düzenlenen 2019 Metiers d'Art şovu öncesinde Chanel, gelecekteki koleksiyonlarında egzotik deriler kullanmayacağını açıklamıştır. Moda dünyasının en önemli markalarından biri olan Chanel koleksiyonlarında özellikle mantar ve ananas derisinden tasarımlar yapmıştır. (URL 32).



Resim 18: Chanel'in Ananas Derisi Şapkası <https://www.hzcork.com/tr/the-complete-guide-to-plant-based-leather/> (Erişim Tarihi:22.01.2024)

4.4.Karl Lagerfeld

2021'de Karl Lagerfeld markası, Desserto kaktüs derisi de dahil olmak üzere doğal malzemelerle yapılmış ekobilinçli aksesuar koleksiyonunu ile sürdürülebilirliğe katkı sağlamıştır. Valletta'nın Lagerfeld'in klasik K/Kushion isimli kaktüs derisi çantası için modanın hem ikonik hem de sürdürülebilir olabileceğini göstermektedir (URL 22).



Resim-19: Karl Lagerfeld'in kaktüs derisi çantası <https://www.farfet.com/tr/shopping/women/karl-lagerfeld-x-amber-valletta-pleated-folded-tote-bag-item-16224095.aspx>(Erişim Tarihi:27.09.2023)

4.5. Helena Elston

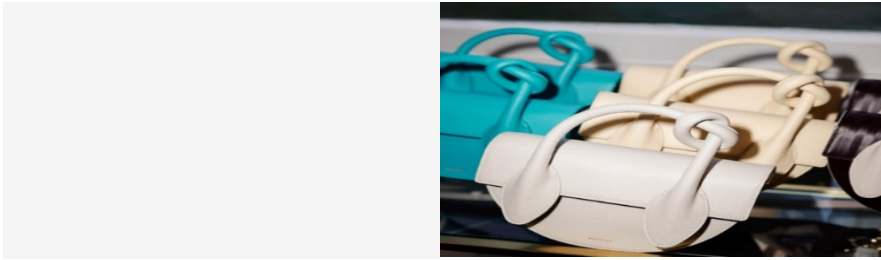
Moda tasarımcısı Helena Elston: Londra'daki atık kumaşları ve mantardan elde edilen miselyumu kullanarak tasarımlarını hazırlamıştır. Elston'un FI (Fungal Integrated) ismini verdiği projesinde ileri dönüştürdüğü atık malzemeleri geniş bir yelpazeye yaymaktadır. Kumaşlardan, kahve çuvallarına bir çok malzeme Helena Elston'ın kıyafetlerinin üst kısmını mantar dokuyula kaplayarak atıklarla eşsiz eserleri moda dünyasına kazandırmıştır. Helena Elston, eserlerini Londra Tasarım Festivali'nde sergilemiştir. Tasarımcı bu giysileri ömürleri tükendiğinde biyolojik olarak parçalanabilecek formda tasarlamıştır (URL 18).



Resim 20: Helena Elston'un Miselyumdan tasarladığı kıyafetler <https://wevux.com/helena-elston-towards-a-biodegradable-fashion0072173/>(Erişim Tarihi 27.09.2023)

4.6. Yuzefi

Yuzefi, deneysel tasarım yaklaşımını benimseyen Londra merkezli bir moda markasıdır. Deriye olan sevgisi, Sarah Richardson tarafından i-D dergisinin bir başyazısı için deri koşum takımları tasarlaması için görevlendirildiğinde başlamıştır. Ünlü modacı deri tutkusuyla, 2016 yılında kendi aksesuar serisini başlatmıştır. Markanın bitki bazlı deri ayakkabı ve çantaları vegan deri modasının yükselen trendleri arasında sayılmaktadır (URL 20).



Resim 21: Yuzefi vegan çantaları <https://yuzefi.com/pages/about> (Erişim tarihi:07.02.2024)

4.7. Fossil

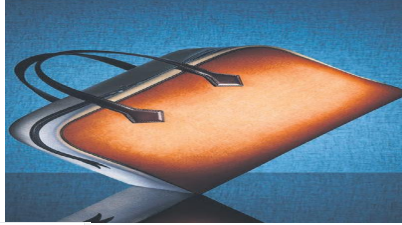
2021 Dünya Günü şerefine, moda ve saat markası Fossil, Desserto kaktüs derisinden üretilen ilk ürün serisini piyasaya sürmüştür. Kier Cactus Deri Çantaların bu yeni koleksiyonu dört farklı renkte sunulmuştur ve markanın hayvansal deri çantalarına olan talebi geride bırakmıştır. Fossil, Meksika'da organik olarak yetiştirilen kaktüs yapraklarından üretilen vegan deri olan Desserto'yu kullanan en son moda markasıdır (URL 21).



Resim-22: Kaktüs derisinden çanta <https://www.livekindly.com/fossil-cactus-leather-totes-bags/1>(Erişim Tarihi:02.02.2024)

4.8.Hermes

Hermès markası Kaliforniya merkezli MycoWorks isimli şirket tarafından deri taklidi malzemeden üretilen ve miselyum mantarı kullanarak tasarlanan el çantaları piyasaya sürmüştür. Çanta ve aksesuarlarında “Veau Trade” adı verilen bitkisel bazlı deri alternatifini kullanmaktadır (URL 32).



Resim-23: Hermès'in Sylvania adlı seyahat çantası <https://www.oggusto.com/surdurulebilir-yasam/vegan-deri-nedir?>(Erişim Tarihi:02.02.2024)

“Zulümsüz moda” olarak literatürde adı geçen vegan giyim son iki yıldır öncü moda markaların tasarımcıları tarafından kullanılma sıklığı her geçen gün daha da çoğalmaktadır. Hayvanları korumayı amaç edinmiş en güçlü kuruluş olan PETA'nın araştırmalarına göre 2019 yılından itibaren dünyada tamamen vegan moda ürünleri tasarlayan ve üreten 90'dan fazla marka vardır. H&M, Zara, Topshop, Urban Outfitters, Nordstrom, Asos, Adidas, Clae, Mari Mada, Nat 2, Converse gibi markalar ise hazırladıkları vegan koleksiyonlarla öncülük yapmaktadır (URL 29).

5.Vegan Deriye Alternatif Malzeme Arayışları

Vegan deriler günümüzün değişen tüketici davranışlarının getirdiği sonuçlar doğrultusunda artan çevresel sorunların ve hayvan sömürsünün çözümü olarak görülmektedir. Vegan deri ile ilgili yapılan en son çalışma Kering ve Hollywood aktörü Leonardo DiCaprio tarafından desteklenen “Silikon Vadisi” şirketi VitroLabs'ın laboratuvar ortamında oluşturduğu “inek derisi” vegan moda kavramına farklı bir boyut kazandırmıştır. Oyuncu, 2022 yılında dünyanın ilk hücre bazlı deri pilot üretimini gerçekleştirmek için Kaliforniya merkezli VitroLabs Inc. Şirketine yatırım yapmıştır. VitroLabs, San Francisco'daki bir laboratuvarında ineklerden alınan hücre örneklerini gıda bakımından zengin sıvı kutularında büyütürken vegan deriye dönüştürmektedirler. Gucci, Saint Laurent ve Balenciaga gibi markaların çatı şirketi Kering VitroLabs'e aktör büyük bir yatırım yapmıştır. Laboratuvar ortamında alternatif deri üretimini hedefleyen girişimin, sürdürülebilir modanın yükselişine destek olacağı ön görülmektedir. Alternatif deriye olan ilgi bitki bazlı malzemeyle sınırlı kalmayacağı bu yatırımla desteklenmiştir. Laboratuvar ortamında yetiştirilen deride hayvan postlarını çoğaltmak için kök hücreleri kullanılmakta ve böylece materyalin doğal deri kadar güçlü ve uzun ömürlü olması amaçlanmaktadır (URL 30).

SONUÇ

Moda endüstrisinin çevresel etkilerini azaltmak ve daha sürdürülebilir bir gelecek için çalışmalar yapmak son zamanlarda daha da önemli hale gelmiştir. Değişen tüketici davranışları ve firmaların artan ekonomik kaygıları moda sektörünü olumsuz etkilemektedir. Son dönemlerde moda endüstrisi çevresel etkiler ve etik değerler bakımından eleştirilmektedir. Özellikle deri endüstrisi çeşitli olumsuz etkilere sahip olduğu, çevreye zarar verdiği,

iş sağlığı ve güvenliğiyle ilgili riskler taşıdığı ve hayvan haklarının ihlaline yönelik eleştirilere maruz kalmaktadır. Bu endişeler doğrultusunda geleneksel yöntemlerle üretilen doğal deri yerine çevre dostu ve etik bir alternatif üretilmiştir. Vegan deri sentetik ve bitkisel kaynaklı materyal olup hayvanların ve doğal kaynakların korunmasına yönelik çözümler sunmaktadır. Bu alternatif materyallerin kullanılması tekstil sektöründe sürdürülebilirlik ve çevre dostu yaklaşımların yaygınlaşmasına katkı sağlamaktadır.

Vegan deriler ananas, kaktüs, mantar, mango, üzüm ...vb. gibi bitkilerden ve laboratuvar ortamında kimyasal olarak üretilmektedir. Bitkisel vegan deriler, üretim süreçlerinde yaklaşık sıfır su tüketimi, kimyevi olmayan ve doğada bozunup yok olabilme özelliklerinden dolayı son dönemlerde sürekli gelişen bir alan olmuştur. 2018 yılından itibaren düzenlenen vegan moda haftası ile tüketicilerin farkındalığı artmıştır. Kullanıcıların bilinçlenmesiyle hayvan refahı için vegan deri kullanılma oranı da artmıştır. Ayrıca ekolojik sisteme olan duyarlılık ve sürdürülebilir malzeme kullanma oranının artmasıyla tüketicilerin de vegan deri ürünleri tercih etme oranı artmıştır. Gelecekte vegan deri gibi çevre dostu materyallerin moda endüstrisinde daha fazla yer bulmasıyla birlikte, bu alandaki farkındalık artacak ve daha adil bir dünya için olumlu katkı sağlayacaktır. Veganlık felsefesi gereği hayvanlara zarar vermemeyi ve onların sömürülmesine katkıda bulunmak istemeyen tüketiciler sentetik vegan deriden ziyade bitki bazlı vegan derileri tercih etmektedir. Vegan deri, tekstil biyomalzeme araştırmaları, biyokimya, malzeme mühendisliği, tekstil ve moda gibi çeşitli disiplinleri bir araya getiren yenilikçi ve disiplinler arası bir çalışma alanı oluşturmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte bu disiplinler arası iş birliği, sürdürülebilir moda ve tekstil endüstrisinin geleceğini belirlemekte önemli bir etkisi olacaktır.

KAYNAKÇA

- Açıkel, S.M., (2017). Deri Fisinaj Prosesindeki İş Sağlığı ve Güvenliği Açısından Tehlikeler ve Önlemleri. *Karaelmas İş Sağlığı ve Güvenliği Dergisi*, c.1, sy.1, ss. 27-36,
- Ateş, T., Asma, A., & Süel, B. (2020). Sürdürülebilir Moda Üretiminde Tasarımcının Rolü. *İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 6(12), 99-111.
- Berber, G.Ş., Keskin, E. (2021). Sürdürülebilir Modada Güncel Bir Yaklaşım: Vegan Deri, A Current Approach In Sustainable Fashion: Vegan Leather, *Uluslararası Kültürel Ve Sosyal Araştırma Dergisi*, 7(2), 143-157. <https://doi.org/10.46442/intjcss.1026527>
- Bilen, A., Seyitoğulları, O. (2021). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile Çevre Muhasebesi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi Tekstil Sektöründe Bir Araştırma, *Son çağ Yayıncılık*, 1. Baskı
- Busch, O.V. (2022). *Moda Praksisi*. (Kılıç, D. Çev.), İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi, İkinci baskı
- Can, Ö., & Ayvaz, K. (2017). Tekstil ve Modada Sürdürülebilirlik. *Akademia Doğa Ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 3(1), 110-119. 1 Süleyman Demirel Üniversitesi, GSF Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü, Isparta, Türkiye 2 Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tasarım Bilim Dalı, Konya, Türkiye
- Çavdar, B., (2014), Tabaklama İşlemlerinde Kimyasalların Deri Yolu ile Maruziyetinde Riskler ve Önlemler, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Sağlığı ve Güvenliği Müdürlüğü, İş Sağlığı ve Güvenliği Uzmanlık Tezi, Ankara.
- ÇSGB-İSGGM, (2011), Çalışma Yaşamında Sağlık Gözetimi Rehberi, Ankara.
- ÇSGB, (2012), 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu, Resmî Gazete, 28339
- Deri ve Deri Mamülleri Sanayi Özel İhtisas Komisyon Raporu <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/08/Deri-ve-Deri-Mamulleri-Sanayi-OIK-Raporu-1.pdf>.
- Er, H., Deri ve Deri Mamülleri Sanayinde Ham Derinin Önemi. *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi* 2018: 04 (04) 114
- Erol, Ş., Pamuk, B., Aydın, Çakır, M. (2018). Sürdürülebilir Moda Anlayışı ile Deri Tasarımında Ürün Geliştirme, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(74), ss. 297-309.
- Ertürk., N. (2011). Moda Kavramı, Moda Kuramları ve Güncel Moda Eğilimi Çalışmaları. *Eskişehir, Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi. Hakemli Dergisi*, 7. 1.-32
- Gürsoy, A. T. (2004). *Dünden bugüne giyim kültürü ve moda*. Türkiye: Mithat Giyim A.Ş.
- Kipöz, Ş. (2020). *Modada Yavaşlık*. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi, Birinci Baskı.
- Kipöz, Ş., (2021). *Sürdürülebilir Moda*. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi, Üçüncü Baskı.
- Kosifoğlu, E. (2022). Çevre Hareketleri Kapsamında Ekolojik Moda Pratiklerinin İncelenmesi: Bir İçerik Analizi. *Medeniyet Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 15-33.
- Odabaşı, S. (2022). *Sürdürülebilir Moda Tasarımı Kavramlar ve Uygulamalar*, Nobel yayıncılık, Birinci Baskı
- Önem, E., Karavana, H.A., Yorgancıoğlu, A., Başaran, B., (2017), Deri Sanayisinde İhracatı Tehdit Eden Yasaklı Maddelerin Ayakkabılık Mamül Derilerde Araştırılması, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi Fen ve Mühendislik Dergisi*, 19(56), ss.410-420
- Özkendirci, B., *Mekân Tekstilleri*, Astana Yayınları, Birinci Baskı
- Yücel, S., Tiber, B., (2018), Hazır Giyim Endüstrisinde Sürdürülebilir Moda, *Tekstil ve Mühendis Dergisi*, 25(112), ss.370-380.
- (Erişim Tarihi 19.03.2024)
- URL 1 <https://yesilbuyume.org/surdurulebilir-urun-inisiyatif/> (Erişim Tarihi: 15.06.2023)
- URL 2 <https://www.plumemag.com/surdurulebilirlik-nedir/> (Erişim tarihi: 2.10.2023)
- URL 3 <https://veganblog.wordpress.com/2011/04/22/derinin-cevreye-verdigi-zararlar/>
- URL 4 <https://www.linkedin.com/pulse/vegan-deri-daha-surdurulebilir-bir-seçenek-mi-zübyede-şahin/> (Erişim Tarihi: 15.05.2023)
- URL 5 <https://filofibra.com.tr/tr/blog/tekstilde-surdurulebilir-uretim/> (Erişim Tarihi: 15.07.2023)
- URL 6 <https://www.btsoekonomi.com/haber-detay/dijital-urun-pasaportu/> (Erişim Tarihi: 15.06.2023)
- URL 7 <https://www.ekoicq.com/dongusel-ekonomi-modeli-ile-bilincli-bir-moda-akimi-mumkun/> (Erişim Tarihi: 06.04.2023)
- URL 8 <https://thred.com/tr/stil/Kopenhag-moda-haftasında-egzotik-derilere-yasak-getiriyor/> (Erişim tarihi 25.04.2024)
- URL 9 <https://vegangazete.com/vegan-deri-hakkında-bilmeniz-gerekenler/> (Erişim tarihi 25.04.2024)
- URL 10 <https://www.plumemag.com/Hayvansal-Deriye-Alternatif-Bitki-Bazlı-Vegan-Deri-Çeşitleri> (Erişim tarihi: 27.02.2024)

- URL 11 <https://techacute.com/pinatex-pineapples-turn-into-vegan-leather/>(Erişim tarihi: 27.02.2024)
- URL 12 <https://filofibra.com.tr/tr/blog/surdurulebilir-doga-dostu-kumaslarin-siniflandirilmesi>(Erişim Tarihi:09.02.2024)
- URL 13 <https://bigumigu.com/haber/ananas-yapraklarindan-uretilen-deri-alternatifi-kiyafetler/>(Erişim Tarihi:09.02.2024)
- URL 14 <https://www.btsoekonomi.com/haber-detay/ekolojik-tekstil-urunleri>(Erişim Tarihi:09.06.2024)
- URL 15 <https://www.sanatperver.com/elma-atiklarindan-elde-edilen-cevre-dostu-yapay-deri-leap/>(Erişim Tarihi:09.01.2024)
- URL 16 <https://moletik.com/kaktusten-elmaya-vegan-yapay-deriler-tekstilcilikte-hayvanlari-ve-cevreyi-kurtarabilir/>
- URL 17 https://www.aa.com.tr/tr/yesilhat/iklim-degisikligi/iklim-degisikligi-dunya-genelindeki-calisanlarin-yuzde-70i-icin-saglik_sorunu-olusturuyor/1822879(Erişim Tarihi:08.04.2023)
- URL 18 <https://aposto.com/s/vegan-deri-vegea/>(Erişim Tarihi 13.01.2024)
- URL 19 <https://www.greenmatters.com/p/vegan-leather-made-from-plants/> (Erişim Tarihi 19.01.2024)
- URL 20 <https://vegangazete.com/uzumden-vegan-deri-spor-ayakkabi-yapildi/>(ERİŞİM Tarihi:17.06.2023)
- URL 21 <https://www.dha.com.tr/yemel-haberler/izmir/zeytinin-posasindan-vegan-deri-uretiler-2172792> (Erişim Tarihi:17.06.2023)
- URL 22 <https://www.sanatperver.com/stella-mccartney-vegan-deriyi-moda-dunyasina-sokmakta-kararli/>((Erişim Tarihi 19.05.2024)
- URL 23 <https://www.sanatperver.com/stella-mccartney-vegan-deriyi-moda-dunyasina-sokmakta-kararli/> / (Erişim Tarihi 19.11.2023)
- URL 24 <https://bigumigu.com/haber/mantarla-ve-tekstil-atiklariyla-yaratilan-giysiler/> (Erişim Tarihi 19.11.2023)
- URL 25 <https://www.peta.org/living/personal-care-fashion/vegan-luxury-handbags-spring/>(Erişim Tarihi:18.07.2023)
- URL 26 <https://yuzefi.com/pages/about>(Erişim Tarihi:16.08.2023)
- URL 27 <https://vegnews.com/2021/4/fossil-vegan-cactus-leather-tote>(Erişim Tarihi:16.08.2023)
- URL 28 <https://www.isbank.com.tr/blog/moda-sektorunde-surdurulebilir-trendler> 12.02.2024
- URL 29 <https://www.elle.com.tr/moda/moda-haberleri/modada-yeni-cag-vegan-kiyafetlerin-yukselisi>(Erişim Tarihi:23.01.2024)
- URL 30 <https://www.diken.com.tr/uzumden-ayakkabi-mantardan-canta-alternatif-derinin-yukselisi/>(Erişim Tarihi:24.03.2024)
- URL 31 <https://escarus.com/tekstil-sektorunde-atik-yonetimi/> (Erişim Tarihi:06.05.2023)
- URL 32 <https://www.hzcork.com/tr/the-complete-guide-to-plant-based-leather/> (Erişim Tarihi:06.02.2024)
- URL 33 <https://www.peta.org/issues/animals-used-for-clothing/> Erişim Tarihi:06.05.2023)
- URL34 <https://temizenerji.org/2023/03/21/yeni-ipcc-raporu-yayinlandi-yenilenebilir-kaynaklar-daha-guvenli-bir-gelecegin-anahtari/>(Erişim Tarihi:06.04.2023)
- URL35 <https://webrazzi.com/2022/08/16/mantar-ve-bitki-bazli-malzemelerden-deri-alternatifi-kumas-ureticisi-mycel-10-milyon-dolar-yatirim-aldi/> (Erişim Tarihi:06.09.2023)
- URL 36 <https://www.semtrio.com/blog/biyocesitylilik-nedir?>(Erişim Tarihi:09.12.2023)
- URL 37 <https://www.kureselamaclar.org/> (Erişim Tarihi:06.05.2023)
- URL 38 <https://filofibra.com.tr/tr/blog/tekstil-sektöründe-sürdürülebilirlik-çalışmaları-2021>(Erişim Tarihi:06.05.2023)
- URL 39 <https://www.btsoekonomi.com/haber-detay/tekstilde-geri-donusum-stratejileri> (Erişim Tarihi:15.07.2023)
- URL 40 <https://filofibra.com.tr/tr/blog/surdurulebilir-kumaslara-talep-artacak-mi?> (Erişim Tarihi:15.07.2023)
- URL 41 <https://www.ekoik.com/hizli-modaya-surdurulebilir-alternatifler/>(Erişim Tarihi:11.07.2023)
- URL 42 <https://www.uplifers.com/doga-dostu-ve-surdurulebilir-kumas-cesitleri/> Erişim Tarihi:15.05.2023)

TÜRKİYE ÜNİVERSİTELERİNDEKİ SANATTA YETERLİK VE SANAT KONULU DOKTORA TEZLERİNİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

*Comparative Analysis of Phd Thesis on Art and Proficiency in
Turkish Universities*

Ayhan ÖZER¹, Recep BİNDAK²

ÖZ

Bu çalışmada, Türkiye'nin farklı üniversitelerinde tamamlanan sanatta yeterlik ve doktora tezlerinin çeşitliliği, bağlamları ve bu tezlerin günümüz bilim ve sanat dünyasına olası etkileri incelenmiştir. Çalışmanın temel amacı, sanatta yeterlik ve doktora seviyelerindeki tezlerin konu odakları, içerikleri, disiplinlerarası yaklaşımları ve çıkarımlarını anlamak ve bu tezlerin akademik alanın çeşitli yönlerine nasıl katkıda bulunabileceğini analiz etmektir. Yök Tez Merkezi web sayfasında erişime açık olan 20'si sanatta yeterlik, 23'ü doktora olmak üzere toplam 43 tez araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Sanatta yeterlik ve doktora tezleri; yapıldıkları enstitü ve anasanat /anabilim dallarına göre, metodolojilerine göre, veri toplama yöntemine göre, uygulama, hipotez, tartışma öneri içerip içermediklerine göre, ortalama sayfa sayısı ve ortalama kaynak sayılarına göre karşılaştırılmıştır. Ayrıca tezlerin anahtar kelimeleri sınıflandırılmıştır. Veriler içerik analizi, Khi-kare, bağımsız örneklem t testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre tezlerin disiplinlerarası bir yaklaşım sunduğu, metodoloji açısından incelenen tezlerin çoğunluğunun teorik bir yaklaşımı benimsediği doküman analizinin en çok kullanılan veri toplama yöntemi olduğu, sanat uygulamasının Sanatta Yeterlik tezlerinde daha fazla yer aldığı, sanatta yeterlik tezlerinde hipotez bulunmadığı, tartışma –öneri kısmı bulunması açısından tez türleri arasında anlamlı fark olduğu, doktora tezlerinin ortalama olarak daha fazla kaynak içerdiği belirlenmiştir. İncelenen tezlerdeki anahtar kelimeler incelendiğinde bunların Sanat -Çağdaş Sanat, Toplumsal -Kültürel Konular, Estetik -Sanatsal Yaklaşımlar ve Teknoloji - Dijital Sanat olmak üzere başlıca dört kategori altında toplanabileceği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sanatta yeterlik tezi, doktora tezi, kategorik analiz.

ABSTRACT

In this study, the diversity and contexts of proficiency in art and doctoral theses completed at different universities in Turkey and the possible effects of these theses on today's world of science and art were examined. The main purpose of the study is to understand the subject focuses, contents, interdisciplinary approaches and implications of theses at proficiency in art and doctoral levels and to analyse how these theses can contribute to various aspects of the academic field. A total of 43 theses, 20 of which are proficiency in art and 23 of which are doctoral theses, which are available on the YÖK thesis Centre website, constituted the sample of the research. Proficiency in art and doctoral theses; They were compared according to the institute and main art/department of science in which they were conducted, according to their methodology, data collection method, whether they contain applications, hypotheses, discussions and suggestions, average number of pages and average number of sources. In addition, the keywords of the theses are classified. Data were analysed by content analysis, Chi-square, and t test. According to the findings, the theses offer an interdisciplinary approach, the majority of the theses examined in terms of methodology adopt a theoretical approach, document analysis is the most used data collection method, art practice is more included in the Proficiency in Art theses, there are no hypotheses in the theses of Proficiency in Art, and there is a discussion-suggestion section. It has been determined that there is a significant difference between thesis types in terms of theses and that doctoral theses contain more sources on average. When the keywords in the theses examined were examined, it was determined that they could be grouped under four main categories: Art - Contemporary Art, Social - Cultural Issues, Aesthetics - Artistic Approaches and Technology - Digital Art.

Keywords: Doctor of fine arts, doctorate, categorical analysis

1. ORCID: 0000-0002-0014-4608
2. ORCID: 0000-0002-0005-7862

1. Prof. Dr., Gaziantep Üniversitesi, ayhanozer77@gmail.com
2. Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu, bindak@gantep.edu.tr

EXTENDED ABSTRACT

Artistic activities and art education are one of the most important fields of education, as they can continue in every period of an individual's life, both as a leisure activity and as a formal education from pre-school to higher education. Higher education institutions in Turkey offer students the opportunity to develop their artistic skills and conduct in-depth research with postgraduate level programs such as proficiency in art and doctoral programs.

Both proficiency in art and doctoral programs offer students the opportunity to conduct original research . Both proficiency in arts and doctoral programs offer students academic and professional development opportunities. Students have the opportunity to develop their careers by gaining critical thinking, analytical abilities and problem-solving skills. Both proficiency in arts and doctoral programs offer students the opportunity to pursue an academic career. As a result, it is possible to say that both types of programs (SY and DOK) aim to provide students with in-depth research, gaining expertise and high-level academic and professional development opportunities.

Studies in the field of art and art education are increasing in Turkey. When the literature is examined as a whole, it is seen that there are many meta-thematic studies dealing with a certain art subject, whereas studies comparing proficiency in art and doctoral theses are quite limited. For this reason, in this study, doctoral theses in the field of Art were examined and proficiency in art and doctoral theses were compared in terms of various variables.

The purpose of this research is to examine the content of doctoral level theses on proficiency in art and art. The main purpose of this study is to analyze and evaluate the diversity of theses at proficiency in art and doctoral levels, their contents and their possible effects on today's science-art world. These analyzes are intended to be used to provide a more valid understanding of the content, focus, methods and effects of the theses in today's science and art world. This research aims to provide a comprehensive and valid perspective on the diversity, content and general characteristics of proficiency in arts and doctoral theses by bringing together numerical and qualitative data.

In this research, a content analysis method using the categorical analysis technique was used. The contents of theses at proficiency in art and doctoral levels were supported by numerical data and categorical analyzes were made. The data of the research was collected from proficiency in art and doctoral theses completed between 2015 and 2022 at different universities in Turkey. These theses were obtained through the YÖK thesis scanning system. A total of 43 theses at proficiency in art and doctoral levels, which are the focus of the research, were examined. The collected data was analyzed using the qualitative content analysis method. SY and DOK theses; They were compared in terms of research method, theme, subject, interdisciplinary approach, number of pages, and number of sources. Chi-square independence test was used for comparisons based on frequency distributions, and t test was used for comparisons based on the mean. Statistical analyzes were performed with the SPSS package program.

The number of theses according to major art branch and department is examined, it can be said that art theses offer an interdisciplinary approach and this is an expected situation. It was determined that the majority of the theses examined in terms of methodology adopted a theoretical approach. When we look at the distribution of thesis types according to the data collection method, document analysis stands out as the most frequently used method in doctoral theses. It has been determined that research practice is mostly included in doctoral theses, whereas art practice is more included in SY theses. When the types of theses were compared according to whether they had a Hypothesis (Research Question) or not , it was determined that the majority of doctoral theses contained a research question or hypothesis, whereas theses for proficiency in art did not contain these headings. It has been determined that there is a significant relationship between the presence of discussion and suggestions sections in the thesis and the type of thesis. There is no statistically significant difference between proficiency theses and doctoral theses in terms of average page numbers. It has been determined that there is a significant difference between proficiency theses in art and doctoral theses in terms of the average number of sources in the bibliography. It has been determined that doctoral theses contain more sources on average. When the keywords in the theses examined were examined, it was seen that they could be grouped under four main categories. It has been determined that these categories obtained through content analysis can be named as Art and Contemporary Art, Social and Cultural Issues, Aesthetic and Artistic Approaches, Social and Political Issues , Technology and Digital Art .

GİRİŞ

Sanat ve sanat eğitimi bir bilimsel disiplin içermektedir. Bu nedenle sanat eğitiminin hem sanatçı hem de bilim insanı yetiştirebileceğini söylemek yanlış olmaz. Sanat ve bilim aynı gerçekleri kendi disiplinlerine uygun şekilde ifade eden iki kavram olup tarih boyunca insanoğlunun ilgi alanları ve ortaya koyduğu sayısız araştırmalar sonucu ortaya çıkmıştır (Ayaydın, 2016). Bu nedenle insanın olduğu her yerde hem bilimin hem de sanatın var olacağını söylemek yanlış olmaz.

Sanatsal faaliyetler ve sanat eğitimi, gerek boş zaman aktivitesi olarak ve gerekse okul öncesinden yükseköğrenime kadar uygulanan formel eğitim olarak birey yaşamının her döneminde sürebilecek niteliğiyle en önemli eğitim alanlarından biridir (Özsoy, 2019). Erken çocukluk dönemindeki sanatsal faaliyetlerin, fiziksel aktivitelerle birlikte öğrencilerin keşfetmeye dayalı becerilerinin artırılmasına ve bilişsel gelişimlerine katkıda bulunacağı belirtilmiştir (Charleroy ve ark., 2012). Genel anlamda sanat eğitimi bireyin davranışlarına dikkatlerini yoğunlaştırma ve gözlem gibi yeteneklerini geliştirme yoluyla kişilik gelişimine olumlu yönde katkı sağlamaktadır (Özer, Yazar ve Eren, 2023).

Bireye estetik bir kişilik kazandırmayı hedefleyen bir eğitim alanı olan sanat eğitiminin amacı, yapılmış olanları tekrarlayan değil, yeni ürün ortaya koyabilme yeterliliklerine sahip bireyler yetiştirmektir. Sanat eğitimi alanı günümüzde çağdaş bir nitelik kazanmaktadır. Çağdaş görüşler, eğitim bilimindeki birikimin ürünü olup; kişinin bütüncül şekilde sanatı öğrenmesi, sanatı anlaması, sanat ile etkileşime girmek suretiyle yaratıcı etkinliklerde bulunmasını kapsamaktadır (Küçüktepepınar, 2014).

Türkiye’de sanat eğitimi hem ortaöğretim hem de yükseköğretim düzeyinde verilmektedir. Ortaöğretim düzeyinde güzel sanatlar liseleri, lisans düzeyinde ise güzel sanatlar, tasarım-sanat ve eğitim fakülteleri bünyesinde eğitim öğretim verilmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı, ortaöğretim düzeyinde eğitim veren güzel sanatlar liselerinin amacını, öğrencilere güzel sanatlar alanında temel bilgi ve beceri kazandırmak ve bu alanda nitelikli insan yetiştirmesine kaynaklık etmek olarak belirtmiştir (Taşkesen, 2020).

Türkiye’deki yükseköğretim kurumları, sanatta yeterlik ve doktora programları gibi lisansüstü düzeyde programlar ile öğrencilere sanatsal becerilerini geliştirme ve derinlemesine araştırma yapma fırsatı sunmaktadır. Yükseköğretim Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği’nde Sanatta yeterlik çalışması, “özgün bir sanat eserinin ortaya konulmasını, müzik ve sahne sanatlarında ise üstün bir uygulama ve yaratıcılığı amaçlayan doktora eşdeğeri bir yükseköğretim program” şeklinde tanımlanmaktadır (Resmî Gazete Tarihi: 20.04.2016 Resmî Gazete Sayısı: 29690). Sanatta Yeterlik (SY) ve Doktora (DO) sırasında üretilmiş oldukları tezler ve bu tezlerin üretim süreçleri, öğrencilere sanatsal yaratıcılıklarını ifade etme ve disiplinlerinde derinlemesine uzmanlık kazanma imkanı sağlaması beklenmektedir. Bu bağlamda, sanatta yeterlik ve doktora tezlerinin kapsamı, içeriği, yöntemleri ve sonuçlarını gösteren tartışma ile önerileri arasındaki benzerlikler ve farklılıkların anlaşılması, üniversite programlarının şekillendirilmesi, akademik kariyerlerin yönlendirilmesi ve sanatsal üretimin geliştirilmesi açısından büyük bir önem taşımaktadır.

Sanatta yeterlik çalışmalarında diğer lisansüstü çalışmalarda güdülen genellikle bağımsız araştırma yapabilme ve yeni sentezlere ulaşabilme becerisi kazanmanın yanı sıra ayrıca yaratıcılık açısından beceriler edinme ve özgün bir sanat eseri ortaya koyabilme amaçlanmaktadır (Er, 2011).

1.Kuramsal Çerçeve

Doktora programları, öğrencilere yoğun bir akademik deneyim sunar ve özgün araştırma yetenekleri geliştirmelerine imkan tanır. Doktora programları, öğrencilere belirli bir alanda ileri düzeyde araştırma yapma ve bu alandaki uzmanlık düzeyini artırma fırsatı sunar. Türkiye’de üniversitelerde doktora programının öğrenim süresi 8 yarıyı olup azami tamamlama süresi on iki yarıyı olarak kabul edilmiştir (URL1). Doktora programının, öğrenciye bağımsız araştırma yapma, bilimsel problem ve verileri derin bir şekilde araştırma, yorum çıkarma, analiz etme ve yeni sentezlere ulaşmak için gerekli becerileri kazandırması hedeflenir (URL1, 2016). Doktora programının en önemli bileşeni tez olarak adlandırılan bağımsız bir araştırma projesidir. Bu proje, belirli bir konuda özgün bir katkı yapmayı amaçlar.

Sanatta yeterlik, akademik çalışmalar ve sanatsal faaliyetlerin bir kombinasyonunu içerebilir. Sanatta yeterlik, öğrencinin belirli bir alandaki bilgi, beceri ve yeteneklerini ileri seviyede göstermesini sağlamayı amaçlar. Sanatta yeterlik programlarında, öğrenciden tez konusu hakkında bilgisini ve yaratıcı becerilerini sergilemesi beklenir. Sanatta yeterlik, doktora eşdeğeri bir yükseköğretim programı olup özgün bir sanat eserinin ortaya konulması, sahne sanatları, müzik gibi alanlarda ise üstün bir uygulama ve yaratıcılığı amaçlanmaktadır (URL1, 2016).

1.1.Sanatta Yeterlik ve Doktora Programları Arasında Çeşitli Benzerlik ve Farklılıklar

Hem sanatta yeterlik hem de doktora programları, öğrencilerin belirli bir alanda uzmanlaşmış bilgi ve yetenekleri geliştirmelerine odaklanır. Her iki program da öğrencilere ileri düzeyde araştırma yapma ve o alandaki uzmanlıklarını artırma fırsatı sunar. Her iki program da öğrencilere özgün araştırma yapma imkanı sunar. Sanatta yeterlik programlarında da öğrenciler genellikle özgün eserler veya projeler üretmek yaratıcı yeteneklerini gösterirler. Doktora programlarında ise öğrenciler bir tez yazarak belirli bir konuda yeni bilgi veya anlayış sağlayan özgün araştırmalar yaparlar. Hem sanatta yeterlik hem de doktora programları öğrencilere akademik ve mesleki gelişim fırsatı sunar. Öğrenciler eleştirel düşünme, analitik yetenekler ve problem çözme becerileri kazanarak kariyerlerini geliştirme imkanına sahip olurlar.

Her iki programda da öğrencilere en az bir akademik danışman atanır. Bu danışmanlar, öğrencilerin akademik gelişimini destekler, araştırma projelerine rehberlik eder ve uzmanlık alanlarında yardımcı olur. Hem sanatta yeterlik hem de doktora programlarının, öğrencilere yüksek seviyede yazılı ve sözlü iletişim becerileri kazandırması hedeflenir. Bu beceriler, öğrencilerin araştırma sonuçlarını etkili bir şekilde ifade etmelerine ve profesyonel topluluklarda veya hakemli dergilerde paylaşımlarına yardımcı olur. Hem sanatta yeterlik hem de doktora programları, öğrencilere akademik kariyer yapma fırsatı sunar. Sonuç olarak her iki program türünün de (SY ve DOK) öğrencilere derinlemesine araştırma yapma, uzmanlık kazanma ve yüksek düzeyde akademik ve mesleki gelişim fırsatı sunma amacı taşıdığını söylemek mümkündür.

Doktora programları, genellikle yeni ve özgün bilgi veya anlayışlar sunmayı hedefler ve tezler, genellikle akademik dünyada daha büyük bir katkı sağlama amacını taşır; buna karşılık SY ise daha fazla pratiğe ve yaratıcı ifadeye odaklanabilir. Tezler daha çok sanatsal üretim ve uygulamaya yönelik olabilir.

1.2.Literatür

Türkiye’de sanat ve sanat eğitimi alanında yapılan çalışmalar giderek artış göstermektedir. Bilimsel hakemli dergi veri tabanı olan Dergipark’ta (www.dergipark) başlıkta “sanat” geçen makale sayıları incelendiğinde bir artış söz konusu olduğu görülmektedir (2015’ten 2023’e kadar sırasıyla makale sayıları: 421, 671, 724, 832, 1044, 1170, 1342, 1288 ve 1504). Bunlardan lisansüstü tezlerin incelendiği çalışmalara da rastlamak mümkündür. Örneğin Bulut ve Gülsoy (2016), sanat eğitimi alanındaki tezleri inceledikleri araştırmalarında yüksek lisans, doktora ve sanatta yeterlik tezlerini yaptıkları yıl, yaptıkları üniversite ve yöntemleri bakımından karşılaştırmışlardır. Kaptanoğlu ve Çanakçı (2015), çalışmalarında, Türkiye’de 1987 – 2013 yılları arasında, vokal müzikte piyano eşlik alanında yapılmış 25 tezi incelemişlerdir. Orhan (2012), çalışmasında 1992-2011 dönemlerinde viyolonsel alanında yapılmış 75 lisansüstü tezi incelemiştir taranan tezler konularına göre sınıflandırılmıştır. Efe ve Sonsel (2019), orkestra alanında 1999-2019 yıllarında yazılmış sanatta yeterlik ve doktora, yüksek lisans, tezlerini incelemişlerdir. Sanatta yeterlik ve doktora tezlerinin incelendiği bir diğer çalışmanın konusu mimarlıktır. Varol ve Balaban (2020), yaptıkları çalışmada iç mimarlık alanında yapılmış sanatta yeterlik / doktora tezlerini incelemişlerdir. Özer, Yazar ve Eren (2013) yaptıkları çalışmada YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan ve 1992-2012 yılları arasında Türkiye’de Güzel Sanatlar Eğitimi alanında yapılan lisansüstü tezlerini konu, tür, yapıldığı yıl, yapıldığı üniversite, örneklem kitlesi açısından sınıflandırmışlardır. Araştırmanın bulgularına göre konu alanı açısından tezlerin çoğunun benzer olduğu, aynı konu ve aynı yöntemin kullanıldığı tezlere rastlandığı belirtilmiş, araştırmacıların literatürü yeterince taramadan konu belirlemelerinin özgün olmayan konu seçiminde etkili olduğu vurgulanmıştır. Polat, Sarı ve Sağlam (2013), yaptıkları çalışmada Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi 1999-2012 yılları arasında yayınlanan makaleleri bibliyometrik açıdan incelemişlerdir. Çalışmanın bulgularına göre söz konusu yıllar arasında dergide 207 farklı yazar tarafından 280 makale yazıldığı, yazar başına ortalama 1,35 makale düştüğü, sahne sanatları ile resim alanlarında yapılmış makalelerin disiplin alanına göre en çok yayınlanan makaleler olduğu rapor edilmiştir. Ateş (2024) tarafından yapılan bibliyometrik bir çalışmada “post-truth” konusuyla ilgili yükseköğretim kurumu tez merkezindeki tezler incelenmiştir. Adı geçen çalışmada 16’sı doktora, 41’i yüksek lisans ve 1’i sanatta yeterlilik tezi incelenmiştir. Ayrıca incelenen dokümanlarda daha çok dokümanların söylem ve içerik analizi teknikleri ile analiz edildiği bulgusu rapor edilmiştir.

1.3 Amaç

Literatür bir bütün olarak incelendiğinde belli bir sanat konusunu ele alan meta-tematik çalışmaların yoğun olduğu buna karşılık sanatta yeterlik ile doktora tezlerini karşılaştıran çalışmanın oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle bu çalışmada Sanat alanında yapılmış doktora düzeyindeki tezler incelenmiş, çeşitli değişkenler açısından sanatta yeterlik ile doktora tezleri karşılaştırılmıştır.

Bu araştırmanın amacı, sanatta yeterlik ve sanat konulu doktora seviyesindeki tezlerin içerik olarak incelenmesidir. Bu çalışmanın temel amacı, sanatta yeterlik ve doktora seviyelerindeki tezlerin çeşitliliğini, içeriklerini ve günümüz bilim-sanat dünyasına olası etkilerini analiz etmek ve değerlendirmektir. Bu analizler, tezlerin içeriği, odakları, yöntemleri ve günümüz bilim-sanat dünyasındaki etkileri hakkında daha geçerli bir anlayış sağlamak amacıyla kullanılması amaçlanmaktadır. Sonuç olarak, bu araştırma sayısal ve nitel verileri bir araya getirerek sanatta yeterlik ve doktora tezlerinin çeşitliliği, içerikleri ve genel özellikleri hakkında kapsamlı ve geçerli bir perspektif sunmayı amaçlamaktadır. Bu genel amaç çerçevesinde, araştırmada aşağıdaki alt problemlere yanıt aranmıştır:

Alt problemler

- 1.Yapıldığı enstitüye ve Anasanat/Anabilim Dallarına göre tezlerin dağılımı nasıldır?
7. Metodoloji açısından tez türlerinin dağılımları nasıldır?
- 2.Veri toplama yöntemine göre tez türlerinin dağılımı anlamlı mıdır?
- 3-Araştırma Uygulaması, Sanat Uygulaması olup olmaması tez türü ile ilişkili midir?
- 4.Hipotez (Araştırma Sorusu) olup olmaması tez türü ile ilişkili midir?
- 5.Tartışma kısmı ve öneriler kısmı olup olmaması tez türü ile ilişkili midir?
6. Konusu açısından disiplinlerarası olup olmaması tez türü ile ilişkili midir?
8. Konu odağının kapsayıcılığı (spesifik mi) düzeyi bakımından tez türleri arasında anlamlı fark var mıdır?
- 9.Ortalama sayfa sayısı bakımından SY ve DOK tezleri arasında anlamlı fark var mıdır?
10. Ortalama kaynak sayısı bakımından SY ve DOK tezleri arasında anlamlı fark var mıdır?
- 11- Anahtar kelimelerin bağlamlarına göre SY ve DOK tezleri nasıl bir dağılım göstermektedir?

1.4.Önem

Araştırma, incelenen tezlerin günümüzdeki bilim ve sanat dünyasına nasıl katkı sağladığını, hangi konuların daha fazla ilgi gördüğünü ve bu konuların hangi açılardan önemli olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Tezlerin disiplinlerarası yaklaşımlarını ve bu yaklaşımların günümüzdeki eğilimleri nasıl yansıttığını inceleyerek, farklı sanat disiplinleri arasındaki etkileşimi ve iş birliğini değerlendirmeyi hedeflemektedir.

Araştırma, bu iki tez türünün akademik ve sanatsal çıktıları, yöntem tercihleri ve içerik odakları açısından nasıl farklılık gösterdiğini aydınlatmayı hedeflemektedir. Araştırma bulguları sanatta yeterlik ve doktora tezlerinin Türkiye üniversitelerindeki akademik ve sanatsal alanlara nasıl katkı sağladığını daha iyi anlamamıza yardımcı olacaktır.

Araştırma, elde edilen bulguları temel alarak, sanatta yeterlik ve doktora programlarının içerik, yaklaşımlarını geliştirmeye katkı sağlaması beklenmektedir. Araştırmada sanatta yeterlik ve doktora düzeyindeki tezlerin içerikleri geniş bir perspektiften incelendiğinden aynı zamanda resim ve /veya sanat alanında lisansüstü eğitim gören araştırmacılara öngörüler sunması da beklenmektedir.

2.YÖNTEM

Bu araştırmada nicel ve nitel tekniklerin bir arada kullanıldığı karma yöntem yaklaşımı kullanılmıştır. Sayısal verilerle birlikte sözel verilerin de kullanıldığı araştırmaların yöntemi karma yöntem olarak sınıflandırılmaktadır. Karma yöntemde hem nicel desen hem nitel desenin avantajları kullanılabilirdiğinden sıklıkla tercih edilmektedir (Creswell ve Plano-Clark, 2011: 28). Bu çalışmanın araştırma soruları hem nitel hem nicel desene uygun sorulardan oluştuğundan karma yöntem deseni tercih edilmiştir.

2.1.Verilerin Toplanması

Araştırmanın verileri, Türkiye'nin farklı üniversitelerinde 2015-2022 yılları arasında tamamlanmış olan sanatta yeterlik ve doktora tezlerinden toplanmıştır. Yıl aralığı (2015-2022) olarak belirlenmiştir, bu tarih aralığının güncel ve yakın döneme odaklanmayı sağlayacağı düşünülmüştür. Böylece, günümüzün bilim-sanat dünyasındaki eğilimleri ve değişimlerin yakından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu Tezler, YÖK tez tarama sistemi üzerinden elde edilmiştir. Araştırmanın odak noktası olan sanatta yeterlikte ve doktora seviyelerindeki toplam 43 tez incelenmiştir.

2.2.Evren ve Örneklem

Sanatta yeterlik ve sanat konulu doktora seviyelerindeki tüm tezler, araştırmanın ilgilendiği evreni oluşturmaktadır. Araştırmada, evrenden belirli kriterlere uygun olarak seçilen tezler örnekleme oluşturmuştur. Dahil edilme kriterleri olarak teze Yök Tez merkezi web sayfasından (URL2, 2023) erişilebilir olması, tez türünün sanatta yeterlik veya doktora olması, yıl aralığının 2015-2022 olması, tezin sunulduğu anabilim dalının güzel sanatlar veya fine arts olması dikkate alınmıştır. Sonuçta dahil edilme kriterlerini sağlayan, 20'si sanatta yeterlilik, 23'ü doktora olmak üzere toplam 43 tez araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Örneklem giren tezlerin türleri ve sunulduğu üniversiteler Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo.1 Örneklem tez türlerinin üniversitelere göre dağılımı

Üniversite	Tez Türü		Toplam
	Sanatta Yeterlik	Doktora	
Anadolu	4	0	4
Ankara	0	3	3
Atatürk	1	0	1
Dokuz Eylül	1	2	3
Gazi	4	0	4
Hacettepe	3	0	3
Işık	0	3	3
İnönü	0	1	1
İstanbul Arel	1	0	1
İstanbul Kültür	0	1	1
Kocaeli	3	0	3
Maltepe	0	1	1
Marmara	0	4	4
Ondokuz Mayıs	0	3	3
Yeditepe	3	0	3
Yıldız Teknik	0	5	5
Toplam	20	23	43

2.3. Veri Analizi

Araştırmada verilerin analizi, araştırma sorusuna göre nitel veya nicel desene uygun teknikler ile gerçekleştirilmiştir. Nitel kısımda kategorik analiz tekniğinin kullanıldığı bir içerik analizi kullanılmıştır. Kategorik analiz bir konunun alt birimlere ayrılarak önceden belirlenmiş ve/veya inceleme aşamasında eklenen ölçütlere göre kategoriler halinde gruplandırılması (Tavşancıl ve Aslan, 2001) şeklinde tanımlanmaktadır. Sanatta yeterlik ve doktora seviyelerindeki tezlerin içerikleri sayısal verilerle desteklenerek kategorik analizler yapılmıştır. Nitel içerik analizi, tezlerin içeriklerini ve temalarını çıkarmak için kullanılmış, nicel verilerin anlaşılabilirliğini artırmak için istatistiksel analizler ile desteklenmiştir. Bu karma yöntem yaklaşımı hem derinlemesine içerik analizi yapmayı hem de sayısal verilerle desteklenen sonuçlar çıkarmayı amaçlamaktadır (Toraman, 2021).

Toplanan veriler, nitel içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiş, tezlerin içeriği, anasanat ve anabilim dallarına göre dağılımı, başlık-içerik uyumu, tez konusunun programa uygunluğu gibi sayısal veriler istatistiksel olarak analiz edilmiştir. Ayrıca SY ve DOK tezleri; araştırma yöntemi, tema, konu, disiplinlerarası yaklaşım, sayfa sayısı, kaynak sayısı bakımından karşılaştırılmıştır. Frekans dağılımlarına göre karşılaştırmalarda Ki-kare bağımsızlık testi, ortalamaya göre karşılaştırmalarda bağımsız örneklem t-testi kullanılmıştır. İstatistiksel analizler SPSS paket programı ile yapılmış, istatistiksel anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak kabul edilmiştir.

3. BULGULAR

Bu kısımda elde edilen bulgular araştırmanın alt problemlerine göre sunulmaktadır.

3.1. Altprobleme ait bulgular (Yapıldığı enstitüye ve anasanat /anabilim dallarına göre tezlerin dağılımı nasıldır?)

Tezlerin yapıldığı enstitüye göre dağılımı Tablo 2'de, anasanat/ anabilim dalına göre dağılımı Tablo3'te sunulmaktadır.

Tablo 2. Enstitülere göre tezlerin dağılımı

		Tez Türü		Toplam
		Sanatta Yeterlik	Doktora	
Enstitü	Güzel Sanatlar Enstitüsü	12	0	12
	Sosyal Bilimler Enstitüsü	7	11	18
	Eğitim Bilimleri Enstitüsü	0	11	11
	Lisansüstü Enstitüsü	1	1	2
Toplam		20	22	43

Tablo 2'deki enstitülere göre tezlerin dağılımı verilmiştir. Güzel Sanatlar Enstitüsü, sanat alanında uzmanlaşmış ve yaratıcı ifade biçimlerine odaklanmış tezlerin yoğunlaştığı bir alan olarak dikkat çekmektedir. Araştırma örneklemindeki 20 SY tezinden 12 si Güzel Sanatlar Enstitüsünde, Doktora tezlerinin ise Sosyal Bilimler ile Eğitim Bilimleri Enstitülerinde yapıldığı görülmektedir

Tablo 3. Tezlerin anasanat ve anabilim dallarına göre dağılım

		Tez Türü		Toplam
		Sanatta Yeterlik	Doktora	
Anasanat Dalı	Resim	8	0	8
	Plastik	6	0	6
	Tasarım	0	5	5
	Birleşik sanatlar	1	0	1
	Heykel	2	0	2
	Grafik	2	0	2
Anabilim Dalı	Güzel Sanatlar Eğitimi	0	7	7
	Resim-İş Eğitimi	0	3	3
	Sanat Bilimi	1	3	4
	Eğitimin Kültürel Temelleri	0	1	1
	Sosyoloji	0	2	2
	Hukuk	0	1	1
	İşletme	0	1	1
Toplam		20	23	43

Tablodaki frekanslara göre DOK tezlerinin en fazla yapıldığı anabilim dalının güzel sanatlar eğitimi, en fazla yapıldığı anasanat dalının ise tasarım olduğu, buna karşılık SY tezlerinin hemen hepsinin anasanat dallarında yapıldığı görülmektedir. Farklı disiplinleri temsil eden sosyoloji, hukuk ve işletme gibi anabilim dallarında da DOK tezlerinin yapıldığı dikkat çekmektedir.

3.2. Altprobleme ait bulgular (Metodoloji açısından tez türlerinin dağılımları nasıldır?)

Metodolojik yaklaşım, bir araştırmanın nasıl yapıldığına ve verilerin nasıl toplandığına, analiz edildiğine ve yorumlandığına dair bir çerçeve sunar. Tablo 4'te, tezlerin metodoloji yaklaşımlarına göre dağılımı incelenmektedir.

Tablo 4. Metodoloji yaklaşıma göre dağılım

Tez Türü	Metodoloji		Toplam
	Teorik	Hem pratik hem teorik	
Sanatta Yeterlik	14 (70,0%)	6 (30,0%)	20 (46,5%)
Doktora	15 (65,2%)	8 (34,8%)	23 (53,5%)
Toplam	29 (67,4%)	14 (32,6%)	43 (100%)

Ki-kare=0,111; sd=1; p>0,05

Tabloya göre: Sanatta yeterlik tezlerinin %70,0'i (14 tez) teorik bir yaklaşımı benimsemişken, %30,0'u hem pratik hem teorik bir yaklaşımı tercih etmektedir. Doktora tezlerinin ise %65,2'si (15 tez) teorik bir yaklaşımı benimsemişken, %34,8'i hem pratik hem teorik bir yaklaşımı benimsemiştir. Metodolojik yaklaşıma göre tez türleri arasındaki dağılımın benzer olduğu belirlenmiştir ($\chi^2(1) = 0,111; p > 0,05$).

3.3-Altprobleme ait bulgular (Veri toplama yöntemine göre tez türlerinin dağılımı anlamlı mıdır?)

Veri toplama yöntemine göre tez sayılarının dağılımı Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Veri toplama yöntemlerine göre tez türleri

Tez Türü	Veri Toplama				Toplam
	Anket	Doküman	Görüşme	Doküman ve görüşme	
Sanatta Yeterlik	0 (0,0%)	16 (80,0%)	0 (0,0%)	4 (20,0%)	20 (46,5%)
Doktora	2 (8,7%)	13 (55,6%)	5 (21,7%)	3 (13,0%)	23 (53,5%)
Toplam	2 (4,7%)	29 (67,4%)	5 (11,6%)	7 (16,3%)	43 (100%)

Ki-kare=7,279 sd=3; p>0,05

Tablo 5'te, sanatta yeterlik tezleri ile doktora tezlerinin veri toplama yöntemlerini göstermektedir. İncelenen tezlerin veri toplama yöntemleri, farklı tez türleri için farklı dağılımlarla karşılaştırılmıştır. Hem sanatta yeterlik (%80) hem doktora (%55) tezlerinde en çok kullanılan veri toplama yönteminin doküman incelemesi olduğu görülmektedir. Diğer veri toplama yöntemleri (anket ve sadece görüşme) sanatta yeterlik tezlerinde kullanılmamıştır. Doktora tezlerinde görüşme ve anket ile veri toplamanın gerçekleştirildiği görülmektedir. Elde edilen istatistiksel sonuçlar incelendiğinde, veri toplama yöntemlerinin sanatta yeterlik tezleri ile doktora tezleri arasında farklı şekilde dağılmadığı, dolayısıyla dengeli bir dağılımın olduğu söylenebilir (p>0,05).

3.4.Altprobleme ait bulgular (Araştırma uygulaması, sanat uygulaması olup olmaması tez türü ile ilişkili midir?)

Tezlerde araştırma uygulamasının olup olmadığına dair bulgular Tablo 3 te özetlenmiştir.

Tablo 6. Araştırma Uygulaması var mı?

Tez Türü	Araştırma Uygulaması		Toplam
	Var	Yok	
Sanatta Yeterlik	1 (5,0%)	19 (52,9%)	20 (46,5%)
Doktora	10 (43,5%)	13 (56,5%)	23 (53,5%)
Toplam	11 (25,6%)	32 (74,4%)	43 (100%)

Ki-kare=8,320; sd=1; p<0,05

Analiz sonuçlarına göre, elde edilen istatistik değerler ve p değeri, tez türlerinin üniversite türüne göre dağılımının dengesiz olduğunu ve aralarında anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir (p<0,05). Buna göre, tez türlerinin devlet ve özel üniversitelerdeki dağılımının bağımsız olmadığını, yani bir ilişkinin bulunduğunu göstermektedir. Yani, tez türlerinin devlet ve özel üniversitelerde farklı şekillerde dağıldığı söylenebilir.

Sanatta yeterlik tezleri ile doktora tezlerinin içeriği araştırılmış ve tezlerde sanat uygulaması olup olmama durumu incelenmiştir. Sanat uygulaması olup olmadığına, tez türlerine göre dağılımı Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tezlerde araştırma uygulamasının olup olmadığına dair bulgular Tablo 3 te özetlenmiştir.

Tablo 7. Sanat Uygulaması var mı?

Tez Türü	Sanat Uygulaması		Toplam
	Var	Yok	
Sanatta Yeterlik	6 (30,0%)	14 (70,0%)	20 (46,5%)
Doktora	0 (0,0%)	23 (100%)	23 (53,5%)
Toplam	6 (14,0%)	37 (86,0%)	43 (100%)

Ki-kare=8,019; sd=1; p<0,05

Tablo 7'deki sonuçlara göre sanatsal uygulama ile tez türü arasında anlamlı ilişki olduğu söylenebilir (p<0,05). Sanatta yeterlik tezleri grubunda incelenen tezlerin %30,0'unda sanatsal uygulama yapılmışken, doktora tezleri grubunda incelenen tezlerin hiçbirinde sanatsal uygulamasının yer almadığı belirlenmiştir. Bu sonuçlar, sanatta yeterlik tezlerinin doktora tezlerine göre daha fazla sanatsal uygulama içerdiğini ve sanatsal uygulama yapma durumunun tez türleri arasında farklılık gösterdiğini göstermektedir. Özellikle, doktora

tezlerinde sanatsal uygulama yapma oranının düşük olduğu gözlemlenmektedir.

3.5. Altprobleme ait bulgular (Hipotez veya araştırma sorusu olup olmaması tez türü ile ilişkili midir?)

Araştırma soruları veya hipotezler, bir çalışmanın amacını, sorununu veya beklentilerini tanımlayan ve çalışmanın yönünü belirleyen temel unsurlardır. Tezlerin araştırma sorularına veya hipotezlere sahip olup olmamasına göre dağılımı incelenmiş, bulgular Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Hipotez (Araştırma Sorusu) olup olmamasına göre dağılım

Tez Türü	Hipotez (Araştırma Sorusu) var mı?		Toplam
	Var	Yok	
Sanatta Yeterlik	0 (0,0%)	20 (100%)	20 (46,5%)
Doktora	11 (47,8%)	12 (52,2%)	23 (53,5%)
Toplam	12 (25,6%)	32 (74,4%)	43 (100%)

Ki-kare=12,853; sd=1; p<0,05

Tablo 8'deki bulgulara göre SY tezlerinin hiçbiri araştırma sorusu veya hipotez içermemektedir. Doktora tezlerinin ise yaklaşık yarısı (11 tez) araştırma sorusu veya hipotezler içermektedir. Bu dengesizliğin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ki-kare test sonucundan da anlaşılmaktadır ($\chi^2(1) = 12,853$; p<0,05).

3.6. Altprobleme ait bulgular (Tartışma kısmı ve öneriler kısmı olup olmaması tez türü ile ilişkili midir?)

Tezlerde tartışma kısmı olup olmadığı tez türlerine göre analiz edilmiş karşılaştırma sonuçları Tablo 9’da sunulmuştur.

Tablo 9. Tartışma bölümü sayılarının dağılımı

Tez Türü	Tartışma Kısmı var mı?		Toplam
	Var	Yok	
Sanatta Yeterlik	1 (5,0%)	19 (95,0%)	20 (46,5%)
Doktora	8 (34,8%)	15 (65,2%)	23 (53,5%)
Toplam	9 (20,9%)	34 (79,1%)	43 (100%)

Ki-kare=5,734; sd=1; p<0,05

Tablo 9’da, sanatta yeterlik tezleri ile doktora tezleri arasında tartışma bölümünün olup olmadığına ilişkin dağılımı gösteren veriler sunulmuştur. Tabloda görüldüğü gibi her iki tez türünde de tartışma kısmı mevcut olan tez oranlarının oldukça düşüktür. DOK tezlerinin %34,8’i (8 tez) tartışma bölümü içermekte iken, SY tezlerinden sadece 1’i (%5) tartışma bölümü içermektedir. Ki-kare testi sonucunda tartışma bölümü olup olmamasına göre SY ile DOK tezleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir ($\chi^2(1) = 5,734$; p<0,05)

SY ve DOK tezlerinde öneriler kısmı olup olmadığı tez türlerine göre analiz edilmiş karşılaştırma sonuçları Tablo 10’da sunulmuştur.

Tablo 10. Öneriler bölümü içeren tezlerin dağılımı

Tez Türü	Öneriler Kısmı Var mı?		Toplam
	Var	Yok	
Sanatta Yeterlik	1 (5,0%)	19 (95,0%)	20 (46,5%)
Doktora	11 (47,8%)	12 (52,2%)	23 (53,5%)
Toplam	12 (27,9%)	31 (72,1%)	43 (100%)

Ki-kare=9,752; sd=1; p<0,05

Tablo 10’daki sonuçlara göre; Sanatta yeterlik tezlerinin %5,0’i (1 tez) öneriler bölümü içerirken bu oran doktora tezlerinde %47,8 (11 tez) dir. Yapılan Ki-kare testi sonucunda, öneriler bölümü varlığı konusunda tez türüne göre dengesiz bir dağılımın olduğunu göstermektedir ($\chi^2(1) = 9,752$; p<0,05).

3.7. Altprobleme ait bulgular (Konusu açısından disiplinlerarası olup olmaması tez türü ile ilişkili midir?)

Disiplinlerarası yaklaşım, farklı disiplinlerden gelen bilgi ve yöntemleri bir araya getirerek daha kapsamlı ve yenilikçi sonuçlar elde etme amacını taşır. SY ve DOK tezlerinin disiplinlerarası olup olmamasına göre dağılımı Tablo 11’de verilmektedir.

Tablo 11. Disiplinlerarası olup olmasına göre dağılım

Tez Türü	Disiplinlerarası mı?		Toplam
	Evet	Hayır	
Sanatta Yeterlik	2 (5,0%)	18 (90,0%)	20 (46,5%)
Doktora	4 (17,4%)	19 (82,6%)	23 (53,5%)
Toplam	12 (25,6%)	31 (86,0%)	43 (100%)

Ki-kare=0,487; sd=1; p>0,05

Tablo 11'teki bulgulara göre, SY tezlerinin %10'u (2 tez), DOK tezlerinin ise %17,4'ü (4 tez) disiplinlerarası bir yaklaşımı yansıttığı görülmektedir. Tez konusunun disiplinlerarası olup olmasına göre tez türleri arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır ($\chi^2(1) = 0,487$; $p > 0,05$).

3.8. Altprobleme ait bulgular (Konu odağının kapsayıcılığı (spesifik) düzeyi bakımından tez türleri arasında anlamlı fark var mıdır?)

Konu odağının kapsayıcılığı için her bir tez araştırmacılar tarafından 10 (1=hiç spesifik değil, 10=çok fazla spesifik) üzerinden puanlanmış, böylece her tezin spesifik puanı elde edilmiştir. Elde edilen bu puanların ortalamalarının SY ve Dok tezlerine göre farklılık gösterip göstermediği t testi ile analiz edilmiştir. Sonuçlar Tablo 12'de özetlenmiştir.

Tablo 12. Konu odağına göre SY ve DOK tezlerinin karşılaştırılması

Konu Odağı	Tez Türü	N	Ortalama	SS	t	p
	Sanatta Yeterlik	20	3,90	1,21	0,878	,388
	Doktora	23	3,48	1,83		

Tablo 12'de sunulan bulgulara göre SY tezlerinin DOK tezlerine göre bir miktar daha spesifik olduğu görülmektedir. Bu durumda, Sanatta Yeterlik tezlerinin konu odağı puanlarının ortalamasının Doktora tezlerine göre daha yüksek olması, Sanatta Yeterlik tezlerinin genellikle daha spesifik konuları ele aldığını göstermektedir. Bununla birlikte, konu odağının spesifikliği açısından tez türleri arasında görülen fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunamamıştır ($t(41) = 0,878$; $p > 0,05$).

3.9. Altprobleme ait bulgular (Ortalama sayfa sayısı bakımından SY ve DOK tezleri arasında anlamlı fark var mıdır?)

Tablo 13. Sayfa sayısına göre sanatta yeterlilik ve doktora tezlerinin karşılaştırılması

	Tez Türü	N	Ortalama	SS	Sd	t-değeri	p
Sayfa sayısı	Sanatta Yeterlik	20	222,70	75,71	41	1,216	,231
	Doktora	23	277,26	187,65			

Tablo 13'te görüldüğü gibi doktora tezlerinin ortalama sayfa sayıları ($\bar{x} = 227,26$), Sanatta yeterlik tezlerinin ortalama sayfa sayısından ($\bar{x} = 222,70$) daha yüksektir. DOK ve SY tezlerinin ortalama sayfa sayıları arasında görülen bu fark istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır ($t(41) = 1,216$; $p > 0,05$). Buna göre SY tezleri ile DOK tezleri arasında sayfa sayısı açısından anlamlı bir farklılık olmadığı söylenebilir.

3.10. Altprobleme ait bulgular (Ortalama kaynak sayısı bakımından SY ve DOK tezleri arasında anlamlı fark var mıdır?)

Sanatta yeterlilik ve doktora tezleri, kaynakçalardaki kaynak sayıları bakımından karşılaştırılmış, analiz sonuçları Tablo 14'te özetle sunulmuştur.

Tablo 14. Kaynak sayısına göre sanatta yeterlilik ve doktora tezlerinin karşılaştırılması

	Tez Türü	N	Ortalama	SS	sd	t	p
Kaynak sayısı	Sanatta Yeterlik	20	137,65	67,74	41	2,183	,035*
	Doktora	23	206,04	124,95			

*: p<0,05

Ortalama kaynakçalardaki kaynak sayıları bakımından SY ile DOK tezlerinin karşılaştırılmasına ilişkin analiz sonuçları Tablo 16'da görülmektedir. Elde edilen bulgulara göre doktora tezlerinin ortalama kaynak sayıları ($\bar{x} = 206,04$), Sanatta yeterlik tezlerinin ortalama kaynak sayısından ($\bar{x} = 137,65$) daha yüksektir. Ortalama kaynak sayıları arasında görülen bu fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($t(41) = 2,183$; $p < 0,05$).

3.11. Altprobleme ait bulgular (Anahtar kelimelerin bağlamlarına göre SY ve DOK tezleri nasıl bir dağılım göstermektedir?)

İncelen tezlerin anahtar kelimeleri sınıflandırılmış elde edilen bulgular Tablo 15’te sunulmuştur.

Tablo 15. Anahtar kelimelerin bağlamlarına göre sınıflanması

Kategori	Anahtar Kelimeler (*)
Sanat ve Çağdaş Sanat	Çağdaş Sanat (2), Çağdaş Sanat Eserleri (1), Çağdaş Heykel (1), Çağdaş Sanat Müzeleri (1), Çağdaş Türk Resmi (1), Çağdaş Sanat Pratiği (1), 21. yy. Sanatı (1), Sosyal Medyada Sanat (1), Sanatsal Yaratım (1), Katılımcı Sanat (1), Sanatçı (1), Sanat Müzesi (1), Sanat Eğitimi (1)
Toplumsal ve Kültürel Konular	Sanat ve Edebiyat (1), Sanat ve Sağlık (1), Sosyal İçerikli Sanat (1), Sanat Piyasası (2), Kamusal Sanat (1), Post Feminizm (1), Feminizm (1), Türkiye (1), İran (1), Sanatın PR’ı (1), Ekolojik Sanat (1), Türk Sosyolojisi (1), Ziyaretçi Deneyimi (1), Disiplinlerarası (1), Kültürel Konformizm (1)
Estetik ve Sanatsal Yaklaşımlar	Estetik (2), Grafik Tasarım (1), Moda Tasarımı (1), Güncel Sanat (1), Postminimalizm (1), Postmodernizm (2), Postmodern Sanat (1), Modernist Heykel (1), Mimesis (1), Kavramsal Sanat (1), On’lar Grubu (1), Postmodern Sanat (1), Minimalizm (1)
Teknoloji ve Dijital Sanat	Dijital Sanat (3), Dijital Sanat Baskısı (1), Dijital Teknoloji (1).

(*): frekanslar parantez içerisinde verilmiştir

İncelenen tezlerdeki anahtar kelimelerin çeşitliliği dikkat çekmektedir. Anahtar kelimeler, içerik analizi ile konu bağlamlarına göre kategorilere ayrılmıştır. Sanatın toplumsal farkındalık oluşturmadaki rolünü vurgulayan ve daha çok çağdaş sanat anahtar kelimelerini içeren kategori kısaca “Sanat ve Çağdaş Sanat” ile adlandırılmıştır.

“Toplumsal ve Kültürel” başlığı altında toplanan anahtar kelime grubu, sanatın toplumsal ve kültürel konulardaki rolünü yansıtmaktadır. Bu anahtar kelime kategorisi altındaki konuların feminizm, ırkçılık, çevresel sorunlar gibi temaları sanat ile ilişkilendirerek toplumsal farkındalık oluşturmaya yönelik olduğunu söylemek mümkündür.

Diğer bir kategori sanatın güzellik, anlam ve duygusal deneyimleri üzerindeki odaklanmasını yansıtan anahtar kelimeleri kapsamakta olup bu kategori “Estetik ve sanatsal yaklaşımlar” olarak adlandırılabilir.

“Teknoloji ve Dijital Sanat” olarak adlandırılan anahtar kelime grubu, günümüzde teknolojinin sanatın ifade biçimleri ve deneyimleri üzerindeki etkisini yansıtmaktadır. Dijital sanat, sanatçılara yeni platformlar ve yaratıcı olanaklar sunarken, geleneksel sanat formlarıyla da rekabet edebilir.

Anahtar kelimelerin çeşitliliği, günümüz sanatının geniş yelpazesi ve farklı konuları ele alma potansiyelini yansıtmaya bakımdan dikkat çekicidir. Bu da sanatın, toplumun değerleri, problemleri ve dönemin ruhunu yansıtmaya potansiyelini taşıdığını ayrıca sanatın evrensel ve toplumsal önemini (Mercin, Alakuş, 2007) vurgulamaktadır.

4.SONUÇ ve TARTIŞMA

Tez sayılarının anasanat dalı ve anabilim dalına göre dağılımı incelendiğinde sanat içerikli tezlerin disiplinlerarası bir yaklaşım sunduğu ve bunun beklenen bir durum olduğu söylenebilir. Çünkü sanat dili disiplinlerarası okumalarla ilişkilendirilebilir. Bu nedenle bu bulgu 21. Yy da eğitimde , sanatta ve bir çok alanda tek disiplin alanının yetersiz kalmasına bağlı olarak disiplinler arası yaklaşımın önem kazanmaya başlamasıyla da ilişkilendirilebilir (Bahadır ve Önal, 2022).

Metodoloji açısından incelenen tezlerin çoğunluğunun teorik bir yaklaşımı benimsediği belirlenmiştir. Hem pratik hem teorik yaklaşımı benimseyen tezler, daha somut verilere dayalı analizler ile teorik çerçeveleri birleştirmeyi amaçlayabilir. Sonuç olarak, metodolojik yaklaşımın farklılıklarının bir araştırmanın doğasına ve hedeflerine göre değişebileceği unutulmamalıdır (Toker, 2022). Bulut ve Gürsoy (2016) tarafından yapılan çalışmada her ne kadar tez türlerinin farklı yıl aralıklarında tarandığı belirtilmişse de doktora tezlerinde çoğunlukla nicel, sanatta yeterlik ve yüksek lisans tezlerinde ise çoğunlukla nitel veri analizi yapıldığı belirtilmiştir.

Veri toplama yöntemine göre tez türlerinin dağılımına bakıldığında doküman analizinin doktora tezlerinde en sık kullanılan yöntem olarak öne çıkmaktadır. Genel olarak, evrensel yöntem çeşitliliği açısından değerlendirildiğinde, tez türü ile veri toplama yöntemi arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır. Bulut ve Gürsoy (2016) tarafından yapılan çalışmada veri toplama aracı olarak sanatta yeterlik tezlerinde çoğunlukla doküman analizinin, doktora tezlerinde ise literatür tarama ve anket tekniğinin kullanıldığı rapor edilmiştir.

Araştırma uygulamasının daha çok doktora tezlerinde yer aldığı buna karşılık sanat uygulamasının SY tezlerinde daha fazla yer aldığı belirlenmiştir. Bu durum, sanatta yeterlik seviyesindeki tezlerin daha çok yaratıcı ifade ve estetik deneyim üzerine odaklanarak, araştırmacıların kendi sanatsal vizyonlarını geliştirdikleri bir alan olarak görülebileceğini göstermektedir (Bulut ve Gülsoy, 2016).

Hipotez (Araştırma Sorusu) olup olmamasına göre tez türleri karşılaştırıldığında, doktora tezlerinin büyük bir kısmının araştırma sorusu veya hipotezi içerdiği, buna karşılık sanatta yeterlik tezlerinde ise bu başlıkların bulunmadığı belirlenmiştir. Bu sonuç, doktora düzeyindeki araştırmaların daha analitik ve yapılandırılmış bir yaklaşım gerektirdiğini düşündürülebilir. Sanatta yeterlik tezlerinde ise bu öğelerin hiç bulunmaması, bu tezlerin daha betimsel veya genel bir inceleme amacı taşıdığını yansıtabilir.

Tezde tartışma ve öneriler kısımlarının olup olmaması ile tez türü arasında anlamlı ilişki olduğu belirlenmiştir. Gerek tartışma kısmı gerekse öneriler kısmı daha çok doktora tezlerinde görülmüştür. Sonuç olarak, tartışma ve öneri bölümlerinin varlığındaki bu farklılık, iki tez türü arasındaki içerik ve yaklaşımlardaki farklılıkları yansıtabilir.

Konusu bakımından tezin disiplinlerarası olup olmama durumunda tez türleri arasında dengeli bir dağılım olduğu belirlenmiştir. Sanat dilinde olduğu gibi güzel sanatlar da disiplinlerarası okumalarla ilişkili olduğundan (Bahadır ve Önal, 2022) SY ile DOK tez sayılarının bu konuda benzer dağılım göstermesi beklenen bir durumdur.

Ortalama sayfa sayılarına göre sanatta yeterlik tezleri ile doktora tezleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Kaynakçada yer alan ortalama kaynak sayısı bakımından sanatta yeterlik tezleri ile doktora tezleri arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Doktora tezleri, ortalama olarak daha fazla kaynak içerdiği belirlenmiştir.

İncelenen tezlerdeki anahtar kelimeler incelendiğinde bunların başlıca dört kategori altında toplanabileceği görülmüştür. İçerik analizi ile elde edilen bu kategorilerin Sanat ve Çağdaş Sanat, Toplumsal ve Kültürel Konular, Estetik ve Sanatsal Yaklaşımlar, Sosyal ve politik konular, Teknoloji ve Dijital Sanat şeklinde adlandırılabilen belirlenmiştir.

Bu çalışmada ülkemizdeki üniversitelerde son sekiz yılda (2015-2022) yapılan sanatta yeterlik ve sanat konulu doktora tezleri karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Çalışmada belli yıl aralığında sadece tezlerin incelenmiş olması bir sınırlılık oluşturmaktadır. Tez çalışmaları ile makale çalışmalarının karşılaştırıldığı araştırmaların yapılması önerilebilir. Ayrıca Scopus, Web of Science gibi uluslararası veri tabanlarında Türkiye adresli sanat konulu makaleler üzerinde yapılacak çalışmaların da ülkemizin akademik sanat perspektifini ortaya çıkarma potansiyeli bakımından araştırılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Ateş, N. B. (2024). Post-Truth Üzerine YÖK Tez Veri Tabanında Yer Alan Lisansüstü Tezler Bağlamında Bibliyometrik Bir Analiz. *Erciyes İletişim Dergisi*, 11(1), 305-323.
- Ayaydın, A. (2016). Sanat ile Bilimin Kesişme Noktaları ve Yol Ayrımları. *Ege Eğitim Dergisi*, 17, 18-35.
- Bahadır, B.H. Önal, M.A. (2022). Disiplinlerarası Sanat Eğitimi: P. Mondrian" Broadway Boogie Woogie" örneği. *Art-e Sanat Dergisi*, 15(30), 788-804.
- Bulut, D., Gülsoy, Y. (2016). Sanat Eğitimi Araştırmalarının İncelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5 (4), 75-85.
- Charleroy, A., Frederiksen, J. A. G., Jensen, A., McKenna, S., & Thomas, A. (2012). *Child Development and Arts Education: A review of Recent Research and Best Practices*. New York: The College Board.
- Creswell, J.W., Plano Clark, V.L. (2011). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Efe, M., ve Sonsel, Ö. (2019). Orkestra Alanında Yazılmış Yüksek Lisans, Sanatta Yeterlik ve Doktora Tezlerinin İncelenmesi. *SOBİDER Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(41), 193-204.
- Er, S. (2011). Yükseköğretim Mevzuatında Bilimsel Yöntem İstanbul Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Öğretim Yönetmeliği ile İTÜ Lisansüstü Eğitim Öğretim Yönetmeliğinin Karşılaştırması. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2011, (2), 99-107.
- Kaptanoğlu, E., & Çanakçı, P. (2015). Türkiye’de Vokal Müzikte Piyano Eşlik Alanında Yapılmış Yüksek Lisans, Doktora ve Sanatta Yeterlik Tezleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55), 198-206.
- Küçüktepepınar, C. (2014). Sanat Eğitimi ve Uluslararası Uygulamalar. *Erciyes Sanat*, 2, 27-39.
- Mercin, L., & Alakuş, A. O. (2007). Birey ve Toplum İçin Sanat Eğitiminin Gerekliliği. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9, 14-20.
- Orhan, Ş. Y. (2012). Türkiye’de Viyolonsel Alanında Yapılmış Yüksek Lisans, Doktora ve Sanatta Yeterlilik Tezleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 20(2), 701-716.
- Özer, B., Yazar, T., Eren, A. (2013). 1992-2012 Yılları Arasında Güzel Sanatlar Eğitimi Alanında Türkiye’de Yapılan Lisansüstü Çalışmalarının İncelenmesi. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*. 9 (4), 497-510.
- Özsoy, V., Mamur, N. (2019). *Görsel Sanatlar Öğrenme Ve Öğretim Yaklaşımları*. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Polat, C., Sarı, T., & Sağlam, M. (2013). Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi’nin Bibliyometrik Analizi. *Sanat Dergisi*, 23, 9-25.
- Resmî Gazete (2016). Resmî Gazete Tarihi: 20.04.2016, Sayısı: 29690.
- Taşkesen, S. (2020). Güzel Sanatlar Lisesi Öğretmen Ve Öğrencilerinin Güzel Sanatlar Eğitimi Yetenek Sınavlarına ve Uygulanan Baraj Puanlarına İlişkin Görüşleri ve Motivasyonlarına Etkisi. *Uluslararası Güzel Sanatlar Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 14-34.
- Tavşancıl, E., Aslan, A. E. (2001). *Sözel, Yazılı Ve Diğer Materyaller İçin İçerik Analizi Ve Uygulama Örnekleri*. Epsilon.
- Toker, A. (2022). Sosyal Bilimlerde Nitel Veri Analizi İçin Bir Kılavuz. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 51, 319-345.
- Toraman, S. (2021). Karma Yöntemler Araştırması: Kısa Tarihi, Tanımı, Bakış Açılı ve Temel Kavramlar. *Nitel Sosyal Bilimler*, 3(1), 1-29.
- URL1: Resmî Gazete (2016). Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği Madde 25, <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=21510&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5> (Erişim Tarihi: 05.12.2024)
- URL2: YÖK Tez Merkezi (2023). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> (Erişim Tarihi: 09.01.2024)
- Varol, A., Balaban, E. (2020). İç Mimarlık Alanında Yapılmış Doktora/Sanatta Yeterlik Tez Araştırmaları Üzerine Bir Tarama Çalışması. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 10(1), 1-15.

TASARIM UNSURLARI AÇISINDAN SOKAK FOTOĞRAFÇILIĞINDA INSTAGRAM KOLLEKTİFLERİ “SPi ÖRNEĞİNDE”

Instagram Collectives In Street Photography In Terms of Design Elements “In The Spi Example”

Tamer KAVURAN¹, Derya YILMAZ²

ÖZ

Tarihte ilk olarak 10. yy'da güneş tutulmalarını izleme amaçlı olarak geliştirilen karanlık kutu (camera obscura), 19. yüzyıl ortalarından itibaren günlük hayatta yaygın olarak kullanılan bir teknoloji haline almıştır. O yıllarda henüz “sokak fotoğrafçılığı” ismi verilmiş olmasa da Henri Cartier Bresson başta olmak üzere çok sayıda fotoğrafçı tarafından günlük hayatı yansıtan fotoğraflar için ana mekan olarak sokakların kullanılmaya başlandığı görülmüştür. Günümüzde sokak fotoğrafçılığı alanında üretilen fotoğrafların sosyal medyada da yaygın bir şekilde paylaşıldığı görülmektedir. Fotoğraf ağırlıklı bir sosyal medya özelliği taşıması nedeniyle yapılan paylaşımlarda Instagramın ön planda olduğu ve bünyesinde dünya çapında faaliyet gösteren bazı kolektiflerin oluştuğu görülmektedir. Bu kolektiflerden biri olan SPi (Street Photo International) Instagram üzerinde çok sayıda sokak fotoğrafçısını belirlediği etiketlerle ortak bir noktada birleştirme özelliği taşıması bakımından çalışma kapsamına dahil edildi. Bu makalenin temel amacı sokak fotoğrafçılığında tasarım unsurlarının bilinçli kullanımının anlamlandırmaya katkısını incelemektir. Bu amaç doğrultusunda SPi'nin kurucularından olan Alan Schaller'in örneklem olarak alınan sokak fotoğrafları tasarım unsurları açısından incelenmiştir. Araştırmanın evreni sokak fotoğrafçılığı, örnekleme ise Instagram'da bugün dünya çapında yaygınca kullanılan hashtaglerden biri olan SPi (Street Photo International) -Uluslararası Sokak Fotoğrafı- kolektifinin kurucularından Alan Schaller'in tesadüfi yöntemle belirlenen siyah-beyaz sokak fotoğrafları oluşturmaktadır. Konu başlıklarına uygun olarak belirlenen fotoğraflar, tasarım unsurları açısından betimlenerek analiz edilmiştir. Bununla birlikte inceleme konusu yapılan SPi kolektifi ve Alan Schaller hakkında Türkçe kaynakların yeterli olmaması ise araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda tasarım unsurlarının sokak fotoğrafçılığında bilinçli olarak anlam oluşturacak şekilde kullanıldığı; bu sayede daha estetik, dikkat çeken ve anlamlı kareler elde edildiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sokak fotoğrafçılığı, instagram, fotoğraf, tasarım unsurları, sosyal medya

ABSTRACT

The camera obscura, originally developed in the 10th century to observe solar eclipses, became a widely used technology in daily life from the mid-19th century onward. Although the term "street photography" was not coined at that time, it can be observed that many photographers, including Henri Cartier-Bresson, began using the streets as the main setting for capturing images that reflected daily life. Today, the photographs produced in the field of street photography are widely shared on social media platforms. Due to Instagram's photo-centric nature, it has emerged as a prominent platform for these shared images, and several global collectives have formed within it. One such collective, SPi (Street Photo International), was included in the scope of this study for its ability to bring together a large number of street photographers through specific hashtags.

The main purpose of this article is to examine the contribution of the conscious use of design elements in street photography to the creation of meaning. To this end, the street photographs of Alan Schaller, one of the founders of SPi, were analyzed in terms of design elements. The research universe consists of street photography, and the sample comprises randomly selected black-and-white street photos by Alan Schaller, one of the founders of SPi (Street Photo International), a collective widely known on Instagram that brings together photographers worldwide through specific hashtags. The photos selected according to relevant topics were described and analyzed in terms of their design elements. However, a limitation of the research is the insufficient availability of Turkish-language sources on the SPi collective and Alan Schaller, as well as the lack of prior research on these subjects. The findings of the research suggest that design elements are consciously used in street photography to create meaning, resulting in more aesthetically pleasing, attention-grabbing, and meaningful images.

Keywords: Street photography, instagram, photography, design elements, social media

- ORCID: 0000-0001-8332-9802
- ORCID: 0000-0002-7933-0330

- Dr. Öğr. Üyesi, Fırat Üniversitesi, tkavuran@firat.edu.tr
- Yüksek Lisans Öğrencisi, Fırat Üniversitesi,

Makale Geliş Tarihi: 8 Mart 2024

Makale Kabul Tarihi: 27 Aralık 2024

Kavuran, T., & Yılmaz, D., (2024). TASARIM UNSURLARI AÇISINDAN SOKAK FOTOĞRAFÇILIĞINDA INSTAGRAM KOLLEKTİFLERİ “SPi ÖRNEĞİNDE”. *Akademik Sanat* (23), 235-248

EXTENDED ABSTRACT

It can be said that the foundations of photography technology, which dates back to the 10th century, were actually laid by chance by scientists who were doing scientific studies for other purposes. Following this first coincidental development, cameras have undergone many transformations over the years and have survived to the present day, making significant technological advances, especially in the late 1800s. It became widespread in the late 19th century with the advent of smaller cameras, lenses with shorter focal lengths, and films sensitive enough to record in low light conditions. With all these developments, scenes from street life have become an important issue. Although the activity was not yet called "street photography", photographers began to record the activities taking place on the streets in those years. It took a long time for street photography, which has existed from past to present, to be accepted as a sub-branch of photography. Since street photography is inherently part of life, it can be said that the elements examined and considered as design elements within the scope of the study are also life elements. Each element that complements the photograph in terms of meaning in terms of humans and all other living creatures, architecture, light, shadow, contrast, reflection and graphic elements has been evaluated as a design element in the study. The photographs determined as samples were examined in terms of the comprehension effect of the design elements. When the photographs taken as a result of the study were examined in terms of design elements such as humans, all other living creatures, architecture, light, shadow, contrast, reflection and graphic elements, it was concluded that in street photography, the design elements were consciously positioned in the frame by the photographer and contributed to the formation of meaning.

Street photography, which has become more widespread in recent years with the influence of technological developments, has become a part of daily life. In this regard, social media, which has an important place in today's daily life, has also become widespread globally. A number of collectives operating in many social media channels, especially Instagram, have had an impact on this popularity. Nowadays, photographs taken by many photographers, whether amateur or professional, have begun to be shared on social media with various tags determined by the collectives in question. In this article, randomly selected black and white street photographs of Alan Schaller, one of the founders of SPi, which operates as a photography collective in the case of Instagram, were examined in terms of design elements. The aim of the study is to see the semantic effects of design elements on street photography for street photographers today, through photography. It is seen that contrasting elements are seen in almost all of the photographs taken within the scope of the study, and that the human element is given meaning together with architectural and other elements by creating integrity with design elements such as shadow, reflection and graphic elements. As a result, it has been observed that humans, all other living creatures, architecture, light, shadow, contrast, reflection and graphic elements are consciously used as design elements in street photography, resulting in more aesthetic and eye-catching shots. The research is also important in terms of examining the collective understanding that exists on Instagram, a medium widely used in street photography. However, at this point, the lack of resources limits the study.

GİRİŞ

Sokak fotoğrafçılığı geç de olsa fotoğraf literatürüne girmiş bir kavram olmakla beraber aslında üzerinde tam bir uzlaşmanın sağlanamadığı bir fotoğrafçılık türüdür. Bu noktada sokak fotoğrafçılığının kimi araştırmacılar tarafından foto muhabirliğinin bir türü olarak, kimi araştırmacılar tarafından ise belgesel fotoğraf olarak değerlendirildiği görülür. Leblebici (2012) sokak fotoğrafını kamuya açık alanda çekilen ve çekildiği yerdeki yaşamı belgeleyen çağdaş bir fotoğraf dalı olarak tanımlayarak “Başka bir deyişle bir hayat biçimi, hatta foto muhabirliği türüdür.” şeklinde sokak fotoğrafçılığını foto muhabirliğine yakın bir fotoğrafçılık türü olarak değerlendirirken (Leblebici, 2012 akt. Eryılmaz, 2021:23) Hartel ise sokak fotoğrafını sokakların yanı sıra parklar, plajlar, alışveriş merkezleri gibi genelde halka açık yerlerde çekilmiş fotoğraflar olarak tanımlayarak; gündelik yaşamlarını sürdüren samimi insanların rol aldığı bir belgesel fotoğrafçılık alanı olarak düşünülebileceğini belirtmiştir (Hartel, 2012, akt. Eryılmaz, 2021). Orhan (2020: 51) ise belgesel fotoğraf, mesaj verme amacı taşıırken, sokak fotoğrafının mesaj verme kaygısıyla çekilmediğini; aynı zamanda belgesel fotoğrafta anlamın önceden kurulduğunu, sokak fotoğrafında ise anlamın çekim anında veya sonradan ortaya çıktığını belirtmektedir. Orhan (2020: 51) aynı zamanda “Belgesel fotoğraf, ön çalışmayı, veri elde etmeyi ve ele alınan konunun derinlikli olarak araştırılmasını gerektirirken; sokak fotoğrafçısı ise sadece çekim rotasını belirler ve dikkat çekmeden çekim yapacağı küçük kamerası ile çekimini yapar.” şeklinde belgesel fotoğraf türü ile arasındaki farkı ortaya koymuştur. Bu ifadesi ile sokak fotoğrafçılığının daha özgür bir fotoğraf dalı olduğunu vurgulamıştır. Safi de benzer şekilde “Sokak fotoğrafçılığının temel amacı, fotoğrafçının kendisini ifade edebilmesi hedefine dayanır. Yani, sokak fotoğrafçısı çektiği fotoğraflarla, sokağı, diğer insanlardan nasıl farklı gördüğünün ve bunu nasıl ifade ettiğinin peşindedir.” ifadesi ile sokak fotoğrafçılığının muhabirlik ya da bir belgesel fotoğrafçılık olmadığını söylemektedir (URL 1).

1. Sokak Fotoğrafçılığının Gelişimi

Paris Pictured (2002 akt. Scott, 2011:17) adlı kitapta Paris’in sokak fotoğrafçılığının kaynağı olduğu belirtilmektedir. “İlk fotoğrafçıların ressam olmalarından kaynaklanan görsel birikimlerini fotoğraflarda belirgin ve verimli biçimde kullanmaya başlamaları fotoğrafın başlı başına bir anlatım dili haline gelmesini kaçınılmaz kılmıştır” (Karadağ, 2016d:9). Negre’nin 1850’lerin başındaki scenes de genre (tür sahneleri) sokak müzisyenleri, ağır işçiler, taşçılar, kiremitçiler, baca temizleyicilerinin ardından Atget’in insansız Paris sokaklarından oluşan fotoğraflar izlemiştir. (Scott, 2011:99) Bu fotoğraflar sokak fotoğrafçılığının ilk ürünleri olarak sayılmaktadır. Macar asıllı Kertesz, fotoğrafçılığı gerçek bir sanatsal ortam olarak benimseyen ilk fotoğrafçılardan biriydi. Çalışmalarını geometri ve forma dayalı olarak ışığın nesnelere vurduğu açı, oluşturduğu gölgeler, siyahlar ve beyazlar arasındaki kontrast ilişki üzerine oturtan Kertesz için Henri Cartier Bresson “Hepimiz Kertész’e bir şeyler borçluyuz. Ne yaptysak, önceden ilk o yapmıştı.” İfadelerini kullanmıştır (URL 2).

Bate, (2022:254) “1880’lerden itibaren taşınabilir fotoğraf makineleriyle gelişen sokak fotoğrafının, Henri Cartier Bresson’un eserlerinin 2. Dünya Savaşı sonrasındaki popülerliği sayesinde ünlendiğini belirtmektedir. Henri Cartier Bresson (1952:47 akt. Scott 2011:55) fotoğrafçılıkta yeni, şekil alabilir bir tür var, öznenin hareketiyle ortaya çıkan anlık oluşun çizgilerinin ürünü olan hareketin elemanlarının dengede olduğu bu an fotoğrafçı tarafından yakalanmalıdır. Geçmişten günümüze sokak fotoğrafçıları tarafından benimsenen Bresson’un ‘karar anı’ sahnede anlamlı bir diyalog yaratan, formların dengesiyle oluşan andır. “En doğru çerçeve ve en doğru kompozisyonla tüm öyküyü tek bir karede anlatmaya fotoğrafçılıkta ‘mutlak an’ denir” (Ulutürk, 2019:114). Bresson’a göre bir fotoğraf mutlak anında çekilmişse geometrik olarak kusursuz ve kendi içinde düzenli olduğunu belirtmiştir. Ulutürk (2019:114) sokak fotoğrafçılarının mutlak anı yakalamak için bir mekanda saatlerce beklemeleri gerektiğini belirtmiştir. Sokak fotoğrafçılığı 50’lerden itibaren tamamen yerleşmiş bir kategori haline geldi. Henri-Cartier Bresson ve Diane Arbus 1950’li yıllarda günlük hayata ilişkin sokak fotoğrafçılığını başlatan ve bugünkü haline gelmesinde etkili olan kişiler olarak belirtilebilir (Bozkurt Yüksel, 2020:529). Diane Arbus, 1956 -1962 yılları arasında New York’ta akla gelebilecek her yerde; sokaklarda, Central Park’ta, metroda, sinemalarda... 4x4, flaşlı kamerasıyla henüz tanıştığı kişiler ile iletişim kurarak onları fotoğraflarında olağanüstü kılmakta çok üstün hüner sergilemiş (URL 3) ve özellikle toplumsal hayatın uç noktalarında yaşayan (ya da en azından öyle görünen) insanların fotoğraflarını çekmiştir (URL 4). “Henri Cartier Bresson ise gerçek hayattan ele aldığı konuları fotoğraflarken, olaylara karışmaz; insan

ilişkilerindeki anlara, fotoğrafı meydana getiren öğelerin dizilişine dikkat eder ve onlara anlam kazandırır” (Yaykın, 2009:126).

Bate’e (2022:254) göre sokak fotoğrafının yeniliği, Robert Frank’ın 1955-1956 yılları arasında çektiği fotoğraflardan oluşan, ilk kez 1958’de yayımlanan ünlü kitabı The Americans ile gerçekleşti.

19. yüzyılın sonunda ve 20. yüzyılın başında metropollere yönelik insan akını, fotoğrafçılara hareketlenen günlük yaşantısında insan faaliyetlerini kayıt altına almak için birçok fırsat sundu. Lewis’e göre kimileri katı, klasik kompozisyonlar için konuyu kamusal alanda bulurken; kimileri de şehrin enerjisini yansıtan daha doğal ve kendiliğinden bir yaklaşımı benimsemişti (Lewis, 2018:88).

“1960’lı ve 70’li yıllara gelindiğinde batıda başlayan özgürlük ve eşitlik hareketleri gündelik hayatı ve sokağı değiştiren bir etken olmuştur. Paris, Londra ve New York gibi büyük kentler, hem savaş karşıtı, hem cinsel devrim hem de kadın özgürlüğü ve eşitliğini savunan feminist hareketlerin sık sık sokak gösterilerine sahne olmakta, sokak artık en cazip gösteri alanına dönüşmekteydi” (Orhan, 2020:58).

Günümüz teknolojisinin geldiği noktada kameralar hem boyut olarak küçülmüş hem de bizim adımıza düşünen akıllı cihazlar haline gelmiştir. Günümüzde bazı aynasız fotoğraf makinelerinde bulunan ISO basamaklama özelliği sayesinde kritik anların yaşandığı fotoğraflarda oluşabilecek ışık sorunları ortadan kaldırmıştır. Bu özellik sayesinde kullanıcı manuel modda çekim yaptığında fotoğraf aynı anda üç kare olarak kaydedilerek fotoğrafçının belirlediği bir alt, bir yüksek ISO değerinde kayıt ediliyor. Bu noktada fotoğrafçının sorumluluğu, fotoğraf makinesini iyi tanıyarak gerektiğinde tüm özelliklerini kullanabilmek ve teknolojiyi takip etmektir.

Teknolojinin geldiği noktada bugün sokak fotoğrafçılığı artık herkesin yapabileceği bir etkinlik haline almış; çünkü yeni üretilen fotoğraf makineleri giderek daha da küçülürken, yüksek ASA’larda gren vermeme, aynasız olmalarından kaynaklı daha da hafif olmaları bunu mümkün kılmıştır. “Bu durum fotoğrafçı adına zor bir dünyanın kapılarını da aralamış; artık, fotoğrafçının sokakta kendini ifade ederken, sıradanlıktan çıkıp, gerçekten farklılaşması, hatırı sayılır işler çıkarabilmesi oldukça zor ve fotoğrafçının sürekli üzerinde kafa yorması gereken bir konu haline almıştır” (URL 5).

2. Instagram Özelinde Sosyal Medyada Sokak Fotoğrafçılığı

“Snapchat, Flickr, Instagram, Facebook, Twitter, eBay gibi sosyal ağ web siteleri, “toplulukları”, diğer insanlarla toplumsal, kültürel, kişisel, ekonomik ve hatta siyasi ilişkiler için bağlantı kurma imkanı sağlar” (Bate, 2022:290). Bağlantı kurmayı sağlama ortak noktasında birleşen sosyal medya platformlarından biri olan Instagram, fotoğraf ağırlıklı kullanılan bir sosyal medya özelliği taşıması açısından özellikle çalışma konumuzla bağlantılı olarak ele alındı. Instagram 2010 yılında, Kevin Systrom ve Nike Krieger tarafından IOS için geliştirilen bir uygulama olarak kullanılmaya başlandı (Yozkat,2017:176, akt. Karaçelik, 2019:68). 2012 Nisan’ında Android versiyonunu da açıkladıktan hemen sonra Facebook tarafından 1 milyar dolara satın alındı (Sevinç, 2013:128).

2019 verilerine göre Instagram’da günlük yaklaşık 500 milyon aktif kullanıcı bulunmakta ve her gün 80 milyondan fazla kullanıcı Instagram’ a fotoğraf yüklemektedir. (Agrawal, 2020 akt. Aktaş ve Aksoy, 2022)

Mobil foto ve videoların çekildiği ve paylaşıldığı Instagram, kullanıcılarının değişik konseptlerde çektikleri ve düzenleme araçları ile manipüle edebildikleri fotoğrafları, onları tanımlayan değişik hashtag’ler (etiketler) ile paylaşımlarına olanak verir (Satkın, 2017:440).

Instagram’a 2013 yılında benzer fotoğrafları gruplandırmaya yarayan etiketleme özelliğinin gelmesi Instagram’ı daha da ilgi çekici bir hale getirmiştir (Türkmenoğlu, 2014:96). Instagram üzerinde hashtag kullanılarak paylaşılan konu etiketleri kullanıcılar tarafından takip edilebilmekte ve çok sayıda insanın etkileşimini sağlamakta önemli rol oynamaktadır. Hashtag; “#” sembolü ile kullanılan, boşluksuz şekilde yazılıp içeriklerin daha fazla kişiye erişmesine sağlayan söz öbeklerine verilen addır (URL 6). Bir söz dizisinin ya da sloganın “(#)”sembolünün ardına eklenmesiyle oluşan hashtag ya da etiketler, paylaşımın görünürlüğünü artmaktadır. Örneğin “#ankarakahvecileri ”etiketiyle paylaşılan gönderiler, tek sayfada görüntülenebilme ve Ankara’da kahve içilecek mekân arayanlar için mevcut yerleri veri haline

getirmektedir (URL 7). “İnsanlar, dünyanın dört bir yanındaki yabancılar ile (hashtag’ler sayesinde) bağlantı kurarak daha estetik fotoğraflar çekmeye başladılar (Gray, 2012, akt. Sağlamtimur vd, 2019: 180). Tasarlanmış bir özellik olarak etiketleme, kullanıcıların bir uygulamanın kullanıcı arayüzüne bağlı olarak verileri çeşitli şekillerde etiketlemelerine ve almalarına olanak sağlar” (Daer, Hoffman ve Goodman, 2014, akt. Torun, 2019).

3. Instagram Kolektifleri

Instagram üzerinde sokak fotoğrafçıları bir araya getirmeyi amaçlayan çok sayıda kolektif bulunmaktadır. Instagram üzerinde yaygınlık kazanan bu kolektif anlayışı, kullanıcıların bireysel yaratıcılıklarını paylaşım etkileşiminde bulunarak sokak fotoğrafçılığına dair ortak bir dil ve estetik oluşturulmasına katkı sağlaması bakımından önemlidir. Bu topluluklar, belirli tarzların, içeriklerin ve temaların yaygınlaşmasını sağlarken aynı zamanda sokak fotoğrafçılığının gelişimini ve anlaşılmasını şekillendiren dinamik bir ortam sunar.

Türkiye’de de bu alanda 2012 yılında oluşturulmuş bir kolektif olan #turkuazstreet 13 Ocak 2022 tarihinde yapmış oldukları açıklamayla kuruluş manifestolarında belirttikleri vizyon ve misyonu tamamladıklarını ve fotoğraf yolculuklarına son verdiklerini açıklamışlardır. Dünyada çok sayıda örneği olan fotoğraf kolektiflerinden en bilinenleri “in-public, Street Photo Thailand, Observe’ vd. (URL 8).

4. SPi (Street Photo International)

Street Photography International (SPi) de bu kolektiflerden biri olarak kurulmuş olmakla birlikte özellikle son birkaç yılda gerçekleştirdiği yarışma vb. etkinliklerle dünya çapında yaygınlık kazanmış bir kolektiftir. SPi, dünyanın dört bir yanından temsil edilmeyen yetenekli fotoğrafçılar için bir platform sağlamak ve sokak fotoğrafçılığını tanıtmak amacıyla oluşturulmuş bir sokak fotoğrafçıları topluluğudur. Uluslararası bir fotoğraf kolektifi olan SPi, Dünyayı yeni yeteneklerle tanıştırmaya yardımcı olmak amacıyla yetenekli fotoğrafçıların geniş bir izleyici kitlesinin önüne getirmek ve beğenilmesi için altyazı gerektirmeyen fotoğraf türlerini, bir hikaye anlatabilen güçlü fotoğrafları öne çıkarmak amacıyla kurulmuştur. Bugün SPi Instagram hesabı ayda 80 binden fazla fotoğraf gönderiminde hashtag olarak kullanılmaktadır. SPi’nin kurucularından olan Alan Schaller, My Modern Met ile gerçekleştirdiği röportajda SPi için şu ifadeleri kullanır:

"SPi, fotoğrafçılar tarafından fotoğrafçılar için yapıldı, bu yüzden bu kadar popüler olduğunu düşünüyorum. Öne çıkardığımız fotoğrafçıların çoğunun büyük bir takipçi kitlesi yok; bununla birlikte görülmeyi hak eden pek çok harika fotoğraf olduğunu bildiğimiz için üyelerimizin yanı sıra üyemiz olmayan dünya çapında faaliyet gösteren fotoğrafçıları kolektife dahil etmeyi tercih ediyoruz. Sadece iki yıl içinde, SPi’nin takipçileri, dünyanın dört bir yanından ayda 60 binden fazla fotoğraf gönderimiyle hızla arttı. Bu, SPi’yi projelerini SPi Sokak Ödülleri gibi etkinliklerle genişletmeye teşvik etti” (URL 9).

Instagram üzerinden haftalık olarak belirlenen konular için bir etiket belirleyip bu etiketlerle yapılan paylaşımlar arasından belirlenen/seçilen fotoğrafı ve fotoğrafçıyı sayfasında paylaşacağını vaad eden SPi kolektifinin belirlediği bazı konu etiketlerine 19 Ağustos 2024 tarihi itibarıyla tıkladığında ulaşılan rakamlara aşağıda yer verilmiştir:

#SPi_Silhouettes (236 bin 268 gönderi),	#SPi_Light(312 bin 342 gönderi),
#SPi_Reflections (114 bin 271 gönderi),	#SPi_BnW(702 bin 938 gönderi),
#SPi_Travel (212 bin 490 gönderi),	#SPi_Weather(103 bin 014 gönderi)
#SPi_Transport(95 bin 511 gönderi),	#SPi_Geometry (148 bin 963 gönderi),

Tablo 1. : 19 Ağustos 2024 tarihli #SPi etiketli paylaşım rakamları

Instagram üzerinden paylaşılan bu hashtagler kullanıcılar tarafından takibe alınabiliyor. Bu özellik sayesinde sadece SPi Instagram hesabında paylaşılan gönderilere ait kullanıcılar değil aynı zamanda bu

etiketleri kullanan dünyanın birçok yerinden kullanıcı tarafından üretilen fotoğrafların çok sayıda insan tarafından görüntülenip takip edilebilme imkanı da sunmaktadır.

SPi kolektifi gerek belli aralıklarla uluslararası çapta ödüllü fotoğraf yarışmalarıyla gerekse de her hafta Instagram üzerinden belirlediği hashtagleri kullanan insanların fotoğrafları arasında yarışmalar düzenlemektedir. Gerçekleştirdiği bu etkinliklerle oyunlaştırma anlayışını benimsemiş ve bu yolla dünya çapında bilinirliğini arttırmıştır. Oyunlaştırma, (gamification) temelinde en başta eğlence yatan aynı zamanda rekabet, yarışma, ödül, rozet, unvan, lider tabloları vb. unsurlar ile arzu edilen davranışların tekrar edilmesine dayalı bir anlayıştır (Kavazoğlu'ndan akt. Gürçan: 97).

5. Alan Schaller

Street Photography International (SPi) kolektifinin kurucu ortağı olan Alan Schaller, siyah beyaz fotoğrafçılıkta uzmanlaşmış, Londra merkezli bir foto muhabiri ve sokak fotoğrafçısıdır. Çalışmaları, insan yaşamının hem güzelliğini hem de çeşitliliğini iletme için geometrik kompozisyon, ışık ve gölgeden yararlanır.

Okan Yılmaz fotoğrafın ustaları video serisinde siyah beyazın efendisi Alan Schaller başlığı ile yayınladığı videoda (URL 10) Alan Schaller ve çalışmalarına şu şekilde yer verir: "Henüz 30'lu yaşlarında olan Alan Schaller aslında müzik eğitimi almış ve 2015 yılına kadar Londra'da TV sektörü ve filmler için müzik yapan 2015'ten itibaren ise fotoğraf çekmeye başlayıp çektiği fotoğrafları Instagram'da paylaşan bir isimdir. Sadece birkaç yıl gibi kısa bir sürede hızla tanınan Alan Schaller'ın fotoğrafları The Guardian, Washington Post, Financial Times, New York Times gibi önde gelen gazete ve dergilerde yayınlanmaya başlamıştır. Apple, Huawei, Philips markaları için fotoğraflar çekmeye başlayan Alan Schaller'ın aynı zamanda The Leica vb. ünlü galerilerde fotoğraf sergileri de açılmıştır."

Alan Schaller verdiği bir röportajda sokak fotoğrafçılığına yönelmesinde etkili olan faktörleri şu şekilde aktarır. "Küçüklüğümde beri hep "insan" oldum. İnsanları büyüleyici buluyorum. Fotoğraf makinesini elime aldıktan kısa bir süre sonra Henri Cartier-Bresson'un çalışmalarına bir sokak fotoğrafçılığı sergisinde rastladım ve her şeyi ne kadar zekice kullandığını düşünerek hayran kaldım. Bu fotoğraf bir sette planlanmadı veya çekilmedi. İşte o zaman etrafımızda her zaman olağanüstü anların yaşandığını anladım. Bunları kendim tespit edip edemeyeceğimi görmek istedim ve denemeye karar verdim" (URL 11).

6. Sokak Fotoğrafçılığında Tasarım Unsurları

Kalfagil, (2014 : 59) hangi türden olursa olsun fotoğrafın objeleri görüntüye dönüştürme eylemi olduğunu belirtmektedir. Fotoğrafçının bu eylemi gerçekleştirirken büyük ölçüde bilgi ve önceki deneyimlerinden yararlandığını belirten Kalfagil, kompozisyonun öncelikle zihinde gerçekleşen bir tasarım olduğunu vurgulamaktadır. Fotoğrafçının yaşama ait kullandığı tüm nesnelere ulaşmak istediği düşünce boyuna geçmesi ve bu düşünceyi imgelemlendirebilmesi için kullanılan bir araçtır (Ertan, 2013:19).

Sokak fotoğrafı çeken fotoğrafçının vizörün ardında aslında konuları seçerek bir araya getirdiği ve bu yolla bir tasarım gerçekleştirdiği söylenebilir. Bu bakımdan sokak fotoğrafçılığında konuyu oluşturan öğelerin bir araya getirilişinde bir tasarlama söz konusudur. Fotoğrafçı kadrajına dahil edeceği tasarım unsurlarını bir anlam oluşturacak şekilde bilinçli olarak seçmektedir. Sokak fotoğrafçılığı doğası gereği içinde bulunulan toplum yaşamını yansıtmaya bakımdan çalışmada tasarım unsuru olarak ele alınan konu başlıkları aynı zamanda yaşam öğeleridir. Fotoğrafta yaşam öğesi aynı zamanda bir kompozisyon unsurudur ve özellikle sokak fotoğraflarının çekildiği yerin doğasından dolayı olmazsa olmazdır, denilebilir. "Fotoğrafta bulunan yaşam öğesi bize bazı ipuçları verir. Mekan hakkında yaklaşık bilgiler sunar. Fotoğraf karesinde insan bulunuyorsa giyimine bakarak hangi sınıfa ait olduğu, hangi yıllarda yaşadığını anlayabiliriz. Bazen bir ağacın dallarına konan kuş da yaşam öğesidir. Bir kedi, köpek veya martılar da olabilir" (Sütlüoğlu, 2017). Bu noktada tasarım unsuru olarak ele alınan konu başlıkları yaşamın içinden başta mimari olmak üzere toplumu oluşturan insanlar ve diğer tüm canlılar ile ışık ve grafik öğeler olarak düşünülmüştür.

6.1. Tasarım Unsuru Olarak Mimari

Sokak fotoğrafının ağırlıklı olarak sokakta çekildiği göz önüne alındığında konuyu çevreleyen her bir unsur kareye anlam katar. Bu açıdan Bate (2022:156), mekanın fotoğrafçılar tarafından bilinçli bir anlam

yaratmak için kullanıldığını belirtir ve örnek olarak şehirdeki bir arka sokağın kötü karakter tiplmesi veya evsizler için tipik mekanlar olduğunu söyler. Aynı şekilde mimariyi oluşturan detaylar da anlama katkı sağlar. “Kapılar ve pencereler, başlı başına birer fotoğraf konusu olabilirler. Ait oldukları yapının mimarisi konusunda ipuçları verirler. Yaşama ait giriş çıkışlardır. Aynı zamanda iyi birer fon ve ideal çerçeveler oluştururlar” (Akbaş ve İkizler 2010:188).



Görsel 1. İsimsiz-Metropolis Serisinden Alan Schaller (URL 12)

Alan Schaller tarafından çekilen Görsel 1, mimarinin ön planda olduğu bir fotoğraftır ve bütünlüklü olarak tasarım unsurları açısından bakıldığında mimarinin yanı sıra insan ögesi de ön plandadır. Bunu sağlayan unsur ise kontrast olarak görülmektedir. Fotoğraf karesinde yer alan tek insan ögesi beyaz zemin üzerinde siyah bir leke olarak görülmektedir. Aynı zamanda karenin merkezinde yer alması ilgi odağı olmasını sağlamaktadır. Alan Schaller “Metropolis” isimli fotoğraf serisi ile insanın yalnızlığını vurgulamak amaçladır. Bu noktada fotoğrafta yer alan tasarım unsuru olarak mimari içindeki yalnız bir insan silüeti ile vermek istediği anlamı güçlü bir şekilde sağlamıştır. Fotoğrafta yer alan grafik öğeler çizgi ağırlıklıdır, gözü yönlendiren çizgiler aynı zamanda fotoğrafa derinlik ve üç boyut etkisi de katmıştır.

6.2. Tasarım Unsuru Olarak İnsan

Kanburoğlu’na (2010:195) göre fotoğrafın resimden ayıran en büyük özelliklerden biri yaşamı birebir yansıtmasıdır. Bu yansıtma ise yaşam öğelerinin ön planda olduğu fotoğraflarda daha da vurguludur. Mimari yapının içindeki insanlar, boş bir meydan yerine insan yığınlarının içinde olduğu meydanlar, boş bir kapı yerine onunla bütünleşen insanların da karede yer alması ile fotoğrafın yaşamı yansıtması mümkündür.

Anton Kawasaki (2013) ise sokak fotoğrafının sokakta çekilen herhangi bir fotoğraf olma özelliği taşıyabileceği konusunda ortak bir yanlış anlama olduğunu belirtmektedir. “Örneğin, sadece binaların fotoğrafı, duvardaki grafitiler, saksıdaki çiçekler -teknik olarak sokakta çekilmiş olmalarına rağmen- daha çok mimari, belgesel ya da doğa fotoğraflarıdır. Sokakta çekilmiş pek çok fotoğraf olabilir fakat sokak fotoğrafçılığı genel olarak insanları kapsar ve gizlice gerçekleştirilen bir eylemdir” (Kawasaki 2013 akt. Satkın 2017:436).

Sokak fotoğrafçılığında konu genellikle insandır ve fotoğrafa konu olan insan, içinde bulunduğu koşullarla anlam kazanır. Dorothea Lange, insan yüzünün dünyanın her yerinde geçerli ve anlaşılır bir dil olduğunu belirtmiştir (Bodur, 2005). Bate (2022:147-156) de portre fotoğraflarının yüz, poz, giyim, mekan ve aksesuarlardan oluştuğunu ve bu unsurların her birinin fotoğrafın anlamlandırılmasına önemli ölçüde etki ettiğini belirtmiştir. Yüzdeki mimiklerin fotoğrafa dramatik etki yarattığını, aynı zamanda kişinin ruh halini de yansıttığını; bu noktada kullanılan lens vb. ekipmanların ve kullanılan çekim açısının da anlama katkısını vurgulamıştır. Bate’e göre giyim ve beraberinde kullanılan aksesuarlar da retorik etkileyen unsurlardır. Bu noktada giyim, kişinin kimliği ve ait olduğu kültürle ilgili izler taşıırken; aynı şekilde aksesuarlar da figürlerin kimliklerine verilen anlamı önemli ölçüde değiştirebilir.



Görsel 2. İsimsiz-Metropolis Serisinden Alan Schaller (URL 13)

Alan Schaller tarafından çekilen Görsel 2 de çalışma kapsamında tasarım unsuru olarak değerlendirilen insan ögesinin ön planda olduğu bir fotoğraftır. Aynı zamanda fotoğrafçının şehirde yaşayan insanların yalnızlıklarını konu aldığı bir “Metropolis” isimli serisindedir ve bu açıdan yalnızlık anlamının güçlü bir şekilde verildiği söylenebilir. Bunu sağlayan fotoğrafın tasarım unsurlarıdır. Metroda çekildiği görülen fotoğrafa bakıldığında ön planda yalnız bir kadın görülmekteyken aynı zamanda orada var olan kalabalık diğer insanlar da söz konusudur. Fotoğrafta kalabalığı oluşturan diğer insanlar bilinçli olarak daha az net ya da bütünlük oluşturmayacak şekilde kadraja dahil edilmiştir. Bu durum fotoğrafta verilmek istenilen mesajın anlamını güçlendirmiştir. Diğer taraftan karede tasarım unsuru olarak insan ögesinin yanında kontrast ve grafik öğeler de söz konusudur. Metronun camının oluşturduğu kare kadını adeta çerçevelemiş; bu durum da yine verilmek istenilen yalnızlık mesajını güçlendirmiştir.

6.3. Tasarım Unsuru Olarak Kedi, Köpek, Kuş vb Canlılar

Günlük hayatın içinde yer almaları bakımından hayvanlar da sıklıkla sokak fotoğraflarına konu olmuşlardır. “İlk hayvan fotoğrafları teknolojik gelişmelerin onları hareketsiz yakalamaya elvermemesi nedeniyle sınırlıydı. Zamanla objektif hızları yükseldi ve fotoğrafçılar hayvanları doğal ortamlarında çekme imkanı buldu” (Smith,2020:164). Sokak fotoğrafçılığında fotoğraflanan hayvanlar daha çok günlük hayatın içinde yer aldıklarından bazen hareket netsizliği bilinçli olarak tercih edilmektedir. Bu noktada doğa fotoğrafçılığından ayrıldığı söylenebilir. Şehir hayatının söz konusu olduğu sokak fotoğraflarında kedi, köpek ve kuşlara daha sık rastlanmakla birlikte sokak fotoğrafçılığı şehir hayatıyla sınırlı değildir. Bu nedenle birçok canlının bu başlık altında tasarım unsuru olarak yer alması söz konusudur.



Görsel 3. İsimsiz-Dog, Dogs, Dogs Serisinden Alan Schaller (URL 14)

Alan Schaller tarafından çekilen Görsel 3 de çalışma kapsamında tasarım unsuru olarak değerlendirilen hayvan ögesinin ön planda olduğu bir fotoğraftır. Tasarım unsuru açısından fotoğrafa bakıldığında ön

planda olan köpeklerin yanı sıra insan, mimari, kontrast, ışık, gölge ve çizgiler de söz konusudur. Köpeklerin gölgeleri, kullanılan alt çekim açısı ve güçlü kontrastın fotoğrafa soyut anlamlar kattığı görülmektedir. Köpeklerin tasmalarına ait iplerinin fotoğrafın ana merkezinde üçgen oluşturacak şekilde birleşmesi ilgi merkezini güçlendirerek fotoğrafa üç boyut etkisi katmıştır..

Bir fotoğrafta konuyu oluşturan elemanlar arasındaki bağıntı, düzen ve devamlılığı gösterir. Öyle ki konunun bütünü oluşturulan elemanlar, fotoğrafta anlatılmak istenileni güçlü bir şekilde anlatmak üzere birbirlerine bağlıdır....Fotoğrafta belirtme fotoğrafa anlatım gücü ve karakter verir. Belirtme sadeleştirme, ayıklama ve diğer başka yollarla elde edilebilir. Doğal ışık belirtmede önemli rol oynar (Gökgöz, 1985:150-151).

6.4. Tasarım unsuru olarak ışık kullanımı

Fotoğrafın temeli olan ışık, sokak fotoğrafçıları tarafından bilinçli olarak, verilmek istenilen mesaja uygun şekilde kullanılır. Hayatın doğal akışını yansıtan sokak fotoğrafçılığında ışık konuyu anlamlı kılan bir unsur olarak karşımıza çıkar. Bu konuda Karadağ, insanların fotoğrafları nerede çekilirse çekilsin, bir portreye anlam kazandırmak ve onu yaşadığı çevreyle bütünleştirmek için ışığın iyi kavranıp kullanılması gerektiğini; dış dünyanın çeşitliliği ile cadde ve sokakların hareketliliğinin ise daima insan yüzünün tamamlayıcı bir unsuru olduğunu ifade eder (Karadağ, 2016b:256).

“Işığın aynı zamanda yönlendirme etkisi de vardır; çünkü, gözlerimiz karanlıktan aydınlığa geçmek ister. Aynı şekilde optik keskinlik de gözü yönlendirir ve keskin olmayan alanlardan alıp kendi üzerine çeker. Bu tür çekimlerde geniş bir diyafram açıklığı ve seçici odak telefoto merceklerle ve çok yakın çekimlerde verir. Bulanıktan keskinliğe sürelili ve yumuşak bir ilerleme söz konusu olduğunda yönlendirme etkisi de fazladır” (Freeman, 2012:110).



Görsel 4. İsimsiz-Metropolis Serisi Alan Schaller (URL 15)

Alan Schaller tarafından çekilen Görsel 4’te çalışma kapsamında tasarım unsuru olarak değerlendirilen ışık öğesinin ön planda olduğu bir fotoğraftır. Işık fotoğrafta gözü yönlendirici işlev görmeye beraber başlangıç noktası fotoğrafta yine bir tasarım unsuru olarak da yer bulan insanın bakışı doğrultusundadır. Söz konusu ışığın kullanımı ile güçlü bir kontrastın olduğu fotoğraf da yine fotoğrafçının Metropolis serisindedir ve insanın yalnızlığı mesajını güçlü şekilde taşımaktadır. Fotoğrafta çizgiler, yansıma, duvar dokusunun oluşturduğu grafik öğeler de tasarım unsurları olarak yer almaktadır.

6.5. Tasarım unsuru olarak yansımalar

Yansıma fotoğrafında kompozisyonun ana öğelerinden iki unsur ön plana çıkar; perspektif ve simetri. Bu iki unsurun etkisi dolayısıyla ana konu belirgin şekilde ön plana çıkar ve vurgulanır. Ayrıca fotoğraf ciddi bir derinlik hissi kazanır (URL 16).



Görsel 5. İsimsiz- Alan Schaller (URL 17)

Alan Schaller tarafından çekilen Görsel 5’te çalışma kapsamında tasarım unsuru olarak değerlendirilen yansıma ögesinin ön planda olduğu bir fotoğraf olmakla birlikte zıtlık (vapurun içindekiler-dışındakiler / siyah-beyaz / uyuyan adam-merak ya da hayranlık dolu bakışlarla İstanbul’u seyreden kadınlar..) Fotoğrafta aynı zamanda çizgiler de tasarım unsurları olarak yer almaktadır. Vapur camına yansıyan vapur korkulukları kadını çerçeveleyerek ön plana çıkarmış aynı zamanda yine cama yansıyan köprüde balık tutan insan silüetleri de grafik öğeler olarak değerlendirilebilir.

6.6. Tasarım Unsuru Olarak Gölge

Ömür (2018) gölgelerin kompozisyonu güçlendirerek görüntüye soyut bir unsur kattığını ve konunun farklı açılardan verilmesine imkan sağladığını belirtir. Bu noktada fotoğrafçıya altın saatleri değerlendirmesini ve ışık ayarını aydınlık alanlara göre yapmasını öğütler.



Görsel 6. İsimsiz- Metropolis Serisi Alan Schaller (URL 18)

Alan Schaller tarafından çekilen Görsel 6’da çalışma kapsamında tasarım unsuru olarak değerlendirilen gölge ögesinin ön planda olduğu görülmektedir. Metropolis serisinden olan fotoğrafta yine kent hayatının kalabalığında yalnız olan insanlar görülmekle beraber gölgeler incelendiğinde teknolojinin yansımaları da görülmektedir. Bu noktada fotoğrafçı yalnızlık mesajını soyut anlamda güçlendirmek için özçekim yapan ya da telefonla konuşan birlikte ama yalnız insanları vurgulamıştır. Bunlara ek olarak yere yansıyan muhtemel mimari çatısı grafik öğeler oluşturmuştur.

6.7.Tasarım Unsuru Olarak Zıtlık (Kontrast)

Grill ve Scanlon (2003:98-99) fotoğrafa bakan kişinin gözünün hemen en kontrastlı noktaya çekildiğini belirtmektedir. Bundan dolayı fotoğrafçının kompozisyonunu oluştururken ilgi merkeziyle en kontrastlı

noktanın çakışmasına özen gösterilmesi gerektiğini vurgular Fotoğrafta zıtlık gerek renk gerekse fotoğraf karesinde var olan öge ilişkilerinde söz konusu olmaktadır. Karadağ (Karadağ, 2016a:99) bu noktada fotoğrafçının daima nesnel arasındaki bir farklılık yaratan veya güçlü bir kontrast oluşturan görsel ilişkileri iyi değerlendirmesi gerektiğini belirtmektedir. Büyük ile küçük, şişman ile zayıf, uzun ile kısa, açık ile koyu arasındaki oransal, görsel veya biçimsel ayrımların farkına varmak ve bunlar arasında bir uyum ve denge oluşturması gerektiğini vurgulamaktadır.

Fotoğrafta kontrast yaratan diğer bir etmen olarak renk konusunda ise zıtlığın siyah-beyaz fotoğrafçılıkta daha belirgin olduğu noktasında birleşen çok sayıda kaynak vardır. Bu konuda Nilsen (2019:83) direkt ve yoğunlaştırılmış ışık kullandığında fotografik imgenin yoğun gölgeler ve net bir şekilde aydınlatılmış beyaz yüzeyler olarak baskın bir görünüm oluşturacağını belirtmektedir. Henri Cartier Bresson (1952 akt. Scott, 2011:68) renkli fotoğrafçılığın, siyah ve beyazın yakaladığı yaşam ve devrimdeki başarısını etkileyeceğinden korkuyorum ifadesi ile siyah-beyaz fotoğrafçılığa bağlılığını sürdüren önemli bir isim olarak karşımıza çıkmaktadır. Ulutürk (2019:36-37) de siyah beyaz fotoğrafın hikaye anlatma özelliğinin imgeyi gerçek olandan uzakta tutması ile ilgili olduğunu ifade ederek siyah beyazın teknik olarak, ışık ve gölgenin vurgulanmasıyla önemli öğeleri aydınlatma ve kompozisyon sağlamayı mümkün kıldığını altını çizer. Ulutürk (2019:132) sokakta bir hikaye oluşturabilmek için genellikle zıtlıkların kullanıldığını ve modern, düzenli, bakımlı görüntüler yerine bir sorunu, absürt veya komik durumları konu aldığını belirtir.



Görsel 7. İsimsiz- Metropolis Serisi Alan Schaller (URL 19)

Alan Schaller tarafından çekilen Görsel 7 incelendiğinde kontrastlığın sadece siyah beyazın yapısından kaynaklanmadığı aynı zamanda şemsiyelerin açık ve kapalı olması ya da aşağı ve yukarıda olmalarıyla da sağlandığı görülmektedir. Fotoğrafta insan, mimari, yansıma, tabela, taşıtlar da tasarım unsurudur. Şemsiyeli insanların siluet oluşturacak kadar koyu olmaları ilgiyi yönlendirmektedir.

6.8. Tasarım Unsuru Olarak Grafik Öğeler

“İnsan gözü bir fotoğrafı geometrik ölçütler, yani noktalar, daireler, çizgiler ve çeşitli şekiller halinde görür ve birbirine karşıt iki açı arar” (Gökgöz, 1985:158). Karadağ’a (2016b:37) göre bir görüntünün anlam çatısını kurarken, geometrik biçim ve elemanların önemi büyüktür; geometrik biçimlerden biri olan çizgilerin fotoğraftaki temel hedefi biçim ve anlamı bir mantık ve akıl çerçevesinde buluşturarak anlamı yüceltmektir. Karadağ’a (2016c:39) göre fotoğrafta yön çizgiler, gözü görüntünün en anlamlı noktasına çekmektedir. Grafik unsurlar (noktaların, çizgilerin, şekillerin ve fotoğraf çerçevesinin birbirleriyle karşılıklı ilişkisi) doğrudan izleyicinin tepkisini kontrol ettiği için fotoğrafçının mesajını ilettiği yegane araçlardır.

“Dikey çizgiler: kadrajı böler, ritim duygusu yaratır; güç ve sağlamlık hissi verir.

Yatay çizgiler: dinginlik, denge ve uyum hissi verir.

Diyagonal çizgiler ise yatay ve dikey çizgiler arasında geçişi sağlarken; dinamik fotoğraflarda hareketi ifade eder. İzleyicinin gözünü yönlendirir ve ana konunun görsel ağırlığını artırır” (Ömür, 2018:17).



Görsel 8. İsimsiz- Metropolis Serisi Alan Schaller (URL 20)

Alan Schaller tarafından çekilen Görsel 8 incelendiğinde grafik öge olarak noktanın insan gözüne denk gelecek şekilde kullanıldığı görülmektedir. Alan Schaller’in kent insanının yalnızlığını vurguladığı “Metropolis” serisinde yer alan fotoğrafta nokta, tek başına elinde cep telefonu ile görüntülenen kadının yalnızlığını vurgulamaktadır. Fotoğrafçının kahve içilen bir mekanı dışarıdan çekmesi sonucunda oluşan kare çerçeve de diğer bir grafik öge olup; çerçevelediği insanı ön plana çıkarmıştır. Fotoğrafta insan, yansıma, camdaki yazılar da diğer tasarım unsurlarıdır.

7. SONUÇ

Bu araştırmada günümüzde popüler ve yaygın hale gelen sokak fotoğrafçılığı kavramına ve sokak fotoğrafçılığının gelişimine değinilmiş, sonrasında ise Instagramda var olan fotoğraf kolektiflerinden biri olan SPi ve kurucularından Alan Schaller’in fotoğrafları tasarım unsurları bakımından betimsel analizle incelenmiştir. Çalışma kapsamında mimari, ışık, yansımalar, gölge, zıtlık, insan ve diğer canlılar olarak belirlenen tasarım unsurları açısından örnek fotoğraflar incelenmiştir. Bu doğrultuda ele alınan fotoğrafların neredeyse tamamında başta zıtlık sağlayan unsurların görüldüğü, bunun yanında mimari ve diğer unsurların da ritim, doku, perspektif, şemalar, grafik unsurlar, çizgiler, altın oran vb kompozisyon öğeleriyle bütünlük oluşturacak şekilde fotoğrafta anlamlandırmanın sağlandığı görülmüştür. Bu anlamlandırmada sokak fotoğrafçısının kadrajına tasarım öğelerini bilinçli bir seçim ve zamanlama ile dahil etmesinin önemli olduğu görülmüştür. Bu noktada sokak fotoğrafının fotoğrafçının zihninde başlayan bir süreç olduğu görülmüştür. Çalışma, hakkında yeterli Türkçe yazılı kaynak bulunmayan SPi oluşumuna sınırlar dahilinde olsa da değinerek sosyal medyada faaliyet gösteren kolektif anlayışının sokak fotoğrafçılığına kazandırdığı dinamik ortamı göstermesi bakımından önemini ortaya koymuştur. Bu dinamizm, fotoğrafçıların aralarında etkileşimi mümkün kılarken sokak fotoğrafçılığının gelişimine de katkı sağlayan önemli bir etkidir.

KAYNAKÇA

- Akbaş, F. İkizler E.(2010). *Fotoğraf Teknik Okumaları* (3. Baskı). İstanbul: Say Yayınları
- Aktaş, H. ve Aksoy, E. S. (2022). instagram'da sembolik şiddet modası: covid-19 pandemisi sürecinde türkiye'de 65 yaş üzeri insanlara uygulanan sembolik şiddet örneklerinin incelenmesi. *İNİF E- Dergi*, 7(1), 10-31.
- Bate, D. (2022). *Fotoğraf: Anahtar Kavramlar*. İstanbul: Espas Yayınları
- Bodur, F. (2005) *Fotoğrafın Tarihi*. Konya: Tablet Kitabevi
- Bozkurt Yüksel A. E. (2020) sokak fotoğrafçılığı ve kişisel verilerin korunması. *Türkiye Türkiye Adalet Akademisi Dergisi (TAAD)*. Yıl: 11, Sayı: 42 <https://dergipark.org.tr/en/pub/taad/issue/58517/857950>
- Ertan, G. (2013) macahel. *Fotoğraf Dergisi*, Sayı:110, İstanbul: Anıt Yayıncılık
- Eryılmaz, H. (2021) tekniğin olanaklarıyla sokak fotoğrafçılığı. *Fotosfer Fotoğraf Kültürü Dergisi*, Sayı:1, Kültür Sanat Basımevi, İstanbul (23)
- Freeman, M. (2012). *Fotoğrafçının Zihni*, 108, 114 – 156 İstanbul: Remzi Kitabevi
- Grill T. Scanlon M. (2003). *Fotoğrafta Kompozisyon*. (Çev. Nedim Sipahi) İstanbul: Homer Kitabevi
- Gürcan, H. İ. (Ed.), *İnternet Yayıncılığı*, T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYINI
- Gökgöz, A. (1985). *Bütün Yönleriyle Fotoğrafçılık Siyah – Beyaz ve Renkli*. İstanbul: Odak Yayın
- Kalfagil, S. (2014). *Fotoğrafın Yapısal Öğeleri ve Fotoğraf Sanatında Kompozisyon*. İstanbul: İlke Kitap
- Kanburoğlu, Ö. (2010). *A'dan Z'ye Fotoğraf*. (3. Baskı). İstanbul: Say Yayınları
- Karaçelik Y. (2019). *Görsel Kültür ve Fotoğrafın İzinde Instagram*. İstanbul: Notabene Yayınları
- Karadağ, Ç. (2016a). *Fotoğrafta Anlam ve Anlamlandırma*. İstanbul: Öteki Yayınevi
- Karadağ, Ç. (2016b). *Kamera Bakışı*. İstanbul: Öteki Yayınevi
- Karadağ, Ç. (2016c). *Fotoğrafın Temel Yapısı*. İstanbul: Öteki Yayınevi
- Karadağ, Ç. (2016D). *Fotoğrafta Sanatsal Kompozisyon..* İstanbul: Öteki Yayınevi
- Lewis, E. (2018). *...izimler Fotoğrafi Anlamak*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi
- Nilsen, V.(2019). *Grafik Sanat Olarak Sinema sinemada Temsil Kuramı*. (Çev. Memed Sarp Solakoğlu) Doruk Yayıncılık
- Orhan, S. (2020). toplumsal değişimin görsel estetik belgesi olarak sokak fotoğrafçılığı. *GSF Sanat Dergisi*, (35), 49-64
- Ömür, M. (2018). *Çek, Düzenle Paylaş Iphone Fotoğrafçılığı*. İstanbul: Remzi Kitabevi
- Sağlamtimur vd. (2019). *Haber Aracı Olarak Fotoğraf*. İstanbul: Kriter Yayınevi
- Satkin, M.B. (2017). sokak fotoğrafçılığında yeni bir mecra: instagram. *Sosyal Bilimler Dergisi/ The Journal of Social Science* / Yıl: 4, Sayı: 14, Eylül 2017, s. 431-451
- Sevinç, S. S. (2013), *Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya*, İstanbul:Optimist
- Scott, C. (2011). *Sokak Fotoğrafçılığı Atget'ten Cartier Bresson'a*. İstanbul: Espas Sanat Kuram
- Smith, I.H. (2020). *Fotoğrafın Kısa Öyküsü*, (Çev. Deniz Öztok), İstanbul: Hep Kitap
- Sütlüoğlu M. (2017). *Fotoğraf Sanatında Kompozisyon*. İstanbul: Literatür Kitabevi
- Torun, B. (2019). sosyal medyada hashtag aktivizmi:alsice bucketchallenge örneği. *The Journal of Social Science/ Şubat 2019*
- Türk, A. & Güzel, H. (2021). 1990'lı yıllardan günümüze sokak fotoğrafçılığı ve anlam yaratma süreçleri. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*,8(69), 1174-1185
- Türkmenoğlu, H. (2014). teknoloji ve sanat ilişkisi ve bir dijital sanat örneği olarak instagram. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), s. 95-97.
- URL 1: <https://www.haluksafi.com/blog/2019/5/sokak-fotografciligi-tarihi#:~:text=1940'lar%C4%B1n%20sonlar%C4%B1ndan%20itibaren%20New,Steichen%20taraf%C4%B1ndan%20h%C4%B1zla%20kabul%20edildi> Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2024
- URL 2: <https://erickimphotography.com/blog/2013/09/16/10-lessons-andre-kertesz-has-taught-me-about-street-photography/> Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2024

URL 3: <https://www.haluksafi.com/blog/2019/5/sokak-fotografciligi-tarihi#:~:text=1940'lar%C4%B1n%20sonlar%C4%B1ndan%20itibaren%20New.Steichen%20taraf%C4%B1ndan%20h%C4%B1zla%20kabul%20edildi> Erişim Tarihi: 5 Kasım 2022

URL 4: <https://kontrastdergi.com/ozlem-dag-diane-arbus-19-sayi/> Erişim Tarihi: 5 Kasım 2022

URL 5: <https://www.haluksafi.com/blog/2019/5/sokak-fotografciligi-tarihi#:~:text=1940'lar%C4%B1n%20sonlar%C4%B1ndan%20itibaren%20New.Steichen%20taraf%C4%B1ndan%20h%C4%B1zla%20kabul%20edildi> Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2024

URL 6: <https://netvent.com/hashtag-nedir-en-etkili-nasil-kullanilir/> Erişim Tarihi: 7 Kasım 2022

URL 7: <https://gossipdergi.com/hashtaglerin-marka-olarak-tescillenmesi/> Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2024

URL 8: <https://www.photostartsheet.com/streetphotoindex/collectives.html> Erişim Tarihi: 2 Kasım 2022

URL 9: <https://mymodernmet.com/street-photography-international/> Erişim Tarihi: 5 Kasım 2022

URL 10: <https://www.youtube.com/watch?v=uTqWgMFcfa> Erişim Tarihi: 20 Ekim 2022

URL 11: <https://leica-camera.blog/2017/09/11/many-shades-life/> Erişim Tarihi: 25 Ekim 2022

URL 12: <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/561628dfe4b09b3c0d81d97d/1515267242017-8N4GXNY8TNQYA8O2MJSU/Alan+Schaller+-+London+Street+Photographer+-+Metropolis36.jpg?format=1500w> Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2024

URL 13: <https://listelist.com/kentsel-yasamin-insandaki-yalnizligi-fotograf> Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2024

URL 14: <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/561628dfe4b09b3c0d81d97d/1515268984087-ANEMAQAUVU0JR04EMFHUE/Alan+Schaller+-+Street+Photographer+-+Dogs+17.jpg> Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2024

URL 15: <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/561628dfe4b09b3c0d81d97d/1515267003448-MVEVAPNKJJKMKY8AL5CG/Alan+Schaller+-+London+Street+Photographer+-+Metropolis3.jpg?format=1500w> Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2024

URL 16: <https://m.gencdergisi.com/7474-fotograf-ta-yansima-neden-guzel-gorunur.html> Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2024

URL 17: <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/561628dfe4b09b3c0d81d97d/1515267900136-A884MO4D6YMKKFFA3G7/Alan+Schaller+-+Street+Photography+International+14.jpg> Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2024

URL 18: <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/561628dfe4b09b3c0d81d97d/1515267236169-OP2ESEHJ6WITF9LKYK3V/Alan+Schaller+-+London+Street+Photographer+-+Metropolis32.jpg?format=500w> Erişim Tarihi: 17 Ağustos 2024

URL 19: <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/561628dfe4b09b3c0d81d97d/1515267113159-17D12Y6QOCX795HEVHF7/Alan+Schaller+-+London+Street+Photographer+-+Metropolis17.jpg> Erişim Tarihi: 17 Ağustos 2024

URL 20: <https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/564714c6e4b00339486426d7/1515274295031-7CQ9LY7YC891NMQXUQLK/Alan+Schaller+-+Street+Photography+International+2.jpg> Erişim Tarihi: 17 Ağustos 2024

Ulutürk, M. (2019). *Fotoğrafname-Fotoğrafta Görsellik ve Gerçeklik*. Ankara: Hece

Yaygın, M. (2009). *Fotoğraf İdeolojisi "Algıda Gerçeğin Bozulumu"*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık

FİLM KRİTİĞİ: XX. YÜZYILIN İLK YARISINDA ANATOMOPOLİTİKA VE İŞLEVİ: THE ZONE OF İNTEREST FİLMİNE YANSIMASI

*Film Criticism: Anatomopolitics and Its Function in the First
Half of XX. Century: Its Reflection in the Film the Zone of
Interest*

Fatma TOMBAK¹

ÖZ

2023 yılında gösterime giren "The Zone of Interest" filminin kritiğinde II. Dünya Savaşı sırasında Auschwitz kampının yöneticisi SS subayı Rudolf Höss ve Höss'ün ailesinin hayatı anlatılmaktadır. Bu filmde Auschwitz kampının içerisi yerine dışarı (mekân içerisi) tarihsel bir uzantının biyopolitik kıyaslaması ile anlatılmıştır. Bu kıyaslama ise göstergebilim rehber edilerek analiz edilmeye çalışılmıştır. Özellikle Almanya'nın XIX. yüzyıl sonundan başlayarak 1940'lı yıllara Polonya'da Auschwitz'e kadar uzanan süreçte meydana gelen dönüşümler ve değişimler, bir düzen/ sınıfsal yapılanmanın tezahürü şeklinde anlatılmıştır. Tarihsel, felsefi, siyasal ve sosyolojik bir kurgusu olan film; gerçeği yansıtmada önemli bir görsel malzeme olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kritikte, bu esaslara bağlı kalınarak analiz yapılmıştır.

Bütün bu değerlendirmeler doğrultusunda bu çalışmada "The Zone of Interest" filmi, II. Dünya Savaşı sürecinde Polonya'da bulunan Auschwitz kampında gerçekleşen olay örgüsü içinde, kampın dışarısındaki ve içerisindeki hayat, zıtlıklar üzerinden vurgulanarak göstergebilim üzerinden değerlendirilmiştir. Bununla birlikte milletlerin kendi devletlerinin sınırları dışında oluşturdukları kültürel etki alanının hakimiyetini içermektedir ki bölge halklarının ortak bir hayat alanında birleştirilmesi düşüncesi, Hitler'in uyguladığı ilk ve temel politikalarından birisi olmuştur. Çalışmada özellikle, tarihsel bir gerçekliği film üzerinden değerlendirerek tarih bilimine ve literatüre yeni bir bakış açısı getirmek hedeflenmiştir. Bu nedenle filmin yapılan kritiği dönemin siyasî argümanları üzerinden analiz edilmiştir. Göstergebilim yöntemi uygulanarak hem sinema hem de tarih bilimine katkı sunmak amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Nazizm, Biyopolitika, Almanya, film, holokost, film kritiği.

ABSTRACT

In the criticism of the movie "The Zone of Interest", which was released in 2023, tells the life of SS officer Rudolf Höss, the director of the Auschwitz camp and Höss's family during World War II. The outside (inside of the space) of the Auschwitz camp, instead of the inside, is described with a biopolitical comparison of a historical extension in this film. This comparison has been tried to be analyzed using semiotics as a guide. Especially the transformations and changes that occur are described as the manifestation of an order/class structure. in the period starting from the late 19th century in Germany to Auschwitz in Poland in the 1940s. Film, which has a historical, philosophical, political and sociological fiction, appears as an important visual material in reflecting reality. In this critique, a detection analysis was made adhering to these principles.

In line with all these analysis, in this study, the movie "The Zone of Interest", In the plot that took place in the Auschwitz camp in Poland during World War II, life outside and inside the camp was evaluated through semiotics, emphasizing contrasts. In addition, it includes the dominance of the cultural sphere of influence that nations create outside the borders of their own states, and the idea of uniting the people of the region in a common living space was one of the first and fundamental policies implemented by Hitler. In particular, the study aims to bring a new perspective to historical science and literature by evaluating a historical reality through a movie. For this reason, the criticism of the film was analyzed based on the political arguments of the period. It is aimed to contribute to both cinema and history science by applying the semiotic method.

Keywords: Nazism, Biopolitics, Germany, film, holocaust, film criticism.

1. ORCID: 0000-0002-8599-6753 1. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, AİT Bölümü Öğretim Görevlisi, fatma.tombak@adu.edu.tr

EXTENDED ABSTRACT

In the criticism of the movie "The Zone of Interest", which was released in 2023 It tells the life of SS officer Rudolf Höss, the director of the Auschwitz camp during World War II, and Höss's family. The outside (inside of the space) of the Auschwitz camp is depicted with a biopolitical comparison of a historical extension, instead of the inside in this film. This comparison has been tried to be analyzed using semiotics as a guide. The transformations and changes that took place in the period from the end of the 19th century to the 1940s can be described as the manifestation of an order/class structure.

Semiotics was used as a method in the analysis of the movie The Zone of Interest. Because semiotics is the branch of science that studies sign systems. According to Umberto Eco, "*Semiotics is concerned with anything that can be considered a sign. A sign refers to something that can stand in for something else. This other thing in question does not have to exist, nor does it have to be anywhere. Therefore, semiotics is essentially a discipline for the study of things used to lie.*" (Eco, 1979: 7)

In an effort to create this mechanism, the social, economic and political transformation occurring in Europe; by the 19th century, it led to the formation of a modernist and expansionist understanding covering Europe and the whole world. This expansionist and invasive approach began to manifest itself in the form of social, political and economic changes everywhere, including Europe. According to this understanding, based on the concept that Karl Haushofer calls Living Space (Lebensraum), living space reveals a structure in which countries should be fed not only from the existing resources and lands they own, Abut also from the other lands and resources to which they are connected. Because in this understanding, which likens the state to a living organism, the need for lively development and growth necessitates the existence of an expansionist system, which emerges as one of the fundamental understandings for the expansionist policies of Nazi Germany. This idea covers the growth and development specified in "Lebensraum" for the state to become self-sufficient in terms of economic development.

Lebensraum (living space) and Pan Region began to gain importance as an important factor in Europe after the Prussian king was declared the German emperor in 1871. Especially Germany, which continued its political understanding within the framework of the Treaty of Versailles signed at the end of World War I and the Treaty of Versailles until 1933 (After Hitler came to power), adopted a new political understanding that ignored Treaty of Versailles and wanted to expand its living space.

In "The Zone of Interest", it was tried to reflect the evil in the good, the darkness in the whiteness, the carelessness in the joy, the night in the day. Director Jonathan Glazer evaluates the world in which everything has an opposite and everything exists with its opposite by making a reading through the "other" and tries to explain the resulting paradox many times throughout the film.

The overture of the film begins with the picnic scene. The "picnic", which is one of the rituals of a bourgeois lifestyle, as in Édouard Manet's Le Dejeuner sur L'herbe 1863 (Lunch on the Grass), is a symbolic sequence of a familial order that reflects the bourgeois life habits of Höss and his family trying to achieve a high standard of living and in this sequence, the values of the class that exists or is trying to be are given in a very striking way.

Another important feature that should be emphasized about the film is that, unlike other holocaust films, the film does not contain "pogrom pornography" and is read from the inside (inside the space). In other words, the world inside closes its doors to the world outside and remains silent. However, director Jonathan Glazer has masterfully tried to make you feel the full weight of the outside throughout the film by disrupting it with shouts, screams, wails and crying sounds coming from the background.

When viewed from a historical perspective, the historical background of anatomopolitics, modernization, industrialization, colonization and change dates back to the 20th century, It is possible to say that the changing balances in the first half of the century, especially the Treaty of Versailles, overthrew Germany's political, economic and social values. Another point about this film is that if a historical reality needs to be sought, it should be handled with a holistic approach.

GİRİŞ

Filmler; toplumların, kültürlerin ve yaşamların tanıtılmasında, tarihe ve geçmişe tanıklık etmede XX. yüzyılın başından itibaren önemli bir arşiv görevi görmektedir. Elbette böyle bir misyona sahip olmaları, sosyal bilimlerin birçok alanında filmleri cazibe merkezi yapmıştır. Zamanla akademik ilgiyi üstüne toplayan sinema/film sektörü; sanat ve /veya estetik kaygılarla beraber içerik, söylem, biçim, karakter, verdiği mesaj ve gerçekliğe dayanan olay örgüsü ile akademik olarak da eleştirel bir yaklaşımı zorunlu kılmıştır. Bununla birlikte sinema kritiği, zamanla birçok geleneksel/ temel tekniklerin de gelişmesini sağlamıştır.

Bilindiği gibi arşivdeki/literatürdeki sinema/filmlerin kritiği akademik olarak belirli bir kuram ve yöntemle dayanmaktadır. Nitekim tarihsel süreçte sanatı değerlendirmede dört temel ilke ön plana çıkmıştır. Bunlar: sanatçı, yapıt, alımlayıcı ve toplum merkezli yaklaşım biçimleridir (Ötgün, 2008: 160). Ancak burada belirtilmesi gereken en önemli husus, sanat yapıtının zamanlar üstü olmasıdır. Sürekli yeniden ve farklı açılarla değerlendirilmeye gereksinim duyulmasıdır ki aslında kalıcı olması da buna bağlıdır (Freeland, 2001). Bununla birlikte bir sanat yapıtını eleştirebilmek için pek çok ilke, teknik ve yaklaşım bilinmesi gerektiği gibi aynı zamanda yazılacak eleştiriler- psikoloji, sosyoloji, tarih, mitoloji, ekonomi ve siyaset gibi- birçok alanın hakimiyetini de gerektirmektedir. Özellikle sinema, farklı disiplinlerden beslenen bir sanat olduğu için yapılan kritik ve eleştirilerin de farklı yönlerden ele alınmasını mümkün kılmaktadır (Aytekin, 2021: 17). Sanatın önemli bir parçası olan filmlere yapılan kritikler, estetik yaklaşımların yanı sıra daha kuramsal ve bilimsel yaklaşımları da beraberinde getirmiştir. Film eleştirisi alanında filmlere gösterge bilimsel, ideolojik, sosyolojik, türsel ve tarihsel açılardan yaklaşılarak, çeşitli bilimsel disiplinlerden yardım alınarak filmlerin daha derin eleştirel çözümlemesi yapılmaktadır (Özden, 2004: 104).

The Zone of Interest filminin analizinde, göstergebilim inceleme yöntemi olarak kullanılmıştır. Çünkü göstergebilim, gösterge dizgelerini inceleyen bilim dalıdır (Erkman, 1987: 30-31). Umberto Eco'ya göre "Göstergebilim, gösterge olarak kabul edilebilen her şey ile ilgilidir. Gösterge, başka bir şeyin yerine geçebileni ifade eder. Söz konusu olan bu başka şeyin var olması şart olmadığı gibi herhangi bir yerde bulunması da gerekli değildir. Bu nedenle göstergebilim, esasında yalan söylemek için kullanılan şeylerin incelenmesine yönelik bir disiplindir" (Eco, 1979: 7). Fiske göre ise "Göstergebilim, temel ilgi alanının merkezine göstergeyi koyan, göstergeleri ve onların çalışma biçimlerini araştıran bilim dalıdır" açıklamasında bulunur (Fiske, 1996: 62). Yine göstergebilim ile ilgili olarak Lotman'a göre sinema, zaman ve mekân kültürel olarak harmanlayarak ekonomik ve siyasal olarak anlamlandırma sanatıdır. Bu açıdan göstergebilim, bütün verileri anlama ve anlamlandırma yöntemidir (Lotman, 2012: 13). Aslında göstergebilim; insanı, dünyayı ve evreni yorumlama ve anlamlandırma sanatıdır. Yani insan içinde yaşadığı dünyayı ve çevresini anlamlandırmaya çalışarak göstergebilim avcısı olabilir ki bu da sistematik bir yöntemle dönüştürülerek "göstergebilim" için iyi bir baz ve temel oluşturabilmektedir (Rıfat, 2009: 23-24). Bütün bu değerlendirmeler doğrultusunda bu çalışmada "The Zone of Interest" filmi, II. Dünya Savaşı sürecinde Polonya'da bulunan Auschwitz kampında gerçekleşen olay örgüsü içinde, kampın dışarısındaki ve içerisindeki hayat, zıtlıklar üzerinden vurgulanarak göstergebilim üzerinden değerlendirilmiştir. Çalışmada bilhassa, tarihsel bir gerçekliği film üzerinden değerlendirerek tarih bilimine ve literatüre yeni bir bakış açısı getirmek hedeflenmiştir. Bu nedenle filmin yapılan kritiği dönemin siyasî argümanları üzerinden analiz edilerek ve göstergebilim yöntemi uygulanarak hem sinema hem de tarih bilimine katkı sunmak amaçlanmaktadır.

1. Anatomopolitika ve Almanya

Bu kelime, etimolojik olarak ilk defa -her ne kadar- 1920'de "Grundriß Zu Einem System Der Politik" ve 1924'te "Der Staat als Lebensform" kitaplarında İsveçli siyaset bilimci Rudolf Kjellen tarafından "bireyi ve devleti birleştirerek devleti de canlı bir organizma" şeklinde kullanılsa da bu kavram 1974 yılında Foucault'nun ifadesiyle: "Kapitalist toplum için, biyolojik ve bedenle ilgili olan biyopolitika her şeyden çok önemliydi. Beden, biyopolitik bir gerçeklik; tıp, biyopolitik bir stratejidir." (Foucault, 2001: 137) Öyle ki sanayileşmenin giderek güç kazanmaya başlaması, yönetimin/iktidarın nüfus üzerindeki denetimi artırma çabası ve bedensel olarak kurmaya çalıştığı tahakküm mekanizması üzerinden açıklanabilir (Foucault, 2002: 251). Foucault "Cinselliğin Tarihi" isimli kitabında iktidarların gelişmesinin iki koldan olduğunu savunur. Somutta, yaşam üzerindeki bu iktidar, XVII. yüzyıldan itibaren belli başlı iki biçimde gelişti; bu biçimler birer karşıt sav değildir, daha çok bir ara bağıntı kümesinin birbirine bağladığı iki gelişim kutbu oluştururlar. Kutuplardan biri ve anlaşıldığına göre ilk oluşanı, bir makine olarak ele alınan bedeni merkez almıştır: Bu bedenin terbiyesi, yeteneklerinin artırılması,

güçlerinin ortaya çıkarılması, yararlılığıyla itaatkârlığının koşut gelişmesi, etkili ve ekonomik denetim sistemleriyle bütünleşmesi, bütün bunlar, disiplinleri şekillendiren iktidar yöntemleriyle sağlanmıştır: insan bedeninin anatomopolitikası. Biraz daha geç; yani XVIII. yüzyıl ortasında oluşan ikinci kutup, tür-bedeni, canlı varlığın mekaniğinin etkisinde olan ve biyolojik süreçlerin dayanağını oluşturan bedeni merkez almıştır: Bollaşma, doğum ve ölüm oranları, sağlık düzeyi, yaşam süresi ve bunları etkileyebilecek tüm koşullar önem kazanmıştır; bunların sorumluluğunun yüklenilmesi bir dizi müdahale ve düzenleyici denetim yoluyla gerçekleşir: İşte bu da nüfusun biyopolitikasıdır. Beden disiplinleri ve nüfus düzenlemeleri, yaşam üzerindeki iktidarın çevrelerinde örgütlendiği iki kutbu oluşturur. Klasik çağda bu çift taraflı –anatomik ve biyolojik, bireyselleştirici ve özgürleştirici, bedenin performanslarına dönük ve yaşamın süreçlerine bakan- büyük teknolojinin yerine oturması, artık yüce görevi öldürmek değil de yaşamı yavaş yavaş kuşatmak olan bir iktidarın özelliğidir” (Foucault, 2016: 99) Foucault’un bu savunmasına göre anatomopolitika bireyin kendisini denetim altına almaya çalışırken biyopolitika nüfusu denetim altına almaya çalışır.

Foucault’ya göre iktidarın ayırıcı özelliklerini oluşturan ayrıcalıklardan biri yaşam ve ölüm üzerindeki tanınan haktır. Bu husus, Romalı aile reisine çocuklarının ve kölelerinin yaşamını “kullanabilme” hakkını veren eski patria potestas’tan türemiştir. Bununla ilgili olarak Foucault, “Batı, klasik çağdan bu yana bu iktidar mekanizmalarında gerçekten derin bir dönüşüme tanık olur. Tasarruf hakkı, bu mekanizmaların en önemli biçimi olmaktan çıkıp, boyun eğdirdikleri güçleri kışkırtma, güçlendirme, denetleme, gözetleme, çoğaltma ve düzenleme işlevlerine sahip olan parçalar içinde bir parça haline; üretmeye ve bu güçleri silmek, eğmek ya da yok etmek yerine güçlendirmeye ve düzenlemeye yönelik bir iktidara dönüşür. Ölüm hakkı; o andan itibaren, yaşamı yöneten bir iktidarın gerektirdiklerine doğru kaymaya, ya da en azından bunlara dayanmaya ve bunların taleplerine uymaya yönelecektir. Bununla birlikte savaşlar hiçbir zaman XIX. yüzyıldan bu yana yapılanlar denli kanlı olmamış, hatta bütün oransal farkları dikkate aldığımız takdirde bile, bu zamana değin hiçbir rejim kendi nüfusu üzerinde böylesi soykırımlar uygulamamıştır. Ama bu harikulade ölüm hakkı, artık kendini, yaşam üzerinde olumlu biçimde etki gösteren, yaşamı yönetmeyi, yükseltmeyi, çoğaltmayı ve bu yaşam üzerinde kesin denetimler ve bütüncül düzenlemeler yapmayı iş edinen bir iktidarın tamamlayıcısı olarak sunar. Bir halkı toptan ölüme mahkûm etme gücü, bir başka halkın varlığını sürdürmesini sağlama gücünün öbür yüzüdür. İlke şudur: Meydan savaşlarının dayandığı taktik olan “yaşayabilmek için öldürebilmek” fikri, devletlerarası bir strateji ilkesine dönüşmüştür; ama söz konusu olan, egemenliğin hukuksal varlığı değil, bir halkın biyolojik varlığıdır. Eğer soykırım modern iktidarların düşlediği bir şeyse, bu, eski öldürme hakkının günümüzde geri gelmesinden değil, iktidarın yaşam, tür, ırk ve kitlesel nüfus olayları düzeyinde yer alması ve kendini orada göstermesindedir” çıkarımında bulunur (Foucault, 2016: 99-101)

Bu mekanizmayı oluşturma çabası içinde, Avrupa’da meydana gelen toplumsal, ekonomik ve siyasal dönüşüm; XIX. yüzyıla gelindiğinde Avrupa ve tüm dünyayı kapsayan modernist ve yayılmacı bir anlayışın şekillenmesine neden oldu. Bu yayılmacı ve istilacı anlayış, Avrupa da dahil olmak üzere gerçekleştiği her yerde gerek toplumsal gerek siyasal gerekse de ekonomik değişimler şeklinde kendini göstermeye başlamıştı. İşte bu anlayışa göre, Karl Haushofer’in Hayat Sahası (Lebensraum) adını verdiği kavram üzerinden hareketle hayat sahası, sadece ülkelerin sahip olduğu mevcut kaynak ve topraklardan değil, aynı zamanda hak iddiasında bulunduğu diğer toprak ve kaynaklardan da beslenmeyi gerektiren bir yapıyı ortaya çıkarmaktadır. Ratzel, Lebensraum’u biyolojik, coğrafi ve coğrafi unsurları bir araya toplayarak her hangi bir tür ile belirli bir çevre arasındaki bağıntıyı, değişiklikleri ve koşulları teorileştirmek olduğunu söyler. Yani Lebensraum “mevcut popülasyonunda bir canlı türünü desteklemek için gerekli olan coğrafi yüzey alanıdır” ve boyutu varoluş biçiminde yorumlamıştır (Smith, 1980:53). Çünkü devleti de canlı organizmaya benzeten bu anlayış içerisinde canlı gelişme ve büyümeye ihtiyaç duyması yayılmacı bir sistemin varlığını gerekli kılmaktadır ki bu anlayış Nazi Almanya’sının yayılmacı politikaları için temel olan anlayışlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu düşünce, iktisadî kalkınma anlamında devletin kendi kendine yeterli hale gelmesi için “Lebensraum”da belirtilen büyüme ve gelişmeyi kapsamaktadır (Artar, Baysoy, 2020: 11-12). 1933’ten itibaren yayılmacı politika izleyen Almanya’nın, 15 Mart 1939’da Münih Antlaşması’na dayanarak “ein volk, ein reich”¹ sloganı ile Moravya ve Bohemya’yı işgal etmesi “Lebensraum” politikasının ilk adımı olmuştur (Arslan, Babalık, 2023: 239). Alman Jeopolitik Uzmanı Karl Haushofer’in değindiği bir başka nokta ise “Pan Bölge” kavramıdır (Artar, Baysoy, 2020: 13). Hausefer ise bu konuda devletin modern dünyada başarılı bir şekilde genişlemesinin coğrafi anlamda daha büyük devletlerin oluşumuna öncülük edeceğine inanır. Haushofer, büyük devletleri Pan Bölgeleri olarak adlandırmıştır. Bu konuda Haushofer’in tanıdığı hiçbir ulusun kendi başına bir bölge olmadığını, bu nedenle alanı

¹ “Tek halk, tek imparatorluk” anlamına gelmekte olup Nazi Partisi’nin propaganda ilkesi.

önce dil ve kültürü benzer insanlarla, sonra dil ve kültürü birbiriyle bağlantılı insanları içerecek şekilde genişletme gereksinimi olduğu şeklinde açıklamıştır (Heske, 1987: 138).

Milletlerin kendi devletlerinin sınırları dışında bölge halklarının ortak bir hayat alanında birleştirilmesi düşüncesi, Hitler'in uyguladığı ilk ve temel politikalarından birisi olmuştur (Artar, Baysoy, 2020: 13). Hayat sahası (Lebensraum) ve anatomopolitika, Hitler tarafından uygulanan şoven/ırkçı bir politikanın çerçevesini oluşturmuş; "sui generis" bir politik anlayışın ortaya çıkmasını da sağlamıştır.

Hitler'in ideolojisi, Haushofer'in düşünceleri ile aynı paralelde bulunurken Hitler bu konu ile ilgili şunları dile getirmiştir: "Bu durum karşısında artan nüfusa ekmek ve iş temin etmek için iki çözüm kalıyordu. Çözümlerden biri, yeni topraklar ele geçirmek ve her yıl artan nüfusu bu yeni topraklara yerleştirmek suretiyle milletin kendi geçimini kendisinin temin etmesini sağlamaktı. Diğer çözüm ise sömürge ve ticaret politikasıydı... Bu iki yol incelendi ve nihayet son seçenek üzerinde karara varıldı. Halbuki ilk çare daha uygundu. Artan nüfusumuzu yerleştirebileceğimiz yeni yerler elde edilmesi, gelecek bakımından son derece faydalı olurdu." (Hitler, 2016: 56-57) – Foucault'ya göre egemen iktidarın "öldürme ya da hayatta bırakma hakkını" muhafaza ettiği klasik modelin aksine, siyasal iktidarın öncelikli işlevi "yaşatma" ve "ölüme bırakma" halini almıştır (Foucault, 2003: 240-241). Bir nevi üstün Alman ırkı (aryan) ile ayrıcalıklı saf bir Almanya yaratma, Hitler'in uyguladığı sistematik politik anlayışın temeli olmuştur. Öyle ki Mart 1938'de Viyana'da Eichmann'ın görevi "tehcir" olarak tanımlanırken, hangi ülkenin vatandaşı olduklarına bakılmaksızın bütün Yahudilerin göç etmeye zorlanması aryan ayrıcalığını gözler önüne sermesi bakımından son derece önemlidir. Nitekim Eichmann'ın, Avusturya Yahudileri Göç Merkezinin yöneticisi olarak Viyana'da geçirdiği bu iki seneyi hayatının en mutlu anı olarak tanımlaması, kötülüğün sıradanlığı ve ideallerin "humanite"den değerli olduğuna dair önemli bir veridir (Arendt, 2012: 100). Bu idealler; Nazizm nazarında kelimelerle deyimlerle ve cümlelerle milyonlarca defa tekrarlanarak mekanik ve sistematik bir algıyı da ortaya çıkarıyordu. Öyle ki Nazizm sistemi; dili kendisi için kullanışlı hale getirirken aynı zamanda en alenî, en kuvvetli ve en gizli reklam aracına da dönüştürmüştü (Wegner, 2004). Bu dil, "üçüncü imparatorluk dili", yani "lingua tertii imperii" dir (Klemperer, 2018: 25-26). Bu terim; toplumun dilini, görüşlerini, algılarını şekillendirmek ve kontrol etmek için ideolojik bir teşvik ve yönlendirme dili olarak karşımıza çıkmaktadır.

Lebensraum (hayat alanı) ve Pan Bölge kavramları, 1871 yılında Avrupa'da önem kazanmaya başlamıştı. Bu süreç içinde Bismarck, Almanya'yı hem korumak hem de daha güçlü bir devlet haline getirebilmek için üç strateji belirlemişti. Bunlardan ilki Fransa'nın yalnız bırakılması, ikincisi Avusturya-Macaristan veya Rusya ile Balkanlarda herhangi bir çatışmaya girilmemesi, üçüncüsü ise baskın ancak ezici olmayan bir koalisyon kurulması şeklindeydi. Nitekim Bismarck'ın kurduğu bu karmaşık jeostratejik yapı, 1890 yılında Bismarck'ın emekliye ayrılmasından sonra Almanlar için sonun başlangıcını getirmişti (Artar, Baysoy, 2020: 15). Özellikle I. Dünya Savaşı sonunda imzalanan Versay Antlaşması ve 1933 (Hitler'in iktidara gelmesi) yılına kadar Versay Antlaşması çerçevesinde politik anlayışını devam ettiren Almanya, Hitler ile Versay Antlaşması'nı yok sayan ve hayat alanını genişletmek isteyen yeni bir politik anlayış benimsemişti. Ancak bu politika da kendinden olmayanları yok sayan ve imha eden şoven bir anlayıştı ki bu da üstün bir ırkı hâkim kılma düşüncesi içermekteydi. Bu düşüncenin kökenine indiğimizde I. Dünya Savaşı'nda II. Dünya Savaşı'nın sonuna kadar olan süreyi Felaketler Çağı olarak adlandıran Eric Hobsbawm'ın "isyan ve devrim dalgaları, burjuva kapitalist topluma tarihsel olarak mukadder bir alternatif olduğunu iddia eden, Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra dünya yüzeyinin altında birinden ve İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra dünya nüfusunun üçte birinden fazlasını kaplayan bir sistemi iktidara getirdi. İmparatorluk Çağı sırasında ve öncesinde inşa edilen dev sömürge imparatorlukları sarsıldı ve un ufak oldu" yorumu karşımıza çıkmaktadır (Hobsbawm, 1996: 19). Çünkü Devrim sonrası Fransa'da burjuvazi ile proleterler arasında bir sınıf mücadelesinin doğuşunun izlerini takip eden Lorenz von Stein, kapitalizme meyleden bu istisnai yönelişle ilgili olarak "her bireyin sivil toplumda ve devlette kendi yeteneklerine bağlı olarak en yüksek makama erişme hakkı" başka bir kanala, mülk edinip biriktirmeye ya da orduda yükselme arzusuna sıkışılarak daraltılmış olduğunu söyler (Hobsbawm, 2009: 22). Bu gelişme için de Karl Marx'ın 'taçlı başarı' dediği demiryolunun ve iletişim araçlarının keşfi, ekonomiyi bütün yer küreyi kapsayacak şekilde geliştirmişti (Hobsbawm, 1998: 47-48). Bütün bu süreç, Almanya'nın hamle yapmasındaki gelişmelerin anlaşılmasında oldukça önemlidir.

2. Göstergebilim Üzerine

Göstergebilim, eski Yunancada ‘semeion’ sözcüğüne dayanırken, Fransızca ‘semiologie’, İngilizcede ‘semiotics’ anlamına gelmektedir (Akerson, 2019: 49). Anlama ve anlamın üretilmesinden yola çıkan göstergebilim, insanın kendini ve dünyayı yeniden anlamlandırmasına dayanmaktadır. Anlamı anlamaya odaklanan göstergebilim, 50’li yıllardan sonra özerk bir bilim dalı olarak gelişme göstermiştir. Özerk bir disiplin dalı olarak gelişmesindeki en büyük faktörlerin başında iletişimin yaygınlaşması, geleneksel değerlerin sorgulanması, doğadan kopuş, medya teknolojilerinin gelişmesi, görsel iletişimin sinema ve televizyon aracılığıyla yaygınlaşması, tüketim furyası, reklamlarla yapay gereksinimlerin yaratılması sayılabilir (Erkman-Akerson, 2005: 77-80) Esasında göstergebilim, algı ve bellek arasında gerçekleşen etkileşim ve görülen şeylerin tanınmasıyla gerçekleşir. Öyle ki Arnheim bu süreci geçmişte edindiğimiz bilgiler, var olan nesnenin doğasına aktarma yapmadan bireyin sahip olduğu dünya görüşünü nesneye aktardığını ifade eder. Zihnin bildiği nesneye anlam yükler, bilmediğini anlamlandırmadığını söyler. Bu da genellikle görünen, önceden algılanan ve zihinde etiketlenen şeylerdir. Bu sebeple görsel bilgiyle gerçekleşen doğru edinilmiş bilgi ve beklentiler, algılamayı da kolaylaştırır (Arnheim, 2012: 109-114). Metz ise bu konuda “kendisine gönderilen mesajı nasıl algıladığı bir sorunsu, bu iletilerin nasıl üretildiği de bir sorundur” diyerek filmin nasıl yaratıldığı sürecine değinmektedir. Öyle ki filmin metinsel dizgeden dolayı olduğuna inanırken, artık bunun daha da ötesine gidilmesi gerektiğini vurgulamakta, anlatımın kodları, bu kodların yol açtığı yorumlara vurgu yapmaktadır. Sanatçının yaratım sürecine ihtimam gösterir. Bunun için ise Metz, mesajın nasıl üretildiği sorusunda sanatçının hangi ölçülerde toplumsal yapı ve onun belirleyici gücü dışına çıkabildiği ve hangi yollardan geçtiği ile ilgili olduğunu belirtir (Metz, 1982: 28-29).

Bütün anlamları anlamada olduğu gibi sinema göstergebilimi de kalkış noktasını dilbilimden alır. Sinemanın öncelikle bir dil olduğuna inanan Metz, “sinematografik dil” teriminin, sinema göstergebilimi sorununu kendi içinde barındırdığından bahseder. Metz’e göre, sinema dili gerçek bir değıldir. Sinema dili evrensel bir dildir ve görüntüyü algılamak tüm dünyada çok az değışen bir olgu olurken sinemada görüntünün hem gösteren hem de gösterilen olduğunu ifade eder (Büker, 1985: 40). Wollen, göstergebilimcilerin görüntüsel göstergeye kayıtsız kaldıklarını belirtirken onların bu konuda iki önyargısı olduğunu altını çizer. Bu önyargılardan birincisi simgesel ve raslantısal göstergeyi tercih etmeleri, ikincisi ise konuşma ve ses birimlerini seçmeleri olarak açıklar (Wollen, 2008: 126-127). Göstergebilimin bağımsız bir bilim dalına dönüşmesini sağlayan Peirce’ün yaklaşımı da kavram için önerdiği tanım ve onu sınıflandırma biçimi oluşturmaktadır. Pierce’e göre anlamı incelemek için gösterge, göstergenin yorumlayıcı ve göstergenin yerine geçtiği şey, yani nesne arasında üç köşeli bir ilişkiyi söz konusudur. Bu etki de kendinden başka bir şeye, yani bir nesneye göndermede bulunur ve birisi tarafından anlaşılır, yani yorumlayıcının zihninde bir etki yaratır (Fiske, 1996: 64-65). Yine Umberto Eco’nun “yalan teorisi” de sinema göstergebilimini kapsamaktadır. Eco, her hangi bir şeyin bir göstergenin yerini tutması için var olmasının gerektiğini söyler. Öyle ki olmayan nesnelere var gibi göstermenin yalnızca sözlü olarak değil gösterge olarak gerçekleştirilebileceğini ifade eder. Bu dünyada var olmayan nesnelere ve dünyaya özgü karakterlerin bir karşılığı olmayabilir (Eco, 1985: 267). Barthes’in bu konu ile yorumu “Göstergeyi kullananın ondan anladığı şeydir gösterilen. Böylece salt işlevsel bir tanıma ulaşmış oluruz: Gösterilen, göstergenin bağlantısal iki ögesinden biridir. Onu gösterenin karşıtı yapan tek ayırım, gösterenin bir aracı kimliği taşımasıdır” şeklinde olmuştur (Barthes, 1979: 35).

3. Filmin Künyesi

Yönetmen: Jonathan Glazer

Senarist: Jonathan Glazer

Konu: Dram, Tarih, Savaş, Suç

Yapım Yılı: 2023 (URL 3)

Oyuncular: Christian Friedel(Rudolf Höss), Sandra Hüller (Hedwig Höss), Johann Karthaus (Claus Höss), Luis Noah Witte(Hans Höss), Lilli Falk(Heideraud Höss), Cecylia Pekala (Annagret Höss), Mesuda Knopf (Elfryda), Slava de Dog (Dilla as Slava), Julia Babiaryz (Young Polish Housemaid), Martina Poznanski (Marta), Benjamin Utzerath (Fritz Sander, Topf & Sons), Zuzanne Kobela (Aniela), Stephanie Petrowitz (Sophie), Andrey Isaev (Bronck), Max Beck (Schwarzer), Kalman Wilson (Annagret Höss), Anastazja Drobniak (Annegret Höss), Nele Ahrensmeier (Inge-Brigitt Höss) (URL 2)

Ödüller: Cannes Film Festivali'nde Büyük Ödül ve FIPRESCI Ödülü, Oscar Ödülleri'nde "En İyi Film" ve "En İyi Yönetmen" dahil olmak üzere toplam beş dalda adaylık kazanan (URL 10) İlgi Alanı (The Zone of Interest) Oscar Ödülleri'nde "En İyi Ses Tasarımı ve "En İyi Yabancı Dilde /Uluslararası" ödüllerini alırken BAFTA (En İyi İngiliz Filmi, En İyi Ses, En İyi Yabancı Dilde Ödül

Menşei Ülkeler: Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık, Polonya (URL 7)

Uyarlandığı Roman: Martin Amis - The Zone of Interest (URL 1)

Yapım: Ewa Puszczyńska, James Wilson (URL 9)

Süre: 105 dk (URL 3)

4. Filmin Konusu

Araştırma ve yapım süreci 10 yılı bulan, Auschwitz kampında Jonathan Glazer'ın gerçek mekanlarda çektiği The Zone of Interest filmi; Auschwitz kampının kumandanı Rudolf Höss ve eşi Hedwig Höss'ün kampta beş çocuğu ile kurdukları hayatı anlatmaktadır. Martin Amis'in aynı adlı romanından uyarlanan filmde; Jonathan Glazer, ailenin günlük hayatını ve hunharca zorbalığa karşı kayıtsız tutumu da ele almaktadır (URL 12).

5. Filmin Yönetmeni Jonathan Glazer

Jonathan Glazer, Yahudi cemaatinin parçası olarak Londra'nın kuzey eteklerindeki Barnet'e yakın Hadley Wood'da büyümüştür. Küçük bir çocukken daha iyi bir yaşam kalitesi için banliyölere taşınan Doğu Yakası Yahudileriyle hayatının geçtiğini söyleyen Glazer, bu insanları "süper entelektüel insanlar değil, inanılmaz eğlenceciler, vodvil müzisyenleri, yazarlar ve benzerleri" şeklinde tanımlamaktadır. Bu kültürü benimsediğini söyleyen Glazer, Holokost'un evde hiçbir zaman açıkça konuşulmadığını ancak "her zaman mevcut olduğunu" söyler. Glazer; yıllar önce Auschwitz'in Nazi Komutanı Rudolf Höss hakkında bir film yapacağını babasının öğrendiğinde, oldukça tepkisel davranarak "Neden kazıyorsun? Bırakın çürüsün" dediğini belirtir. Glazer de bunun üzerine "Keşke çürümesine izin verebilseydim ama hayır baba, geçmişte kalmadı." (URL 4) cevabını verir. Jonathan Glazer'in bu filmi tam anlamıyla gerçekleştirmek için de 10 yıl gibi bir çaba harcaması, filmde çürümeye izin vermediği bütün yaşanmışlıkları anlatması bakımından bu film son derece önemlidir.

Jonathan Glazer, Nottingham Trent Üniversitesinde tiyatro tasarımı üzerine eğitim aldıktan sonra kariyerine tiyatro yönetmenliği ve film-televizyon fragmanları yaparak devam etti. Tiyatro kariyerinden sonra sinemaya geçiş yapan Glazer, sırasıyla Sexy Beast (2000), Birth (2004), Under the Skin (2013) ve The Zone of Interest (2023) olmak üzere dört uzun metrajlı film yönetmiştir (URL 11).

6. The Zone of Interest Film Çözümlemesi

Steven Spielberg'in 1993 yapımı "Schindler's List" (Schindler'in Listesi), İtalyan yönetmen Roberto Benigni'nin yönettiği 1997 yapımı İtalyan filmi "Life is Beautiful" (Dolce Vita – Hayat Güzeldir), 2002 yapımı Roman Polanski'nin "Pianist", Mark Herman'ın 2008 yapımı "The Boy in the Striped Pyjamas" (Çizgi Pijamalı Çocuk), Andy de Emmony'nin 2008 yapımı "God on Trial" (Ölümün Soğukluğu) gibi diğer holokost filmleri ile karşılaştırıldığında bu filmde, ağır pogrom sahnelerinin tamamen elimine edilerek pastoral, yalın, sade ve beyazlığın içinde keskinlik ve acımasızlık şeklinde kurgulanmaya çalışılmış ve temizliğin, saflığın ve beyazlığın içindeki ürkütücülük vurgulanmaya özen gösterilmiştir.

Filmin karanlık bir sahne ile açılışının yapılması tarihin karanlık bir dönemine ve olaylar silsilesine dair gönderme yaparken daha sonra karşımıza çıkacak olan pastoral manzaranın hâkim olduğu aydınlık, içinde yaşanan karanlığı vurgular. Aynı zamanda karanlık sekansı ölümün varoluşuna dair bir imge niteliği de taşımaktadır. Yine filmde siyah beyaz renkler çokça kullanılmış olması oldukça önemlidir. Açılış sahnesinde sol tarafa giden kadın siyah ve 2 çocuk beyaz giyerken siyah gücü, otoriteyi; gizemi ve kötülüğü temsil etmektedir. Sağda 4 erkek siyah bebek ve kadın beyaz (kısmen de kırmızı) giymesi de yine erkeklerdeki gücü ve otoriteyi ve gücü kadının hem siyah ve hem de kırmızı giymesi ise cinsel güç ve hırsın güç ile buluşmasını simgelemektedir. Beyaz ise masumiyetin, berraklığın ve saflığın rengi olarak bebeğe giydirilmiştir. Daha sonra ekranın kırmızı ve siyahla ile buluşması ise Bayan Höss ile Bay Höss'ün kimliklerinin bu filme damga vurması ile açıklanabilir (Kırık, 2013: 71-83).

Ayrıca The Zone of Interest filmindeki ışık, gölge ve geometrik şekiller alegorik olarak modernleşme ile insanın sorgulayıcı tavrını ön plana çıkarmaktadır. Eleştirel bakışında giderek önem kazanması ile ışık ve gölge dinsel düşüncenin korkulardan arınmaya başlaması şeklinde okunabilir.



Görsel 1. Yaban Çilekleri (Smultronstallet)



Görsel 2. The Zone of Interest

Göstergebilim: Orman meyvelerinin toplanması

Düz Anlam: Orman meyvelerinin toplanarak çocuklar ile aktivite yapılması

Yan Anlam: Yönetmen Jonathan Glazer'ın İsveçli oyun yazarı ve yönetmen Ingmar Bergman'ın Yaban Çilekleri (Smultronstället) filmine atıfta bulunmaktadır. Bu filmde Isack Borg, yaban çileklerine dokununca, Proust'un madlen kurabiyesini yediğindeki etkiyi yaşayarak aniden geçmişi ve çocukluğunu görmeye başlar. Ancak Borg, anıları ile hayallerini de ve geçmişinde bulunmadığı yerleri de görmeye başlar. Bu dahil olmadığı bir anıya tanıklık etmek anlamına gelmektedir (Meral, 2021: 165). The Zone of Interest'te ise orman meyvelerinin toplanması sahip olmadıkları/olamadıkları gerçekliği vurgulamaktadır.



Görsel 3. The Zone of the Interest (Çocuğun Trampet Çalma Sahnesi)

Göstergebilim: Trampet çalmak

Düz Anlam: Çocuğun trampet çalarak eğlenmesi

Yan Anlam: Günter Grass'ın Teneke Trampet romanına vurgu yapılmasıdır. Teneke Trampet romanında otokrat/diktatoryal/totaliter toplumlarda bireyin toplum içindeki varoluşu sorgulanır. Bu sorgulamada toplum – birey-çocuk arası iletişimde bütün sistemi sorgulayan bir anlatım karşımıza çıkmaktadır. Bu sorgulamada çocuğun birey olma/olmama rolü içinde yaşadığı toplum ile özdeşleştirilir. Nihayetinde çocuğun yetişkin olmama/olamama hali trampet çalarak özdeşleştirilir. Adorno, Minima Moralia kitabında “ipliği pazara çıkmış ideolojilerin büyük çekim gücü, psikolojinin ötesinde, mantıksal kanıt denen şeyin nesnel olarak belirlenmiş çürüyüşüyle açıklanmalıdır. Hakikatin yalan, yalanın da hakikat gibi görüldüğü bir dönemeçteyiz şimdi” açıklamasıyla savaş sırasında yazdığı bu kitabında sistemin genel yapısını ortaya koymaktadır (Adorno, 2005: 111).



Görsel 4. The Zone of the Interest (Rudolf Höss'ün Akıntıya Karşı Gelme Sahnesi)

Göstergebilim: Rudolf Höss'ün akıntıya karşı gelmesi

Düz Anlam: Rudolf Höss'ün akıntıya karşı çocuklarını koruması

Yan Anlam: Akıntıya kürek çekmek, gerçekleşmeyecek bir iş için çaba göstermek ve mücadele etmek üzerinden okunabilir. Rudolf Höss'ün sahip olduğu ideoloji için boşa çaba sarf ettiğine ve gerçekle buluşmayacağına dair bir mana taşımaktadır.



Görsel 5. The Zone of the Interest (Hedwig Höss'ün Çocukları ile Otları Yolma Sahnesi)

Göstergebilim: Temizlenen otlar

Düz Anlam: Bahçenin yabancı otlardan temizlenmesi

Yan Anlam: Hedwig Höss'ün bahçedeki yabancı otları temizlemesi ile ilgili Matta kitabında “Sonra İsa kalabalığı gönderdi ve eve girdi. Öğrencileri yanına gelip, ‘Tarladaki yabancı otların benzetmesini bize açıkla’” dediler. Onlara şöyle cevap verdi: “İyi tohumu eken insanoğludur, tarla dünyadır; iyi tohum ise Krallığın çocuklarıdır, yabancı otlar da kötü olanın çocuklarıdır. Onları eken düşman İblistir. Hasat çağın sonudur ve orakçılar meleklerdir. Yabancı otların toplanıp ateşte yakıldığı gibi, bu çağın sonunda da böyle olacaktır. İnsanoğlu meleklerini gönderecek ve onlar da Krallığından tökezlemeye neden olan her şeyi ve kötülük yapanları toplayıp ateşli fırına atacaklar. Ağlama ve diş gıcırdatma olacak. O zaman doğrular Babalarının Krallığında güneş gibi parlayacaklar. Kulağı olan işitsin” ayeti bulunmaktadır. Matta 13:36–43 (URL 14) Bu sahne ile, Matta’da belirtilen ayet ile vurgulanmıştır.



Görsel 6. The Zone of the Interest (Elmaları Ezen At Sahnesi)



Görsel 7. Andrey Tarkovski (Ivan'ın Çocukluğu)

Göstergebilim: Atların elmaları ezmesi

Düz Anlam: Düşmüş elmaları atların ezmesi

Yan Anlam: Andrey Tarkovski tarafından yönetilen “Ivan'ın Çocukluğu” filmine atıfta bulunmasıdır. “Ivan'ın Çocukluğu” filmi de II. Dünya savaşı sırasında Ivan isimli bir çocuk karakteri üzerinden savaşı anlatan önemli bir filmidir.

Vladimir Bogomolov'un 1958 yılında yayımlanan “Ivan” isimli öyküsü, “Ivan'nın Çocukluğu” ismiyle Andrey Tarkovski tarafından beyaz perdeye aktarılmıştır. Tarkovski Mühürlenmiş Zaman'da bu hikâyenin filminin yapılma sebebini üç şekilde anlatır. Bunlarda ilki kahramanın son derece içsel bir dürtü ile kaçınılmaz yazgısını ölünceye dek bırakmaması, ikincisi ise tehlikeli askeri çatışmalara yer vermeme bir hareketliliğin ve karmaşık cephe hikayesinin olmayışdır, Üçüncüsünü ise Dostoyevski'nin karakterlerinde olduğu gibi dingin, durgun ama ihtirasın yoğun olmasıdır (Tarkovski, 2008: 2-5).



Görsel 8. The Zone of the Interest (Beyaz Çamaşırlar Sahnesi)

Göstergebilim: Beyaz çamaşırlar

Düz Anlam: Yıkılmış, temizlenmiş beyaz çamaşırların kuruması

Yan Anlam: Pis olanın önündeki temizlik, kötülüğün önündeki iyilik

“The Zone of Interest”te ise iyinin içindeki kötülük, beyazlığın içindeki karanlık, neşenin içindeki vurdumduymazlık, gündüzün içindeki gece yansıtılmaya çalışılmıştır. Her şeyin bir zıttı olduğunu ve her şeyin zıttı ile var olduğu dünyayı yönetmen Jonathan Glazer “öteki” üzerinden bir okuma yaparak değerlendirir ve oluşan paradoksu film boyunca defalarca izah etmeye çalışır.

Filmin açılışı piknik sahnesi ile başlayarak Édouard Manet Le Dejeuner sur L’herbe 1863 (Kırda Öğle Yemeği)² tablosundaki gibi burjuva bir yaşam tarzının ritüellerinden olan “piknik” Höss ve ailesinin yüksek bir yaşam standardı yakalamaya çalışan ve burjuva yaşam alışkanlıklarını yansıtan bir ailesel düzenin simgesel sekansıdır ve bu sekansta mevcut olunan sınıfın değerleri oldukça çarpıcı bir şekilde verilir. Ancak bu sınıfsal ayrıcalık, film boyunca her sahnede oldukça etkili bir şekilde verilmeye çalışılmıştır. Yönetmen Jonathan Glazer, kurbanlar yerine muktedir olanlar üzerinden bir okuma gerçekleştirmiştir.



Görsel 9. The Zone of the Interest (Çizme Sahnesi)

Göstergebilim: Temizlenen çizmeler

Düz Anlam: Çizmelerin temizlenerek giyilecek duruma gelmesi

Yan Anlam: Ezen ve ezilenin temsil edilmesi

Hedwig Höss’ün Auschwitz kampı içerisinde birçok hizmetkârının olması ve bu hizmetkârlara karşı hanım-bey statüsünün kazanılması, Rudolf Höss’ün çizmelerinin temizlenmesi, evin hanımı Hedwig Höss’ün daha önce hayatı boyunca giyme şansını bulamadığı Auschwitz’e gelen Yahudi hanımların değerli kıyafetlerinden bir kürke sahip olması, sınıfsal değerleri ve hegemonyayı gözler önüne sermesi bakımından önemlidir. Ancak filmde sınıfsal hususun tam anlamıyla izleyiciyle buluştuğu nokta, Hedwig Höss’ün annesinin geldiği zaman kızı Hedwig Höss ile bahçede gezerken önceden temizliğe gittiği Auschwitz Toplama Kampında bulunan Yahudi Esther Silberman’ın perdelerine olan hayranlığını dile getirmesi ile karşımıza çıkar. Yine Hedwig Höss ve annesinin yakaladıkları bu mutlu tablo, sınıfsal geçişte “ötekini” yok sayan bir başarı hikayesi olarak anlamlandırılabilir. Bu da filme yavaş ve sağlam bir örgü ile verilmiştir. Bu başarı hikayesini içsel olarak pekiştirdiğini de Hedwig Höss, eşinin Auschwitz’den alınarak Oranienburg’a gönderilmesinde gitmeyeceğini söyleyerek dile getirir. Öyle ki “ölüm alanı” olan bu kamp, Hedwig Höss tarafından “yaşam alanı” olarak anlamlandırılır. Hedwig Höss, kendi Lebensraum’unu oluşturarak bu bölgenin kendilerine ait olduğunu kocası Rudolf Höss’e “sahip olunması istenen toprak parçası” yani “Lebensraum” üzerinden vurgulayarak dile getirir.

² Bu benzetmeyi Mehmet Sindel, the Zone of Interest film okumasında yapmıştır. Zoom’da bu okumanın kaydı mevcuttur.



Görsel 10. Edward Hopper (Railroad Sunset)



Görsel 11. The Zone of Interest Krematoryum (2 Resim)

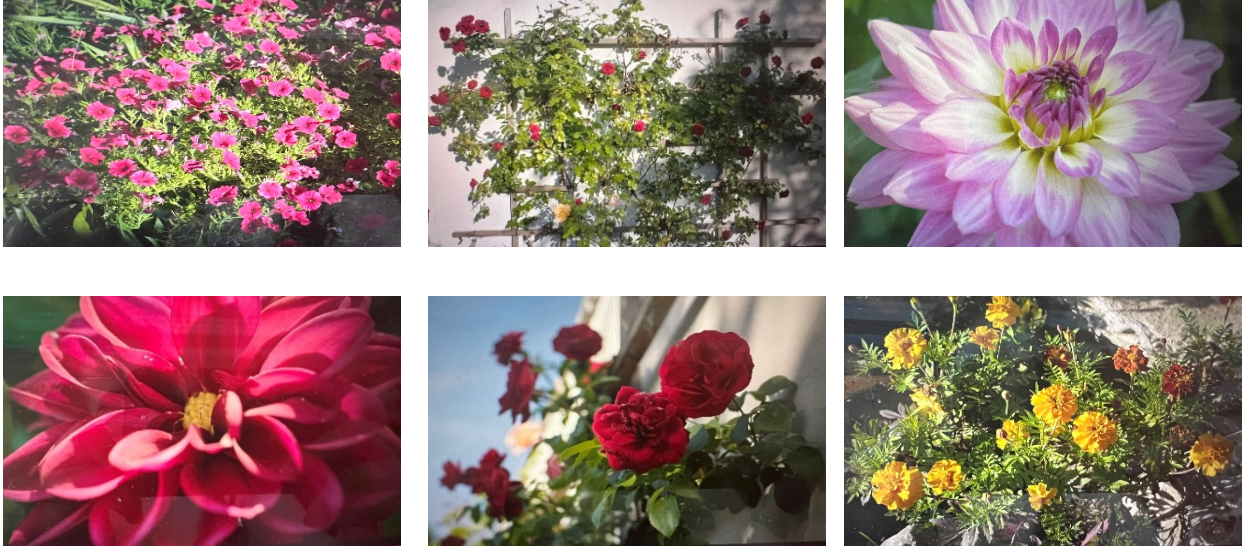
Göstergebilim: Auschwitz Krematoryum

Düz Anlam: Toplama/İmha Kampının varlığının belirtilmesi

Yan Anlam: Kötülüğün sıradanlaşması, işkencenin gerçekleşmesi ve insanların gaz odalarında öldürüldükten sonra krematoryumlarda yakılması

Film ile ilgili vurgulanması gereken bir başka önemli özellik ise diğer holokost filmlerin aksine filmin “pogrom pornografisi”³ içermemesi ve içten (mekân içi) okumasını gerçekleştirmesidir. Başka bir ifadeyle içerideki dünyanın dışarıdaki dünyaya kapılarını kapatması ve sessiz kalmasıdır. Ancak bu sessizliği yönetmen Jonathan Glazer; filmin gerisinden gelen bağrıışmalar, çığlıklar, feryatlar, ağlama sesleri ile bozarak dışarının bütün ağırlığını film boyunca büyük bir ustalıkla hissettirmeye çalışmıştır. Yine filmdeki zıtlıkların bir bütünlük sağladığı; -ağlayan çocuklardan havuzda eğlenen ve gülen çocuklara, kampta açlıktan ölen çocuklardan büyük bir bahçe ziyafetine, syklon b ve kül kokusundan Rudolf Höss’ün üzerinde büyük titizlikle durduğu bahçedeki leylak kokusuna- birbirine zıt bu iki dünyanın birbirine uzaklığı ile vurgulanmaya çalışılır. Yine cennet ve cehennem olgusuna da vurgu yapar. Krematoryumun olduğu kamp bölgesi cehennem olurken Rudolf ve Hedwig Höss’ün evlerinin yeşil bahçesi cennete bir gönderme niteliğindedir.

³ Pogrom: Rusçada “zulmetmek, şiddet kullanarak yok etmek” anlamına gelen bir kelimedir. Terim, tarihsel olarak Rus İmparatorluğu'nda ve diğer ülkelerde bulunan Yahudi karşıtlarının Yahudi topluma şiddet eylemleri için kullanılır. (URL 6) Pogrom pornografisi: Şiddetin tamamen çirliçplak gösterilmesi olarak metinde kullanılmıştır.



Görsel 12. The Zone of the Interest (Çiçek Sahneleri – 6 Resim)

Göstergebilim: Çiçekler

Düz Anlam: Çiçeklerin güzelliği

Yan Anlam: Çiçeklerin güzelliğini sağlayan, çiçekleri yok eden böceklerin zyklon -b gazı ile öldürülmesi⁴ ile aynı gazın Almanlar tarafından Auschwitz’de ölüm gazı olarak kullanılması. Bir tarafı güzelleştirirken diğer tarafı öldürmesi ve yok etmesi

Paul Celan’ın “Ölüm Fügü” ilk kez 1947’de Rumence, 1948’de de Viyana’da Almanca olarak yayımlandığında Auschwitz’den sonra artık şiir yazılamayacağını söyleyen Adorno, Negatif Diyalektik’te “*İşkence gören bir adamın haykırmaya hakkı olduğu kadar, daimi ızdırap içinde olanın da kendini ifade etmeye hakkı vardır; bunun için Auschwitz’den sonra artık şiir yazılamayacağı sözü yanlış olmuş olabilir.*” demiştir. Ancak söyleminin üzerine bu defa da Adorno “Angajman” adlı denemesinde “*Auschwitz’den sonra şiir yazmak barbarcadır.*” der ve “*Böyle bir dünyada şu ya da bu tür sanatın varlık hakkı olabilir mi?*” sorusunu sorar (URL 5).



⁴ Paul Weindling “The Uses and Abuses of Biological Technologies: Zyklon B and Gas Disinfection between The First World War and The Holocaust” makalesinde Zyklon-b gazının bitkilere zarar veren böceklerin yok edilmesinden Auschwitz gaz odalarında kullanımına kadarki olan sürecinden bahseder. (Weindling, 2008: 291-298). <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/07341519408581867>

Görsel 13. Edward Hopper Stairway

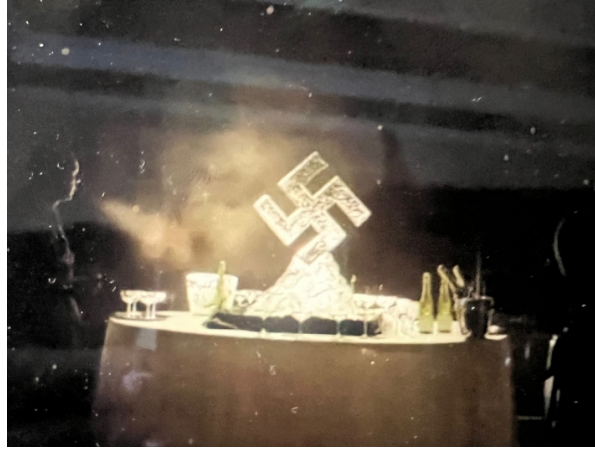


Görsel 14. The Zone of the Interest (Merdiven Sahnesi)

Göstergebilim: Merdiven

Düz Anlam: Rudolf Höss'ün merdivenden inmesi

Yan Anlam: Sonun başlangıcı, sahip olunan her şeyin kaybedilmesi ve Rudolf Höss'ün bütün ayrıcalıklarını kaybetmesidir. Filmde merdiven metaforu ise iktidarla ilişkili bir anlamı ifade eder. Merdivenden yukarı çıkmak iktidarı ele geçirmek, merdivenden inmek ise iktidarı kaybetmek olarak yorumlanır (Özarslan, 2013: 55).



Görsel 15. The Zone of the Interest (Buz Swastika Sahnesi)

Göstergebilim: Buz Swastika

Düz Anlam: Görkemli buzdan swastika heykeli

Yan Anlam: Görkem ve ihtişam içinde güç ve iktidarın kumdan kale olabileceği bu sekans ile vurgulanmaya çalışılmıştır. Nitekim II. Dünya Savaşı sonunda ari safkan Almanya yaratma ideolojisinin dayandığı mutlak güç ve iktidarın kalıcı olmadığı izleyiciye yansıtılmıştır.



Görsel 16. The Zone of the Interest (Domuz Sahnesi)

Göstergebilim: Domuzlar

Düz Anlam: Domuz heykellerinin gösterilmesi

Yan Anlam: Yahudiler domuzu kutsal olan her şeyin antitezi olarak gördüklerinden, erken dönem Hristiyanların kendilerini Yahudilerden farklılaştırmak istemişlerdi (Sax, 2017: 54). Kendilerini Yahudilerden keskin bir şekilde ayırmak için domuzları kısmen kutsallaştırdılar. Orta Çağ'da İsa'nın hayatındaki bölümleri işaretleyen birçok tören, Yahudilere karşı ritüelleştirilmiş şiddeti içeriyordu. Yine İsa'nın düşmanları genellikle domuzlarla sembolize edilirdi. İsa'ya ihanet eden Yahuda'nın ölümünün canlandırılması sırasında yere domuz kanı serpilirdi. Almanya'daki geç orta çağ yasalarına göre, mahkûm edilen bir Yahudi bazen bir domuz derisine sarılı halde idam yerine götürülmek zorundaydı. Orta Çağ'ın sonunda ortaya çıkan ve "Yahudi domuzu" olarak bilinen bir karikatür, Yahudileri sakallı yaşlı adamlar olarak bir anne domuzun memelerini emerken gösteriyordu. Hristiyan bayramlarına eşlik eden Yahudilere karşı ritüelleştirilmiş şiddet, domuzların şenlikli katliamıyla da yakından ilişkiliydi (Sax, 2017: 54-55). Filmde gösterilen bu heykel Almanya'nın Wittenberg kentinde St. Mary (Stadkirche) dış cephesinde bulunmaktadır (URL 13).



Görsel 17. The Zone of the Interest (Rudolf Höss ve At Sahnesi)

Göstergebilim: Rudolf Höss ve at

Düz Anlam: Rudolf Höss'ün at ile iletişimde olması

Yan Anlam: Nazilerin hayvanlar arasında yaptığı temel ayırım avcılar ve otçullar arasındaydı. Avcılık, egemenlik, fetih ve üstün ırk fikri için bir model sağladı. Hayvanlar arasında belki de tek at, bu ayrımı kapatıyor gibi görünüyordu. Çünkü subaylar kendilerinin gururla at sırtında otururken fotoğraflanmayı severlerdi. II. Dünya Savaşı sırasında Alman süvarileri olarak geçirdiği hayatla ilgili anılarında Max Kuhnert, sürekli olarak bir savaş alanından diğerine kaydırıldığı için atlarla yaşadığı birçok dostluk ve yoldaşlık deneyimini aktarmıştı (Sax, 2017: 83-84). Naziler atı retorikte kutladılar ancak pratikte acımasızca sömürdüler. Atlar, cephedeki adamların yoksunluklarını ve

tehlikelerini paylaştılar. Atları elde etmek, eğitmek, beslemek ve onlara bakmak kolay değildi. Ayrıca Almanlar tarafından II. Dünya Savaşı'nda iki buçuk milyon at ve diğer yük hayvanları kullanıldı (Sax, 2017: 86).



Görsel 18. The Zone of the Interest (Anneannenin Bahçe Sahnesi)

Göstergebilim: Anneannenin bahçede dinlenme sahnesi

Düz Anlam: Anneannenin bahçede uzanarak havuza karşı dinlenme sahnesi

Yan Anlam: Cennet gibi bir bahçede uzanarak dinlenen anneanne aslında yalancı bir cennet içinde var olmaktadır. Bahçenin karşısında yer alan Auschwitz Toplama Kampı'nda öldürülen ve vahşice katledilen Yahudilerin krematoryumda yanması sonucunda duman çıkması cennet bahçesi üzerinden cehenneme gönderme yapmaktadır.

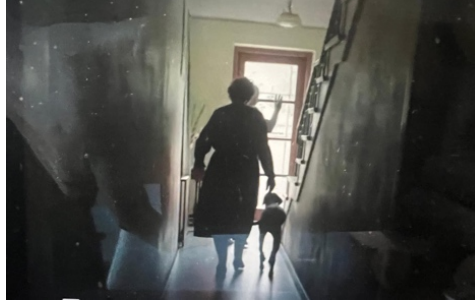


Görsel 19. The Zone of the Interest (Duş Sahnesi)

Göstergebilim: Havuz içindeki duş

Düz Anlam: Bahçede havuz içinde duşun görülmesi

Yan Anlam: Görseldeki duş sahnesi, havuzun işlevini artırmak ya da bir eğlence aracı olmaktan ziyade Auschwitz'de duşlardan gönderilen syklon-b gazı ile öldürülen Yahudilere gönderme yapmaktadır. Sahnenin kompozisyonu koyu gri ve karanlık olurken arkada Yahudilerin katledildiği krematoryum ile ölüm-duş-havuz üçlemesinde bir bilinç oluşturulmuştur. 1962 Venedik Film Festivali'nde Tarkovski, Gideon Bachmann'a "*Filmde insanın açıklaması gerekmez, daha ziyade izleyicilerin duygularını doğrudan etkilemesi gerekir. Düşünceleri ileri götüren bu uyanan duygudur*" der. Bachmann'a ayrıca "*Öznenin mantığı yerine, öznel mantığı, düşünceyi, hayali, hatırayı göstermemi sağlayacak bir montaj ilkesi arıyorum*" demişti (Tarkovski, 2009: XIII). Bu sekans Tarkovski'nin bu düşüncelerini göstermesi bakımından oldukça önemlidir.



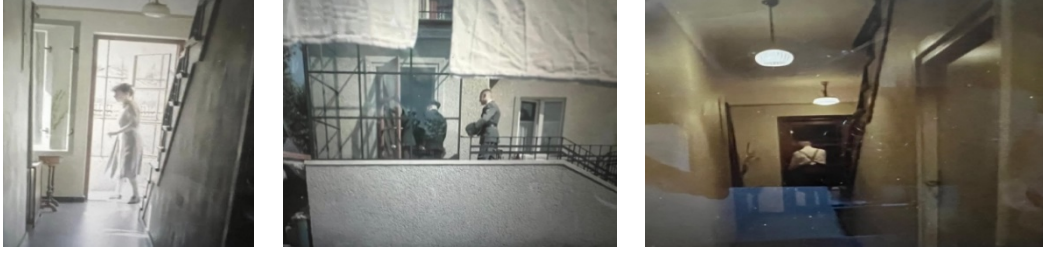
Görsel 20. The Zone of the Interest (Köpek Sahneleri – 3 Resim)

Göstergebilim: Köpek

Düz Anlam: Köpeğin arkadaşlık etmesi

Yan Anlam: Filmde köpek ile öne çıkan kavram “kaçınılmazlık duygusu” dur (Therborn, 2008: 105). Kaçınılmazlık duygusu kavramıyla itaate gönderme yapılmaktadır. Nazilerin kendi gerçekliği dışında başka hiçbir gerçeği görmek istememelerinden ya da görememelerinden kendilerine itaat eden köpek, Nazilerin iktidarlarını pekiştirmektedir. Köpekler sadece “safkan” idealinin modelleri değildi, aynı zamanda “öjeni” deneyleri için bir nesne de sağlıyorlardı. 1934’te H. Vogel, Alman Bilimsel Yetiştirme Derneği’ne, “Üremede ırkın önemi hakkında konuştuğumda, bunu hayvan yetiştirmenin başarılı bir şekilde test edilmiş yöntemleri ile insan ırkının sistematik biyolojik gelişiminin esasen keşfedilmemiş görevleri arasında bağlantılar kurmak gibi özel bir niyetle yapıyorum” demişti (Sax, 2017: 75). Nazilerin köpeklere olan düşkünlüğünün bir diğer yönü de onların toplama kamplarındaki tutukluları ve diğer mahkûmları korumakta kullanılmasıydı. Bu köpeklerin dişleri, silahlarıyla insan muhafızlarından bile daha büyük bir korkuya sebep oluyordu. Yine Auschwitz’de, köpeklerin bakımıyla görevli, SS Ölüm Başı Tugayları’ndan alınan özel bir alay bulunuyordu. Naziler, köpeklerin hizmetini tasvir eden büyük vagonların sokaklarda yürüyüş müziği eşliğinde yürüdüğü özel bir “Köpek Günü” bile ilan etmişlerdi (Sax, 2017: 76-77).

Naziler için bir başka önemli hayvan da kurt idi. Hitler’in kod adı “kurt”tu. Bazen “küçük kurt” ve “kurt amca” lakaplarıyla da anılıyordu, çeşitli karargahları ise “Kurt-kurt” {Wehrwolf}, “Kurt’un Deresi” {Wolfschlucht} ve “Kurt’un İni” {Wolfschanze} olarak anılıyordu. SS’den “kurt sürüsü” olarak bahsediyordu. Hitler ve takipçileri, köpeklerin ve kurtların Musa Yasası’na göre kirli olması nedeniyle geleneksel sembolizme daha fazla önem vermişlerdi. Yine Eski Ahit’te kurtlar sürekli olarak yıkımla ve İsrail’in düşmanlarıyla ilişkilendirilmişti (Sax, 2017: 66-67). 1934 yılında Almanya, kurtları koruma altına alan modern zamanlardaki ilk ulus oldu; bu, orijinal ulusal sınırlar içinde sembolik olmaktan öte bir şey değildi. Naziler o zamanlar kurtların hâlâ bulunabildiği Polonya ve diğer ülkelere gözlerini dikmişlerdi (Sax, 2017: 64-66).



Görsel 21. The Zone of the Interest (Kapı Sahneleri – 3 Resim)

Göstergebilim: Kapılar

Düz Anlam: Kapıların açılması kapanması

Yan Anlam: Zeki Demirkubuz'un 'un filmlerinde de kapı sahneleri oldukça sık görülmektedir. Kapı, dış dünyayla /sistemle olan bağının kesilmesi ya da insanın dış dünya/ sistem ile arasındaki bağın kopmaması mahiyetini taşımaktadır. Sosyo-politik imge olarak kapının psikopatolojisi hem geleneksel yaşamda hem de modern yaşamda toplum-birey bağlamında yöneten-yönetilen ilişkisi için son derece önemlidir. Modern zamanlarla birlikte üretim ilişkileri, güçleri ve süreci maddi ve manevi değerleri yansıtmada önemli bir imgesel vurgu olmuştur (Akdağlı ve Pelikoğlu, 2018: 78).



Görsel 22. The Zone of the Interest (Hansel ile Gretel Sahnesi)

Göstergebilim: Masal okuma

Düz Anlam: Rudolf Höss'ün Hansel ile Gretel masalını okuması

Yan Anlam: "Gretel cadının aklından ne geçtiğini anladı ve şöyle dedi: 'Lütfen bana da göster, nasıl yapıldığını bilmiyorum.' Cadı küreğin üzerine oturdu ve Gretel onu fırının içine doğru itti. Cadı, korkunç günahlarının bedelini diri diri yanarak ödedi" masalını okuyan Rudolf Höss'e yönetmen Jonathan Glazer gönderme yapmaktadır. Bu masalda cadının yakılması aslında Yahudilerin yakılmasını vurgulamaktadır. Büyük günahların bedelinin yanarak ödenmesi gerektiği Nazi mantalitesi karşımıza çıkmaktadır.



Görsel 23. Jan Vermeer'in "Virginal Çalan Kadın"



Görsel 24. The Zone of the Interest (Piyano Çalma Sahnesi)

Göstergebilim: Piyano çalma

Düz Anlam: Evde çalışan genç bir kızın piyano çalması

Yan Anlam: Jan Vermeer'in "Virginal Çalan Kadın" adlı eseri Barok dönemi Hollanda resminin özellikleri ile karşımıza çıkmaktadır. Jonathan Glazer'in bu filmde olduğu gibi Jan Vermeer de resimlerinde de iç mekânı oldukça fazla kullanmıştır. Sanatçının izleyiciye kendini gösterdiği bir bakış da yer almaktadır (Dartar, 2022: 947-950). Jonathan Glazer, bu sahnesi ile hem Vermeer'e atıfta bulunmuş hem de filmin müziklerine baktığımızda Auschwitz'den kurtulabilen Joseph Wulf'un⁵ bestesine filmde yer vermiştir. Joseph Wulf, gettodaki arkadaşı Gebirtig ve Jakub Weingarten'in eserlerini korumak için bir dizi Yiddiş şarkısı kaydetmiştir. Ayrıca 2023 yapımı The Zone of Interest filminde öne çıkan Sunbeams dahil olmak üzere Auschwitz'deyken bestelediği iki şarkıyı da korumayı başarması filme kattığı derinlik bakımından filmi daha anlaşılır kılmaktadır.



Görsel 25. The Zone of the Interest (Hedwig Höss Yürüme Sahnesi)

⁵ Nazi kampından kurtulan Alman-Leh-Yahudi tarihçi.

Göstergebilim: Hedwig Höss

Düz Anlam: Hedwig Höss'ün evin içinde yürümesi

Yan Anlam: Hedwig Höss'ün karanlık ve zalim bir karakter olmasına vurgu yapılması

Film ile ilgili yapılacak bir başka analiz de karakterlerin -bilhassa evin hanımı Hedwig Höss'ün- karanlıklar içinde gölgede kalacak şekilde yansıtılmasıdır. Yani karanlık bir karakter olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu da aslında aydınlık ve beyaz yıkanmış çamaşırlar içindeki Hedwig Höss'ün karanlık ruhunu göstermesi bakımından son derece çarpıcıdır. Dikkate değer bir başka husus da bu sekansta Hedwig Höss'ün karanlıkta kalacak biçimde ışığı kullanma tekniğidir.

SONUÇ

Bu film okuması, tarihsel bir gerçekliğin görsel bir dışa vurumu olarak okunmalı ve anlaşılmalıdır. Filmin göstergebilim analizi yapılırken de ifade edildiği gibi dıştan içe değil, içten dışa doğru bir yorum ve değerlendirme yapılmalıdır. Zira sınıfsal değişim, kapitalist sistem, meta ve sahip olunan değerlerin birer yansıması olarak bu filmde karşımıza iç-mekân çıkmaktadır. Tarihsel perspektif ile bakıldığında anatomopolitiğin, biyopolitikanın, modernleşmenin, sanayileşmenin, sömürgeleşmenin ve değişimin tarihsel arka planının XX. yüzyılın ilk yarısında değişen dengeler ile bilhassa Versay Antlaşması ile Almanya'nın siyasal, ekonomik ve sosyal değerlerini alaşağı ettiğini söylemek mümkündür. Bu film ile ilgili bir diğer husus da tarihsel bir gerçeklik aranması gerekiyorsa bunun bütüncül bir yaklaşım ile ele alınmasının gerçeğidir. Yani tarihsel, sosyolojik, siyasal ve ekonomik olarak çok katmanlı bir okumanın gerçekleşmesi gereğidir.

Göstergebilim yöntemi uygulanarak analizi yapılan The Zone of Interest filmi, Eric Hobsbawm'ın I. Dünya Savaşı'ndan II. Dünya Savaşı'nın sonuna kadar olan süreyi Felaketler Çağı olarak adlandırdığı dönemde Almanlar (Naziler) tarafından sistematik olarak gerçekleştirilen bir yok etme politikasının Foucault'un anatomopolitiği üzerinden değerlendirilmiştir. Filmin içten okumasında (iç mekân) göze çarpan husus öznenin arzulamayı arzulamasıdır. Öznenin arzusu ötekinin arzusudur. Keza Hedwig Höss'ün kişisel davranışlarında bir gözlem yapılması mümkünse Auschwitz'den ayrılmamak için direnmesinde ve ev içindeki bireysel davranışlarındaki alt-üst ilişkisinde bu analizi doğrulamak mümkündür. Bu yönüyle film, tarihsel gerçekleri göstermede kayda değer bir başarı da yakalamıştır. Foucault'un belirttiği gibi iktidarın hedefinin birey olmayıp bireyin, esasen bir aracı olduğudur. Çünkü birey, iktidarın dışında ve karşısında değildir ki bu da onu bu haliyle bir aracı yapmaktadır. Almalar (Naziler) ise bu araçsallaştırmada Lebensraum ve Pan Bölge kavramlarını da sistematik yok etme politikalarına dahil etmişlerdir.

ABD'de 2024 yılında 96'ncısı düzenlenen Oscar Ödül Töreni'nde, "Yabancı Dilde En İyi Film" dalında Oscar kazanan "Zone of Interest" filminin yönetmeni Jonathan Glazer'in "*Şu an burada Holokost'un ve Yahudiliklerinin bir işgal tarafından gasp edilmesini reddeden kişiler olarak karşınızda duruyoruz. Bu işgal pek çok masum insan için çatışma getirdi, ister İsrail'deki 7 Ekim kurbanları olsun isterse hâlâ Gazze'de devam eden saldırılar olsun, hepsi bu insanlıktan çıkarma eylemlerinin kurbanları*" (URL 8) şeklinde konuşma yapması, kurbanların ırk ve din değiştirdiği şeklinde de yorumlanabilir.

KAYNAKÇA

- Adorno, T.W. (2005). *Minimal Moralia*. (Çev. Orhan Koçak). İstanbul: Metis Yayınları.
- Akdağ R., Babalık B. B. (2023). Türkiye - Çekoslovakya İlişkileri (1923-2015). O. Okumuş, F. Tuğluoğlu ve C. Yıldırım) *20. Yüzyılda Türkiye-Batı İlişkileri*. Eğitim Yayınevi.
- Akdağlı P., Pelikoğlu F. E. (2018). Plastik Sanatlarda Kapı İmgesi, *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 4(2): 75-85.
- Arendt, H. (2012). *Kötülüğün Sıradanlığı Adolf Eichmann Kudüs'te*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Arnheim, R. (2012). *Görsel Düşünme*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Artar, T., Baysoy, E. (2020). Bismarck Dönemi'nden 2. Dünya Savaşı'na Alman Jeopolitik Düşüncesi: Haushofer ve Hitler Karşılaştırması, *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 30(1): 1-24.
- Aytekin, H. (2021). Film Eleştirisi mi, Yorumu mu, Tanıtımı mı? Ahlat Ağacı Filmi Hakkında Yazılanlar Üzerinden Bir İnceleme. *Türkiye Film Araştırmaları Dergisi*, 1(1): 14-31.
- Barthes, R. (1979). *Göstergebilim İlkeleri*. (Çev. Berke Vardar-Mehmet Rıfat). Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Büker, S. (1985). *Sinema Dili Üzerine Yazılar*. Ankara: Dost.
- Dartar, S. (2022). Jan Vermeer'in Resimlerinde Günlük Yaşamın İzler, *Erciyes Akademi*, 36(2): 938-954.
- Eco, U. (1979). *A Theory of Semiotics*, Bloomington. Indiana: Indiana University Press.
- Eco, U. (1985). Sinemanın Göstergebilime Katkısı Üzerine. Büker, S. ve O. Onaran, (Der.) *Sinema Kuramları* (s. 263-280). Dost.
- Erkman, F. (1987). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Atan Yayınları.
- Erkman-Akerson, F. (2005). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Multilingual.
- Fiske, J. (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş. (Çev. Süleyman İrvan). Ankara: ARK.
- Foucault, M. (2001). *Power*. (Çev. Robert Hurley, James D. Faubion). New York: The New Press.
- Foucault, M. (2002). *Toplumunu Savunmak Gerekir*. (Çev. Şehsuvar Aktaş). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Foucault, M. (2003), *Society Must Be Defended*. London: Penguin
- Foucault, M. (2016). Cinselliğin Tarihi, (Çev. H.U. Tanrıöver), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Freeland, C. (2001). *Sanat Kuramı*. (Çev. Füsün Demir). Ankara: Dost Kitabevi.
- Heske, H. (1987). Karl Haushofer: His role in German Geopolitics and in Nazi Politics. *Political Geography Quarterly*, 6(2): 135-144.
- Hitler, A. (2016). *Kavgam*. (Çev. E. Aydın). İstanbul: En Yayınları.
- Hobsbawm, E. (1989). *Devrim Çağı*. (Çev. Jülide Ergüder, Alâeddin Şenel). Ankara: V Yayınları.
- Hobsbawm, E. (1996). *Kısa 20. Yüzyıl 1914-1991Aşırılıklar Çağı*. (Çev. Yavuz Alogan). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Hobsbawm, E. (1998). *Sermaye Çağı*. (Çev. Bahadır Sina Şener). Ankara: Dost Kitabevi.
- Hobsbawm, E. (2009). *Fransız Devrimi'ne Bakış İki Yüz Yıl Sonra Marsillase'in Yankıları*. (Çev. Osman Akınbay). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Kırık, A. M. (2013). Sinemada Renk Ögesinin Kullanımı: Renk ve Anlatım İlişkisi, *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 2(6): 73-77.
- Klemperer, V. (2018). *LTI Nasyonal Sosyalizmin Dili*. (Çev. Tanıl Bora). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Lotman, Y. M. (2012). *Sinemada Göstergebilim*. (Çev. O. Özügül). Ankara: Nirengi Kitap.
- Meral K. (2021). *Ingmar Bergman Sinemasında Varoluşçuluk*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Metz, C. (1982). *Psychoanalysis And Cinema -The Imaginory Signifier-*. New York: The McMillan Press.
- Ötgün, C. (2008). Sanat Yapıtına Yaklaşım Biçimleri, *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(2): 159-178.
- Özaslan, Z. (2013). *İlk Film Kuramcıları Sinema Kuramları I*, İstanbul.
- Özden, Z. (2004). *Film Eleştirisi Film Eleştirisinde Temel Yaklaşımlar ve Tür Filmi Eleştirisi*. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Rıfat, M. (2009). *Göstergebilimin ABC'si*. İstanbul: Say Yayınları.
- Sax, B. (2017). *Animals in the Third Reich*. Pittsburgh: Yogh & Thorn Book.
- Smith, W. D. (1980). Friedrich Ratzel and the Origins of Lebensraum, *Ger. Stud. Rev.*, 3: 51-68.
- Tarkovski, A. (2008). *Mühürlenmiş Zaman*. (Çev. Füsün Ant), İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Tarkovski, A. (2009). *Şiirsel Sinema*. (Der. John Gianvito) (Çev. Ebru Kılıç), İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Therborn, G. (2008). *İktidarın İdeolojisi İdeolojinin İktidarı*. (Çev. İrfan Cüre). Ankara: Dipnot Yayınları.

FİLM KRİTİĞİ: XX. YÜZYILIN İLK YARISINDA ANATOMOPOLİTİKA VE İŞLEVİ: THE ZONE OF İNTEREST FİLMİNE
YANSIMASI

- URL 1: <https://altyazi.net/haberler/jonathan-glazerdan-yeni-film/> Erişim Tarihi: 30.04.2024.
- URL 2: <https://www.imdb.com/title/tt7160372/> Erişim Tarihi: 23.04.2024.
- URL 3: <https://www.sinemalar.com/film/266302/the-zone-of-interest> Erişim Tarihi: 30.04.2024.
- URL 4: <https://www.theguardian.com/film/2023/dec/10/jonathan-glazer-the-zone-of-interest-auschwitz-under-the-skin-interview> Erişim Tarihi: 01.05.2024.
- URL 5: <https://birikimdergisi.com/guncel/10790/celanin-zamani>. Erişim Tarihi: 27.04.2024.
- URL 6: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/tr/article/pogroms> Erişim Tarihi: 16.04.2024.
- URL 7: <https://mubi.com/tr/tr/films/the-zone-of-interest> Erişim Tarihi: 02.05.2024.
- URL 8: <https://tr.euronews.com/2024/03/11/oscar-toreninde-konusan-yonetmen-jonathan-glazer-israilin-gazze-iskalini-kinadi> Erişim Tarihi: 21.04.2024.
- URL 9: <https://www.baskasinema.com/filmler/the-zone-of-interest> Erişim Tarihi: 01.05.2024.
- URL 10: <https://www.beyazperde.com/filmler/film-266159/> Erişim Tarihi: 02.05.2024.
- URL 11: <https://www.beyazperde.com/sanatcilar/sanatici-38955/> Erişim Tarihi: 01.05.2024.
- URL 12: <https://www.birfilm.net/sinemalarda-zone-of-interest> Erişim Tarihi: 29.04.2024.
- URL 13: <https://anlatilaninotesi.com.tr/20200206/almanyenin-son-yahudi-karsiti-heykellerinden-birinin-kaldirilmasina-mahkemedan-ret-hakaret-1041341794.html> Erişim Tarihi: 23.10.2024.
- URL 14: <https://kutsalkitap.info.tr/?q=Mat.13> Erişim Tarihi: 20.10.2024.
- Wegner, G. P. (2004). The Language of the Third Reich: LTI, Lingua Tertii Imperii: A Philologist's Notebook (review), *Holocaust and Genocide Studies*, 18(1): 10-108.

BELGESEL SİNEMANIN BELGESEL FOTOĞRAFA YAPISAL ETKİSİ

THE STRUCTURAL IMPACT OF DOCUMENTARY CINEMA ON DOCUMENTARY PHOTOGRAPHY

Barış KONOR¹, Bülent SALDERAY²

ÖZ

Bu çalışma, belgesel fotoğraf ve belgesel sinemanın önemini, birbirleriyle olan etkileşimlerini ve her iki dalda da belgesel üretkenlerin bakış açılarıyla belgeselin toplumsal rolünü anlatmayı amaçlamaktadır. Çalışmada yöntem olarak nitel araştırma yöntemi içerisinden yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Ayrıca alan yazın taranarak, teori ve pratik uygulamalar arasındaki farklılıklar da çalışmaya dâhil edilmiştir. "Belgesel sinemanın belgesel fotoğrafa yapısal (biçim, içerik ve teknik) etkisi nedir?" sorusu bu çalışmanın birincil problem cümlesi olarak ele alınmış ve sorun farklı yönleriyle araştırılmıştır. Ayrıca konuyu derinlemesine araştırarak farklı alt problemler de çalışmada araştırılmıştır. Çalışmanın genel amacı, belgesel sinemanın belgesel fotoğrafa yapısal etkisinin ne olduğunun belirlenmesidir. Bu bağlamda, hem belgesel fotoğraf hem de belgesel sinema arasındaki ilişki ve birbirlerine olan etkileri araştırılmıştır. Ayrıca, belgesel üretim yapan uygulayıcıların da belgesele olan yaklaşımlarını araştırmak ve çıkan sonuçları değerlendirmek çalışmanın uygulamaya yönelik bir diğer amacıdır. Daha önce hiçbir örneği olmadığı için, söz konusu çalışma, belgesel konusunu gerek fotoğraf ve gerekse sinema alanları dâhilinde bir arada incelemesi açısından önemlidir. Çalışmanın bir diğer önemi, çalışmanın sadece bir alan yazın taraması şeklinde olmaması, aktif olarak çalışmalar yapan 7 belgesel fotoğrafçı ve 7 belgesel sinemacı ile sesli ve görüntülü görüşmelerin yapıyor olmasıdır. Böylece gerçekten aktif olarak belgesel üretkenlerin fikirleri de çalışmaya dâhil edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Belgesel sinema, belgesel fotoğraf, gerçeklik, estetik, belge.

ABSTRACT

This study aims to explain the importance of documentary photography and documentary cinema, their interactions with each other and the social role of documentary from the perspectives of documentary producers in both branches. In the study, face-to-face interview technique was used as a qualitative research method. In addition, the literature was reviewed and the differences between theory and practice were also included in the study. The question "What is the structural (form, content and technique) impact of documentary cinema on documentary photography?" was taken as the primary problem statement of this study and the problem was investigated in different aspects. In addition, different sub-problems that will explore the issue in depth were also investigated in the study. The general aim of the study is to determine the structural impact of documentary cinema on documentary photography. In this context, the relationship between documentary photography and documentary cinema and their effects on each other were investigated. In addition, another practical aim of the study is to investigate the approaches of documentary practitioners to documentary production and to evaluate the results. Since there is no previous example, this study is important in that it examines the subject of documentary within the fields of photography and cinema together. Another importance of the study is that the study is not only a literature review, but also includes audio and video interviews with 7 documentary photographers and 7 documentary filmmakers who are actively working in the field.

Keywords: Documentary cinema, documentary photography, reality, aesthetics, document.

¹ ORCID: 0000-0003-0885-277X Öğr. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, baris.konor@hbv.edu.tr

² ORCID: 0000-0002-8133-6192 Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, bulent.salderay@hbv.edu.tr

Makale Geliş Tarihi: 17 Nisan 2024

Makale Kabul Tarihi: 29 Aralık 2024

Konor, B., & Salderay, B., (2024). BELGESEL SİNEMANIN BELGESEL FOTOĞRAFA YAPISAL ETKİSİ. *Akademik Sanat* (23), 273-285

EXTENDED ABSTRACT / GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Documentary has always occupied an important place in audiovisual expression. Documentary, which contains many features such as information, documents, research, perspective and interpretation, has always been an important form of expression because it makes the unknown visible. It is also a type of narrative with a high social value in terms of interpreting reality and showing the unknown.

The word documentary was introduced to the literature at the beginning of the 20th century by John Grierson during his criticism of *Moana*, a documentary film. This new genre, which was first used by photography, was later used by cinema and today, especially with its digitalization, it has become a very common form of expression. The widespread use of the Internet has been an important element in terms of documentary photography and cinema reaching much wider audiences and remaining free. This study describes both documentary photography and documentary cinema, as well as the relationship between both genres.

The study is derived from a proficiency in art thesis titled "The Structural Impact of Documentary Cinema on Documentary Photography" written between 2016 and 2022. In the study, the qualitative research method was used to access the literature in the literature research, and the opinions of documentary photographers and documentary filmmakers were collected using the face-to-face interview technique. The opinions of 7 documentary photographers and 7 documentary filmmakers were included in the study. All 14 documentary filmmakers are actively engaged in documentary production. In the interviews, each documentary filmmaker was asked a total of 11 questions, 3 common questions and 4 questions in their own fields, and each question sought answers to a different problem sentence of the study. Thus, it was tried to get answers to the main problem statement of the study and the sub-problems sought to be answered accordingly.

While there are many sources on documentary cinema, there are very few sources on documentary photography. There are no studies comparing the two genres among themselves. In this respect, this study on documentary has an important place in terms of resource diversity. In addition, there are no academic studies in which documentary filmmakers are included. In this respect, it is thought to have an important place in both academic and professional platforms.

The study is limited to a total of 14 documentary producers living in Turkey. The biggest reason for this limitation is the Coronavirus pandemic at the beginning of 2020 and the economic, physical and travel bans that followed. The study was conducted in the provinces and districts of Ankara, Istanbul, Izmir and Çanakkale, where the documentary makers reside.

The interviews were first transcribed, and then the transcribed topics were grouped within themselves. By analyzing the grouped items, it was revealed which concepts the documentary producers emphasized in each problem sentence and what they wanted to explain. Afterwards, the information obtained from the documentary producers was compared with the information obtained from the literature review and a conclusion was reached.

This study is one of the few studies on documentary photography in Turkey. However, it is the only study that investigates and compares both documentary photography and documentary cinema.

GİRİŞ

Vilem Flusser, insan uygarlığının başlangıcından günümüze dek iki dönüm noktasına tanık olduğundan söz eder. Bunların ilkinin “doğrusal zamanın bulunuşu”, diğersinin ise “teknik görüntünün icadı” olduğunu söyler (Flusser, 1991). Zira teknik görüntünün icadı hem belgeleme sürecine yepyeni bir yön vermiştir, hem de o zamana kadar hiç bilinmeyen fotoğraf, sinema, belgesel gibi yeni kavramları da yaratmıştır.

Fotoğraf çekmenin nedeninin sadece belgeler yaratmak, kaydetmek olmadığı söylenebilir. Zira belgeleme işlemi, ne şekilde yapılırsa yapılsın; “teknik görüntü” üretimidir. Objektifin önünde görünen görüntünün fotoğraf makinesi aracılığıyla kaydedilmesidir. Fakat belgelenen her belgenin içeriği, fotoğrafçıdan fotoğrafçıya, hatta onu tüketen kişiden kişiye göre bile değişiklik gösterir. Bu durum üretilen ve sunulan konuyu salt belge olmaktan çıkarır ve belgesel nitelik kazandırır. “Belgesel fotoğraf, bir fotoğraflama tarzının, hayata ve fotoğrafın konusuna yaklaşım biçiminin adıdır. Genellikle konuyu derinlemesine ele alan, farklı yanlarıyla göstermeye çalışan fotoğrafçının, öznel algısını fotoğraflama diliyle ifade etme pratiğidir.” (Yurdalan, 2007:59)

Öznel algı ve bunun dışı vurumu, belgeyi belgesel yapan önemli bir ayırım noktasıdır. Salt belgeden yararlanılarak üretilen ancak ondan farklı olarak üretenin görüş açısını içine kattığı yani yorumladığı yeni bir üretim haline getirir. Bill Nichols’a göre “Belgeseller belge değildir. Belge ve olguları kullanır, ancak onları kendi bakış açılarına göre yorumlar ve bunu genellikle anlamlı ve etkileyici şekilde yapar.” (Nichols, 2017:66). Dolayısıyla belgeseller, belgeler ya da belgelemeler gibi yorumdan uzak değildir. Köken olarak belgeyi kullansa da, anlatım ya da işleniş biçimi açısından anlatıcının yorumunu kattığı, bakış açısı kazandırdığı bir türdür.

Fotoğrafın icadını takip eden dönemlerde, fotoğrafçıların, bir “sanat dalı”nı icra etmekten çok belgelemek üzere fotoğraf çekmeye başladıklarını söylemek mümkündür. Fotoğrafın sanat dalı haline dönüşmesi, uzun zaman almıştır. Bu süreçte özellikle resim sanatıyla mücadele etmek zorunda kalarak kendine bir yer edinmiştir. Fotoğrafın icadından sonraki ilk dönemde fotoğrafçılar özellikle pozlama sürelerinin uzun olmasından dolayı durağan nesnelere, natürlük objeleri çekerken, pozlama sürelerinin düşmesiyle birlikte, yaşanan önemli olayların, gündelik hayatın fotoğraflarını çekmişler ve böylelikle ilk belgeleme ve belgesel çalışmaları ortaya çıkarmışlardır.

Değişen toplumsal, teknolojik ve ekonomik süreçte belgesel fotoğraf da kendi alt dallarını oluşturmaya başlamıştır. Bunların başında toplumsal belgeci fotoğraf gelmektedir. Belgesel fotoğrafın toplumsal belgeciliğe kaymasının belli unsurları olmuştur. Bu unsurları Yaykın, “Fotoğraf İdeolojisi” adlı kitabında şu şekilde ifade etmektedir: “1900’lü yıllara doğru belgesel fotoğraf toplumsal belgeci yaklaşım olarak tanımlanan yöne doğru hızla kaymaya başladı. İlk kez devrimin hemen sonrasında Sovyet Rusya’da kullanılmaya başlayan ve yoğunluklu olarak edebiyat alanını kapsayan ‘Toplumsal gerçekçilik’ yaklaşımının fotoğraftaki yansıması ‘Toplumsal Belgeci’ yaklaşım olarak tanımlanmıştır.” (Yaykın, 2009:101). Toplumsal belgeci fotoğraf, belgesel fotoğrafın bir alt konusu olsa da temelde kendini belli eden farkları vardır.

Toplumsal belgesel fotoğrafın temel amacı toplumsal değişimdir ve doğal olarak toplumsal olanaklara ulaşma imkânları düşük olan, daha az ayrıcalıklı katmanlardır. Belgesel fotoğrafın temel amacı konu edindiği olaylara tanıklık etmek iken, toplumsal belgesel fotoğraf anlayışı salt tanıklık etmekle yetinmez, toplumsal değişmeyi hedef alır... Bir fotoğrafın bu kategoride nitelendirilebilmesi için öncelikle belgesel fotoğrafın taşıdığı niteliklere sahip olması gerekir. (Oral, 2006:18)

Fotoğrafın icadı sonrası gelişen teknoloji ve özellikle kimya bilimi sayesinde pozlama süreleri düşerek daha kısa süre içerisinde fotoğraf çekilebilir hale gelmiştir. Bu durum hızı ve fotoğraf sayısını arttırabilme imkânı sağlamıştır. Bu imkân sayesinde Muybridge’in bir atın koşarken yaptığı hareketleri belgelemek amacıyla oluşturduğu düzenek aracılığıyla fotoğrafların artarda getirilmesiyle ilk hareketli görüntünün (motion picture) elde edildiğini söylemek mümkündür. 16 farklı fotoğraf makinesinin eş zamanlı fotoğraf çektiği bu çalışma, bu fotoğrafların bir araya getirilerek hareketin belgelenmesi sürecini de müjdelemektedir. Ancak sinemanın başlamasının, fotoğrafa bağlı olmadığı tespiti yapılabilir. Fotoğrafın ve sinemanın ilkel halleri – fotoğraf için camera obscura, sinema için fenakistiskop ve thaumatrop – kendi kulvarlarında gelişimini sürdürmektedir.

Çetinkaya, “Tarihsel bilgilerden yola çıkarak, sinema oluşumunu fotoğrafın icadı ile başlatmamız yanlış olur ve daha önce de söylediğimiz gibi, sinema fotoğrafın devamı da değildir. Aktarılan bilgiler görüntünün gelişim sürecini içermektedir. Sinemanın endüstrileşmesi, pazar haline gelmesi fotoğrafın bir devamı olmadığına dair farklı bir kanıt sunmaktadır.” (Çetinkaya, 2007:66) söylemiyle bu düşünceleri desteklemektedir.

Ancak nasıl düşünülürse düşünülün, fotoğrafın icadının hareketli görüntüden sinemaya dönüşüme bir fikir verebileceği, teknik bir altyapı oluşturabileceği düşüncesi göz ardı edilmemelidir.

“Sinemanın halka açık gösteriler şeklindeki başlangıcı ise 22 Aralık 1895 günü Paris’te düzenlenen gösteriyle olmuştur.” (Scognamillo, 1998:15). Lumière kardeşlerin çekmiş olduğu “*Sortie des Usines Lumière à Lyon*” (Lumière Fabrikasından Çıkan İşçiler) ilk sinema filmi olarak kabul edilmekte beraber ilk belge film kategorisine de giren film olduğu söylenebilir. Zira fabrikadan çıkan işçilere hiçbir müdahalede bulunulmadan doğal halleri çekilmiştir. Ancak burada bahsedilen filmler belgesel kategorisinde aktarılsa da çekildiği dönemlerde daha henüz böyle bir kategori bulunmamaktaydı. Belgesel (documentary) sözcüğü ise 19. yüzyılda İngilizceye girmiştir. Rosen’in aktardığına göre, Oxford sözlüğü, başlangıçta belgesel sözcüğünün dokümantasyon anlamına gelen bir sıfat olarak kullanıldığını yazmaktadır. (Rosen, 1993:65)

Belgesel ya da belgencilik, sinemanın diğer branşlarından oldukça farklı ve kendine özgü özelliklerinin olduğu bir daldır. Özellikle sinema denilince ilk akla gelen kurmaca filmlerden oldukça farklıdır. Kurmacanın aksine belgesel filmler konularını ve pek çok zaman oyuncularını gerçeklerden ve gerçeklerin ışığındaki belgelerden almaktadır.

Belgencilik yöntemi, kendine özgü bir film turu, öykülü filmin eğlence motiflerinden hem amaç, hem de biçim bakımından apayrı olan toplumsal duygu ve felsefi düşüncenin bir yorumu olarak, genellikle toplumbilimsel, siyasal ve eğitimle ilgili koşullar sonucu varlık kazanmıştır. (Rotha, 1968:341)

Özgen, kurmaca ve belgesel ayrımını daha farklı bir açıdan, yenilikçilik ve tutuculuk kavramları üzerinden irdelemektedir. “... başta ABD olmak üzere hemen hemen tüm ülkelerde serbest piyasa kuralları (gişe başarısı) ile şekillenen, garantici ve tutucu bir sinema türü olan kurmaca sinemanın yeniliklere kapalı olduğu; öte yandan belgesel sinemanın, doğası gereği, kurmacanın dışarıda bıraktığı yenilikçi, deneysel ve avangart sinema arayışlarını kendi bünyesi içinde barındırdığı görülür.” (Özgen, 2017:8)

Sinemanın ilk yıllarında yapılan film yapıtlarının dağıldığı çeşitli sınıflamalar bulunmamaktadır. Bazı filmler bilim kurgu nitelikli, bazıları kurmaca nitelikli, bazıları ise belgesel nitelikli filmlerdir. Ancak süreç içerisinde sinema kendi terminolojisini yaratmaya başlamıştır.

“Belgesel film” teriminin modern anlamda kullanımına ise ilk kez İskoç asıllı belgesel yönetmeni, yapımcı ve film eleştirmeni John Grierson’ın, Robert Flaherty’nin çektiği *Moana* (1926) adlı belgesel filmi, Şubat 1926’da New York Sun’da eleştiren bir yazısında rastlarız. (Katz, 1994. Akt: Cereci, 1997:31)

Günümüzde belgeselin yönünü çizen belli başlı amaçlar vardır. Paul Rotha’nın aktarımıyla belgeselin amaçları genel olarak şu başlıklar altında toparlanabilir:

- Toplumsal sorunların ortaya çıkarılması
- Toplumun zayıflıklarının keşfedilmesi
- Yaşanan olayların aktarılması, deneyimlerin dramatikleştirilmesi
- Olguların yansıtılması
- Toplumsal çözümler sunması. (Rotha, 1968:342-343)

Günümüzde de bu amaçlar ve çerçeve aktif olarak, türü ne olursa olsun, belgeselin temel niteliğini oluşturmaktadır.

1. Amaç Ve Yöntem

Çalışmanın amacı, belgesel sinemanın belgesel fotoğrafa yapısal etkisinin ne olduğunun belirlenmesidir. Bu bağlamda, belgesel sinema ve belgesel fotoğraf arasındaki ilişki ve birbirlerine olan etkileri araştırılmıştır. Bu araştırmanın yanı sıra belgesel üretim yapan uygulayıcıların da belgesele olan yaklaşımlarını araştırmak ve çıkan sonuçları değerlendirmek çalışmanın uygulamaya yönelik bir diğer amacıdır.

Yöntem olarak çalışma, nitel bir çalışma olup, araştırmanın yöntemi yüz yüze görüşme tekniğidir. Ancak sadece yüz yüze görüşme tekniği kullanılmamıştır. Yıldırım ve Şimşek’in de belirttiği gibi; Nitel araştırmalarda en yaygın olarak kullanılan üç tür veri toplama yöntemi vardır: görüşme (odak görüşmesi de dâhil), gözlem ve yazılı dokümanların incelenmesi. (Yıldırım, Şimşek 2018:41). Bu çalışmada veri toplama tekniği olarak hem görüşme tekniği hem de

alan yazın (literatür) incelenmesi tekniği kullanılmıştır. Böylece katılımcıların alanda edindikleri deneyimleri, alan yazınla karşılaştırma imkânı elde edilmiştir. Görüşmeler içerisinde sıkça kullanılan yöntem, anket (survey) yöntemidir. Surveylerin temel özelliği evren ve örnekleme dayalı olmalarıdır. Survey görüşmelerinde amaç; evreni tam olarak temsil eden geniş örneklemlerden, istatistiksel analizlere olanak sağlayan veriler elde etmektir. Bu sayede genellemelere varmak amaçlanır ve bu amaç da pozitivizmin genel, yasa benzeri önermelere ulaşma amacıyla örtüşmektedir. Survey görüşmelerinde geçerlik ve güvenilirlik oldukça önemlidir. Yapılan bu çalışmada da uzman görüşüne danışılarak hazırlanan anket, yüz yüze görüşme tekniği ile her görüşmeciye uygulanmıştır. Görüşme formları farklı farklı 3 grupta hazırlanmıştır. Sistematiik şu şekilde belirlenmiştir:

- Belgesel fotoğrafçı ve belgesel sinemacılarla yapılan röportajlarda 3 farklı soru grubu sorulmuştur.
- İlk soru grubu 14 katılımcıya da ortak soru olarak sorulmuştur. Bu sorular toplam 5 adettir.
- İkinci grup sorular belgesel sinemacılar (7 katılımcı) sorulmuş olup, 3 adet sorudan oluşmaktadır.
- Üçüncü grup sorular ise yine 3 adet olup, belgesel fotoğrafçı katılımcılara (7 katılımcı) özel sorulardır.
- Böylece her iki grup belgesel katılımcılara 8'er soru sorulmuştur.
- Sorulan sorulara verilen cevaplar içerisinde ön plana çıkan kelime ve temalar belirlenmiş ve kaç katılımcının bu kelime ve temaları kullandığı tespit edilmiştir.
- Çalışmanın analizleri, betimsel analiz yöntemiyle yapılmıştır.

Bu yaklaşıma göre, elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır. Veriler, araştırma sorularının ortaya koyduğu temalara göre düzenlenebileceği gibi, görüşme ve gözlem süreçlerinde kullanılan sorular ya da boyutlar dikkate alınarak da sunulabilir. (Yıldırım vd. 2018:239)

Bu çalışmada, görüşmeler deşifre edilerek, konu ya da temalara göre düzenlenmiştir. Yapılan analizler bu gruplandırmalar aracılığıyla yapılmıştır.

Yukarıdaki belirtilen sorulardan hareketle “Belgesel sinemanın belgesel fotoğrafa yapısal (biçim, içerik ve teknik) etkisi nedir?” sorusu bu çalışmanın birincil problem cümlesi olarak ele alınmış ve sorun farklı yönleriyle araştırılmıştır.

Alt problemler de şu şekilde şekillenmiştir;

1. Belgesel kavramının anlamı nedir?
2. Fotoğraf ve sinema arasında bir ilişki var mıdır?
3. Belgesel Fotoğrafın amacı nedir?
4. Fotoğrafın sinemaya etkisi var mıdır?
5. Belgesel fotoğrafın topluma etkisi var mıdır?
6. Belgesel sinemanın amacı nedir?
7. Sinemanın fotoğrafa etkisi var mıdır?
8. Belgesel sinemanın topluma etkisi var mıdır?

2. Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, araştırma verileri sonucunda elde edilen bulgular ve bu bulgulara dayalı yorumlara yer verilmiştir.

	Sözcük/Tema	Frekans (Cevap Veren Sayısı)	Yüzde %
a	Belgeleme (Belge)	8	13,8
b	Belgesel ve Belge farkı	4	6,9

c	Arşiv	2	3,45
ç	Estetik yapı	2	3,45
d	Kayıt	6	10,35
e	Mağara Resimleri	1	1,72
f	Bellek	1	1,72
g	Yaratılan gerçeklik (Kurmaca sinema)	4	6,9
ğ	Anlatmak	1	1,72
h	Gerçeklik	8	13,8
ı	Post truth	2	3,45
i	Görsel hikaye (Hikaye)	5	8,62
j	Kişisel (Öznel) Bakış Açısı / Yorum	5	8,62
k	Tanıklık	5	8,62
l	Politik İdeolojik Olma	2	3,45
m	Dil Edebiyat	1	1,72
n	Yaratıcı	1	1,72
	TOPLAM	58	%100
	Toplam Katılımcı Sayısı	14	

Tablo 1. Belgesel Kavramının Anlamına İlişkin Katılımcı Görüşleri

Belgesel kavramının anlamına ilişkin ortaya çıkan katılımcı görüşleri ile alan yazının benzerlik göstermesinin yanında; özellikle “belgeleme”, “gerçeklik” ve “kayıt” gibi kavramlar etrafında katılımcı görüşlerinin kümelendiği görülmekte, katılımcıların da belgesel hakkında kült olarak bilinen alan yazın kitaplarını okudukları ve bu bakış açısıyla sahaya inerek uygulama yaptıkları, bu uygulamadan elde edilen deneyimle de alan yazın bilgisi arasında bir korelasyon olduğu düşünülebilir. Ayrıca; her belgeselin bilgi, belge ve gerçek hikâyelerden yararlanarak tarihsel sürece ışık tutması fikrinin bu birlikteliği desteklediği düşüncesinin de katılımcı görüşlerinin şekillenmesinde rol oynadığı ifade edilebilir.

Bununla birlikte, estetik yapının belgesel üretim için şart olmadığı hakkında genel bir yaklaşım gözlemlense de katılımcıların bir bölümü estetik değerlerin belgesel yapının içerisinde olması gerektiği görüşünü belirtmiştir. Bu görüşün arkasında, bir düşünce ve anlatının, estetik değerlerin eklenmesiyle değer kazanacağı ve anlatıyı güçlendireceği düşüncesi yatıyor olabilir.

Yukarıda aktarılanlara ek olarak, belgesel kavramının politik ve ideolojik olma hakkındaki yaklaşımlarda da, belgesel üreticisinin kendi bakış açısından yola çıkarak kendi anladığı şekilde hikâyeyi anlatıyor olması, dolayısıyla belli bir görüş penceresinden yorumluyor olması düşünülebilir. Ayrıca, görüş bildiren katılımcıların, yapmış oldukları belgesellerin politik ve ideolojik olarak güçlü olan devlet erkine eleştirel görüşler yöneltmesi sonucu yaşadıkları baskı ve sansürü düşünerek, belgesel kavramının politik ve ideolojik olduğu görüşünü belirtmeleri, yaşadıkları deneyimlerin bir nedeni olabilir.

	Sözcük/Tema	Cevap Veren Sayısı	Yüzde %
a	Toplumsal sorunlara değiniyor olması	1	2.38
b	Bağ vardır	10	23.8
c	Bağ yoktur	2	4.76
ç	Kurmaca belgesel	2	4.76
d	Hikâye anlatımı	5	11.9
e	Tek fotoğraf belgesel olabilir	0	0
f	Tek fotoğraf belgesel olamaz	1	2.38
g	Kurgu bağı vardır	3	7.14
ğ	Yaratılan gerçeklik	3	7.14
h	Kayıt	2	4.76
ı	Teknik bağ vardır	6	14.28
i	Kişisel (Öznel) Bakış Açısı / Yorum	2	4.76
j	Fotoğrafi sinemada belge olarak kullanmak	2	4.76
k	Fotoğraf sunumlarının video olarak üretimi	2	4.76
l	Sinema fotoğrafı etkilemektedir	1	2.38
	TOPLAM	42	%100
	Toplam Katılımcı Sayısı	14	

Tablo 2.: Fotoğraf Ve Sinema Arasında İlişkiyi Gösteren Katılımcı Görüşleri

Katılımcıların görüşlerine göre fotoğraf ve sinema arasında net bir bağ olduğunun söylenmesinin yanı sıra; alan yazında bu konuda yeterli yaklaşımların olmamasına rağmen katılımcıların bu derece net görüşlere sahip olması, katılımcıların çoğunun her iki dala da ilgi duymaları ya da her iki dalda da üretim yapmalarından dolayı olabilir. Ayrıca katılımcıların verdiği cevaplardan yola çıkarak, uygulama yapanlara göre sinema ve fotoğraf arasında güçlü bir teknik bağ bulunduğu söylenebilir. Teknik bağ ile ilgili görüşler alan yazındaki bilgilerle uyum sağlamaktadır. Ancak her şeye rağmen konuya tam ters yaklaşımlarda bulunanlar da vardır. Onların farklı bakış açıları sunma sebebi, fotoğraf ve sinemanın yapısal olarak farklı olmasının yanı sıra, farklı etki ve sonuçlar doğuruyor olduğunu düşüncülerinden dolayı olabilir. Ayrıca hem alan yazın hem de katılımcıların verdiği bilgilerden yola çıkarak, hikâye anlatıcılığı hakkında benzer görüşlerin olduğu söylenebilir.

	Sözcük/Tema	Cevap Veren Sayısı	Yüzde %
a	İnsan hikayelerini anlatmak	3	20
b	Sorunları göstermek	3	20
c	Paylaşmak	2	13.33
ç	Farkındalık yaratmak	2	13.33
d	Haberdar etmek	2	13.33
e	Sorgulama Yaratmak	1	6.67
f	Dönüşüm sağlamak	1	6.67
g	Kayıt arşiv oluşturmak	1	6.67
	TOPLAM	15	%100
	Toplam Katılımcı Sayısı	7	

Tablo 3. Belgesel Fotoğrafın Amacına Yönelik Katılımcı Görüşleri

Alan yazında yazılanlarla paralel olarak, belgesel fotoğrafçıların en büyük etkisinin, insan hikâyeleri üzerinden toplumun bilmediği sorunları gün yüzüne çıkarmaları ve bu sorunlar aracılığıyla toplumsal farkındalık yaratmaları olmasının yanı sıra; yaratılan bu farkındalık sonucunda, toplum içerisinde bir sorgulama ve değişim süreci yaratılabileceği düşünülebilir. Bununla ilgili tarihsel perspektifte pek çok örnek bulmak mümkündür. İmajların toplumsal etkisi ile internet mecrasının gücü dikkate alındığında, toplumsal belgeleri fotoğrafların tek başına bir değişim yaratmasa da farkındalık yaratabileceği ve toplumsal dönüşümü ateşleyen başat faktörlerden biri olabileceği söylenebilir. Farklı sosyolojik, ekonomik ve psikolojik unsurların her birinin birleşerek toplumsal değişimi başlatacağı ve belgeselin de bu konuda yardımcı bir rol alacağı düşünülebilir.

	Sözcük/Tema	Cevap Veren Sayısı	Yüzde %
a	Karşılıklı etkileşim vardır	2	8.33
b	Fotoğrafın etkisi vardır	6	25
c	Teknik olarak etkisi olmuştur	4	16.66
ç	Görsel dil olarak etkisi olmuştur	6	25
d	İkisi de farklı dildir	1	4.17
e	İki tekniğin karışımı multimedyaı yaratmıştır	3	12.5
f	Çekim mekânlarının belgelenmesi	1	4.17

g	Belgesel filmlerin içinde kullanılması	1	4.17
	TOPLAM	24	%100
	Toplam Katılımcı Sayısı	7	

Tablo 4. Fotoğrafın Sinemaya Etkisine Yönelik Belgesel Fotoğrafçı Katılımcıların Görüşleri

Resim sanatının fotoğrafa, fotoğrafın da sinemaya gerek stil, gerekse teknik anlamda katkısının yanı sıra; fotoğraf ve sinemanın da uzun yıllar boyunca pelikül üzerine kaydediyor olması, her ikisinin de pozlama yöntemiyle görüntü elde etmesi, benzer laboratuvar imkânlarından geçmesi ve günümüzde her ikisinin de sayısal olarak benzer sensör ve kayıt birimlerine kaydediyor olması, birbirlerinden teknik anlamda yararlandıklarını düşündürebilir. Işık, enstantane, diyafram ve ISO değerlerini kullanarak görsel dil oluşturuyor olmaları ve bu dili, sinemanın önceli olan fotoğraf dilinden alıyor olması, fotoğrafın sinemaya kattıkları unsurlardan bazıları olduğunu düşündürebilir. Bu sebeple, sinema ve fotoğraf, farklı yöntemler kullansalar da birbirleriyle karşılıklı etkileşim içerisinde olduklarını belirtmek mümkündür. Alan yazında bu ayrım hakkında net bir fikir birliğinin olmaması, uygulama yapanların fikirlerinin ne derece önemli olduğunu gözler önüne serdiği sonucuna ulaştırabilir.

Belgesel fotoğrafçılara yöneltilen bir diğer araştırma sorusu da belgesel fotoğrafın topluma etkisi olup olmadığına yönelik olmuştur.

	Sözcük/Tema	Cevap Veren Sayısı	Yüzde %
a	Toplumsal problemleri krizleri görünür kılar	5	27.78
b	Toplumsal kanı oluşturur	2	11.11
c	Toplumsal değişime destek olur	4	22.22
ç	Topluma bilgi verirler / bilinçlendirirler	2	11.11
d	Toplumsal bellek oluşturur	4	22.22
e	Tek başına bir değişim başlatamaz	1	5.55
	TOPLAM	18	%100
	Toplam Katılımcı Sayısı	7	

Tablo 5. Belgesel Fotoğrafın Topluma Etkisi Hakkında Katılımcı Görüşleri

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu fotoğrafın toplumsal değişim için önemli bir anlatım aracı olduğunu düşünse de bir katılımcı farklı olarak fotoğrafın tek başına değişim başlatamayacağını düşünmektedir. Katılımcıya göre değişimin olabilmesi için farklı sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel bileşenlerin de devreye girmesi gerekmektedir. Bu sebeple, 4 katılımcı “Toplumsal değişime destek olur” konu başlığı ile toplumsal değişim yaratacak potansiyeli olduğu fikrini desteklemiş, ancak tek başına toplumsal değişim için yeterli olmadığını, başka unsurlarla birlikte onlara destek olabileceği fikrini belirtmek istemişlerdir.

Teknoloji ve iletişimin önemli olduğu bu dönemde özellikle görsel anlatımın tüm dünyada başat önemi olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle iktidarların kendi güçlerini koruyabilmeleri, yanlış ve manipülatif söylemlerin içerikli doldurabilmeleri için görsel işitsel medyaya ihtiyaçları olduğu söylenebilir. Gerçeklerin üzerinin örtülmeye çalışılmasının ve bir simülasyon dünyası yaratılmasının önünde en önemli direncin belgesel olduğu değerlendirilebilir. Zira hem alan yazın kaynaklarının, hem de katılımcıların görüş belirttiği gibi belgesel, kişi ve toplumların üstü örtülü sorunlarını gösterebilir, bilinçlendirebilir, bir kanı ve kamuoyu yaratabilir. Ancak daha önce de belirtildiği gibi belgesel tüm bu değişimi tek başına sağlayamayabilir. Değişimin olabilmesi için uygun zaman ve toplumsal altyapının da buna hazır olması gerektiği sonucuna varılabilir.

	Sözcük/Tema	Cevap Veren Sayısı	Yüzde %
a	Arşiv kaydetmek / Belgelemek	3	27.28
b	Sorgulamak / Sorgulatmak	2	18.18
c	Yeni bir vizyon oluşturmak	1	9.09
ç	Empati kurdurabilmek	1	9.09
d	Özgürleştirir	1	9.09
e	Bir derdi anlatır	1	9.09
f	Paylaşmak / yaymak	1	9.09
g	Görünmeyeni göstermek	1	9.09
	TOPLAM	11	%100
	Toplam Katılımcı Sayısı	7	

Tablo 4.9. Belgesel Sinemanın Amacı Sorusuna Katılımcıların Verdiği Cevap Dağılımları

Belge niteliği olan her değer, insanda düşünme ve eyleme geçme güdüsü doğurmasının yanı sıra; özellikle belgesellerin, toplumun içerisinde kalmış görünmeyenleri ve bilinmeyenleri ortaya çıkartmak gibi bir amacı olduğu düşünüldüğünde, toplumsal öz sorgulama mekanizmalarını çalıştıracak ve bunun sonucunda değişim ve gelişme sağlayacağını düşünmek yanlış olmayabilir. Bu durum, şeffaflaşmayı ve tüm toplumun demokratikleşerek, sorunlara eşit oranda müdahale edebilme gücünü ortaya çıkarabilmektedir. Böylece belgeseller sayesinde, toplum kendi iç dinamiklerinin farkına varabilir ve öz varlığına daha dürüst davranışlar gösterebilir. Katılımcıların bu görüşleri, alan yazın kaynaklarıyla aynı paralelliktedir. Bu paralelliğin bir sebebi, katılımcıların da aynı kaynakları okumuş olabilecekleri düşüncesidir. Diğer bir sebebinin de, belgeselcinin içindeki gerçeğe ulaşma çabası olduğu kabul edilebilir. Bu bilgilerden yola çıkarak alan yazın kaynaklarıyla uygulama yapanlar arasında bir eşgüdüm olduğu söylenebilir.

	Sözcük/Tema	Cevap Veren Sayısı	Yüzde %
a	Fotoğrafa başka bir düşünme alanı sağlıyor	1	14.28

b	Fotoğraf kendini daha sanat alanında tanımlamak zorunda	1	14.28
c	İkisi birbirinden etkileniyor	2	28.57
ç	Kare kare hikâye kurmak bakımından etkiliyor	2	28.57
d	Sinemanın görüntü ses yazı bileşenleri etkiliyor	1	14.28
	TOPLAM	7	%100
	Toplam Katılımcı Sayısı	7	

Tablo 4.10. Sinemanın Fotoğrafa Etkisi Üzerine Katılımcı Görüşleri

Fotoğraf ve sinema arasında bir yakınlık olduğunun söylenebilmesinin arkasında her ikisinin de eskiden pozlama, günümüzde tarama prensibiyle çalışıyor olması önemli bir kriter olarak düşünülebilir. Bu sebeple katılımcıların da belirttiği gibi birbirinden etkileniyor ve birbirlerinden yararlanıyor olduğu sonucunu çıkartmak mümkündür. Ancak sinemanın fotoğrafa olan etkisiyle ilgili görüşlerin, fotoğrafın sinemaya etkisi üzerine anlatılanlara göre çok daha sınırlı kaldığını söylemek mümkündür. Bunun sebebinin, fotoğrafın, sinemadan önce icat edilmişinden, içerik ve teknik çerçevelerinin sinemadan önce belirlenmesinden dolayı olabilir. Bu durum, katılımcıların, sinemanın fotoğrafa olan etkisi hakkında daha sınırlı fikir sunmaları sonucu doğurmuş olabilir. Ancak yine de hikayenin birden fazla karenin yan yana gelmesi prensibinden yola çıkılırsa, sinemanın da fotoğraf çekim ve gösterim tekniğine etkisi olduğu görülebilir. Özellikle son dönemlerde fotoğraf sergilerinde, fotoğrafla ilintili kısa ya da uzun açıklayıcı yazıların bulunması, fotoğraf gösterimlerine seslendirme ve/veya müziğin kurgu marifetiyle eklenerek sunulması, sinemanın fotoğrafçılar üzerindeki etkilerini gösterebilir. Fotoğraf gösterimlerinde yakınlık ya da uzaklaştırma (zoom in, zoom out), kararma (fade in, fade out) ya da erime ile geçiş (zincirleme geçiş ya da miks geçiş) gibi kurgu tekniklerinin kullanılıyor olması da bu görüşü güçlendirebilir. Alan yazında bu konu hakkında bilginin oldukça kısıtlı olması katılımcıların vermiş oldukları bilgileri çok değerli hale getirebilir. Buradan çıkan bilgiler, belgesel üzerine çalışma yapan uygulamacı ve akademisyenlere yeni kaynaklar yaratabilme yolunu açabilir.

Son olarak Belgesel Sinemanın Topluma Etkisine Yönelik Katılımcı Görüşlerine yönelik araştırma sonuçları Tablo 4.11.'de sergilenmektedir.

	Sözcük/Tema	Cevap Veren Sayısı	Yüzde %
a	Düşünme eylemi sağlar	3	15.79
b	Egemen olmayanların tarihini yazar	1	5.26
c	Toplumsal uyumu sağlar	1	5.26
ç	Toplumsal hafızayı / arşiv oluşturur	4	21.05
d	Bilinmeyenleri gösterir, farkındalık sağlar	3	15.79
e	İnsanların soru sormasını sağlar	3	15.79
f	Keşfetme ve öğrenme merakı sağlar	4	21.05

	TOPLAM	19	%100
	Toplam Katılımcı Sayısı	7	

Tablo 4.11. Belgesel Sinemanın Topluma Etkisine Yönelik Katılımcı Görüşleri

Belgesel sinemanın özellikle toplumsal hafıza oluşturmada ve yeni olay ya da görüşleri gün yüzüne çıkarmasında etkili bir mecra olduğu fikri önem kazanmakla birlikte; alan yazın ile paralellik sağlayan bu görüş, belgesel kavramının da var olma sebebi olarak görülebilir. Bu çalışmaya katılan tüm katılımcıların, iki tür belgeselle de ilgili benzer görüşleri sunmuş olmaları, gerek uygulamacılar gerekse de akademik kaynakların örtüştüğünü ve bu konuda bir fikir birliği oluştuğunu düşündürülebilir. Bu düşüncenin ön plana çıkmasının nedeni, belgesel görüntülerin, üzerinden ne kadar zaman geçerse geçsin, kaybolmamaları ve yeni hikâyeler aktarılırken tekrar tekrar kullanılarak hafızaları tazeliyor olmasından kaynaklanabilir.

SONUÇ

Belgesel kavramının anlamına ilişkin 14 katılımcının görüşlerine bakıldığında, belgeleme, gerçeklik, kayıt gibi kavramların öne çıktığı görülmüş ve katılımcıların belgesel kavramını bu alt kavramlar etrafında açıkladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ancak yine de bu kavramlara karşı olarak yaratılan gerçeklik olduğunu ve bir estetik yapı barındırması gerektiğini söyleyen karşıt görüşler de bildirilmiştir. Ortaya çıkan bu görüşlerde, uygulamacıların gerek fotoğraf makinesi gerekse de video kameralarla olay, mekân ya da kişileri kayıt altına aldıkları, kayıt altına alınan olay, mekân ve kişilerin gerçek kişilerden oluşması gibi yapıların ön plana çıktığı sonucuna ulaşılmıştır.

Fotoğraf ve sinema arasında bir bağ olup olmadığı, özellikle uygulayıcılar arasında uzun zamandır süregelen bir tartışma konusudur. Bu noktada, alan yazın kaynaklarda net bir fikir birliği olmasa da fotoğraf ve sinema arasında bir bağ olduğu, katılımcı görüşleri aracılığıyla net bir şekilde belirtilmektedir. Bağ olduğunu düşünen katılımcıların yarısından fazlası aracılığıyla, aradaki bağın teknik bağ olduğu, kullanılan çekim prensip ve tekniklerinin (kadrage, ışık, diyafram, enstantane, ISO vb.) ortak payda altında toplandığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak yine de küçük bir oranla fotoğraf ve sinema arasında bir bağ olmadığını söyleyen katılımcılar da bulunmaktadır. Bu katılımcılar, fotoğraf ve sinemanın birbirinden bağımsız iki farklı tür olduğu ve özellikle zaman mefhumu üzerinden birisinin “an”ı diğerinin “süreç”i temsil ettiği sonucuna varmışlar, üretimi yapan ekip ve ekipman bakımından da çok farklı olduklarını belirtmişlerdir. Bunların dışında her iki tür hakkında, hem katılımcılar hem de alan yazın kaynakları, hikâye anlatımı, kurgu ve yaratılan gerçeklik bakımından da ilişki olduğu sonucuna varmışlardır. Hikâyenin, her iki türün de itici dinamosu olduğu, ister fotoğraf, ister film olsun, hikâye konusunda ortak dinamikleri paylaştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Belgesel fotoğrafçılara yöneltilen belgesel fotoğrafın amacına yönelik katılımcı görüşlerine bakıldığında, insan hikâyelerini anlatma ve toplumsal sorunları ön plana çıkarma konularının daha belirgin hale geldiği sonucuna ulaşılmaktadır. Toplumsal sorunların incelenmesi, farkındalık yaratmak, toplumu bilgilendirmek ve hikâye anlatıcılığı alan yazında da en fazla anlatılan konular içerisinde yer almaktadır. Bu anlamda katılımcılar ile alan yazın kaynakları arasında uyum olduğu gözlenmektedir.

Fotoğrafın sinemaya etkisi hakkında katılımcı görüşlerine bakıldığında, fotoğrafın sinemaya etkisinin oldukça güçlü olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Belgesel fotoğrafçıların hemen hemen hepsi fotoğraf ile sinema arasında güçlü bir etkileşim olduğunu, bu etkileşimin de özellikle görsel dil ve teknik üzerinden geliştiğini belirtmişlerdir. Bunun sebebinin, fotoğrafın sinemadan önce icat edilmesi ve sinemayla benzer teknikleri kullanıyor olduğu sonucuna ulaşmak mümkündür. Geçmişte kullanılan pelikül, görüntülerin pozlama tekniğiyle oluşması, diyafram, enstantane ve ASA (ISO) gibi pozlamaya dair bileşenler ile tripod, doğal ya da yapay ışık kaynaklarının kullanımı gibi teknik bileşenler, hem fotoğraf hem de sinemada kullanılan bileşenler olduğu için, katılımcılar aradaki bağın güçlü olduğunu değerlendirdikleri görülmüştür. Alan yazın tarandığında belgesel fotoğraf ve belgesel sinema arasındaki bağın ne derece güçlü olduğunu merkezine alan bir kaynak bulunmamaktadır. Bu sebeple belgesel fotoğrafçı katılımcıların bu görüşlerinin, ileri araştırmalarda alan yazın kaynaklar için oldukça önemli olabileceği düşünülmektedir.

Belgesel fotoğrafın topluma olan etkisi hakkında katılımcı görüşlerine göre, katılımcıların çoğunluğu belgesel fotoğrafın toplumsal krizleri görünür kıldığını ifade etmiştir. Çeşitli sebeplerle göz ardı edilen ya da bilinmeyen

sorunların, belgesel fotoğraf aracılığıyla topluma duyurulduğunu, fotoğrafın, o insanların kendini anlatma aracı olduğunu söylemişlerdir. Böylelikle, etki seviyesine bağlı olarak, toplumsal farkındalığı ve değişimi tetikleyebileceği, çok sesli bir toplumsal yapısının oluşabileceği düşüncesi katılımcıların çoğunluğunun vardığı sonuçtur. Alan yazın kaynaklarda da belgesel fotoğraf ve toplum ilişkisinde katılımcıların aktarımlarıyla örtüşen bilgiler bulunmaktadır. Ayrıca fotoğrafın kalıcı yapısının, toplumsal bellek oluşturma noktasında da önemli bir etki yaratması ve fotoğrafın, filmde ayrı olarak çok daha kolay arşivlenebilmesi, gerektiğinde hızlı şekilde kitlelerle buluşturulabildiği sonucu doğmaktadır.

Belgesel sinema cephesine gelindiğinde ise katılımcılarla yapılan çalışma, belgesel sinemanın temel amaçlarının, kaydetmek/belgelemek ve sorgulamak/sorgulatmak olduğunu ortaya koymaktadır. Belgesel sinemayla ilgili alan yazın kaynaklarının da benzer bakış açısında olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılara göre yapılan her belgesel öncelikle belgedir ve arşiv özelliğiyle farklı zamanlarda o döneme ışık tutacak bilgiler içermektedir. Bu bilgiler, izleyicinin zihninde sorgulayıcı bir eylem oluşturmakta ve böylelikle farkındalık, empati kurabilme gibi düşünsel özellikleri hareketlendirmektedir. Belgeselin yukarıda aktarılan özellikleri sayesinde, seyircide farklı bir vizyon oluşturmak, görünmeyenleri göstermek, bir derdi dile getirmek ve bu derdi yayararak toplumun diğer kesimleriyle bir empati kurulmasını sağlamak gibi bir amacı olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu bağlamda çok daha özgür düşünceli bir toplumsal yapının da temeli atılabileceği sonucu doğmaktadır.

Sinemanın fotoğrafa olan etkisi konusundaki görüşler incelendiğinde, belgesel sinemacılar, belgesel fotoğrafçıların bakış açılarının aksine, her iki türün de birbirinden etkilendiği, dolayısıyla ikisinin de birbirinden üstün olmadığı görüşünü savunmaktadır. Ancak, karelerin bir araya gelmesinden oluşan sinematik hikâyelerin fotoğrafa etki ettiği ve belgeselin içeriğindeki anlatım gücünün, birbiriyle ilgili karelerin bir araya gelişiyle yaratılabildiği sonucu, belgesel sinemacılar tarafından belirtilmiştir. Belgesel sinemacı katılımcılar, fotoğrafın erken döneminde üretilen anlatıların hepsinin, belge fotoğraf olarak kaldığı, ancak sinemanın, hikâyenin kullanımıyla birlikte, belge fotoğrafı, belgesel fotoğrafa çevirebilme gücüne kavuşturduğu sonucuna varmışlardır. Varılan bu sonuç önemlidir; zira böyle bir saptama alan yazın kaynaklarda göze çarpmamaktadır.

Belgesel sinemanın topluma etkisi hakkında katılımcı görüşlerine bakıldığında, toplumsal hafızayı oluşturma, keşfetme ve öğrenme merakı yaratma özellikleri öne çıkmaktadır. Toplumsal hafıza konusunun gerek belgesel sinemacıların gerekse belgesel fotoğrafçıların önem verdiği bir konu olarak öne çıktığı sonucuna ulaşmak mümkündür. Her iki belgesel türünün temsilcileri toplumsal hafızanın canlı kalmasını önemsemekte ve belgeselin o canlılığı beslediğini savunmaktadır. Yine belgesel sinemanın keşfetme ve öğrenme konusunda toplumsal merak uyandırdığı hakkında da genel bir kanaata ulaşılmaktadır. Bu noktada da alan yazın kaynaklarıyla katılımcılar arasında paralel bir bakış açısı görülmektedir. Belgesel fotoğrafçılar gibi belgesel sinemacılar da, belgeselin düşünme eylemi sağladığı, bunun sonucu olarak da izleyicilerin soru sorma ya da sorgulama edimi içine girmelerinin yolunu açtığı sonucuna ulaşmışlardır. Böyle düşünmelerinin arkasında, yapmış oldukları gösterimlerden gelen eleştiriler ve sayısal paylaşım ağlarından yöneltilen öneri, katkı ya da tepkiler olduğunu ifade etmişlerdir.

KAYNAKÇA

- Cerci, S. (1997). *Belgesel Film*. 1. Basım. Şule Yayınları: İstanbul.
- Çetinkaya, E. (2007). *Belgesel Fotoğraftan (Durağan Görüntüden) Belgesel Sinemaya Geçişte Gerçekliğin Boyutu*. Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Fluser, V. (1991). *Fotoğraf Felsefesine Doğru*. İstanbul: Ağaç Yayıncılık
- Katz, E. (1994). *The film encyclopedia*. New York: Harper Perennial
- Nichols, B. (2017). *Belgesel Sinemaya Giriş*. (çev. D. Eruçman). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi
- Oral M. (2006). Fotoğraf ve Toplumsal Değişme. *Toplum Bilim Dergisi Fotoğraf Özel Sayısı Sayı*, İstanbul
- Özgen,H.K. (2017). *HD Video Teknolojisinin Türk Belgesel Sinemasına Etkisi:(Dijital) Sinematografinin Keşfi*, Sanatta Yeterlik Tezi, Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara
- Rosen, P. (1993). *Theorizing Documentary*. (Ed. Micheal Renov). Routlage: NewYork London
- Rotha, P. (1968). "Belge Filmciliğin Bazı İlkeleri, Documentary Film (çev. Arsal Soley). *Türk Dili Sinema Özel Sayısı*
- Scognamillo, G. (1998). *Türk Sinema Tarihi (1896–1997)*, İstanbul: Kabalcı Yayınevi
- Yaygın, M. (2009). *Fotoğraf İdeolojisi*, İstanbul: Kalkedon

- Yaykın, M. (2011). *Fotoğraf İdeolojisi Algıda Gerçeğin Bozulumu*, 2. Baskı, İstanbul: Kalkedon Yayınları
- Yıldırım, A. Şimşek, H. (2018). “*Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*”. Ankara: Seçkin Akademik ve Mesleki Yayınlar
- Yurdalan, Ö. (2007). *Belgesel Fotoğraf ve Fotoröportaj (Beşinci baskı)*. İstanbul: Agora Kitaplığı