
TEKSTİL VE MODA TASARIMI KONULARI

Editör: Dr.Öğr.Üyesi Ayşegül HAMAMCI

Dr.Öğr.Üyesi Bahar YILDIZ

Tekstil ve Moda Tasarımı Konuları

Editör

Dr.Öğr.Üyesi Ayşegül HAMAMCI

Dr.Öğr.Üyesi Bahar YILDIZ

yaz
yayınları

2025

Tekstil ve Moda Tasarımı Konuları

Editör: Dr.Öğr.Üyesi Ayşegül HAMAMCI

Dr.Öğr.Üyesi Bahar YILDIZ

© YAZ Yayınları

Bu kitabın her türlü yayın hakkı Yaz Yayınları'na aittir, tüm hakları saklıdır. Kitabın tamamı ya da bir kısmı 5846 sayılı Kanun'un hükümlerine göre, kitabı yayınlayan firmanın önceden izni alınmaksızın elektronik, mekanik, fotokopi ya da herhangi bir kayıt sistemiyle çoğaltılamaz, yayınlanamaz, depolanamaz.

E_ISBN 978-625-5547-67-5

Mart 2025 – Afyonkarahisar

Dizgi/Mizanpaj: YAZ Yayınları

Kapak Tasarım: YAZ Yayınları

YAZ Yayınları. Yayıncı Sertifika No: 73086

M.İhtisas OSB Mah. 4A Cad. No:3/3
İscehisar/AFYONKARAHİSAR

www.yazyayinlari.com

yazyayinlari@gmail.com

info@yazyayinlari.com

İÇİNDEKİLER

Evvel Zaman İçinde “Mendil”in Serüveni.....	1
<i>Ayşegül HAMAMCI</i>	
Örme Sanatında 3D Yazıcı Teknolojisinin Yeri: Uygulamalı Bir İnceleme	15
<i>Esra ÖĞÜLMÜŞ ÖZKUM, M. Biret TAVMAN ERTUĞRUL</i>	
İletişim Biçimi Olarak Giysi Modasında Tipografi Kullanımı.....	35
<i>Bahar YILDIZ</i>	
Giysi Tasarımına Amatör Bir Yaklaşım: Cosplay ve Kültürü	55
<i>Cantürk ÖZ</i>	
Sıfır Atık Kalıp Tasarımı ve Tangram: Geometrik Prensiplerin Sürdürülebilir Moda Tasarımına Etkisi	71
<i>Hümeysra ÇAKIR</i>	
Moda, Göstergebilim ve Toplumsal Giyim	88
<i>Nursen GEYİK DEĞERLİ</i>	
Desenin Tasarımdaki Yeri.....	109
<i>Sevil YILMAZ AYKUL</i>	
Yapay Zekânın Tasarıma Etkisi.....	121
<i>Sevil YILMAZ AYKUL</i>	

"Bu kitapta yer alan bölümlerde kullanılan kaynakların, görüşlerin, bulguların, sonuçların, tablo, şekil, resim ve her türlü içeriğin sorumluluğu yazar veya yazarlarına ait olup ulusal ve uluslararası telif haklarına konu olabilecek mali ve hukuki sorumluluk da yazarlara aittir."

EVVEL ZAMAN İÇİNDE “MENDİL” İN SERÜVENİ

Ayşegül HAMAMCI¹

1. GİRİŞ

Mendil; ipek, pamuk, keten veya kenevir liflerinden dokunarak elde edilen, antik çağlardan günümüze farklı kültürlerin günlük yaşantısında sıkça kullandığı, bünyesine yüklenen manevi anlamlarla günümüze kadar ulaşan, aksesuar olarak kullanım alanı sadece erkek takım elbiselerinin cebi ile sınırlı kalsa da halen daha kullanılmaya devam eden bir aksesuardır. Rönesans dönemini Avrupa topluluklarında vücutlarında oluşan kötü kokuyu bastırmak için üzerlerinde taşıdıkları kokulu mendiller zaman zaman imparatorların yaşam biçimleriyle sembolleşmiştir. Orta Asya Türk toplumunun destanlarında, masallarında da mendile rastlamaktayız. Türk kültürümüzün geleneksel giyim kuşamında, adet ve göreneklerinde, doğumdan ölüme kadar geçen yaşam sürecinde mendilin kullanıldığı sembolik anlamların yüklendiği bilinmektedir. Mendil sahip olduğu kare veya dikdörtgen formunun çok üstünde bir anlam bütünlüğüne sahip objedir diyebilmekteyiz.

Günlük yaşamımızda mendili çok aktif bir şekilde kullanmaktayız. Yeme içmeden sonra elimizi ve ağzımızı silerken, burnumuz aktığında burnu temizlerken, terlediğimizde yüzde ve alında oluşan teri kurulamak için kullandığımız mendil

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Bucak Emin Gülmez Teknik Bilimler MYO, Tasarım Bölümü Moda Tasarım Programı, aysegulhamamci32@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-6005-2158.

vazgeçilmez işlevsel bir nesnedir. Gelişen günümüz teknolojisinde mendilin malzemesi değişmiş dokuma kumaşlardan daha hijyen olduğu kabul edilen tek kullanımlık ürün şeklinde üretilmeye başlanmıştır.

Mendilin kavram karşılığı, “peşkir, yağlık” olarak tanımlanır (Devellioğlu, 2003: 614). Divanü Lûgat-it-Türk’te mendili tanımına baktığımızda “*ulatu*” kavramını görmekteyiz ve “burun temizlemek için koyunda taşınan ipek kumaş parçası” olarak tanımlanmıştır (Atalay, 1992: 136). Ötüken Türkçe Sözlük’te mendil: 1. “*Burun silmek, ter silmek, el, yüz ve gözyaşlarını kurulamak amacıyla kullanılan, kenarları çekilmiş veya işlenmiş dörtgen biçimli kumaş veya yumuşak kâğıt parçası.* 2. *Erkek takım elbiselerini tamamlayıcı nitelikte sol yaka cebine konulan küçük kumaş parçası.* 3. *İçine bazı küçük şeyler konulan oldukça geniş dokuma.* 4. *Sofra yaygısı, sofra bezi.* 5. *Önlük.* 6. *Sığır gerdanıdır.*” Olarak tanımlanır (Çağbayır, 2007: 3135-3136). Farsçandan Türkçeye “destimâl” olarak geçen sözcük Dede Korkut Hikâyeleri’nde destmal, desmal, destemal olarak da karşımıza çıkar (Uysal, 2020: 108). Türk kültüründe kullanılan mendil sembolik unsurlardan biridir. Çağlar boyunca insanoğlunun toplumdaki pozisyonunu ve duygu durumunu sergileyebildiği sembolik bir obje olmuştur. Mendil yeri geldiğinde iletişim dili olmuş, kelimelere dökülemeyenler mendille ifade edilmiştir. Sevenler, sevdalarını mendile nakşetmiş; hamile anneler yavrularına hazırladıkları mendillerle bebeklerinin yolunu gözlemişlerdir. Aşk acısı çekenler, sevdiğini hatırlatan mendilleri saklayarak avunmuşlardır. Mendil işlemesiyle, rengiyle, sözsüz iletişimde önemli rol üstlenmektedir (Ünalın, 2023: 100).

2. ANTİK ÇAĞ VE AVRUPA'DA MENDİL

Mendilin ihtişamı ve asaletinin tarihi Antik Mısır'a dayanır. 35.000 yıl önce insanoğlu basit dokumayı öğrendi. MÖ. 4000 yılın ortalarına denk gelen dönemde tarihi kaynaklara göre Hierakonpolis'te törenlerde ilk keten kumaştan dokunmuş cep mendilleri kullanılmıştır. O dönem koşullarında keten lifinden dokunan kumaşa oksit tozu kullanılarak kırmızı renk verilmiştir. MÖ. 2000 yılına kadar Mısırın zengin halkı özel yöntemlerle ağartılmış beyaz ketenlerden yapılmış mendilleri üzerlerinde taşıyordu. Ketenin işlem görmemiş doğal rengi olan kirli beyaz veya inci grisi renkte mendillerinde kullanıldığı bilinmekte. İpek o dönemde Çin'den gelmekteydi ve sınırlı miktarlardaydı bu sebeple sadece en üst tabakadaki soylular ipek mendiller kullanırdı (Salmış, 2023).

Mendilin hikâyesi aynı anda çeşitli yerlerde ortaya çıkar. Hepimiz insanız, bu yüzden hepimizin vücut fonksiyonları aynı çalışır. Çin'de, MÖ. 1000'de Chou hanedanından kalma, kumaş parçaları tutan figürleri gösteren arkeolojik kanıtlar bulunmuştur. Bunun, yüzlerini güneşten korumak veya günümüzde geleneksel mendilleri kullandığımız şekilde kullanmak için pratik amaçlarla yapıldığı düşünülüyordu, burnumuzu silmek, alnımızdaki teri silmek veya bir döküntüyü temizlemek için (URL 1). Antik Yunan ve Roma'da ketenden dokunan mendiller kullanılmaktaydı. Mendiller bilinen işlevinin dışında statü göstergesi olarak kullanılmasının yanında arazi kayıtlarının tutulduğu arşiv kayıt niteliğini de taşımaktaydı (Ersun, 2020: 115-125). Arenalarda Roma imparatorunun Gladyatör oyunlarını başlatan bir işaret olarak kullanılması, Yunan kültüründe güzel koku yayması amacıyla parfümlü mendillerin taşınması hatta kiliseye bağlılığın sembolü olarak Katolik Kilisesi üyelerinin sol kollarına eklediği ve böylelikle mendilin kutsallıkla ilişkilendirilmesi uzun tarihsel süreç içerisinde farklı amaçlara hizmet ettiğinin göstergesidir (URL 2).

Orta çağda bir şövalye, iyi şans tılsımı olarak bir hanımın mendilini miğferinin arkasına bağlardı. 15.yy'da Avrupalı tüccarlar Çin'den çok sayıda köylü başörtüsüyle döndüler ve Avrupalılar bunları moda aksesuarları olarak benimsediler. Rönesans portrelerinin (Resim 1) hem erkekleri hem de kadınları dantel işlemeli ve kenarları dantelli mendiller tutarken resmedilmiştir (Peri, 1992: 10).



Resim 1. (Peri, 1992: 10)



Resim 2. (URL 3)

Mendiller Shakespeare oyunlarında yer alır (Resim 2)- *Cymbeline*, *As You Like It* ve en akılda kalanı *Othello'dur*; *Othello'da* bir mendil yüzünden yaşanan bir anlaşmazlık sonucu önce karısını, sonra da kendini öldürür. Bir zamanlar çok değerli kabul edildikleri için çeyizlerde listelendiler ve vasiyetlerde miras bırakıldılar. Bir mendilin varlığı 1665'e kadar uzanan yayınlarda kaydedilmiştir. Pers'te bunlar asaletin bir işareti olarak kabul edilirdi ve krallara saklanırdı. Portreleri için oturan aristokratlar, statülerini ve konumlarını belirtmek için resme bir mendil eklenmesini isterlerdi, ne kadar süslü olursa o kadar kabul görürdü (URL 3).

Zenginliğin simgesi olarak kabul edilen mendiller, 1785 yılında XVI. Louis' in kendisinden daha büyük bir mendil taşımamasını yasaklayan bir kararname çıkarmasına kadar giderek büyük bir olay haline gelmiştir. Kadınlar ve flört söz konusu olduğunda, mendil, meraklı gözlere açık mesajlar göndermek için

gizli bir aracı olarak hizmet ediyordu. Kısa süre sonra, Viktorya dönemine kadar varlığını sürdüren bir flört dili gelişti. Altın ve gümüş ipliklerle işlenmiş mendiller taşıyan Kraliçe I. Elizabeth'in, personeliyle ilgilenmek için mendil jestlerinden oluşan bir kelime dağarcığı yarattığı söylenirdi. Kraliyete rağmen, ortalama bir erkeğin mendilleri 1920'lere kadar çoğunlukla beyaz renkteydi. Bir hanımefendi süslemek isterse, mendillerine renkli çiçekler veya başka resimler işlerdi (URL 3).

İlk dönemlerde kullanılan mendiller statü sembolü olarak değerlendirilmekteydi. Mendilde kullanılan kumaş, renk ve desenler kişinin bağlı olduğu toplumsal sınıfı ve o topluluğa olan bağlılığını sembolize etmekteydi. Helenistik çağ ve Roma dönemlerinde kullanılan mendil (Resim 3-4) renk ve özellikleri bakımından sahibinin iktidarı ve zenginliğinin sembolü sayılmaktaydı.



Resim 3-4. (Ersun, 2020: 123-124).

3. ORTA ASYA TÜRKLERİ VE OSMANLI'DA MENDİL

11.yy'ın önemli kaynaklarından Divan-ı Lügat'it Türk'te "Ulatu" olarak tanımlanan mendil 15.yy.da kaleme alınan Dede Korkut Hikâyelerinde "destmal" kelimesiyle karşılık bulmaktadır. Türk kültüründeki mendillerin günlük kullanımı, sembolik yönü ve biçimsel özellikleri açısından günümüz coğrafyasında karşılaşılan her kültürde izlerini görebilmekteyiz. Uygur Türklerine ait duvar resimlerinde (Resim 5) bel aksesuarı olan kemer ucuna tutturulmuş mendil figürü görülmektedir (Uysal, 2020: 106- 108).



Resim 5. (Uysal, 2020: 111)

Belli dönemlerde hüküm sürmüş Türk devlerleri dönemlerinde Türk hükümdarları minyatürler ve resimlerde ikon haline gelmiş sembolik oturuşlarıyla yani bağdaş kurarak veya dizleri üzerine oturarak (Resim 6 ve 7 Osmanlı Devleti padişahı Yıldırım Beyazıt ve Timurluların son sultanı Hüseyin Mirza minyatürleri) ve bulundukları mevkiyi sembolize eden, ellerinde elma, and kadehi, çiçek veya mendillerle resmedilmiştir (Uysal, 2020:110).



Resim 6-7. (Uysal, 2020: 111)

Divanü Lûgat-it-Türk'te “*ulatu*” kelimesi mendil kavramının yerine kullanılmış ve bu kelime de “*burun temizlemek için koyunda taşınan ipek kumaş parçası*” olarak tanımlanmıştır (Atalay, 1992: 136). Bazı araştırmacılar bu bilgiden yola çıkarak Türklerin mendili Orta Asya'dan getirdiğini ve Avrupalıların da Haçlı seferleri sırasında da bu nesneyi onlardan öğrendiğini savunmaktadır. Osmanlı döneminde kullanılan mendiller günlük kullanımın dışında sembol ve süs amaçlı da kullanılmıştır. Osmanlıda gelişen önemli olaylar, haberleşmeler, yapılan antlaşmalar, tamamlanan yapılar mendil üzerine ya resmedilerek veya yazı yazılarak duyurulmuştur. Topkapı Sarayı Müzesi'nde sergilenen ve XVII. yüzyıla ait olan mendiller kullanım amacına göre ‘*burun ve ter mendili, matem mendili, enfiye mendili ve merasim mendili*’ olarak gruplandırılmıştır.



Resim 8: Hal' Fetvası (Padişah II. Abdülhamid'in Tahttan İndirilme Fetvası) (Aydemir, 2017: 17)

Aydemir'in koleksiyonunda bulunan (Resim 8) Mendilin sol bölümde V. Mehmed Reşad'ın portresi bulunmaktadır. V. Mehmed Reşad Nisan 1909 ile Temmuz 1918 tarihleri arasında hüküm sürmüş Osmanlı İmparatorluğu'nun 35. Padişahıdır. Osmanlı İmparatorluğu'nun son padişahı Sultan Vahdettin (VI. Mehmed) V. Mehmet Reşat'ın vefatının ardından tahta çıkmıştır. Mendilde yer alan portrenin üzerindeki yazıda “*Şevketli, Saadetlü, Sultan Mehmed-i Hamis Hazretleri*” (Haşmetli, Allah'ın Rızasına Ermiş Sultan Beşinci Murad Hazretleri) yazmaktadır (Aydemir, 2017: 17).



Resim 9-10. II. Meşrutiyet Dönemi Mendili (Aydemir, 2017: 17)

Resim 9 ‘da ki mendil örneği Meclis-i Mebusan’ın hatırasına hazırlanmıştır. Mendilin üzerinde bulunan iki bayrağın hemen altında “*Yadigâr-ı Meclis-i Mebusan*” (Meclis-i Mebusan Hatırası) yazmaktadır. Onun altında ise “*fi 4 Kanun-i Evvel sene 1324*” (17 Aralık 1908) yazmaktadır. Resim 10’da İttihat ve Terakki Cemiyeti’nin önde gelen isimlerinden Resneli Niyazi Paşa’nın portresinin yer aldığı mendil bulunmaktadır. II. Meşrutiyet’in ilanına yol açan ayaklanmanın lideri olan Niyazi Paşa’nın portresinin altında “*Kahraman Niyazi Bey sene 11 Temmuz 1324*” (24 Temmuz 1908) yazmaktadır. Mendilin köşelerinde ise, sol üstte “*yaşasın kahraman askerler*”, sol altta “*yaşasın vatan*”, sağ üstte “*yaşasın hürriyet*” ve sağ altta “*yaşasın İttihat ve Terakki Cemiyeti*” yazmaktadır. Belli dönemlere ait mendiller genellikle siyasi hareketlerin olgunlaşması, savaşlar için destek bulma, milliyetçiliğin artırılması, ülkelerin ve hükümdarların büyüklüklerini sergileme çabalarını açıkça göstermektedir (Aydemir, 2017: 17).

4. TÜRK HALK KÜLTÜRÜNDE MENDİL

Mendiller Türk kültüründe dini törenlerden gündelik hayata, edebi metinlere, meddahların omuzlarından Türk

askerlerinin rütbe işareti olarak kullanılmasına, hediye geleneğimizin önemli bir unsuru olarak pek çok alanda varlık göstermiştir. Mendil yöreye göre farklılık gösteren geleneksel kadın veya erkek kıyafetlerinin de öne çıkan unsurudur.

Türk halkının adet ve geleneklere göre neşeli zamanlarda mani söylerken alkış tutarak, pullu, işlemeli mendil sallanır. Maniciler ellerinde ayrılık manileri söylerken mendil bulundurulur. Mani söylerken, söylenilen maninin konusuna uygun olarak mendil, yazma, çiçek, bayrak vb. unsurlar kullanılır. Cenazelerde ölen kişinin yakınlarının ellerinde mendiller vardır. Eskiden sevdalı kız, yârine sevgisini belli etmek için mendil atar, delikanlı da gönlü varsa mendili öpüp koynuna koyarmış (Artun, 2007: 2-3). Mendilin rengi, desenleri ve işlemeleri de kendi içinde derin bir mana ve farklı anlamlar barındırır.

Mendil ihtiyaçtan iletişime sembolik dil bağlamında çok fonksiyonlu bir nesnedir. Yaşamış bütün uygarlıkların benimsedikleri fikirlerin, inançların ve adaletin işlevsel halk bilimi kuramına göre motiflerin bir bütünü oluşturmaları gibidir (Yolcu, 2016:272).

Günümüzde mendil her ne kadar tek kullanımlık kağıt malzemeden üretilseler de geleneklerimizi yaşatmaya çalıştığımız çağda kız isteme törenlerinde mendil verme geleneği devam etmekte, çeyiz sandığında yerini almakta, halay başlarında mendil sallanmakta, çocuk oyunlarında mendil kullanılmakta kısaca mendilin sembolik kullanımını çok geniş bir yelpazede devam ettirmektedir.

5. AKSESUAR OLARAK MENDİL

Türk halk kültürüne ait geleneksel kadın ve erkek kıyafetlerinde aksesuar olarak ipek, keten veya pamuklu dokuma kumaşlardan nakışla süslenmiş, kenarları oyalanmış mendiller

kullanılmıştır. İçinde yaşadığımız 21.yy’da günlük kullanımda artık ipek veya kumaş mendiller pek kalmamış yerini tek kullanımlık kağıt mendillere bırakmıştır. Günümüzde kumaş mendiller kadın kıyafetlerinde pek rastlamadığımız daha çok erkek takım elbiselerinin mendil cebinde aksesuar olarak kullanılırken görmekteyiz. Şıklığı temsil eden sembolik bir obje haline gelmiştir.

Aslında bize özgü değil ama bizim de sahip çıktığımız bir erkek hoşluğu diye kabul edilmektedir. 19. yüzyıl Avrupa’sında iki parçalı takım elbisenin yükselişiyle birlikte ortaya çıktığı, ipek mendilin ceketlerin üst cebinde faydalı bir aksesuar şeklinde taşındığı bilinmekte. Hatta erkeklerin ceket cebindeki bu mendili olur olmaz kullanmamak için, bir de pantolon ceplerinde günlük kullanım için mendil taşıdıkları görülmüştür (Koçu, 1996: 172). Refik Halid Karay *“Eskiden erkekler, katlanarak ütülenmiş mendilleri şimdikiler gibi ortalarından tutup silkeledikten sonra yalnız uçları dışarıya gelmek şartı ile ceket ceplerine koymazlardı”* der ve devam eder: *“Yeni usul mendil taşıma âdeti aşağı yukarı kırk yıllıktır.”* (Tavernier, 2014:142).

Mendili bir statü sembolü olarak sergilemek cep mendili şeklinde devam etti. Bu artık mendilden farklı olsa da, cep mendili takma geleneği mendile saygıyla başladı. Bu nedenle cep mendili, cebinizdeki çeşitli içeriklerden uzakta, sol üst göğüs cebinde takılır. Cep mendili bir mendil değildir, ancak eski mendillerin ilettiği tüm incelik işaretlerini taşır. Genellikle, geleneğe uygun olarak, ipek veya saten gibi zarif kumaştan yapılır ve kullanıcısını ince bir moda anlayışına sahip bir beyefendi olarak ayıran bir aksesuar olarak nakış işlenir veya baskı yöntemi ile zengin bir görünüm verilebilir.

6. SONUÇ

Tarihin her döneminde mendilin iletişim aracı olarak kullanıldığı özel anlatım dilleri olduğu görülmektedir. Bir kumaş parçasının yalnızca Türk toplumunda değil, farklı coğrafyalarda da güçlü bir kültürel mirasa sahip olduğunu söyleyebilmekteyiz.

Mendil günlük yaşamda kullanılan basit bir nesneden, sosyal ve kültürel bir sembole dönüşmüştür. Mendilin halk bilimi açısından da çok uzun bir tarihi bulunmaktadır. Şiirlerde, manilerde, türkülerde, oyunlarda, masallarda, halaylarda, horonlarda mutlaka mendille karşılaşırız. Tarlaya çalışmaya giden yiyeceğini sarmış, toprak yorunca terlemiş terini silmiş, sevdalanmış hüznülenmiş gözyaşını silmiş, evlilik için verilen sözler mendille verilmiş, bayramlarda mendiller hediyeleşme unsuru olmuştur. Bugün mendil, hala bazı geleneklerde ve kültürel kutlamalarda önemli bir yere sahiptir ve özellikle kumaş mendiller sembolik anlamlara bürünerek kullanılmaya da devam edilmektedir. Antik çağlardan günümüze kadar ulaşan bir tekstil ürünü mendile siyasal ve toplumsal anlamlar yüklenmiştir. Malzemesi, renkleri, boyutları, görünüşleri değişse de kullanıldığı çağa uygun mesajlar aktaran sembolik obje olarak bugünlere kadar serüvenini devam ettirmiştir.

KAYNAKÇA

- Atalay, B. (1992). Divânü lügati't-Türk tercümesi I. Ankara: TDK Yayınları.
- Artun, E. (2007). *Türk Halk Kültüründe Mani Söyleme Geleneği, Manilerin İletişim Boyutu ve İşlevselliği*. <https://turkoloji.cu.edu.tr/>, Erişim: 20.12.2024.
- Aydemir, H.O. (2017). Tarihi Hatıra Mendilleri. H. Oğuz Aydemir Koleksiyonu.
- Çağbayır, Y. (2007). Ötüken Türkçe sözlük. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Devellioğlu, F. (2003). Osmanlıca-Türkçe ansiklopedik Lûgat. Ankara: Aydın Kitapevi.
- Ersun, D. (2020). *Bir Obje Tekstil Ürünü ve İkonografik Olarak Mappa Kullanımı*, Journal of Universal History Studies (JUHIS), 3(1), June, 2020 , pp. 115-125
- Koçu, R.E. (1996). Türk Giyim, Kuşam, Süslenme Sözlüğü, 2. Basım, İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Peri, P. (1992). The Handkerchief. Publisher: Modena, Italy: Zanfi Editori, 1992
- Salmış, F. (2023). "Mendilin İşlemeli Tarihi" Türkiye Ekspres Haber | Son Dakika | Güncel Haberin.. www.turkiyeekspreshaber.com/. Erişim: 24 Aralık 2023.
- Tavernier, J.P. (2014). 17. Yüzyılda Topkapı Sarayı. İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Uysal, G. (2020). *Dede Korkut Hikâyelerinde Mendil Sözcüğünün Kavramsal Alanı*. Uluslararası Dede Korkut Bilgi Şöleni Ve Deli Dönmez'e Ad Vërme Çalıştay'ının Bildiriler Bétiği. Süleyman Demirel Üniversitesi- Türk Dili Derneği. Kutlu Yayınevi. İstanbul.

Ünalan, Ö. (2023). *İşlevsel Halk Bilimi Kuramı Çerçevesinde Türk Halk Kültüründe Mendil*, Motif Akademi Halkbilimi Dergisi, 2023, Cilt: 16, Sayı: 41, 98-122.

Yolcu, M. A. (2016), Halk bilimi araştırma kuram ve yöntemleri. (ed.: M. Aça), Halk Bilimi El Kitabı, Konya. Kömen Yayınları, 225-305.

URL 1. <https://hankybook.com/handkerchief-history/> The Complete Handkerchief History - HankyBook" Erişim: 19.02.2025

URL 2. www.turkiyeekspreshaber.com/ "Mendilin İşlemeli Tarihi". Erişim: 19.02.2025

URL 3. Handkerchief History. <https://handkerchiefheroes.com/home/> Erişim: 21.02.2025

ÖRME SANATINDA 3D YAZICI TEKNOLOJİSİNİN YERİ: UYGULAMALI BİR İNCELEME¹

Esra ÖĞÜLMÜŞ ÖZKUM²

M. Biret TAVMAN ERTUĞRUL³

1. GİRİŞ

Örme, insanlık tarihinin en eski el sanatlarından biri olarak hem işlevsel hem de estetik anlamda önemli bir yer tutmaktadır. İnsanın doğayla ilişkisini şekillendiren ve teknolojik gelişmelerle paralel olarak dönüşüm gösteren bu geleneksel sanat dalı her geçen yüzyılda farklı kültürlerin kimliklerini yansıtan bir araç haline gelmiştir. Örme sanatı, iplik ve diğer malzemelerin düzenli bir biçimde birbirine geçirilmesiyle yapılan bir üretim sürecidir. Bu süreç, yalnızca fiziksel nesnelerin üretimiyle sınırlı kalmaz, aynı zamanda toplumsal yapıları, gelenekleri ve kültürel değerleri de barındırmaktadır (Tavman ve Oskay, 2012). Örme üretimi ve sanatı sanatçının ifade biçimine ve estetik anlayışına göre şekillenmiş olup içinde bulunduğu toplumun sorunlarını iletmek gibi geniş bir yelpazede eserler vermektedir.

Günümüzde birçok sanat dalında geleneksel süreçten dijital sürece olan evrimleşme meydana gelmiş olup bu dönüşüm artarak devam etmektedir. Tekstil sanatı ve örme sanatı, dokunsal

¹ Bu bölümde araştırma ve uygulama sürecinde Marmara Üniversitesi 10123 no lu bap proje desteği bulunmaktadır.

² Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Topkapı Üniversite, Plato MYO, Tasarım Bölümü, İstanbul, esraogulmusozkum@topkapi.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6854-1020.

³ Prof. Dr., Marmara Üniversite, Güzel Sanatlar Fakülte, Tekstil Bölümü, İstanbul, birettavman@yahoo.com, ORCID: 0000-0003-4028-1524.

yönü ile ortaya çıkan bir yapı olması sebebi ile bu süreçte daha yavaş adımlarla ilerlemekle birlikte teknolojinin olanaklarından üretim sürecinde yararlanmaktadır (Teyssier ve Martin, 2021:77). Örme yapı oluşumu ve sanatın ifade ediliş sürecinin sayısal ortama aktarımı, söz konusu alan için yeni bir bakış açısı ve farklı bir teknik oluşturmaktadır. Dijital süreçlerin sanat alanında yorumlanması hem ortaya çıkan bilgisayar destekli yazılımlar ile hem de 3D baskı teknolojileri gibi güncel teknikler ile mümkün kılınmaktadır (Wands, 2006:28).

3D baskı geleneksel tekniklerle birleşerek yaratıcı potansiyeli yeni boyutlara taşımakta ve sanatçılara daha önce mümkün olmayan tasarım ve üretim olanakları sunmaktadır. Bu dijital üretim yöntemi, başlangıçta sağlık, inşaat, moda ve endüstriyel alanlarda gelişim göstermekle birlikte devam eden süreçte endüstrinin ötesine geçerek sanatsal alanlarda devrim niteliğinde uygulamalar yaratmaktadır (Wilson, 2022:54).

3D yazıcılar, dijital ortamda tasarlanan modellerin fiziksel ürünlere dönüştürülmesini mümkün kılarak üretim süreçlerine büyük bir esneklik kazandırmaktadır. Geleneksel üretim yöntemlerinden farklı olarak, bu teknoloji malzeme kullanımını optimize eder, yaratım süreçlerini hızlandırır ve kişiselleştirilmiş üretim olanakları sağlar. Bu gelişmeler, sanatın biricik olma ve estetik yönünü zedelemeyen bir dönüşüm yaratmayı mümkün kılmaktadır (Thompson, 2016:14).

3D yazıcılar sanat alanında, heykel ve enstalasyon üretim tekniklerinin yaratım süreci sunmaktadır. Sanatçılar, dijital tasarımlarını doğrudan fiziksel objelere dönüştürerek, hayal gücünü özgürce ifade edebilmektedir. Bu teknoloji, karmaşık geometrik formların ve organik şekillerin üretiminde sanatsal sınırları zorlamakta, sanatın üretim sürecini hızlandırmakta ve geleneksel el işçiliğinin yerini alabilecek alternatif yollar sunmaktadır. Bu etkileşim, doğal olarak disiplinlerin herhangi

birinde meydana gelen bir değişimin öteki disiplini etkilemesi, disiplinler arası yaratım süreçlerini pozitif yönde etkileyerek sonuçlanmaktadır (Edeer, 2005, s.26). Aynı zamanda, üretim aşamasında ve dahası sergileme yöntemlerinde yaşanan hız ve maliyet avantajları, sanatçılara eserlerini daha geniş kitlelere ulaştırma fırsatı tanımaktadır.

3D yazıcı teknolojisine sadece örme ve tekstil lif sanatı açısından değil, tekstil endüstrisi açısından ele aldığımızda kumaş ve tekstil ürünlerinin tasarım ve üretim süreçlerini yeniden şekillendirmektedir. Geleneksel dokuma ve örme tekniklerinin ötesinde, üç boyutlu kumaş yapıları ve form odaklı tekstil tasarımları mümkün hale gelmiştir. 3D yazıcılar, özellikle özelleştirilmiş giyim ve aksesuar tasarımlarında, kişiye özel ürünlerin yaratılmasını sağlayarak, moda dünyasında bir devrim yaratmaktadır. Ayrıca, bu teknoloji sayesinde kullanılan malzemelerin çeşitliliği artmış, giyilebilir teknoloji ve fonksiyonel kumaşlar gibi yeni tasarım alanları ortaya çıkmıştır. Bu yeni oluşumla birlikte giyilebilir sanat açısından da farklı denemelere olanak sunmaktadır.

3D yazıcıların tekstil endüstrisindeki rolü sadece estetik ve tasarım açısından değil, sürdürülebilirlik bağlamında da büyük bir potansiyel taşımaktadır. Geleneksel üretim yöntemlerinde her ne kadar sanat eseri oluşum süreçlerinde endüstride olduğu kadar artık malzeme veya zararlı kimyasal boyamalar kullanılmadan da üretebilmek gibi yönleri ile de 3D baskı ile malzeme israfını minimuma indirmektedir (Berman, 2012, s. 156). 3D yazıcılar, üretim süreçlerinde daha az atık yaratılmasını sağlayarak, çevre dostu çözümler sunmakta ve karmaşık tasarımların gerçekleştirilmesini mümkün kılmaktadır.

Bu araştırmada, Örme sanatının oluşum sürecine yeni bir bakış açısı olarak 3D yazıcı teknolojisinin kullanımı üzerinde durulacaktır. Sanat alanında farklı disiplinlerde dijital denemeler

üzerinde yola çıkılarak tekstil sanatının bir alt başlığı olan örme sanatında bir eser çalışması sayısal ortama aktarılarak 3D yazıcı ile somutlaştırılacaktır. Ortaya çıkan eser oluşum süreci ve sonuçları bakımından değerlendirilecektir.

2. 3D YAZICI TEKNOLOJİSİ VE SANAT İLE İLİŞKİSİ

3D yazıcı teknolojisi, üretim süreçlerinde köklü değişimler yaratan ve birçok farklı sektörde devrim niteliğinde ilerlemeler sağlayan bir yenilik olarak karşımıza çıkmaktadır. Katmanlı üretim prensibiyle çalışan bu teknoloji, geleneksel üretim yöntemlerinden farklı olarak malzemenin belirli bir düzen içinde üst üste eklenmesiyle üç boyutlu nesneler oluşturulmasını mümkün kılmaktadır (Gibson, vd., 2015, s. 30). 1980’li yıllarda stereolitografi (SLA) yöntemi ile başlayan 3D baskı teknolojisi, günümüzde birçok farklı teknik ve malzeme ile endüstriyel ve bireysel kullanım için erişilebilir hale gelmiştir.

Gelişen malzeme bilimi ve yazılım teknolojileri ile birlikte 3D yazıcılar, üretim sürecinde hız, esneklik ve maliyet avantajları sunmaktadır. Plastik, metal, seramik ve biyomalzemeler gibi geniş bir malzeme yelpazesi ile çalışabilen bu cihazlar, geleneksel üretim süreçlerine kıyasla daha az atık üreterek sürdürülebilir üretime katkı sağlamaktadır. Özellikle tıp, otomotiv, havacılık, inşaat ve artık sanat gibi alanlarda önemli bir rol oynayan 3D yazıcılar, özelleştirilebilir üretim süreçleri ile kişiselleştirilmiş çözümler sunma konusunda büyük bir potansiyele sahip görülmektedir (Berman, 2012, s. 155).

İnşaat sektöründe 3D yazıcı teknolojisi, beton ve polimer bazlı malzemeler kullanılarak binaların daha hızlı ve düşük maliyetle inşa edilmesine olanak tanımaktadır. Özellikle afet bölgelerinde geçici barınakların hızlı üretimi, bu teknolojinin insani yardım projelerinde de aktif olarak kullanılmasını

sağlamaktadır. Bunun yanı sıra endüstriyel üretimde yaratıcı tasarım süreçlerini desteklemek için 3D baskı teknolojisini benimsemekte ve dijital üretim yöntemleriyle benzersiz estetik formlar oluşturmaktadır.

Geleceğe yönelik beklentiler incelendiğinde, 3D yazıcı teknolojisinin üretim süreçlerini daha da hızlandıracağı ve özelleştirilmiş çözümler sunma kapasitesini artıracığı öngörülmektedir. Yapay zekâ ve büyük veri analitiği ile entegre edilen 3D baskı sistemleri, üretim hatalarını minimize ederek daha verimli ve ölçeklenebilir üretim süreçleri sunacaktır (Oxman, 2016, s. 27). Ayrıca, geri dönüştürülebilir malzemelerin kullanımının artması, bu teknolojinin çevresel sürdürülebilirlik açısından daha da cazip hale gelmesini sağlayacaktır.

Tüm bu gelişmeler ışığında, 3D yazıcı teknolojisinin gelecekte üretim süreçlerini tamamen dönüştüreceği ve farklı sektörlerde daha geniş bir kullanım alanına sahip olacağı sonucu ortaya çıkmaktadır. Teknolojinin daha erişilebilir hale gelmesiyle birlikte, bireysel ve endüstriyel kullanıcıların üretim süreçlerinde daha fazla yer edinmesi beklenmektedir (Thompson, vd, 2016, s. 757). Dolayısıyla, 3D yazıcı teknolojisinin gelişimi ve uygulamalarının yakından takip edilmesi, modern üretim anlayışının geleceğini şekillendirecek önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

3D yazıcı teknolojisinin yeni denemeler ve araştırmalar ile birlikte, sanat dünyasında da var olmaya başlaması büyük bir dönüşüm yaratmaktadır. Geleneksel sanat üretim yöntemleri ile kıyaslandığında, 3D yazıcılar, sanatçılara daha önce mümkün olmayan özgürlükler sunmakta ve yaratıcı süreçleri radikal biçimde dönüştürmektedir. Dijital tasarım araçlarıyla entegre olarak çalışan bu teknoloji, sanat eserlerinin üretim sürecinde hem malzeme kullanımını optimize etmekte hem de yenilikçi ve sürdürülebilir sanat uygulamalarını desteklemektedir.

Sanatsal üretimde 3D yazıcıların en önemli avantajlarından biri, kompleks geometrilere ve hassas detaylara sahip eserlerin kolaylıkla oluşturulabilmesidir. Heykel, enstalasyon ve dijital sanat eserleri gibi alanlarda 3D yazıcılar, sanatçılara geleneksel üretim yöntemleriyle elde edilmesi zor veya imkânsız olan formlar yaratma fırsatı sunmaktadır. Özellikle parametrik tasarım ve algoritmik modelleme teknikleri ile birleştiğinde, 3D baskı teknolojisi sanatçılara yaratıcı süreçlerini daha da ileriye taşıma imkânı sağlamaktadır.

Malzeme çeşitliliği açısından 3D yazıcılar, sanat eserlerinde kullanılan geleneksel malzemelerin ötesine geçerek plastik, metal, seramik ve biyomalzemeler gibi geniş bir yelpazede seçenekler sunmaktadır. Bu durum, sanatçılara hem sürdürülebilir malzemelerle çalışma fırsatı sunmakta hem de farklı dokular ve fiziksel özellikler içeren eserler üretmelerine olanak tanımaktadır. Örneğin, biyolojik tabanlı baskı teknikleriyle organik formlar yaratılabilirken, metal bazlı 3D baskılar ile geleneksel döküm tekniklerine alternatif olarak dayanıklı ve detaylı heykeller üretilebilmektedir (Doubrovski, vd., 2011, s. 194).

Sanat ve 3D yazıcı teknolojisinin birleşimi, izleyici deneyimini de dönüştürmektedir. Geleneksel sanat eserleri genellikle statik ve dokunulamaz olarak sunulurken, 3D baskı ile üretilen sanat eserleri interaktif ve modüler hale getirilebilmektedir. Bu durum, izleyicinin sanat eseriyle daha aktif bir etkileşime girmesini sağlamak ve sanatın deneyimlenme biçimini yeniden şekillendirmektedir. Sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojileri ile entegre edilen 3D baskı sanat eserleri, fiziksel ve dijital dünyalar arasındaki sınırları bulanıklaştırarak sanatın yeni ifade biçimlerini keşfetmesine olanak tanımaktadır.

3D yazıcı teknolojisi ile tekstil yapısı oluşumlarına benzer örnekler literatürde birçok kaynakta yer almaktadır. Farklı filament yapıları ile oluşturulmuş bu denemelerde örme yapısına ait örnekler yer almaktadır. Örme yapısının kendine has esnekliği ve ilmekli oluşumu modelleme sürecinde ve baskı sürecinde tehlikeler oluşturulmakla birlikte, doğru modelleme ve baskı süreçleriyle kusursuz sonuçlar çıkmaktadır. Görse 1’de yer alan model 3D yazıcı ortamında PLA malzeme ile tek seferde 20 x 20 boyutunda üretilmiş hareketli bir örme yapısını temsil etmektedir.

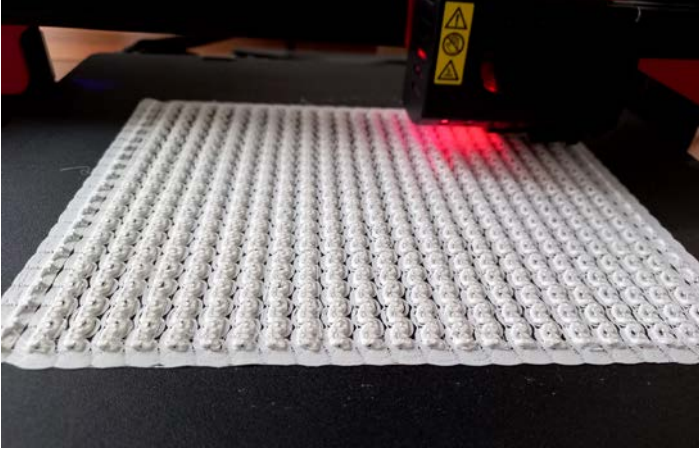


Görsel 1. 3D yazıcıda baskısı alınmış hareketli örme yapısı (PLA malzeme)

PLA, laktik asit monomerlerinin polimerizasyonu ile elde edilir (Kruth, vd., 1998, s. 535). Bu monomerler, çoğunlukla mısır nişastası, şeker kamışı gibi biyolojik kaynaklardan türetilir. PLA, çevre dostu bir malzeme olarak tanınır çünkü biyolojik olarak parçalanabilir ve fosil yakıtlardan türetilen sentetik polimerlere kıyasla çevreye daha az zarar verir. PLA'nın erime sıcaklığı genellikle 180-220°C arasındadır, bu da onu 3D yazıcılarda yaygın olarak kullanılan bir malzeme haline getirir.

Biyolojik olarak çözünür ve çevre dostu özellikleri ile öne çıkan Polilaktik Asit (PLA), günümüzde yaygın olarak tercih

edilen bir seçenektir. PLA, yenilenebilir kaynaklardan türetilen bir termoplastik polyester olup, özellikle düşük erime sıcaklığı ve işlenebilirliği sayesinde 3D baskı dünyasında önemli bir yer edinmiştir. Görsel 2’de PLA filamentinin Creality marka yazıcıda zeminde brim kullanarak daha sağlıklı tutunma oluşturulmuş baskı süreci göstermektedir.



Görsel 2. 3D Yazıcı örme yapısı baskı süreci

Gelecekte, 3D yazıcı teknolojisinin sanat alanında daha geniş bir kullanım alanı bulması beklenmektedir. Sanatçılar, yapay zekâ destekli tasarım araçları ve algoritmalar kullanarak daha önce görülmemiş estetik anlayışları geliştirebilirler. Aynı zamanda, sürdürülebilirlik odaklı sanat projeleri, geri dönüştürülmüş malzemelerle üretilen 3D baskı eserler aracılığıyla çevresel bilinci artırabilir.

3. 3D ÖRME YAPISININ SAYISAL ORTAMDA AKTARIMI

Örme teknikleri, tarihsel süreç içerisinde teknolojik ve sanatsal anlamda önemli bir evrim geçirmiştir. Geleneksel örme yöntemleri, insan emeği ve mekanik makinelerle gerçekleştirilirken, günümüzde bilgisayar destekli tasarım (CAD)

ve üretim (CAM) sistemlerinin entegrasyonu ile dijital platformlarda şekillenebilmekte ve daha karmaşık yapılar üretilmektedir. Bu dönüşüm, sadece tasarım sürecinin hızlanmasını sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda daha sofistike, optimize edilmiş örme desenlerinin üretilmesini mümkün kılmaktadır (Brackenbury, 1992, s. 13). Özellikle 3D yazılım uygulamaları, örme tasarımlarının geleneksel tekstil endüstrisinin ötesine geçerek, sanat dünyasında da yenilikçi ve yaratıcı biçimlerde kullanılmasına olanak sağlamaktadır (Spencer, 2001).

Bilgisayar destekli sistemlere örme endüstrisi dışında örme sanatı açısından ele alındığında söz konusu teknolojik etkileşim henüz yeni ve denememiş bir alan olarak sayılabilmektedir (Jensen, 2015, s. 126). Örme sanatının oluşum süreçlerinde 2 boyutlu yazılımlar elbette kullanılmaktadır. Mevcut oluşum sürecinde 3 boyutlu yazılımlar ve üretimin kullanımı üzerinde literatürde çalışma yok denecek kadar az boyuttadır. Sayısal ortamda örme yapılarının modellenmesi, örme sanatı açısından alışılacelmış tekniklerin dışında bir bakış açısı sunmaktadır (Özkum, 2022, s. 16). Bu modelleme süreci, örme tasarımının daha önce mümkün olmayan biçimlerde tasarlanıp üretilmesine imkân tanımaktadır. Geometrik modelleme, örme ilmeklerinin üç boyutlu (3D) şekilde modellenmesi ve sanal ortamda gerçekçi bir biçimde simüle edilmesini içermektedir. Burada, her bir ilmeğin biçimi, yerleşimi ve birbirleriyle olan etkileşimi detaylı bir şekilde incelenebilir (Teyssier ve Martin, 2021, s. 75). Böylece, geleneksel yöntemlerle elde edilmesi zor olan özgün yapılar dijital ortamda hızla ve hassasiyetle oluşturulabilmektedir.

Fizik tabanlı simülasyonlar, örme yapılarının fiziksel özelliklerini yansıtan bir başka önemli yaklaşımdır. Bu simülasyonlar, malzeme bilimi ve mühendislik alanlarında önemli bir yer tutmaktadır (Schwarz ve Rumpf, 2020, s. 199). İlmeklerin gerçek dünyadaki hali ile hareket edebilen ve

esneyebilen yapılarını sayısal ortamda oluşturmak sürecin en zorlayıcı performansı olarak değerlendirilebilmektedir.

Sayısal ortamda oluşan örme yapılarına moda endüstrisinde estetik ve fonksiyonelliği bir arada sağlamak için daha çok geometrik modelleme tercih edilirken, mühendislik ve tıbbi uygulamalarda fizik tabanlı simülasyonlar daha yaygın olarak kullanılmaktadır. Sanatsal uygulamalarda ise 3D modelleme arayüzlerinde yapılan uygulamalar denenmekte olup bu bakış açısı ile dijital örme yapılarının oluşturulmasına yönelik çalışmalar literatürde yer almaktadır. Fakat bu çalışmaların pek azı sanatsal ve estetik bir bakış açısı ile yapılmaktadır.

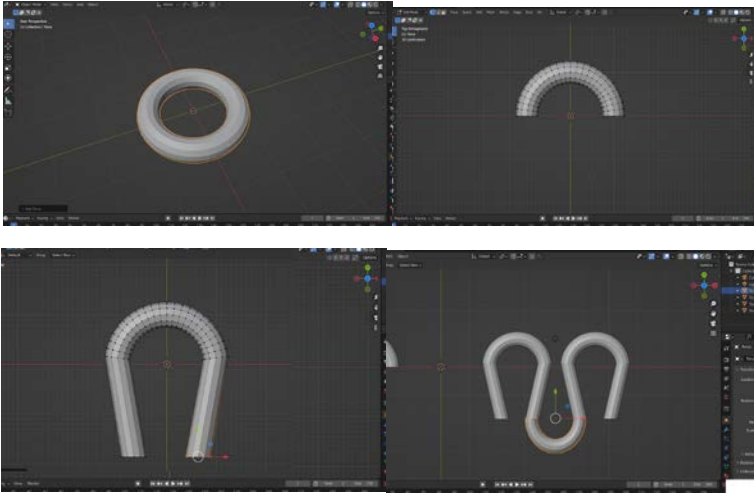
Örme yapılarının sayısal ortamda modellenmesi ve üretimi, tekstil, mühendislik ve sanat alanlarında önemli yenilikler sunmaktadır. Geometrik modelleme, fizik tabanlı simülasyonlar ve veri tabanlı yaklaşımlar, daha gerçekçi ve işlevsel örme desenlerinin oluşturulmasına olanak tanımaktadır. Özellikle 3D modelleme ile başlayan sürecin katmanlı üretim teknolojisi ile uygulamaları, sanat ile örme teknolojisini bir araya getirerek yeni ifade biçimlerine dokunmak oldukça özgün bir bakış açısıdır. Gelecekte, bu teknolojilerin daha da gelişerek yeni malzemeler ve tasarım süreçlerine yön vermesi beklenmektedir.

4. SAYISAL ALANDA ÖRME ESER MODELLEME VE UYGULAMA SÜRECİ

Bu araştırma kapsamında modellenerek 3D yazıcıdan özgün bir örme eser çalışması hazırlanmıştır. Araştırma sürecinde eser ‘Yolculuk’ ismi ile ifade edilecektir. Çalışmanın bitmiş hali 40 cm x 30 cm boyutlarında üretilmiştir. Bu eserde, iki kadın bedeninin farklı yönleri yaptıkları zorunlu bir yolculuk ve özlem mücadelesi teması işlenmiştir. Modelleme işlemi, kullanıcının özgürce üç boyutlu modelleme ve animasyon yapabilmesine imkân tanıyan Blender yazılımı ile gerçekleştirilmiştir. Bu

yazılımdaki özgürlük, kendi dijital sitesi üzerinden ücretsiz indirilerek kullanılabilir olması ve ara yüzünün daha sade bir yapıya sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Blender yazılımında, bedeni oluşturmak amacıyla küre, silindir ve küp gibi temel geometrik formlar kullanılarak bir kadın bedeni modellenmiştir. Burada yalnızca bel hattının üst kısmı dikkate alınmıştır. Bedenin üst ve boğaz bölgesini sararak yüze doğru uzanan örme kumaş modellemesi de aynı yazılım aracılığıyla tasarlanmıştır. Yazılımda, ilmeklerin oluşum aşamaları Görsel 3’de sunulmuştur.

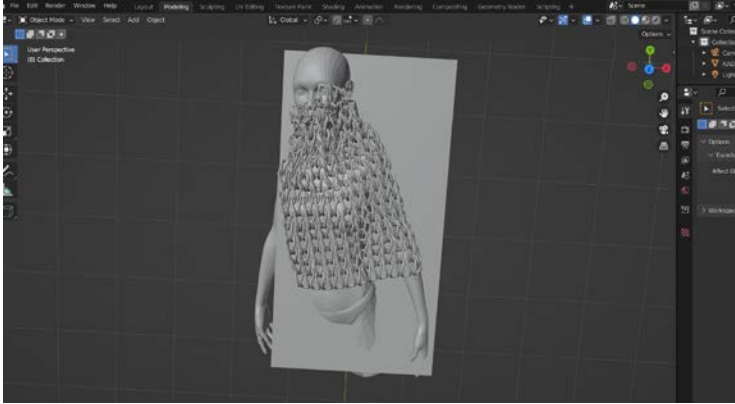
Blender programında, bir torus (simit) yani üç boyutlu halka oluşturularak, adım adım tek bir ilmek modeli ve örme birimleri inşa edilmiştir. İlerleyen aşamalarda bu birimler birleştirilerek örme kumaş modellemesi tamamlanmıştır. Bu model yalnızca Blender yazılımında değil, aynı zamanda farklı 3D modelleme programlarında da oluşturulabilmektedir.



Görsel 3. Blender arayüzü torus (mesh model) üzerinden ilmek oluşturma süreci

Blender'da, hem beden hem de örme kumaş yapısı ekrana çağrıldıktan sonra, bedene "collision" (çarpışma) ve örme

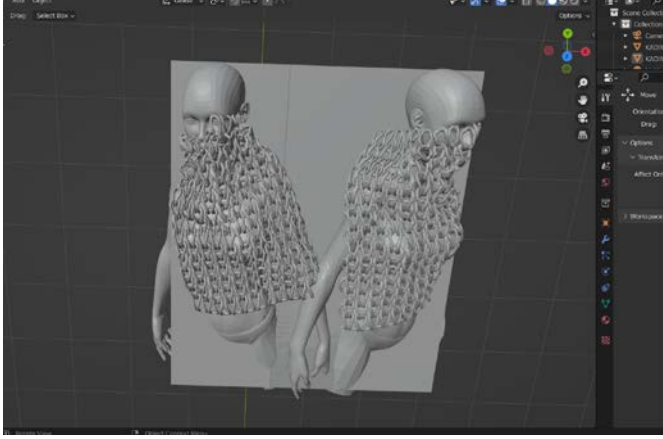
kumaşına "cloth" (giysi) tanımlamaları yapılmış ve animasyon süreci başlatılmıştır. Örme yapısı, zemine yerleştirilen beden üzerinde bir kaplama işlevi görmektedir. "Cloth" tanımlaması yapıldığında, kumaş akışkanlık ve form kazanarak bedenin şeklini alır (Görsel 4). Ancak, beden formu "collision" olarak tanımlanmadığı takdirde, örme kumaşı bedenin içinden geçerek yere dökülür. Bazı uygulamalarda bu durum istenebilirken, iç içe geçme hali daha deneysel bir yapı ortaya çıkarmaktadır fakat "Yolculuk" başlıklı çalışmamızda istenen bir sonuç değildir. Bu uygulamada, ilmekler ile oluşturulan örme yüzeyin, bir kumaş gibi form alabilmesi ve "cloth" olarak tanımlanması en zorlu aşama olarak değerlendirilmiştir.



Görsel 4. Blender arayüzü beden modelleme ve örme yüzeyi animasyon süreci

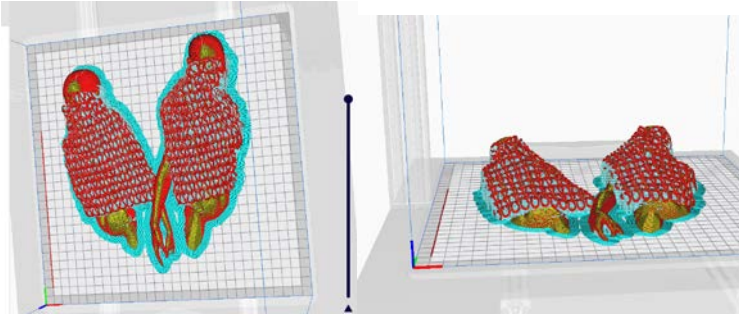
İlmeklerin "mesh" yapısı, yazılımın kumaşın beden üzerine düşmesini engellemektedir. Bu nedenle, önce bir düzlem (plane) modellenir ve "cloth" olarak tanımlanır. Örme yapısının, düzlemin hareketine uygun şekilde davranması istenir. Bunun için "surface deform" alanından örme yapısı, düzlem ile eşleştirilir. Bu sayede düzlemin yaptığı her hareket, örme kumaşına da yansır. Kadın bedenini kaplayan düzlem, animasyonun ardından farklı bir 3D düzenleme programı kullanılarak silinir ve yalnızca örme yapı bedenin etrafını saran

görüntü elde edilmektedir. Elde edilen ilmek kaplı beden ayna görüntüsü alınarak bir diğer eşi oluşturulmaktadır (Görsel 5).



Görsel 5. Modellenen beden çalışmasını çoğaltılması ve eserin oluşumu (Blender arayüzü)

Bu aşamadan sonra blender alanında elde edilen bedenler iki farklı bedeni temsil edecek şekilde yerleştirilerek eserin anlamına uygun şekilde birbirleri ile alan içinde ilişkilendirilmektedir. Çalışma eserin anlamına uygun pozisyonu aldıktan sonra sahne dondurularak export (dışa aktarma) alanından dışarı STL formatında çıkarılmaktadır. STL formatı 3D yazıcılar için baskı süreçlerinde kullanılan bir ortak formattır.



Görsel 6. Cura arayüzü çalışmanın tabla üzeri yerleşimi ve destek görüntüsü

Kaydedilen model, baskı parametrelerini düzenlemek amacıyla Ultimaker Cura yazılımına aktarılmıştır. Cura yazılımı, modelin duvar kalınlığı, baskı hızı ve katman kalınlığı gibi birçok parametresini değiştirmeye olanak tanır. Yazıcılarda katmanlar ne kadar ince olursa, ortaya çıkan ürün o kadar kaliteli ve sağlam olur. Ancak, katmanlar ne kadar ince olursa, baskı süreci de o kadar uzun sürer. ‘Yolculuk’ eseri için boyutlandırma, bu aşamada yeniden yapılacaktır. Yazıcıdan alınan tüm çalışmalarda, orijinal eser boyutundan farklı olarak mini sanat (mini art) çalışmaları olarak hazırlanmıştır. ‘Yolculuk’ çalışması için Cura arayüzüne ait görüntü, Görsel 6’da sunulmuştur. Görselde, mevcut zemin tablaya entegre edilerek yalnızca beden ve örme yapının baskı işlemi yapılmıştır. Baskı sürecinde, örme kumaşın ince olması ve duvar kalınlığının düşük olması nedeniyle, etek (brim) eklenmiş ve alt kısmı dolgu malzemesiyle desteklenerek hazırlanmıştır. Destek malzemesi, baskı sonrası eserden temizlenebilmekte olup, uygulamamızda destekli şekilde sergilenmiştir.



Görsel 7. 3D yazıcı yolculuk eseri baskı süreci ilk katman görüntüsü

Bu aşama sonrası Creality marka yazıcı ve kemik rengi PLA ile baskı süreci başlamıştır. Bu çalışma için baskı süresi 18 saat sürmüştür. Baskı süresinin uzunluğu katman kalınlığı modelin iç doluluğu gibi parametrelere göre değişkenlik göstermektedir. Görsel 7 de baskı sürecinin başlangıç aşası yer almaktadır. Bu modelde daha standart bir kalite olan 0,28 mm lik

katmanlar kullanılmış ve örme yapısında kırılma olmaması için bölgesel destek malzemesi oluşturulmuştur. Eserin bitmiş ve sergilenmek için duvara sabitlenmiş hali Görsel 8 de gösterilmektedir. Çalışmanın bittiği anda çok az tabla üzerinde sökülerek direk sergilenebilir durumda olması süreci örme sanatı açısından yeni bir teknik olarak ele alınması yönünde pozitif sonuçlar doğurmaktadır. Örmenin esnek yapısına zıt heykelsi bir sonuç elde edilmiş olması buradaki eleştirilebilir alanı oluşturmaktadır.



Görsel 8. ‘Yolculuk’ eseri bitmiş görüntüsü

5. SONUÇ

Örme sanatı geleneksel ve dokunsal yönü ile öne çıkan bir disiplin olması ile birlikte güncel tekniklerin alana katılması tekniğin gelişmesi için faydalı olacağı görülmektedir. Günümüzde dijital çağında etkisi ile tüm disiplinlerde yeni

teknikler denenmekte ve farklı disiplinlerin bir arada olduğu çalışmalar yapılmaktadır. Örne yapısının sayısal ortamda oluşturulması ve sanata yönelik çalışmalar yapılması dijital alanda çalışan farklı disiplinlere entegre edilebilir duruma getirmektedir. 3D yazıcı teknolojisinin sanat ve tekstil alanlarındaki etkisi, yaratıcı süreçlerin dönüşümünü hızlandırmış ve bu alanlarda yeni estetik ve üretim anlayışlarının ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Hem sanatçılar hem de tekstil tasarımcıları, bu teknolojiyi kullanarak, yenilikçi ve sürdürülebilir ürünler geliştirmekte, aynı zamanda geleneksel üretim yöntemlerinin sınırlarını zorlamaktadır. Bu teknoloji, gelecekte sanat ve tekstil dünyasında daha geniş bir etki yaratmaya devam edecek ve üretim süreçlerini daha çevre dostu ve özelleştirilmiş hale getirecektir.

Örne yüzeyi modelleme süreci bir yazılım öğrenme gerekliliğini beraberinde getirmekle birlikte ortaya çıkan dijital ilmekler süreç yönünden değil ama sonuç olarak örme yüzeyini birebir oluşturmaktadır. 3D yazıcılardaki kullanılan filament yapıları ile somutlaştırılan katmanlı üretim, teknik olarak daha mühendislik alanlarına yakın gözüktüğü de ortaya çıkan sonuçlar estetik açıdan değerlendirilecek olgunluktadır. Bu araştırmada yapılan çalışma bir tekstil sanatı sergisi içinde yer alabilecek örme yapısına sahip bir sonuç oluşturarak, dijital bir estetik ortaya çıkarmaktadır. Modelleme sürecinin raslantısal yanı sonuçları benzersiz kılmakta bu durumda çalışmaları özgün bir çerçeveye kavuşturmaktadır.

Sağlıklı bir modelleme ve baskı süreci ile tek bir malzeme kullanılarak, birçok farklı disiplinde sanat eserleri üretmek mümkündür. Örne sanatı açısından, bu yeni ifade biçimi olarak değerlendirilmekte olup, çalışmanın sonuçları bu anlamda önemli bir değer taşımaktadır. Üç boyutlu baskı tekniğini sürdürülebilirlik bağlamında ele aldığımızda, eklemeli üretim yöntemi sayesinde malzeme atığının oluşmayacağı ve dolayısıyla

geleneksel yöntemlerde ortaya çıkan atıkların önüne geçilebileceği öngörülmektedir. Gelecekte, 3D yazıcı teknolojisi ile örme sanatında farklı malzeme deneyimlerinin eklenmesi ve daha büyük ölçekli baskı çalışmalarının gerçekleştirilmesi faydalı olacaktır. Uygulama sürecinde baskı için kullanılan filament PLA, laktik asit monomerlerinin polimerizasyonu ile elde edilir ve bu monomerler genellikle mısır nişastası, şeker kamışı gibi biyolojik kaynaklardan türetilir. PLA, biyolojik olarak çözünür ve fosil yakıtlardan üretilen sentetik polimerlere kıyasla çevreye daha az zarar veren bir malzeme olarak çevre dostu olarak kabul edilmektedir.

Örme sanatı tüm diğer sanat dalları gibi teknik ve sonuç bakımından yeni ufuklara yelken açmıştır. Sayısal ortamda yapılan modellemeler, sadece üretim süreçlerini hızlandırmakla kalmayıp, aynı zamanda tasarımın özgürlüğünü ve yaratıcı potansiyelini de arttırmaktadır. Bu dönüşüm, örme sanatı açısından geleneksel tekniklerin dijital teknolojilerle harmanlanması, sanatsal ifadeyi yeni bir boyuta taşımaktadır.

Sonuç olarak, 3D yazıcı teknolojisi, sanat dünyasında bir devrim yaratmış ve sanatçılara yeni ifade biçimleri sunmuştur. Bu teknoloji, sanatın üretim süreçlerinde bireysel yaratıcılığı teşvik etmekte ve sanat ile teknolojiyi iç içe geçiren yenilikçi projelere kapı aralamaktadır. Sanat ve teknoloji arasındaki bu karmaşık ilişki, gelecekte sanatın nasıl şekilleneceğine dair heyecan verici bir perspektif sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Brackenbury, T. (1992). Knitted Clothing Technology. Blackwell Yayıncılık.
- Berman, B. (2012). 3D Printing: The New Industrial Revolution. Business Horizons, 55(2), 155-162.
- Thompson, M. K., et al. (2016). Design for Additive Manufacturing: A Methodology for Holistic Design and Optimization. Journals of Manufacturing Science and Engineering, 138(7), 1-19.
- Oskay, N. Tavman, MB., (2012) Örmenin Sanattaki Yeri. The 46th International Congress IFK
- Edeer, Ş. (2002). Temel Tasarım Eğitimi ve Sanatsal Yaratma Süreci. Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. 12 (1, 2), s. 26
- Kruth JP, Leu MC and Nakagawa T., (1998), Progress in additive manufacturing and rapid prototyping. Annals of the Cirp.: 525-540.
- Doubrovski, E. L., Verlinden, J. C., & Geraedts, J. M. (2011). "Optimal Design for 3D Printing: A Method for Craft and Art Applications." Rapid Prototyping Journal, 17(3), 192-199.
- Oxman, N. (2016). "Material Ecology: 3D Printing and the Future of Art and Design." Journal of Design and Science, 1(1), 25-40.
- Teyssier, J., & Martin, P. (2021). "3D Knitting and Digital Design in Contemporary Art," Textile Art & Technology Journal, 18(2), 75-89.
- Thompson, M. K., Moroni, G., Vaneker, T., Fadel, G., Campbell, R. I., Gibson, I., & Bernard, A. (2016). "Design for Additive Manufacturing: Trends, opportunities,

- considerations, and constraints." CIRP Annals - Manufacturing Technology, 65(2), 737-760.
- Schwarz, T., & Rumpf, H. (2020). "Digital Twin for Knitted Fabric Production," International Journal of Textile Engineering, 27(4), 199-210.
- Gibson, I., Rosen, D. W., & Stucker, B. (2015). Additive Manufacturing Technologies: 3D Printing, Rapid Prototyping, and Direct Digital Manufacturing. Springer.
- Jensen, J. L., (2015), "Contemporary Hybrids Between Design And Art", Department for Design and Communication, University of Southern Denmark.
- Özkum, Ö., Esra, (2022), Örme Tekstil Yapılarında 3D Yazılım Uygulamalarının Sanat İle İlişkisi, Yayınlanmamış tez, Marmara Üniversitesi.
- Wands, B., (2006). Dijital Çağın Sanatı, (O. Akınhay, Çev.) İstanbul: Akbank Yayıncılık
- Wilson, M. (2022). Digital Craft and Fabrication in Textile Art. Routledge.

GÖRSEL KAYNAKÇA

- Görsel 1.** 3D yazıcıda baskısı alınmış hareketli örme yapısı (PLA malzeme)
- Görsel 2.** 3D Yazıcı örme yapısı baskı süreci
- Görsel 3.** Blender arayüzü torus (mesh model) üzerinden ilmek oluşturma süreci
- Görsel 4.** Blender arayüzü beden modelleme ve örme yüzeyi animasyon süreci
- Görsel 5.** Modellenen beden çalışmasını çoğaltılması ve eserin oluşumu (Blender arayüzü)

Görsel 6. Cura arayüzü çalışmanın tabla üzeri yerleşimi ve destek görüntüsü

Görsel 7. 3D yazıcı yolculuk eseri baskı süreci ilk katman görüntüsü

Görsel 8. ‘Yolculuk’ eseri bitmiş görüntüsü

İLETİŞİM BİÇİMİ OLARAK GİYSİ MODASINDA TİPOGRAFI KULLANIMI

Bahar YILDIZ¹

1. GİRİŞ

Giyisi modası, bir iletişim biçimi olarak semboller aracılığıyla hem görsel bir kimlik yaratmakta hem de çeşitli mesajlar iletme sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Bireyler, giysi seçimleriyle, sosyal statülerini ve kişisel tarzlarını ifade ederken, aynı zamanda toplumsal ve kültürel yapıları ile etkileşim kurarlar. Giysi Moda, belirli normlar ve sınırlar çerçevesinde şekillense de bireysel tercihler ve yenilikçi yaklaşımlar, bu sınırları sürekli olarak değiştirmektedir. Barnard (2001: 4768), moda ve giysinin işlevlerini; korunma, iletişim, toplumsal statü, mütevazılık, gösteriş, sadelik, abartı, bireysel dışavurum, toplumsal rol belirleme, ekonomik statü, siyasal sembol olma ve dini durumlar, ritüeller olarak sıralamaktadır.

Giyisi modasında, etiketler ve marka logoları, moda endüstrisinde kimlik ve statü göstergesi haline gelmiştir. Özellikle lüks markalar, logolarını ve etiketlerini bilinçli şekilde görünür kılarak tüketiciler üzerinde prestij algısı yaratıyor. Bu durum, Thorstein Veblen'in "Gösterişçi Tüketim" kavramı ile de ilişkilendirilebilir. İnsanlar sadece bir ürünü fonksiyonel olduğu için değil, sosyal statü göstergesi olarak da satın alıyorlar. Etiketler ve logolar, bu gösterişin bir parçası haline gelerek "ben kimim" sorusuna verilen bir yanıt" gibi işlev görür. Barnard'a göre (2001: 4768); giysi, toplumsal etkileşimde, iletişim

¹ Dr. Öğr. Ü., İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı, bahar.yildiz@nisantasi.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0266-7154.

bağlamında bir sembol olarak kullanılır. Bu semboller, bireyin içinde bulunduğu toplumsal, kültürel, siyasal ve ekonomik yapıda anlam üretirler ve kimliklerin sosyoekonomik, siyasi, dini içeriklerindeki ifadelerde önemli rol oynarlar.

Kapitalist sistem, moda olgusunu dinamik tutarak, anlam üretimi ve tüketimini hızlandırır. Moda sadece bireysel tercihler değil, aynı zamanda kolektif kimliklerin, sınıfsal farklılıkların ve kültürlerin yansıtıldığı bir alan haline gelmektedir. Roland Barthes'ın “Moda Sistemi” kuramı burada devreye giriyor; moda, metinler gibi okunabilen, sürekli değişen ve yeniden yorumlanan bir gösterge sistemidir. Tipografi ile olan bağlantıya gelirsek, moda markalarının logoları, etiket tasarımları ve yazı karakterleri de bu kimlik ve statü iletişiminin önemli unsurlarıdır. Örneğin, Görsel 1’de Chanel’in serif içermeyen minimal yazı tipi ile yarattığı lüks algısı veya Balenciaga’nın sans-serif, “normcore” etkili, abartısız tipografisi üzerinden verdiği post-modern mesajlar, tipografinin giysi üzerinden yapılan iletişimde nasıl bir araç haline geldiğini göstermektedir.



Görsel 1: Chanel ve Balenciaga sans-serif tipografik logo (URL-1), (URL-2)

Kent yaşamında, bireyler arasındaki yabancılaşmanın artmasıyla birlikte, insanlar birbirlerini tanımlamak ve anlamlandırmak için daha çok dış görünüme yönelmekte ve bu noktada Moda bir “görsel dil” haline gelmektedir. Tipografi ve giysi tasarımı açısından bakıldığında, kıyafetler üzerindeki yazılar ve semboller de bu sözsüz iletişimin bir parçası olmaktadır. Örneğin, sokak modası belirli bir alt kültüre ait olmayı simgelerken, klasik giyim tarzı statü ve prestiji

vurgulamaktadır. Slogan yazılı tişörtler, politik veya sosyal mesajlar vermek için kullanılırken, markaların logoları kişinin ait olduğu tüketim kültürünü göstermektedir (Görsel 2).



Görsel 2: Henry Holland Sloganlı tişörtleri ve Fendi A/W 25 tasarım örnekleri (URL-3), (URL-4)

Tipografi, giysi modasında markaların kimlik oluşturma sürecinde kritik bir rol oynamaktadır. Özellikle tipografi, markanın ses tonunu, değerlerini ve kişiliğini yansıtmaya gücüne sahiptir. Harflerin şekli, kalınlığı, yuvarlaklığı veya köşeliliği tüketicide farklı duygusal tepkiler uyandırırken, okunabilirlik ve taşınabilirlik açısından da büyük önem taşır. Ak (2009: 1) markayı; bir ürünü ya da hizmeti diğerlerinden ayırt etmek için; kendine öz sembollerle ifade edilen bir simge, isim, şekil veya bunların birleşiminden oluşan işlevsel, yapısal, duygusal ya da tutku boyutu olabilen değer sunum kümesi olarak açıklamaktadır.

Logo ile tipografi arasındaki bağlantı da markalaşma sürecinde dikkat edilmesi gereken bir unsurdur. Logolar yalnızca sembollerden ibaret değildir, aynı zamanda güçlü bir tipografik kimlik barındırabilir. Kelime bazlı logolar (wordmark) tamamen tipografi ile şekillenirken, harf bazlı logolar (lettermark) yalnızca markanın baş harflerinden oluşmaktadır. Örneğin; Dolce&Gabbana, Balenciaga, Chanel, H&M, Calvin Klein (CK), LCW, Mavi (Görsel 3).



Görsel 3: Yazı tipinden yapılmış bir sembol kullanan kelime işaretleri ve harf logoları (URL-5), (URL-6)

Marka kimliği oluştururken tipografi hem tasarımın estetik değerini artırır hem de mesajın hedef kitleye etkili bir şekilde ulaşmasını sağlar. Doğru tipografi kullanımı, giysi tasarımında güçlü bir görsel dil oluşturmanın yanı sıra, markanın karakterini ve tarzını da yansıtabilir. “Duygu ve düşüncelerimizi diğer kişilere aktarmak adına, herhangi bir madde üzerine çizerek, kazıyarak gösterdiğimiz şekil ve işaretlere yazı demektediriz” (Özerdim, 1960: 13). Araştırma bir iletişim biçimi olarak tipografinin giysi modasında kullanımı ve moda tasarımcıları tarafından koleksiyonlarda tipografi kullanımının iletişim aracı olarak nasıl kullanıldığı incelenmektedir.

2. TİPOGRAFI

“Tipografi”; “type” ve “graphy” sözcüklerinin bir araya gelmesi ile oluşmuştur. “Type” döküm veya metalden kesilmiş yüksek baskı oluşturan harfleri göstermektedir. “Graph” ise Latince çizgi, çizim vb. anlamlara gelmektedir. Özetle tipografi, harften basıma kadar olan çalışmanın sanat ve tasarım işlemidir (Sarıkavak, 2004: 4). Tipografi, metin bilgisinin görsel temsili olarak tanımlanır. Her tipografik düzenleme, ne kadar soyut olursa olsun, bir metnin görüntüsünü oluşturmaktadır. Johannes Gutenberg’in on beşinci yüzyılda hareketli harflerle baskı yapma yöntemi, metinlerin düz çizgiler halinde, üst soldan alt sağa doğru yazılma geleneğini pekiştirdi. Ancak, on

dokuzuncu yüzyılın sonlarına doğru sanatçılar bu kurallara karşı çıkmaya başladılar. Metin ve görüntüyü görsel olarak zorlayıcı tipografik kompozisyonlarda birleştirme girişimi, Fütürizm, Dadaizm ve Konstrüktivizm gibi birçok tipografik sanat biçimine ilham verdi.

Tipografi, pazarlama ve reklamcılığın temel taşlarından biridir çünkü mesajların görsel olarak etkili bir şekilde iletilmesini sağlar. İyi seçilmiş yazı tipleri, markanın kimliğini pekiştirmeye yardımcı olur, hedef kitleye mesajın daha etkili iletilmesini sağlar. Birçok başarılı markanın tipografiyi nasıl stratejik bir şekilde kullandığını görmek oldukça ilham vericidir. Örneğin, Gucci, sade ve modern bir yazı tipi kullanarak zarif bir imaj yaratır.

“İstek duymakla birlikte bireyin söz konusu marka ile ilgili enformasyonu algılaması gerekmektedir. Oluşan algıyla bu bilgileri zihninde konumlandıran tüketicinin zihninde daha sonrasında markaya karşı bir sempati duyması, yakın hissetmesi veya ilgilenmesi durumunda satın alma isteği ortaya çıkmaktadır” (Aktuğlu ve Temel, 2006: 47).

Becer’e (1997: 184) göre; “Tipografik mesaj; sözselsel, görsel ve seslidir. Tipografik unsurlar okundukları ve sözle yorumlandıkları sırada izlenmekte, görsel olarak algılanmakta, duyulmakta ve işitsel olarak yorumlanabilmektedir”. Tasarımda sözel ve görsel bileşenler arasındaki denge çok önemlidir. Bir yazı tipinin izleyiciye ilettiği anlam ve çağrışımlar, kültürel bağlam, yaş grubu, meslek, hatta kişisel tercihler gibi faktörlerden etkilenebilir. Bu yüzden, tasarımcıların bir yazı tipi seçerken yalnızca estetik faktörleri değil, aynı zamanda hedef kitlenin özelliklerini de göz önünde bulundurmalı, hedef kitlenin neye tepki vereceğini doğru tahmin etmelidir. Tasarımcılar genellikle kullanıcı araştırması yapar, trendleri takip etmeye çalışır.

3. GİYSİ MODASI

Moda kavramı, Endüstri Devrimi sonrasında, özellikle 19. yüzyılda şekillenerek sanayileşmiş şehirli toplumların tüketim kültürüyle yakından ilişkili bir olgu haline gelmiştir. “Moda tarzlarının bir terzi veya tasarımcı tarafından belirlenmesinin bu döneme rastladığı belirtilmektedir” (Fogg, 2014: 9). Bu süreçte üretim tekniklerindeki gelişmeler, seri üretimi mümkün kılarak modanın daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamış ve tüketim alışkanlıklarını köklü bir şekilde dönüştürmüştür. Böylece moda, yalnızca giyimle sınırlı kalmayıp, toplumsal statü, kimlik ve bireysel ifade biçimleriyle de bağlantılı döngüsel bir yapı kazanmıştır.

Moda, yalnızca bir giyim tarzı olmanın ötesinde, toplumsal bir fenomen olarak şekillenmiş ve kültürel dinamiklerle iç içe geçmiştir. Bu bağlamda, moda tasarımcıları yalnızca estetik kaygılarla değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel anlamlar üreterek bireylerin kimlik inşasına katkıda bulunmuşlardır. Moda, dönemin sosyal yapısını, değerlerini ve değişimlerini yansıtan bir araç olarak işlev görürken, tasarımcılar da bu sürecin önemli aktörleri arasında yer almışlardır.

Crane (2003), geçmişte giysi modasının geniş çapta yayılan tek bir tarzdan oluştuğunu, günümüzde ise modanın; moda sistemde rol oynayanların sayısı, sisteminin coğrafi dağılımı, yayılımı ve ürün çeşitliliğinin fazla olması nedeniyle oldukça karmaşık olduğunu anlatırken prensipte, üst sınıf seçkini için yaratılan lüks modanın aşağıya, daha az ayrıcalıklı sınıflara doğru yayılması gerektiğinden bahsetmektedir.

Giyim ve aksesuar tasarımında kültürel ve toplumsal faktörlerin etkisi büyüktür. Moda trendleri, bir dönemin toplumsal değerlerini, politik atmosferini veya sanat akımlarını yansıtabilir. Örneğin, 1920’lerin flapper tarzı, kadınların toplumsal rollerindeki değişimi simgelerken, 1940-1960’ların

modası ise özgürlük ve bireysel ifadeyi öne çıkarmaktadır. Günümüzde, çevresel sürdürülebilirlik ve toplumsal eşitlik gibi konuların yanında, geleneksel el işçiliği teknikleri, dijital tasarım araçları ve 3D baskı gibi modern teknolojiler ile harmanlanmaktadır.

Veblen ve Simmel'in teorileri, modanın toplumsal anlamını derinlemesine ele alır. Veblen, "statü sembolü" olarak moda fikrini ileri sürerken, modanın toplumdaki sınıflar arasındaki farkları ve sosyal hiyerarşiyi pekiştiren bir araç olarak işlev gördüğünü öne sürer. Moda, belirli bir gruptan "üstün" olma amacını taşır ve bu nedenle, bir tür "görünür tüketim" olarak kabul edilir. Bu, modanın sadece estetik değil, aynı zamanda toplumsal değerlerin ve güç ilişkilerinin bir yansıması olduğunu gösterir. Simmel ise modayı, toplumsal değişim ve bireyselleşme arasındaki dinamikle ilişkilendirir. Moda, toplumsal grupların birbirlerinden farklılaşmalarını sağlarken, aynı zamanda bir birlik duygusu yaratır. Bu çift yönlü etki, bireylerin hem ait oldukları grup içinde kabul edilmek için, hem de kendilerini diğerlerinden farklılaştırarak özgünleşmek için moda tercihlerini şekillendirmelerine neden olur.

Bu teoriler ışığında, moda gerçekten çok katmanlı ve sosyo-kültürel bir olgudur. Tasarımcılar, bu sosyal dinamikleri göz önünde bulundurarak hem estetik hem de toplumsal etkiler açısından anlamlı ve ilham verici koleksiyonlar yaratma çabası içindedirler. Storrey & Childs'a göre (1997), giyinme tarzları, ırk, sınıf, toplumsal cinsiyet ve yaş gibi kimlik yapılarının farklı yönlerini sağlamlaştırmaya veya yıkmaya hizmet etmektedir.

Giysiler, bireysel ve toplumsal kimliğin güçlü bir yansımasıdır. Moda, sadece estetik bir tercih değil, aynı zamanda sosyokültürel bir iletişim aracıdır. Örneğin, belirli renkler, desenler veya yazılar, bireyin ideolojisini, ruh halini ya da ait olduğu topluluğu ifade eder. Giysilerde kullanılan yazı

karakterlerinin de mesaj iletiminde önemli bir rol oynadığını söyleyebiliriz. Örneğin, gotik yazılar sert ve asi bir duruş sergilerken, el yazısı fontları daha samimi ve kişisel bir his verebilmektedir.

4. GİYSİ MODASI VE TİPOGRAFI

Fred Davis, modayı “çok merkezli, çok biçimli ve çoğulcu” bir fenomen olarak tanımlar, bu, modanın sadece tek bir kültürel bağlama ya da toplumsal yapıya bağlı olmadığını, birçok farklı ve paralel biçimde var olabildiğini gösterir. Bu bağlamda, yazı tipi tasarımı da tıpkı moda gibi, çok yönlü ve çeşitli bir alan olarak değerlendirilebilir. Yazı tipi tasarımı, farklı kültürlerden, toplumsal yapılar ve bireysel zevklerden etkilenir çeşitli stiller, formlar ve kullanım amaçlarıyla kendini sürekli yeniden ürettiğini gösteriyor.

Tipografiyle zenginleştirilmiş giysiler, mesaj iletme işlevini daha belirgin hale getirir. Chaney’e göre (1999: 60) modaya uymak, toplumsal kimliği onaylayan bütünün içinde olunan ve onun bir parçası olduğunuzu belgeleyen bir göstergedir. Ayrıca, birey olarak kendinizi başkalarından ayırt etmenizi sağlamaktadır.

Moda, bir anlamda görsel kültürün önemli bir parçası haline gelirken, moda tasarımcıları da bu kültürün ikonları olarak tanınır. Öte yandan, yazı tipi tasarımı, daha çok endüstri içinde derinleşen ve genellikle daha niş bir alanda faaliyet gösteren bir disiplin gibi algılanabilir. Moda tasarımı, insanlar tarafından fiziksel olarak giyilen ve dışarıda sergilenen bir sanat formu iken, yazı tipleri genellikle metinlerin görünür kısımlarında yer alır ve çoğu zaman fark edilmeden geçer.

Tipografinin ustaca kullanımı sayesinde, moda endüstrisi onu bir sanat biçimine dönüştürmüş ve en yeni trendleri

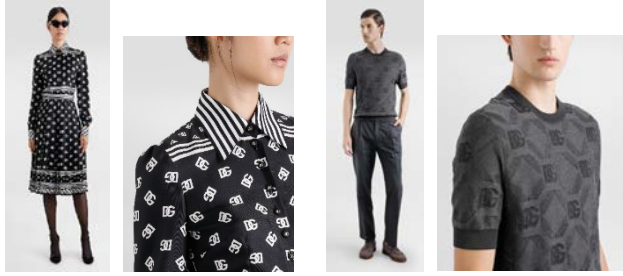
tanımlayan bir araç haline getirmiştir. Bu bağlamda tipografi, görsel olarak bir düşüncüyü anlatmak için, yalnız kelimeyi oluşturan harflerden daha fazlasını içerecek biçimde tipografinin bilinçli kullanımı olarak tanımlanabilmektedir (Ambrose & Harris, 2012: 249).

“Mesajı ikna edici kılan tipografi, görsel iletişim olarak tanımlanabilmektedir. Sonuçta yazı da bir görsel iletişim elemanıdır” (Erdal, 2015: 53). İmaj, kişilik, enerji gibi bileşenlerin her birine katkıda bulunarak, markanın kimliğini güçlendiren ve tüketiciyle kurduğu duygusal bağı pekiştiren önemli bir unsurdur.

Moda markalarının tipografi tercihlerinde, Helvetica ve Futura yazı tiplerinin hem lüks moda, hem de sokak giyim sektörlerinde yaygın olarak kullanılmasının, markalar arasında güçlü, modern ve zamansız bir görsel kimlik oluşturma eğiliminin bir yansıması olduğu söylenebilir. Örneğin, Helvetica Neue Bold ile tasarlanan Saint Laurent amblemi, minimal ve sofistike duruşuyla markanın estetik anlayışını yansıtır. Bu tipografi, bir cüzdanın kenarına dikildiğinde, Nike’ın eğik Futura logosu, bir çift koşu ayakkabısında kullanıldığında, Chanel’in logosu, bir gencin sırt çantasında prestijli bir etki yaratır. Moda dünyasında bu tür yazı tipleri, ürünlerin statüsünü belirleyen ve tüketicinin marka algısını şekillendiren önemli unsurlar haline gelmiştir (Gagan & Saini, 2023). Teunissen ve diğerleri (2011: 12), Amerikan üniversitelerinin spor giysilerinin, üzerinde metin - üniversite logosu- basılan ilk giysiler olarak bilindiğini belirtmektedir.

Çoğu moda firması yalnızca göz alıcı logotypeleriyle değil, aynı zamanda bu logotypelerin tekrarlanarak oluşturduğu tipografik desenlerle de tanınır. Örneğin, Louis Vuitton’un LV monogramı, Gucci’nin çift G deseni veya Fendi’nin çift F motifi, markaların ikonik görsel kimliklerini pekiştiren tasarım

unsurlarıdır. Bir monogram, iki veya daha fazla harfin üst üste istiflenmesi veya tek bir işaret oluşturmak için birleştirilmesiyle meydana gelen bir motiftir. Monogramlar, moda dünyasında lüks, tanınırlık ve zamansız tasarımın sembolü olarak kabul edilir ve hem giysilerde hem de aksesuar tasarımlarında sıkça kullanılır (Görsel 4).



Görsel 4: Dolce &Gabbana, 2025 İlkbahar/Yaz DNA koleksiyonuna ait kadın giyiminde ipek DG baskısı ikonik bir ifade haline gelirken, erkek giyimde jakarlı DG logolu ipek yuvarlak yakalı kazak (URL-7)

Giysi tasarımında tipografinin kullanımı, 20. yüzyılın başlarına kadar uzanır, ancak özellikle 1960’lardan itibaren popüler hale gelmiştir. Bazı önemli dönemler aşağıda örneklerle açıklanmıştır.

1858’de Charles Frederick Worth, Paris’te hazır giyim örnekleri satan bir moda evi açtı ve kısa süre sonra kendi etiketini oluşturdu. 1860’tan itibaren, Charles F. Worth’un tasarımlarının yasadışı kopyalarının ticaretine karşılık olarak “Worth, 7 Rue de la Paix, Paris” etiketi kullanılmaya başladı. Bu üretici etiketinin benimsenmesiyle birlikte, marka isimlerinin kullanımı da artmaya başladı. Nancy Troy, “On dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında haute couture etiketinin gelişiminin, özellikle reklamcılık alanında, kârlılığın istenen bir ürünü belirli bir marka adıyla ilişkilendirerek elde edilebileceğinin yaygın olarak kabul edildiği bir döneme denk gelmesinin bir tesadüf olmadığı kesin” diyor. Paquin ve Jeanne Lanvin moda evleri, daha sonra Paul

Poiret ve Worth'un izinden giderek tasarımlarına kendi isimlerini taşıyan etiketler dikmeye başladılar (Teunissen vd., 2011: 18). Her tasarımcı, parfüm şişeleri ve ambalajlarına da taşıdıkları kendine has bir grafik tarz geliştirmiştir. Sanatçılar gibi moda tasarımcıları eserlerinin üzerine imzalarını atmaya başlamıştır.



Görsel 5: Charles Frederick Worth etiketi, URL-8

1920'lerde Art Deco akımının etkisiyle, bazı moda tasarımcıları geometrik yazılar ve desenleri kumaşlara işleyerek dönemin estetik anlayışını yansıtmaya başladılar. Sonia Delaunay, 1922'de "Robe Poème" (Şiir Elbisesi), üzerinde bir dize bulunan elbiseler tasarladı (Görsel 6).



Görsel 6: 1922, Sonia Delaunay, "Robe Poème" (Şiir Elbisesi) (URL-9)



Görsel 7: Yaklaşık 1942 yıllarında Arnold Lever tarafından tasarlanan "London Wall" deseni rayon kumaşa basılmıştır. Bahar Yıldız, 02.01.2025. National Museums Scotland, Edinburg.

Görsel 7’ deki takım savaş zamanı ipek yerine kullanılan rayon kumaşından yapılmıştır. “The London Wall” (Londra Duvarı) olarak adlandırılan desen, savaş dönemi Britanya’ya ait sloganlar içeren ve tuğla bir duvara yapıştırılmış posterleri tasvir etmektedir. “Özgür olmak için savunmaya katkıda bulunun”, “Dikkatsiz konuşmalar cana mal olur.” gibi sloganlar yer almaktadır.

1950’lerde Tipografi, çoğunlukla askeri üniformalarda, rozetlerde ve monogramlı iş giysilerinde kullanılıyordu. 1955’te Avrupa’nın önde gelen ressamı tarafından tasarlanan baskıların, Claire McCardell tarafından kullanıldığı Modern Masters baskı serisi Amerikalı bir firma olan Fuller Fabrics tarafından basıldı. Baskılar, yıl boyunca moda dünyasında önemli bir yer tutuyordu; moda dergileri her sezonun yeni desenlerini tanıtıyor ve özellikle “konuşma başlatıcı” baskılar oldukça popülerdi (Cole & Deihl, 2015).



Görsel 8: 1950’ler kaniş cinsi köpeği konu alan, sohbet havasında baskı, (Cole & Deihl, 2015: 239)

Günlük elbise, kadınlar için rahat ve aktif spor giyimin “Amerikan Görünümü” ne yaptığı önemli katkıyla tanınan ünlü moda tasarımcısı Claire McCardell tarafından tasarlanmıştır. Elbise üzerindeki baskı deseni Fernand Léger tarafından tasarlanan baskılı bir pamuklu kumaş olan *Parade Sauvage*’dan yapılmıştır (Görsel 9).



Görsel 9: Claire McCardell elbise tasarımı. Fernand Léger tarafından Fuller Fabrics, New York için tasarlanan, serigrafi baskılı pamuktan yapılmış “Parade Sauvage” döşemelik kumaş, 1956. (URL-10), (URL-11)

1960’larda punk hareketi ve pop sanatının etkisiyle tişörtlerde yazı baskıları yaygınlaşmıştır. 1970’lerde Vivienne Westwood gibi tasarımcılar politik mesajlar içeren tipografik baskılar kullandı. Görsel 10’da Vivienne Westwood ve Malcolm McLaren tarafından, dönemin sonlarına ait bir tişört tasarımı



Görsel 10: Rock müzik sahnesi, Vivienne Westwood ve Malcolm McLaren tarafından, dönemin sonlarına ait bir tişört tasarımı (Cole & Deihl, 2015: 327)

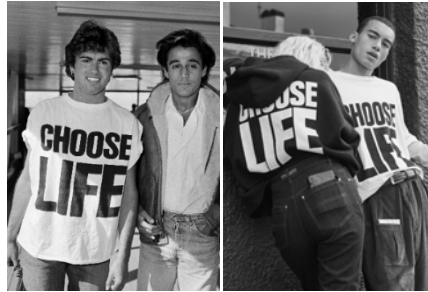
1980’lerde hip-hop kültürüyle birlikte büyük ve iddialı yazı baskıları popülerleşti. İngiliz moda tasarımcı Katharine Hamnett, sosyal adalet konularına dikkat çeken ilk tasarımcılardan biridir. Özellikle politik ve sosyal konulara dair sloganlar içeren tişörtleriyle tanındı. 2018 yılında The Guardian

röportajında Hamnett; insanların en güçlü tuvaler olduğunu, sloganların üç kelime ve harflerin çok uzaktan bile okunabileceğini, bir kez okunduğunda unutulmayacağını söylemiştir.



Görsel 11: Katharine Hamnett, slogan tişörtleri, 1984 yılında Katharine Hamnett ve Margaret Thatcher (URL- 12)

1980'lerin en ünlü fotoğraflarından biri, Katharine Hamnett'in "58% Don't Want Pershing" (%58 Pershing'i İstemiyor) siyasi yazılı bir tunik giyerek İngiltere Başbakanı Margaret Thatcher ile bir araya geldikleri fotoğrafıdır. Ayrıca, George Michael'ın "Wham!" grubunun "Wake Me Up Before You Go-Go" klibinde giydiği ünlü "Choose Life" tişörtü de Hamnett tarafından tasarlanmıştır (Gagan & Saini, 2023: 86).



Görsel 12: George Michael "Choose Life" tişörtü ve günümüz tasarım örneği. (URL- 13)

1990'larda markaların logoları ve isimleri (Nike, Adidas gibi) doğrudan kıyafet tasarımlarına entegre edildi. Günümüzde,

Nike markası Nike logosunun yanına spor giyim özelliklerine göre ürünleri isimlendirerek ve logo yazısına harf ekleyerek görsel bir iletişim dili oluşturmaktadır. Nike skateboard (Kaykay) sporu için “Nike SB” logosunu kullanarak ürünler tasarlamaktadır. Tüketiciler bu baskıları ürünlerde gördüğünde hangi spor alanına ait olduğunu anlamaktadır (Görsel 13).



Görsel 13: Nike SB logolu kaykay tişörtü (URL-14)

Moschino’nun kıyafetleri düşünüldüğünde akla ilk gelen şey kelimeler, kelime oyunları ve ifadelerdir. Moda sistemini acımasızca alaya alan Franco Moschino (1950-1994), modayı mizah, ironi ve gerçeküstülikle dolu tiyatro sunumları için bir platform olarak kullanmıştır.

Görsel 14’te, 1991 Moschino Couture Koleksiyonu’ndan önemli takım elbise, bel kısmına “Waist of Money” (Para İsrafı) yazılı bir ceket, koyu kırmızı rayon ve asetat krep kumaş, “Waist of Money” altın iplik işlemeli ceket tasarımı yer almaktadır. Klasik bir giysi dizisine uygulanan mesajlar ve sembollerle deneyler yapmıştır (URL-15). Moschino tasarımlarında genellikle çevre, ırkçılık ve AIDS farkındalığı gibi önemli küresel meseleleri konu ediyordu.



Görsel 14: 1991, Moschino Couture Koleksiyonu (URL-16).



Görsel 15: Moschino, 2024-25 Sonbahar/Kış (URL-17).

2000'lerden itibaren giysi modasında teknolojinin gelişmesiyle birlikte lazer kesim tipografi ve dijital baskılar kullanılmaya başlandı. Günümüzde sürdürülebilir moda ve kişiselleştirilebilir tasarımlar sayesinde tipografi, giysi tasarımının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Tipografi giysi tasarımında uzun süredir var olmasına rağmen özellikle yirminci yüzyılın ikinci yarısından sonra etkili bir görsel öğe olarak kullanılmaya başlanmıştır.

5. SONUÇ

Giysi tasarımında tipografi, yalnızca yazı karakterlerinin düzenlenmesiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda mesajların etkili

bir şekilde iletilmesini sağlayan önemli bir görsel iletişim aracı olarak işlev görmektedir. Harflerin formu, boyutu, yerleşimi ve kontrastı, izleyicinin algısını doğrudan etkileyerek estetik ve anlamsal bir bütünlük oluşturur. Moda endüstrisinde tipografi, tasarımın kimliğini belirleyen temel unsurlardan biri olarak öne çıkmakta ve markaların karakterini vurgulamak amacıyla bilinçli bir şekilde kullanılmaktadır. Özellikle sokak modasında, tipografik unsurlar aracılığıyla sunulan sloganlar, güçlü ifadeler ve özgün yazı karakterleri, giysileri yalnızca birer tekstil ürünü olmanın ötesine taşıyarak onları kültürel bir anlatım biçimine dönüştürmektedir.

Teknolojik gelişmeler, giysi tasarımında tipografinin kullanım alanlarını genişletmiş, dijital baskı teknikleri ve lazer kesim gibi yenilikler sayesinde daha özgün ve detaylı tipografik desenlerin oluşturulmasını mümkün kılmıştır. Artık sadece sabit yazı karakterleri değil, hareketli tipografi ve dinamik yazı düzenleri de giysi tasarımında kendine yer bulmaktadır. Bu da tasarımcılara, giysilere çok boyutlu anlamlar yükleme fırsatı tanımaktadır. Aynı zamanda artırılmış gerçeklik (AR) ve dijital moda uygulamaları, tipografinin interaktif bir deneyime dönüşmesini sağlayarak tasarımın sınırlarını genişletmektedir.

Tipografinin estetik yönü kadar psikolojik ve kültürel etkileri de göz ardı edilmemelidir. Farklı yazı karakterleri, izleyicide çeşitli duygular uyandırarak giysilerin mesajını güçlendirebilir. Örneğin, el yazısı formundaki bir tipografi daha samimi ve duygusal bir etki yaratırken, keskin ve köşeli yazılar güç ve otorite hissi verebilir. Kültürel bağlamda da tipografi, belirli toplulukların kimliğini yansıtan bir araç olarak işlev görebilir. Doğru seçilmiş bir tipografik düzen, giysi tasarımını yalnızca görsel açıdan değil, anlam katmanları açısından da zenginleştirerek daha etkili hale getirebilir.

KAYNAKÇA

- Ak, T. (2009). Marka Yönetimi ve Tüketici Karar Sürecine Etkileri, Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktuğlu, I. K. ve Temel, A. (2006). Tüketiciler Markaları Nasıl Tercih Ediyor? Kamu Sektörü Çalışanlarının Giysi Markalarını Tercihini Etkileyen Faktörlere Yönelik Bir Araştırma, Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.
- Ambrose, G. & Harris P. (2012). Görsel Tipografi Sözlüğü, İstanbul: Literatür Yayınları.
- Barnard, M. (2001). Fashion as Communication. London, New York: Routledge.
- Becer, E. (1997). İletişim ve Grafik Tasarım, İstanbul: Dost Kitabevi.
- Chaney, D. (1999). Yaşam Tarzları. Çev.: İrem Kutluk. Ankara: Dost Kitabevi.
- Cole, J. D. and Deihl, N. (2015). The History of Modern Fashion from 1850 Laurence King Publishing
- Crane, D. (2003). Moda ve Gündemleri, Giyimde Sınıf, Cinsiyet ve Kimlik, Çeviri: Özge Çelik, 1.Basım, Ayrıntı Yayınları.
- Erdal, G. (2015). İletişim ve Tipografi, İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Fogg, M. (2014). “Modanın Tüm Öyküsü”, Çeviri: Emre Gözgülü, Hayalperest Yayınevi.
- Gagan, P. & Saini, S. (2023). SGT University, Faculty of Fashion & Design Gurgaon-Badli Road Chandu, Budhera, Gurugram, Haryana.

- Özerdim, N. S. (1960). Harf Devriminin Öyküsü, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Sarıkavak, N. K., (2004). Sayısal Tipografi 2 Batı'da ve Ülkemizde Sayısal Harf/Font Tasarımcılar, Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.
- Storrey M. & Childs, P. (1997). British Cultural Identities. London: Routledge.
- Teunissen, J., Voet, H. V. D., Brand, J. (2011). *Couture Graphique Fashion, Graphic Design & Body*. Terra MOTI.
- Yıldız, B. 02.01.2025. National Museums Scotland, Edinburg.

İnternet Kaynakları

- URL-1: <https://design.tutsplus.com/articles/what-font-does-chanel-use--cms-108632>, Erişim Tarihi: 20.11.2024
- URL-2: <https://www.designyourway.net/blog/what-font-does-balenciaga-use/>, Erişim Tarihi: 20.11.2024
- URL-3: <https://www.independent.co.uk/life-style/fashion/slogan-tshirt-trend-political-statement-katharine-hamnett-dior-feminist-a7619231.html>, Erişim Tarihi: 20.11.2024
- URL-4: <https://www.fendi.com/tr-en/private-pre-orders-womans/peekaboo-iseeu-sm>, Erişim Tarihi: 28.11.2024
- URL-5: <https://www.marketingpartners.com/conversations2/log-design-101-the-wordmark>, Erişim Tarihi: 28.11.2024
- URL-6: <https://brandtalks.org/2015/08/luksmarkalarpazarlamayi-kitlesel-markalar>, Erişim Tarihi: 28.11.2024
- URL-7: <https://www.dolcegabbana.com/entr/fashion/women/clot>

hing/dresses/twill-calf-length-shirt-dress-
F6TMNTGDCVJN0000.html, Erişim Tarihi: 28.11.2024

URL-8:

<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/80002258?rpp=60&pg=2&ft=>, Erişim Tarihi: 05.02.2025

URL-9: <https://www.wikiart.org/en/sonia-delaunay/robe-poeme-oublions-les-oiseaux-1922>, Erişim Tarihi: 05.02.2025

URL-10: <https://www.cooperhewitt.org/2014/01/28/a-modern-masters-series-dress/>, Erişim Tarihi: 08.02.2025

URL-11: <https://collections.vam.ac.uk/item/O132925/parade-sauvage-furnishing-fabric-fernand-leger>, Erişim Tarihi: 08.02.2025

URL- 12: <https://www.bbc.com/culture/article/20200113-katharine-hamnett-the-original-fashion-eco-warrior>,
Erişim Tarihi: 08.02.2025

URL- 13: <https://katharinehamnett.com/gbp/choose-life-t-long-sleeves-katharine-hamnett>, Erişim Tarihi: 08.02.2025

URL-14: <https://www.nike.com/tr/t/sb-logolu-kaykay>-Erişim
Tarihi: 12.02.2025

URL-15: <https://artlark.org/2022/09/18/moschinos-anti-elitist-haute-couture/>, Erişim Tarihi: 12.02.2025

URL-16: <https://www.capitoliumart.com/en/lotto/important-suit-by-franco-moschino-1991-moschino-couture-collection>,
Erişim Tarihi: 15.02.2025

URL-17: <https://vogue.com.tr/defile/moschino-2024-25-sonbaharkis?p=2>, Erişim Tarihi: 15.02.2025

GIYSİ TASARIMINA AMATÖR BİR YAKLAŞIM: COSPLAY VE KÜLTÜRÜ

Cantürk ÖZ¹

1. GİRİŞ

Cosplay; günümüzde ülkemizde de popülerliği artmakta olan bir alt kültür etkinliğidir. Türkçeye “Kostümlü oyun” olarak çevrilebilecek etkinliği değerlendirebilmek için oyun ve kostüm kavramlarının irdelenmesi gerekmektedir. Uygulayıcılar hayran oldukları; anime, manga, bilgisayar oyunu ve çizgi roman gibi farklı medyalarındaki karakterlerin kostümlerini oluşturarak, etkinlikler çerçevesinde izleyicilere sunarlar. Cosplay, tasarım eğitimi veya giysi üretim eğitimi almamış kişilerce bir hobi gerçekleştirilmektedir. Bu sebeple Cosplay uygulamalarında kostüm hazırlık süreci; amaç, kalıp çıkarımı, malzeme ve üretim teknikleri açısından farklıdır.

Cosplay hobi ve uygulama teknik süreçlerinin incelenmesi ve kostüm tasarımı alanı açısından yorumlanarak sistematik bir şekilde ilgilenenlere aktarılması amaçlanmaktadır. Konu kapsamı doğrultusunda; Cosplay’in tarihi, uygulayıcıların tanımlamaları, kostüm üretim süreçleri ve yaygın kullanılan teknikleri incelenerek açıklanmıştır. Profesyonel kostüm tasarım teknikleri içerisinde yer almayan bu malzeme ve teknikler irdelenerek sunulmuştur. Araştırma hobi uygulayıcılarının; kostüm ve benzeri şekilde vücuda giyilen zırh gibi yardımcı giysi parçalarının uygulama süreçlerini kapsamakta ve hobide sıklıkla

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı, canturk.oz@nisantasi.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5369-5083.

kullanılan peruk, makyaj ve eşya yapım süreçlerini incelememektedir.

2. COSPLAY VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Cosplay japonca kosupur'in kısaltılmış hali ve Japonca “costume” (コス) ve “play” (プレ) anlamına gelen İngilizce sözcüklerin birleşiminden meydana gelmektedir. Tarihi süreci incelendiğinde “Cosplay” teriminin ilk kez; Studio Hard Yayınevi kurucu/yazarı olan Takashi Nobuyuki tarafından 1984 yılında Los Angels'da düzenlenen WorldCon etkinliğinde, hayranı oldukları karakterlerin kostümlerini giyen kişileri tanımlamak için kullanılmıştır (Winge, 2006: 66-67).

Bir performans sanatı sayılan Cosplay'in bilinen ilk resmi örneği 1939'da pejmürde bir yıldız pilotu ve “Things to Come” filminden bir karakter kılığına bürünen iki etkinlik katılımcısıdır. Katıldıkları First World Science Fiction Convention'da büyük sansasyon yaratan ikili, bir akımı başlatmış ve ertesi sene etkinliğe daha fazla kostümlü insanın gelmesini sağlamıştır (Url-1).

Uygulama; ülkemizde popülerlik kazandığı İngilizce isimlendirilmesiyle kullanılmakta ve Türkçe bir karşılığı türetilmemiştir. Günümüzde, beğendikleri karakterlerin kostümlerini giyen ve “hevesli” taraftarlardan meydana gelen hayran kitlelerini (fandom) tanımlamak için kullanılmaktadır (Lotecki, 2012). “Cosplayer” olarak bilinen icracılar; genellikle çizgi roman, anime/çizgi film, bilgisayar oyunu gibi bilim kurgu /fantastik türlerinden hayranları oldukları hayali karakterleri çeşitli kostüm ve aksesuarlarla canlandırmaktadır. Profesyonel olarak tasarım veya giysi üretimi eğitimi almamış hobi sahipleri bu bağlılıklarını, sadece oluşturdukları kostümlerle taşımamakta aynı zamanda katıldıkları toplantılarda karakterin kişilik özelliklerini, ses ve mimiklerini taklit etmektedir. Karakterin

kostümünün hazırlanılması kadar canlandırılmasının da yapılması etkinliğin isminde yer alan “oyun’un” sebebidir.

Kendisi de bir Cosplayer olan Sensee takma isimli uygulamacı kendi internet sitesinde Cosplay hobisini şu şekilde tanımlamıştır:

“Karakter Kostümleri Tasarlama ve Performansını Yapma Sanatı" olarak tanımlanabilir. Yani Cosplay'deki amaç bir karakteri -ki bu anime, manga, oyun, fan art, film, çizgi roman, kitap, internet ikon, ünlü kişi, orijinal vs. olabilir- her bir ayrıntısına dikkat ederek hayata geçirmektir ve bu esas çizer ya da tasarımcısına saygıyı ifade eder.” (Url-2).

2.1. Neden Cosplay?

Cosplay'in uygulayıcıları tarafından gerçekleştirilmesinin sebebi birçok akademik çalışma ile incelenmiştir. Araştırmacılar hobiyi anlayabilmek için; kendisini oluşturan hem kostüm hem de oyun kısımlarının incelenmesi gerektiğini belirtmektedir.

Abrams (1997) “kostüm giymenin” kişilerin dünyaya bağlanmak için farklı fikir ve kimliklerle oynayabilmesini sağlayan bir aktivite olarak tanımlamıştır. Kişiler; hobide sadece kostüm ile karakterleri üzerinde taşımakla kalmaz, katıldıkları etkinliklerde karakterleri tavır, mimik, hareketler ve seslendirmeyeyle canlandırmaya çabalamaktadır. Nesic (2012) hazırladığı tez çalışmasında, uygulayıcıların kostüm hazırlığı sırasında kumaş ile birlikte karakterle de iletişime geçtiğini belirtmektedir. Uygulayıcılar seçtikleri iki boyutlu karakterlere dönüştürken, kostüm ayrıntılarına Sensee'nin de belirttiği gibi çok dikkat etmekte, karakteri “layığıyla” canlandırmak istemektedir. Cosplay uygulamalarının esas sebebi karaktere olan bu “samimi” bağlılıktır. Sadece “yüzeysel bir kostüm hazırlığı” ile yetinmeyerek, vücut özelliklerini karaktere benzetmek için ağır

rejim, idman ve estetik ameliyat uygulamalarına katılan kişiler olduğu bilinmektedir.

Cosplay; gençler için sosyal kısıtlamalar olmadan kendilerini özgürce ve yaratıcı bir şekilde ifade edebilmelerinin bir yolu olmuştur. Rahman vd. (2012) Cosplayerlar ile yaptıkları görüşme çalışmasında, uygulayıcıların çoğunun kendi hayali benliklerini belirli yer ve karakter ile oluşturduğunu belirtmiştir. Cosplay etkinliği sayesinde gerçeklikten bir süre kaçabilmekte ve ideal dünyalarına geçebilmektedirler. Ayrıca uygulayıcılar mutluluk verici tecrübe, anlamlı hatıralar, kendini yüceltme ve kişisel doyum yaşamaktadır. Benzer şekilde Peirson ve Smith (2013) Güney Asya’da Cosplay’i incelediği çalışmasında uygulamanın; çok yönlü olduğu, kişiliği dışa vurma ve çocuk saflığı yaşatarak gerçeklikten sıyrılmanın bir yolu olarak ortaya çıktığını belirtmektedir.

2.2. Cosplay Tasarım Süreci

Bir hobi olarak gerçekleştirilen Cosplay çalışmalarında karaktere “samimi” olarak bağlı olmak önemlidir. Tüm hobinin temel çıkış sebebi, belirli hayali karakterlerin sevilme ve benimsenmesidir. Birçok uygulayıcı daha önce giysi üretimi alanı hakkında hiçbir bilgi veya çalışması olmamasına rağmen, internet videoları ve kendi kurdukları forum siteleri üzerinden bilgi paylaşımında bulunarak kendi kostümlerini üretmektedir. Görsel bir medyada önceden tasarlanmış karakter kostümlerinin olabildiğince öze yakın yeniden oluşturulmasını amaçlayan çalışmalar tasarım süreçlerinde; “araştırmalar sonucunda edinilen bilgiler doğrultusunda bir karakterin yansıtılabilmesi için özgün giysi tasarlanması” olarak tanımlanabilecek kostüm tasarım uygulamalarından ayrılmaktadır.

Cosplay Türkiye sitesi Cosplay tasarım sürecini; sekiz basamak ile açıklamıştır (Url-3). Bu basamaklar;

1. Karakter seçimi

2. Karakter görsel ve diğer Cosplayer yorumlarının incelenmesi. Sonrasında eskiz çizim ile planlanması ve bütçeye uygun malzeme listesinin hazırlanması
3. Yetenek ve isteğe göre kostüm parçalarının dikilme veya hazır satın alınma kararının verilmesi
4. Kostüm parçalarının dikilmesi için en pratik yolun belirlenmesi. Hazır giysilerden modifikasyon, hazır kalıpların kullanılması veya sıfırdan kalıp çıkartılması kararı.
5. Dikiş işlemlerinin; aile, tanıdık, internet videoları, deneme-yanılma veya kurslar ile öğrenilmesi
6. Kostüm tamamlayıcı parçalarını oluşturmak için el becerileri (craft) tekniklerinin öğrenilmesi
7. Peruk, lens gibi diğer tamamlayıcı aksesuarların alınması
8. Karakter görüntüsünü tamamlayacak makyaj ve etkinliklerde doğru poz verebilmek için mimik ve jest çalışmalarının yapılmasıdır

Benzer şekilde; “Observation Deck” isimli alt kültür sitesi de Cosplay sürecini: “Karaktere karar verme, araştırma, kostümü hazırlama ve toplantılarda karakteri yaşatarak sunma” olmak üzere dört adımda incelemektedir (Url-4).

Her ne kadar hobi; karakter bağlılığını önemse de, bu uygulamalarında tasarım etkilerinin kullanılmadığı anlamına gelmemektedir. Karakter kişiliği ve genel giyim yapısı kahramanı yansıttıktan sonra kostümler birebir uygulanmak zorunda değildir. Hobi sahipleri canlandırmak istedikleri karakterlerin cinsiyetleri kendilerine uymuyor ise “cinsiyet-bükümü” (genderbend) dedikleri teknikle karakterleri kendi cinsiyetlerine uyarlamaktadır. Bu değişim günümüzde etnik grup özelliklerini de kapsayacak şekilde gelişmiştir. Böylece kişi kendi özelliklerini de karaktere yansıtabilmekte ve “Siyahi Captain Marvel”, “Erkek Squirelgirl” gibi karakterlerin farklı versiyonlarını

tasarlayabilirler. Benzer şekilde günümüzde “karakter birleşimi” (mash up) ve “tür uyarlaması/bükümü” (genrebend) teknikleri de kişinin sevdiği kahramanda, tasarım becerisini gösterebilmesinin bir yolu haline gelmiştir. “Frankenstein-Captain America” gibi iki karakterin birleşimi veya “Steampunk-Spiderman” gibi kahramanın farklı edebi türlere uyarlamaları gerçekleştirilebilmektedir.



Görsel 1. Cinsiyet-bükümü ve karakter birleşimi tekniği ile hazırlanmış Cosplay örnekleri (Url-5)



Görsel 2. Tür uyarlaması tekniği ile gerçekleştirilmiş kahramanlarının Steampunk halleri (Url-6)

3. COSPLAY ÜRETİM SÜREÇLERİ VE UYGULAMALARI

Seçilen karakterin kostümü uygulayıcı tarafından; yetenekleri doğrultusunda sıfırdan üretilmekte veya hazır ürünler üzerinde değişiklikler yapılarak oluşturmaktadır. Nesic (2012); dikim, aksesuar yapımı ve peruk stilizasyonu olmak üzere Cosplay'in üç ana etkinlik sonucunda gerçekleştirildiğini belirtmektedir. Üretim teknikleri; hobi sahipleri tarafından kurdukları internet siteleri veya forumlarda fotoğraflar ile anlatılmaktadır. Ayrıca birbirlerine kullandıkları malzeme ve süreçlerini paylaşmaktadır. Rahman (2012) kurulan bu topluluk yapısıyla gençlerin özgüven, kabullenilme, beğeni ve aidiyet duygusu da kazandıklarının altını çizmektedir.

Uygulamalarda birçok farklı malzeme ve yöntem tercih edilmektedir. Geleneksel kostüm tasarım sürecinde kullanılan malzemeler, kalıp elde etme ve dikiş teknikleri; farklılaştırılarak sıralı veya karışık olarak kullanılmaktadır. Bu tekniklerin incelenmesi kostüm tasarımı açısından önemlidir.

3.1. Pepakura Tasarım ile Cosplay Üretimi

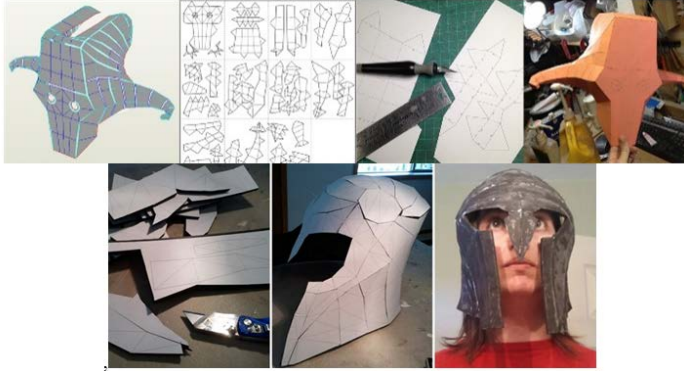
Pepakura Tasarım Programı 3 boyutlu hazırlanmış modellerin, düz yüzeye uygulanabilir 2 boyutlu açılımlarını gerçekleştiren bir bilgisayar yazılımıdır. Böylece 3 boyutlu formlar, 2 boyutlu kalıplara kesik, üçgen ve paylar oluşturularak dönüştürülür. Cosplay uygulamalarında bu tekniğin kullanım sebeplerinin başlıcaları:

- Dosyaları programda görüntülemek ve çıktı alabilmek ücretsizdir.
- Çok fazla malzeme istemez, kâğıt/karton, yazıcı, maket bıçağı/makas yeterlidir.
- Kostüm iç aksamı hızlıca ve simetrik olarak hazırlanabilir. Sonrasında istenirse üzerine kaplanan fiberglas bez ve plastik dolgu malzemesinin

zımparalanarak pürüzsüzleştirilmesiyle kalıcı ve boyutlu hale getirilebilir.

- Ölçüler ücretli programda değiştirilerek kişiye göre ayarlanabilmektedir. Pahalı 3D makinelerden ucuz ve yanlış ölçülendirmelerin düzeltilmesi kolaydır.
- Çoğu ünlü film ve video oyun karakterinin hazır Pepakura dosyaları internet ortamında bulunabilir.
- Oluşturulan kalıplar 6 mm'lik kalın EVA materyallere kopyalanabilir. (Url-7).

Bilgisayar oyunlarında karakter ve nesnelerin görsel temsilleri; sanal noktaları (vertex) birleştiren çizgiler ve bu çizgilerin birleşimiyle oluşan çokgensel nokta ağlarının üzerine iki boyutlu resimlerin giydirilmesiyle oluşturulur (Sayılğan ve Sayılğan, 2013: 97). Cosplayerlar oyunların bu özelliğinden yararlanarak, bu nesneleri kendi vücut ölçülerine uygun hale getirmektedir. Programın işleyişi ve kullanım amacı; giysi üretiminde kullanılan bilgisayar destekli kalıp programlarına benzemektedir. Program üç boyutlu vücut formunu çokgenler arasındaki kesiklerle oluşmaktadır. Kesikler sistemli kalıp uygulamalarındaki pens/kup tekniklerinin yerini almaktadır.



Görsel 3. Pepukura tasarım uygulamalarına örnekler (Url-8).

3.2. Köpük (Foam) ile Cosplay Üretimi

"Strafor" ya da "sentetik köpük" olarak isimlendirilen süngerimsi yalıtım malzemelerine İngilizcede "foam" denilmektedir. Malzemelerin farklı özellik ve kalınlıklarda birçok türü bulunmakta; ince ve esneyebilenleri sanat malzemeleri, büyük kalın tabakalar halinde olanlar ise nalbur dükkânlarından temin edilebilmektedir. Bu malzemelerin başlıcaları; silikon pamuk/elyaf tabakaları, Fotoblok, Eva, Strafor, Wonderflex ve Worbla olarak sıralanabilir (Url-9). Uygulayıcılar üç boyutlu formlar oluşturmak için bu malzemeleri kullanırlar. Malzeme kalınlığına göre dikiş payı gerekmeden farklı yapıştırıcılar ile parçalar birleştirilebilir. Böylece dikiş beceri ve bilgisi olmadan giysi ürünleri oluşturulabilir. Ayrıca ürünler daha dayanıklı olabilmekte ve farklı boyutlandırmalar ile detaylandırılabilir. Sünger yapıları sebebiyle malzemenin nefes almaması en büyük dezavantajdır.



Görsel 4. Eva köpük ile yapılmış kanat, wonderflexile oluşturulmuş omuzluk ve worbla ile biçimlendirilmiş zırh (Url-10)

Kinpatsu isimli Cosplayer, Deviantart sanat paylaşım sitesinde bir kadın üst beden zırhı yapım aşamasını görselleri ile anlatmıştır (Url-11).

Cosplayer giysi kalıbını; eski bir t-shirtün üzerinden kendi bedenini koli bandıyla sarak almıştır. Banttan oluşan bu tabakanın üzerine model özelliklerine dikkat ederek kup ve kesik özelliklerini çizer. Bandın sökülmesiyle istediği kalıp parçalarını elde eden Cosplayer, Eva köpüklerinden bu parçaları kesmiştir.

Eva köpük materyalinin kendi kalınlığı ve yapışkanlarla yapıştırılması sebebiyle kesilen kalıp parçalarına dikiş payı verilmemiştir. Tek parça çalışılmak istenen göğüs parçaları için ise Eva'nın ısınma özelliği kullanılmıştır. Isıtılan ve yumuşatılan Eva'ya cam bir kâse yardımıyla göğüs formu verilmiş ve model özelliğine göre kesilmiştir. Alt parça ile uyumu kontrol edilen göğüs parçaları, silikon bazlı yapıştırıcılar ile sabitlenerek çalışma tamamlanmıştır. Çalışmanın daha dayanıklı olması istenirse öncelikle termoplastik materyali ile kaplanarak parçalar sonra birleştirilebilir.

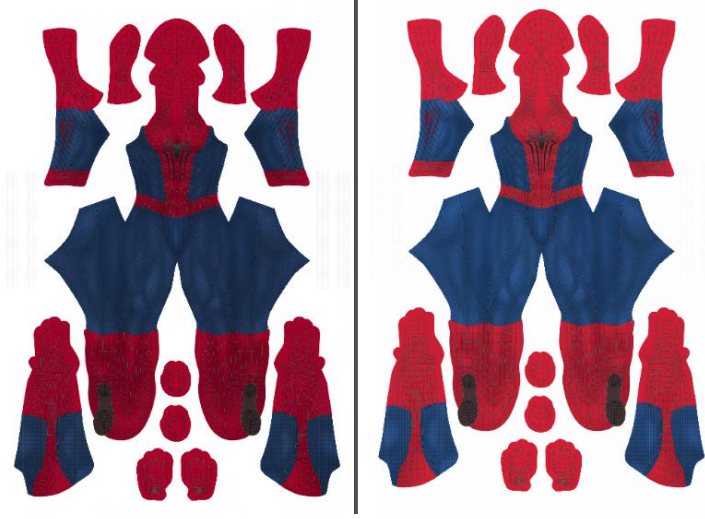


Görsel 5. Eva kullanımı ile zırh üretim aşamaları (Url-11)

3.3. Dijital Baskılı Hazır Kalıpların Satın Alınması

Hobi uygulayıcılarının birbirleriyle görüş ve önerilerini paylaştığı internet forumları, aynı zamanda ticari bir kimlik de taşımaktadır. Kostüm eğitimi almış veya hobisinde uzmanlaşmış kişiler, belli kostüm kalıplarını diğer kullanıcılara satmaktadır. Bu uygulamalardan biri; kişinin kendi ölçülerine göre Adobe Photoshop programında düzenlediği ve kumaşa bastırılacak desenli dijital kalıplardır. Bu kalıpların en büyük özelliği seçilen karakterin kostüm, model, renk ve detay özelliklerini yansıtır olmasıdır. Benzer şekilde kalıp deseninde ışık-gölge ve doku teknikleri de kullanılmaktadır. Oluşturulan bu sahte ışık-gölge

oyunu ile Cosplayer'ın kendi vücudunu seçilen karaktere benzetmesi amaçlanmaktadır. Streç kumaşa basılacak bu uygulamalar Cosplayer'ın dikiş uygulama ve materyal masraflarını da düşürmekte ve program bilgisi dâhilinde kostüm üzerinde oynama yapabilme hakkı sağlamaktadır (Görsel 6).



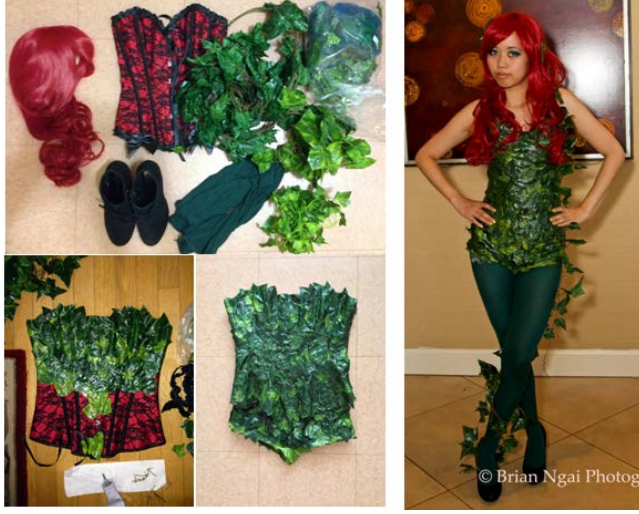
Görsel 6. Ölçeklendirilebilir, ışık-gölge ile vücut formu ve kumaş deseni verilmiş hazır Spiderman kostüm kalıpları (Url-12)

3.4. Hazır Giysi Ürünlerinin Cosplay'de kullanılması

Cosplay, çoğunlukla kostüm tasarımı/giyim üretimi konuları hakkında eğitim almamış hayranlar tarafından yapılan bir hobi oldu için; çalışmaların hazırlık sürecindeki yükü hafifletecek bütün alternatif yöntemler kullanılmaktadır. Sıklıkla kullanılan yöntemlerin başında hazır giysi ürünlerinin kullanılması ile kostüm oluşturulması vardır. Bu teknikte kişi, seçtiği karakterin kostümüne en çok benzeyen hazır giysi ürünlerini alır ve üzerine kesim, boyama, süsleme veya dikiş gibi uygulamalar gerçekleştirerek ürünleri başkalaştırır.

Reeni isimli Cosplayer kendi blog sayfasında DC karakterlerinden Poison Ivy'nin kostüm üretim basamaklarını paylaşmıştır. Genellikle yeşil yapraklarla örülü bir mayo giyerek

tasvir edilen karakter için Reeni, hazır bir korse ve şort almış; sonrasında bu ürünlerin üzerine yapay yaprakları silikon bazlı yapıştırıcı ile sabitlemiştir.



Görsel 7. Hazır giysi ürünleri kullanılması sonucu elde edilen Poison Ivy cosplayi (Url- 13)

4. SONUÇ

Araştırma ile ülkemizde gittikçe popülerleşen bir alt kültür etkinliği olan Cosplay ve uygulama teknikleri örnekleri ile incelenmiştir. Hayran olunan karakterlerin kostüm ve kişiliklerinin canlandırması olarak tanımlanan bu performans etkinliği; film, animasyon, çizgi roman ve oyunlarda yer alan karakterlerin hayata geçirilmesini kapsamaktadır. Son günlerde bireylerin farklı hobilere yönelmesi sonucu popülerleşen bu çalışmaların incelenmesi; kostüm tasarımına ilgi duyan alan dışı kişiler ve profesyonel tasarımcılara, süreç ve uygulama hakkında bilgi sunması açısından önem taşımaktadır.

Cosplay tasarım ve üretim süreçleri incelendiğinde süreçlerinin geleneksel kostüm tasarım uygulamalarından

ayrıştığı gözlenmiştir. Bu kostümelerde kullanım kalitesi ve rahatlığı ikinci plana atılmakta ve görsel benzerlik ön planda tutulmaktadır. Kostümelerin belirli bir süreliğine giyilmek için tasarlanması ve uygulayıcının zaman ve para kısıtlamaları farklı malzeme ve üretim tekniklerini içermesi sebebidir. Kişilerin kendi becerisi ile ürettiği ve sadece görseli önemseyen bu kostümelerin çoğu; geleneksel giysi üretiminde kullanılamayacak yöntemler içermektedir. İğne ile tutturma, silikon ile yapıştırma ve bantla birleştirme gibi “pratik” uygulamalar Cosplay’de sıklıkla kullanılmaktadır. Kullanılan farklı malzemeler kalınlıkları sebebiyle yaratıcı formlar oluşturulmasını kolaylaştırmakta ve ek aksam vb hazırlanma ihtiyacını ortadan kaldırmaktadır.

Bu çalışma sonucunda;

- Cosplay hobisi ve hobi katılımcılarına dikkat çekerken sistemli bir kaynak oluşturulması
- Hobi uygulayıcılarına doğru/akademik kaynak ve eğitimlere sevk edilebilmesi
- Moda/giysi tasarımı alanına; ergen-genç yaş aralığında kişilerin dikkatini çekebilecek çalışmalar yapılabilmesinin aktarılması (workshop vb. uygulamalar ile)
- Farklı materyallerin kullanım ve tekniklerinin moda/giysi tasarımı alanında uygulanabilirliğinin araştırılması ile disiplinler arası çalışma ve düşünmeye teşvik edilmesi
- Özellikle farklı/heykelsi/abartılı formların oluşturulması ve tasarım süreçlerinde denenebilmesinde farklı bakış açılarının geliştirmesi
- Dijital programların farklı şekillerde (2/3 B) kullanılabilirliğine dikkat çekilmesi hedeflenmiştir.

Özellik genç yaşlardaki insanların uygulayıcısı olduğu hobinin, kostüm tasarım alanına yeni tasarımcılar katılabilmesi için önemli olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abrams, R. (1997). The playful self: Why women need play in their lives. London: Fourth Estate.
- Lotecki, A. (2012). “Cosplay Culture: The Development of Interactive and Living Art through Play” (Master Thesis, Ryerson University). Toronto, Ontario: Canada,
- Nesic, N. (2012). No, Really: What Is Cosplay? (Mount Holyoke College) Massachusetts, ABD
- Peirson-Smith, A. (2013). Fashioning the fantastical self: An examination of the Cosplay dress-up phenomenon in Southeast Asia. Fashion Theory - Journal of Dress Body and Culture, 17(1), 77-112.
- Rahman, O., Liu, W.S., & Cheung, B.H.M. (2012). “Cosplay”: imaginative self and performing identity. Fashion Theory, 16(3), 317-342.
- Sayılğan, Ö. B. ve Sayılğan, Y. (2013). Dijital Oyunda Oyuncu Algısının Manipülasyonu Bağlamında Üç Boyutlu Oyun Uzayının Sınırlandırılması. Uluslararası Sanat, Tasarım ve Manipülasyon Sempozyumu Bildiri Kitabı 21-23 Kasım 2013, 95-100: Sakarya
- Winge, Theresa. (2006). "Costuming the Imagination: Origins of Anime and Manga Cosplay." Mechademia 1:65–76.

İnternet Kaynakları

- Url-1: <http://www.radikal.com.tr/radikalist/cosplay-nedir-cosplayin-kokeni-baslangici-ve-yayginlasmasi-1296732/> Erişim Tarihi: 02.10.2024
- Url-2: <https://niluferinkoleksiyonu.weebly.com/> Erişim Tarihi: 22.10.2024

- Url-3: <http://www.cosplayturkiye.com/cosplaye-baslarken>
Erişim Tarihi: 08.11.2024
- Url-4: <http://observationdeck.kinja.com/cosplay-1-01-a-beginners-introduction-to-cosplay-1632337814> Erişim Tarihi: 20.10.2024
- Url-5: <http://www.mtv.com/news/2210412/comic-con-gender-bent-cosplay> Erişim Tarihi: 02.12.2024
- Url-6: <http://geekandsundry.com/go-back-in-time-with-this-steampunk-inspired-superhero-cosplay/?gallery=243763#gallery> Erişim Tarihi: 10.10.2024
- Url-7: <http://ohmycosplay.com/2013/11/03/craft-foam-vs-wonderflex-vs-worbla> Erişim Tarihi: 02.10.2024
- Url-8: <http://punishedprops.com/2015/04/20/pepakura> Erişim Tarihi: 05.10.2024
- Url-9: <http://www.senseecosplay.net/2012/10/paper-mache-gapoxio-clay-sculpty-foam.html> Erişim Tarihi: 02.10.2024
- Url-10: <http://ohmycosplay.com/2013/11/03/craft-foam-vs-wonderflex-vs-worbla> Erişim Tarihi: 08.10.2024
- Url-11: <http://kinpatsu-Cosplay.deviantart.com/art/EVA-Foam-Breastplate-Tutorial-503414337> Erişim Tarihi: 02.11.2024
- Url-12: <http://www.therpf.com/showthread.php?t=208912&page=49> Erişim Tarihi: 10.12.2024
- Url-13: <http://mycutebow.blogspot.com.tr/2013/11/halloween-easy-poison-ivy-Cosplay.html> Erişim Tarihi: 12.12.2024

SIFIR ATIK KALIP TASARIMI VE TANGRAM: GEOMETRİK PRENSİPLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA TASARIMINA ETKİSİ

Hümeysra ÇAKIR¹

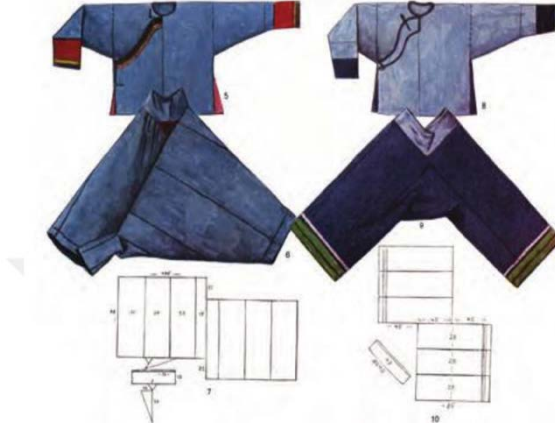
1. GİRİŞ

Günümüz tekstil ve moda sektöründe sürdürülebilirlik bağlamında çeşitli sürdürülebilirlik adımları atılmaktadır. Bu adımlardan biri de sıfır atık giysi tasarımı anlayışıdır. Sıfır atık giysi tasarımı her ne kadar uzun yıllardır kullanılıyor olsa da sürdürülebilirlik bağlamında değerlendirilmesi son yılları kapsamaktadır (Rissanen ve McQuillan, 2015). Tarihsel olarak bakıldığında sari, şalvar, antik yunan kıyafetleri ve Görsel 1’de verildiği gibi geleneksel kıyafetlerde sıfır atık tasarım anlayışının kullanıldığı görülmektedir (Rissanen, 2013). Bunun, kumaş üretiminin günümüz koşullarına göre daha zor ve zaman alıcı olması, ayrıca üretilen kumaşın her bir parçasının değerlendirilmesi gerektiği anlayışından kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu açıdan baktığımızda bugün de farklı sebeplerden dolayı kumaş atığını azaltmayı amaçlayacak sıfır atık kalıp hazırlama yöntemleri kullanılmaktadır.

Geleneksel moda tasarım süreci, doğrusal üretim yaklaşımına dayanarak tasarım çizimiyle başlamakta ve kalıp tasarımıyla devam etmektedir. Ancak geleneksel kalıp formlarının kıvrımlı ve köşeli yapıları, pastal planında boşluklara

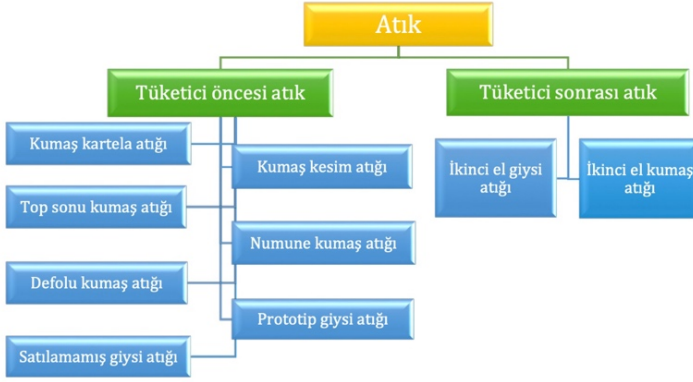
¹ Araştırma Görevlisi, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü, humeyra.cakir@nisantasi.edu.tr, ORCID: 0009-0003-0681-0944.

neden olarak kumaş kesim atığını artırmaktadır (Yeşilpınar ve Aytaç, 2009). Tekstil üretimlerinde kumaş, en değerli materyallerden biri olmasına rağmen, hazır giyim endüstrisinde yaklaşık %10-15 oranında atık oluşmaktadır (Enes, 2021). 2015 yılında hızlı moda sektöründe üretilen 400 milyar m² kumaşın %15'i, yani 60 milyar m²'si atık haline gelmiştir (Cho ve Lee, 2015; Carrico ve Kim, 2014).



Görsel 1. Çinlilerin tarihi pantolonları (Paralı, 2021).

Atık, işlevini yitirmiş veya kullanılamaz duruma gelmiş materyaller olarak tanımlanmaktadır (McDougall vd., 2001). Moda endüstrisi bağlamında, tüketici öncesi atıklar üretim sürecinde giyside yer bulamayan kumaş parçalarını içermektedir (Rissanen, 2008). Bu bağlamda, sıfır atık üretim yöntemleri tüketim ve atık sorunlarını azaltmaya yönelik alternatif bir çözüm sunmaktadır. Tekstil endüstrisindeki atıklar ise Görsel 2’de görüldüğü gibi tüketici öncesi ve tüketici sonrası olmak üzere iki ana grupta değerlendirilmektedir (Çakır, 2024).



Görsel 2. Tekstil ve moda endüstrisindeki atıkların sınıflandırılması (Enes, 2021).

Tüketici Sonrası Atıklar (Post-Consumer Waste): Genellikle kullanıcıların kullanım ömrünü tamamlamış, modasını kaybetmiş veya fiziksel olarak kullanılamaz hale gelmiş giysilerinden ve diğer tekstil ürünlerinden oluşmaktadır (Rissanen ve Mcquillan, 2016). Bu tür atıkları iki ana kategoride inceleyebiliriz: ikinci el giysi atıkları ve ikinci el tekstil atıkları. İkinci el giysi atıkları, artık giyilmeyen, ancak belirli durumlarda yeniden kullanılabilir veya değerlendirilebilecek giysileri ifade ederken, ikinci el tekstil atıkları ise eski veya kullanım dışı kalan kumaşlar, iplikler ve diğer tekstil malzemelerini içermektedir (Enes, 2021). Bu atıklar, çevresel bir sorun yaratmanın yanı sıra geri dönüşüm ve yeniden kullanım süreçlerine entegre edilebilecek önemli kaynaklar sunmaktadır.

Tüketici Öncesi Atıklar (Pre-Consumer Waste): Moda endüstrisinin üretim sürecinde meydana gelen ve henüz tüketiciye ulaşmamış atıklardır (Singer, 2010). Bu tür atıklar, tamamen üretim döngüsünde oluşmakta olup, üretim sürecinin farklı aşamalarında ortaya çıkmaktadır. Tüketici öncesi atıklar arasında kumaş kartela atığı, top sonu kumaş atığı, numune kumaş atığı, kumaş kesim atığı, numune giysi atığı, satılamamış giysi atığı ve

defolu kumaş atıkları yer almaktadır. Bu atıkların çoğu, üreticilerin verimlilik sağlama çabalarına rağmen, giysi üretimi ve kumaş işleme süreçlerinde kaçınılmaz olarak oluşmaktadır (Enes, 2021). Bu tür atıkların büyük bir kısmı, genellikle geri dönüşüm veya yeniden kullanım yoluyla değerlendirilebilecek potansiyele sahip olsa da hala endüstride önemli çevresel zorluklar yaratmaktadır. Tüketici öncesi atıkların kontrol altına alınması, moda endüstrisinin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşması için kritik bir adım olarak değerlendirilebilmektedir.

2. SIFIR ATIK KALIP TASARIMI

Sıfır atık moda tasarım anlayışı, giysi kalıplarının kumaştan kesilmesi sonucu ortaya çıkan atığa çözüm sunarak, giysi tasarımı ile kalıp tasarımının eş zamanlı yürütülmesini esas almakta ve kesim atığını en aza indirmeyi amaçlamaktadır (Enes ve Doğan Sözüer, 2024). Bu yöntemin temel prensibi, pastal planının tüm yüzeyinin verimli bir şekilde değerlendirilmesini sağlamak ve böylece kumaş firesini ortadan kaldırmaktır (Koca ve Kılıç, 2014).

Sıfır atık kalıp tasarımı sürecinde, giysi tasarımı doğrudan kalıp tasarımı ile şekillenmekte ve kumaşın tamamının etkin bir biçimde kullanılması hedeflenmektedir. Giysi kalıpları çoğunlukla Görsel 3 ve Görsel 4'te görüldüğü gibi geometrik formlardan oluşmakta olup, tasarım sürecinde bu formların optimize edilerek minimum düzeyde artık kumaş bırakacak şekilde düzenlenmesi hedeflenmektedir. Kalıp yerleşimi, kumaş yüzeyinin en verimli şekilde kullanılması amacıyla titizlikle planlanmakta ve atık oluşumunu önleyecek şekilde kumaş üzerine yerleştirilmektedir (Çakır, 2024). Böylece, kesim aşamasının tamamlanmasının ardından kesim masasında herhangi bir kumaş atığı kalmamaktadır (Enes, 2019).

Dolayısıyla, kesim atığının oluşumu doğrudan tasarım sürecine bağlı olabilmektedir.



Görsel 3. Dikdörtgen ve karelerden oluşan kalıp tasarımı (Paralı, 2021).



Görsel 4. Sıfır atıklı kalıp tasarımı (Paralı, 2021).

Mark Liu'nun belirttiği üzere, sıfır atık moda tasarımı, giysi tasarım sürecinin en başından itibaren atık oluşumunu dışarıda bırakan tasarım odaklı bir yaklaşımı benimsemektedir. Bu bağlamda, tüm kalıp parçaları pastal planı üzerinde fonksiyonel bir şekilde iç içe geçirilerek konumlandırılmakta ve böylece kumaşın maksimum verimlilikle kullanılması sağlanmaktadır (Liu, 2016).

Ancak sıfır atık moda tasarımı yalnızca pastal planı yerleşimi ile sınırlı bir uygulama olmayıp, moda endüstrisinin çevresel etkilerini azaltmayı hedefleyen bütüncül bir tasarım yaklaşımıdır (Yıldırım, 2021). Giysi tasarım sürecinde yapılan sistemli planlamalar sayesinde, atık oluşumunun önüne geçilerek sürdürülebilir üretim ilkelerine katkı sağlanmaktadır (Enes ve Doğan Sözüer, 2024). Sıfır atık yaklaşımı, moda tasarımında sistematik bir şekilde uygulanarak atık miktarını ve atıkların olumsuz etkilerini en aza indirebilir, malzeme verimliliğini artırıp doğal kaynakların korunmasına yönelik stratejiler geliştirilmesine katkı sağlayabilir (Korsty, 2012).

Sıfır atık kalıp tasarımının uygulanabilirliği, kullanılan kumaşın türü ve genişliği gibi faktörlere bağlıdır. Farklı kumaş türleri, kalıp yerleşimi açısından çeşitli zorluklar doğurabilmekte ve tasarım sürecinin esnek olmasını gerektirmektedir. Özellikle desenli veya dokulu kumaşlarda, kalıp yerleşimi daha dikkatli yapılmalı ve desen uyumu göz önünde bulundurulmalıdır (Çakır, 2024). Bu nedenle, sıfır atık prensiplerine uygun kalıp yerleşiminde yalnızca geometrik form kullanımı değil, aynı zamanda kumaşın yönü, esnekliği ve desen uyumu da dikkate alınmalıdır.

Sıfır atık kalıp tasarımının seri üretime uygunluğu da önemli bir faktördür (Enes ve Doğan Sözüer, 2024). El işçiliği gerektiren bazı sıfır atık teknikleri, üretim sürecini yavaşlatabilir ve maliyetleri artırabilir. Bu nedenle, endüstriyel üretimde

uygulanabilirliği artırmak adına dijital modelleme ve otomatik kesim sistemleri gibi yenilikçi yöntemlerin entegrasyonu gerekebilir. Teknolojik gelişmeler, sıfır atık kalıp tasarımının daha verimli bir şekilde uygulanmasına katkı sağlayacağı ve üretim süreçlerinde atık oranını daha da azaltacağı düşünülmektedir.

Sıfır atık kalıp tasarımı hem estetik hem de sürdürülebilirlik açısından önemli bir tasarım yaklaşımıdır. Bu yöntemin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için malzeme seçimi, kalıp yerleşimi ve üretim teknikleri gibi unsurların dikkatli bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir. Moda endüstrisinin çevresel etkilerini azaltmak ve sürdürülebilir üretim hedeflerine ulaşmak için sıfır atık moda tasarımına yönelik bilinçli ve sistemli yaklaşımlar geliştirilmesi önem taşımaktadır.

3. TANGRAM

Tangram, bir karenin “tan” adı verilen yedi parçaya bölünmesiyle oluşturulan geleneksel bir Çin bulmaca oyunudur. Beş üçgen, bir kare ve bir eşkenar dörtgenden oluşan bu oyun, parçaların üst üste gelmeyecek şekilde bir araya getirilerek belirli bir şekil veya desen oluşturulmasını gerektirir (Tian, 2012). Yapımı oldukça basit olan tangram, sunduğu neredeyse sınırsız kombinasyon olanaklarıyla bilişsel gelişimi destekleyen önemli bir araç olarak kabul edilmektedir (Zheng, 2013).

Tangramın özellikle erken çocukluk döneminde el-göz koordinasyonu, şekil algısı, görsel hafıza ve yaratıcı düşünme becerilerini geliştirdiği belirlenmiştir (Xiuyuan vd., 2001). Bununla birlikte, tangram yalnızca çocuklar için değil, yetişkinler ve çalışan bireyler için de zihinsel egzersiz niteliğinde bir materyal olup, öğrenme süreçlerine katkı sağlamaktadır. Geometri öğretiminde yardımcı bir araç olarak kullanılan tangram, öğrencilerin hayal gücünü ve mantıksal düşünme

becerilerini geliştirmeye olanak tanımakta, şekil analizi ve gözlem yoluyla düşünme süreçlerini desteklemektedir (Siew ve Chong, 2014). Tangram, bireylerin kavramsal düşünme yetisini güçlendirmekle kalmayıp, aynı zamanda yaratıcı potansiyellerini keşfetmeleri için de fırsatlar sunmaktadır (Zheng, 2013).

Ayrıca tangram tasarım eğitimi kapsamında önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir. Doğal ve geometrik formlar arasındaki benzerliklerin keşfedilmesine katkı sağlayarak gözlem becerilerini geliştirmekte, temel tasarım derslerinde form oluşturma, soyutlama ve stilizasyon gibi yetkinliklerin kazandırılmasına yardımcı olmaktadır. Tasarım ilkeleri bağlamında yön, hareket, ölçü, aralık, figür-zemin ilişkisi, denge, tekrar, doku, renk, orantı ve hiyerarşi gibi kavramların somutlaştırılmasına olanak tanımaktadır. Bunun yanı sıra, tangramın soyutlama sürecinde kullanılması; sembol, işaret, piktogram ve tipografi gibi konulara yönelik özgün tasarım projelerinin geliştirilmesini desteklemektedir (Tombuloğlu, 2019).

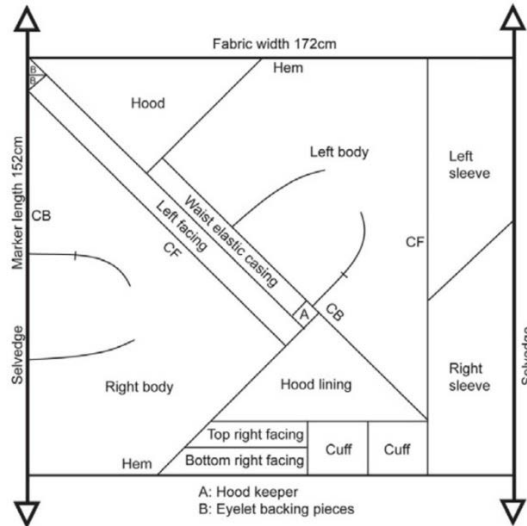
4. TANGRAM VE SIFIR ATIK KALIP TASARIMININ İLİŞKİLENDİRİLMESİ

Tekstil ve moda endüstrisi, sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda dönüşüm geçirmekte ve bu kapsamda sıfır atık tasarım yöntemleri giderek daha fazla benimsenmektedir. Moda endüstrisinde yaygın olarak görülen kumaş atıkları hem ekonomik hem de ekolojik boyutlarıyla büyük bir sorun oluşturmaktadır. Geleneksel kalıp tasarımı yöntemleri, kumaş firesine yol açarak kaynak tüketimini artırmakta ve bu durum sürdürülebilirlik hedefleriyle çelişen bir durum haline gelmektedir. Bu noktada, sıfır atık kalıp tasarımı, giysi tasarımının başlangıcından itibaren kumaş firesini ortadan

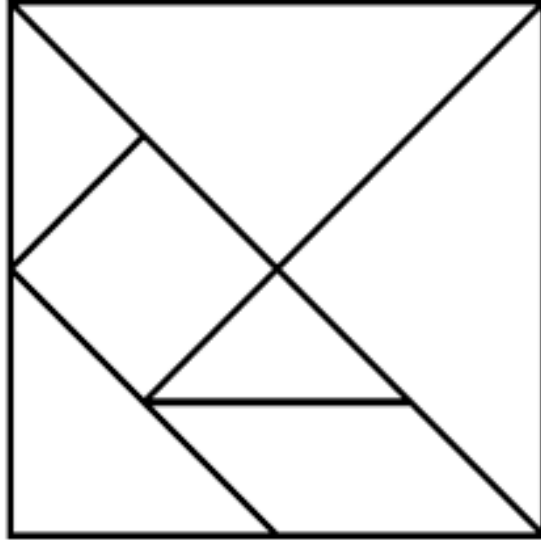
kaldırmayı amaçlayan bütüncül bir yaklaşım sunmaktadır (Enes ve Doğan Sözüer, 2024).

Geometrik bir bulmaca olan tangram, temelinde belirli formların birleştirilmesiyle çeşitli kompozisyonlar oluşturulmasına dayanmaktadır (Tian, 2012). Benzer şekilde sıfır atık kalıp tasarımı da kumaş yüzeyi en verimli şekilde kullanabilmek için modüler parçalar sistematik bir düzen içinde yerleştirilmektedir (Enes, 2019). Bu iki yöntemin benzer yaklaşımlar taşıyor olması, sıfır atık anlayışının geometriyle olan ilişkisini gözler önüne sermektedir.

Tangram'daki sistematik düşünce yapısı, sıfır atık kalıp tasarımı da temel bir prensip olarak karşımıza çıkmaktadır. Görsel 5'te de görüldüğü gibi kalıp parçalarının kumaş yüzeyinde artık oluşturmayacak şekilde düzenlenmesi, Görsel 6'da görülen tangramdaki geometri ilkeleriyle örtüşen bir yaklaşımdır. Bu çalışmada tangram ve sıfır atık kalıp ilişkisi dört başlık altında incelenmiştir.



Görsel 5. Timo Rissanen'e ait sıfır atık kalıp tasarımı (Bursalıgil, 2019).



Görsel 6. Geleneksel bir tangram oyununun kesim taslağı.

4.1. Modüler Düşünce ve Geometrik Yerleşim

Sıfır atık kalıp tasarımı, malzeme israfını en aza indirmek amacıyla geliştirilmiş bir yaklaşım olup, kumaşın bütüncül bir yapı içerisinde optimize edilmesini hedeflemektedir (Rissanen ve McQuillan, 2015). Bu bakış açısının geleneksel olarak geometri temelli bir düşünceye dayanarak geliştirilmiş olan tangram ile paralellik gösterdiği görülmektedir. Tangram, bir karenin belirli parçalara ayrılması ve bu parçaların farklı kombinasyonlarla tekrar bütünü oluşturacak şekilde birleştirilmesidir (Zheng, 2013). Aynı mantıkla, sıfır atık kalıp tasarımında da her bir kalıp parçası atık oluşturmayacak şekilde tasarlanmakta ve bu süreçte çoğunlukla geometrik formların kullanıldığı görülmektedir. Oluşturulan kalıplar kumaş üzerinde yerleştirilmesi ve parçaların dikilerek bitmiş bir ürünü atıksız şekilde oluşturması beklenmektedir (Paralı, 2021).

Bu benzerliğin tasarım sürecinde modüler bir düşünce sistemini öne çıkardığı görülmektedir. Modüler tasarım anlayışı,

sürecin şekil analizi üzerine kurulmasını sağlarken, sıfır atık tasarım için kritik olan minimal atık üretme hedefini de desteklemektedir (Bursalıgil, 2019). Tangramdaki şekil dönüşümleri ve bütüncül yapıların modüler birimler halinde birleşmesi, kalıp yerleşim sürecinde kullanılan geometrik algoritmalarla büyük ölçüde benzerlik gösterdiği göstermektedir.

Bununla birlikte, sıfır atık kalıp tasarımında kullanılan modüler düşünme, sadece geometrik bir optimizasyon süreci olarak değerlendirilmemelidir. Aynı zamanda sürdürülebilirlik kavramının tasarım sürecine entegrasyonunu sağlayarak, üretim aşamasındaki kaynak kullanımını en verimli hale getiren bir sistem olduğu görülmektedir. Tangramın sunduğu sonsuz kombinasyon imkanı gibi, sıfır atık tasarım süreçleri de farklı varyasyonlar sunarak tasarımcıya esneklik sağlayabileceği düşünülmektedir.

4.2. Birim ve Parça Bütünlüğü

Tangramın büyük bir bütünün, daha küçük parçalarla farklı şekillerde yeniden düzenlenmesini öngören bir mantığa dayandığı görülmektedir. Bu kavram, sıfır atık kalıp tasarımında da geçerlidir. Kalıp tasarımında, belirli geometrik formlar içerisinde bütünleşik bir tasarım yapılması hedeflenmekte ve parçalar arasında birbiriyle bağlantılı bir sistem oluşturulması gerekmektedir (Rissanen, 2008). Tangramda olduğu gibi, sıfır atık tasarımda da bir parçanın formunun diğerlerinin yapısını belirlediği görülmektedir. Ortaya çıkan son kompozisyonun bütüncül bir estetik çizgiye sahip olması beklenmektedir. Bu sayede sıfır atık tasarım yalnızca teknik bir süreç olmaktan çıkar, sanatsal ve sistematik bir yaklaşıma dönüşür.

Ancak burada önemli bir fark söz konusudur, tangram, önceden belirlenmiş yedi parçadan oluşan statik bir sistemken, sıfır atık tasarım sürecinin farklı tekstil malzemeleri ve beden ölçüleri ile değişkenlik gösteren dinamik bir yapıya sahip olduğu

görülmektedir. Bu nedenle sıfır atık tasarımın hem matematiksel bir optimizasyon süreci hem de esneklik gerektiren bir tasarım yaklaşımı olduğu düşünülmektedir.

4.3. Matematiksel Düşünme ve Optimizasyon

Tangram ve sıfır atık kalıp tasarımı arasındaki bir diğer temel benzerliğin matematiksel optimizasyon teknikleri üzerinde yoğunlaşması olduğu düşünülmektedir. Tangramın her bir parçanın şekil bütünlüğünü koruyarak farklı kompozisyonlar üretebilmesine dayalı bir problem çözme pratiği olduğu görülmektedir. Sıfır atık kalıp tasarımı da benzer şekilde, belirli kalıp formlarını en az malzeme kaybıyla birleştirerek verimli bir çözüm üretmeye dayanmaktadır (Enes, 2019).

Bu noktada, geometrik analiz ve matematiksel modelleme sürecinin öne çıktığı düşünülmektedir. Tangramdaki optimal yerleşim prensibinin kalıp tasarımında da benzer bir yaklaşımla ele alınarak, maksimum kumaş veriminin hedeflendiği görülmektedir. Bunun yanı sıra, her iki süreçte de simetri, rotasyon ve translasyon gibi temel geometri ilkeleri yoğun olarak kullanılmaktadır (Tombuloğlu, 2019).

Ayrıca, tangramın oyunlaştırılmış yapısı ile sıfır atık tasarımın deneysel süreci arasında da bir paralellik olduğu görülmektedir. Her iki yaklaşım da tasarımcıya veya kullanıcıya, belirli kısıtlamalar içerisinde en verimli düzenlemeyi yapma konusunda zihinsel bir meydan okuma sunduğu düşünülmektedir. Sıfır atık tasarımın moda endüstrisinde daha geniş ölçekte uygulanabilmesi için bu matematiksel planlama sürecini dijital modelleme ve simülasyonlarla destekleme ihtiyacını açığa çıkardığı düşünülmektedir.

4.4. Sürdürülebilir Moda ve Geometri

Sıfır atık tasarım yaklaşımı, sadece tasarım sürecinde değil, aynı zamanda sürdürülebilir moda anlayışının temel

ilkeleriyle de örtüştüğü açıkça görülmektedir. Tangramdan ilham alan bir tasarım metodolojisi, sürecin hem yaratıcılığını hem de fonksiyonelliğini artırabilir. Parçaların optimum şekilde değerlendirilmesi, atıksız tasarım ilkesini doğrudan destekleyen bir unsur olarak öne çıkmaktadır (Nursari ve Djamal, 2019).

Bununla birlikte, sıfır atık tasarım sadece üretim sürecinde değil, tüketici alışkanlıkları ve modanın evrimi açısından da ele alınmalıdır. Tangramın sunduğu dönüşebilirlik ilkesi, sıfır atık tasarım sürecinde yeniden kullanım ve modüler tasarım prensiplerine entegre edilebilir. Bu yaklaşım, yalnızca üretim aşamasında değil, tüketim sonrası kullanım süreçlerinde de sürdürülebilirliği artırarak, döngüsel ekonomi modellerine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Sıfır atık kalıp tasarımı ile tangram arasındaki ilişkinin sadece teknik değil, aynı zamanda düşünsel bir birlikteliği de ortaya koyduğu görülmektedir. Bu iki disiplin arasındaki benzerlikler geometri ve optimizasyon temelli bir tasarım anlayışının sürdürülebilir modada yenilikçi bir perspektif sunabileceğini göstermektedir. Ancak, tangramın statik kurallara dayalı sisteminden farklı olarak, sıfır atık tasarım süreci, sürekli değişen pazar taleplerine ve bireysel beden farklılıklarına uyum sağlamayı gerektiren dinamik bir sistem olarak görülmektedir. Bu yönüyle sıfır atık tasarımda, modanın gelecekte daha esnek ve dönüşebilir bir yapıya evrilmesini sağlayabilecek potansiyel taşıdığı düşünülmektedir.

5. SONUÇ

Moda endüstrisi, artan çevresel sorunlar ve sürdürülebilirlik gereklilikleri nedeniyle dönüşüm süreci içerisinde. Geleneksel giysi tasarım ve üretim yöntemleri, büyük çapta kumaş atığı oluşturarak kaynak tüketimini artırmaktadır. Bu sorunun çözümü için geliştirilen sıfır atık

tasarım yaklaşımlarının hem ekonomik hem de ekolojik faydalar sunabileceği öngörülmektedir. Bu bağlamda, tangram temelli sıfır atık kalıp tasarımının giysi üretiminde kumaş israfını en aza indirmek için yenilikçi bir model sunduğu düşünülmektedir.

Tangramın, geometri temelli yapısı sayesinde modüler bir tasarım anlayışı sunarak sıfır atık kalıp tasarımı ile büyük ölçüde benzerlik gösterdiği görülmektedir. Giysi kalıplarının kumaş üzerinde atık oluşturmayacak şekilde yerleştirilmesi, tangramdaki bütün-parça ilişkisi ve geometrik düşünce sistemi ile paralellik göstermektedir. Bu yöntemin tasarımcılara yaratıcılık açısından yeni olanaklar sunacağı, aynı zamanda tekstil atığının azaltılmasına da katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Sıfır atık tasarım sürecinde kullanılan geometrik yerleştirme teknikleri, matematiksel optimizasyon ilkeleri ile desteklenerek maksimum verimlilik elde edilmesini sağlayacağı ön görülmektedir. Tangram ve sıfır atık tasarım özellikle modüler sistemler üzerinden şekillendiği için giysi tasarımında yeni bir perspektif sunmaktadır.

Ayrıca sıfır atık tasarım yöntemlerinin moda endüstrisinde geniş çaplı olarak uygulanabilmesi için tüketici beklentileri, üretim teknikleri ve maliyet analizleri gibi unsurların da dikkate alınması gerektiği düşünülmektedir. Tangram temelli sıfır atık kalıp tasarımı, geleneksel tasarım anlayışına alternatif olarak sadece teknik bir yöntem sunmakla kalmayıp, aynı zamanda sürdürülebilir bir moda vizyonunun oluşturulmasına da katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda, tangram temelli tasarım anlayışının, tekstil ve moda endüstrisinde sıfır atık uygulamalar için daha yaygın olarak benimsenmesinin sektördeki dönüşüm sürecine ivme kazandıracağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- Bursalıgil, G. (2019). Giysi Tasarımında Sıfır Atık Yöntemlerinin ve Uygulamalarının İncelenmesi. Uluslararası Disiplinlerarası ve Kültürlerarası Sanat, 4(7), 81-100.
- Carrico, M., & Kim, V. (2014). Expanding Zero-Waste Design Practices: A Discussion Paper. International Journal Of Fashion Design, Technology And Education, 7(1), 58-64.
- Cho, S., & Lee, J. H. (2015). Development Of Zero Waste Fashion Design Process Guideline From An Educational Perspective, Journal Of The Korean Society Of Costume, 65(4), 91- 108.
- Çakır, H. (2024). Sürdürülebilir Denim Üretim Süreçlerinin İncelenmesi ve Ekolojik Denim İle Fonksiyonel Giysi Koleksiyon Önerisi, Haliç Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Enes, E. (2019). Adaptation Of Zero-Waste Pattern Design Method To Fashion Industry With The Case Of Turkey, Doktora Tezi. İzmir: İzmir Ekonomi Üniversitesi.
- Enes, E. (2021). “Sıfır Atık Moda Tasarımı ve Yapboz, Mozaik ve Çıkarma Kesim Yöntemlerinin İncelenmesi.” STAR Sanat ve Tasarım Araştırmaları Dergisi, 2(2), 116-128.<https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Stardergisi/Issue/65231/1002916>
- Enes, E., & Doğan Sözüer, Z. (2024). Sıfır Atık Moda Tasarım Yaklaşımı ile Modern Şalvar Tasarımı. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (63), 59-72.
- Koca, E., Kılıç S. (2014). Giyim Sektöründe Üretim Artıkları ve Sürdürülebilir Moda Yaklaşımı, Uluslararası Sanat Ve

- Tasarım Kongresi. DEÜ Güzel Sanatlar Fakültesi. 20- 25 Ekim. İzmir. 48-56.
- Korsty, A. (2012). The Zero Waste Lifestyle – Live Well By Throwing Away Less. ISBN 978-1-60774-348-4. New York: Ten Speed Press.
- Liu, M. (2016). Zero-Waste Fashion. [Http://Wwww.Drmarkliu.Com/Zerowaste-Fashion-1](http://Wwww.Drmarkliu.Com/Zerowaste-Fashion-1) (Erişim Tarihi: 07.03.2025)
- Mcdougall, F., White, P., Franke, M., & Hindle, P. (2001). Integrated Solid Waste Management: A Life Cycle Inventory (Second Edition Ed.). Blackwell Publishing.
- Nursari, F., Djamal, F. H. (2019). Implementing Zero Waste Fashion İn Apparel Design, 6th Bandung Creative Movement 2019, 98-104.
- Paralı, A. (2021) Sürdürülebilir Moda Kapsamında Sıfır Atık Kalıp Hazırlama Tekniklerinin İncelenmesi: Mozaik Yöntemi Örneği, Ulakbilge, 67 (2021 Aralık): S. 1457–1474.
- Rissanen, T. (2008). Creating Fashion Without The Creation Of Fabric Waste. In J. H. Connie Ulasewicz (Ed.), Sustainable Fashion: Why Now? A Conversation Exploring İssues, Practices, And Possibilities (184-206). New York: Fairchild Books.
- Rissanen, T. (2013). Zero-Waste Fashion Design: A Study At The İntersection Of Cloth, Fashion Design And Pattern Cutting. Doctor Of Philosophy, University Of Technology, Design, Sydney.
- Rissanen, T. Ve Mcquillan H. (2016). Zero Waste Fashion Design. London: Bloomsbury. S. 10-18- 19-77-80-87.

- Rissanen, T. Ve Mcquillan, H. (2015). Zero Waste Fashion Design. London, New York, UK, USA: Fairchild Books, Bloomsbury Publishing.
- Siew, N. M., Ve Chong, C. L. (2014). Fostering Students' Creativity Through Van Hiele's 5 Phase-Based Tangram Activities. Journal Of Education And Learning, 3(2), 66-80.
- Singer, R. (2010). Sew Eco: Sewing Sustainable And Re-Used Materials. London: A&C Black.
- Tian, X. (2012). The Art And Mathematics Of Tangrams. Bridges, 4.
- Tombuloğlu M. (2019). Grafiktasarım Bağlamında Tangram; Ankara'nın Kültür Denizi Tangram Oyun Seti. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Grafik Tasarım Anasanat Dalı, Isparta.
- Xiuyuan, Y., Xiaoqiu, T., Ruomei, L., Yong, L.(2001). Experiment On Improvement The Operative Ability Of Low-Grade Pupils With Seven-Piece Puzzle Training. Exploration Of Psychology 2 1-5.
- Yeşilpınar, S., & Aytaç, V. (2009). An Approach Aimed At Fabric Consumption İn T-Shirt Production. Textile Research Journal, 5(79) 461-467.
- Yıldıran, M. (2021). Sürdürülebilir Moda Bağlamında Yenilikçi Tasarım Teknolojileri ile Sıfır Atık Amaçlı Tasarımlar. Akdeniz Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalı, (Yayınlanmış Tez) Sanatta Yeterlilik Tezi, Antalya.
- Zheng, C. (2013). Visual-Tangram: Tangible Puzzle For Children's Intelligence Exploration. Design And Semantics Of Form And Movement, 182.

MODA, GÖSTERGEBİLİM VE TOPLUMSAL GİYİM

Nursen GEYİK DEĞERLİ¹

1. GİRİŞ

Moda, tarih boyunca yalnızca estetik bir olgu değil, aynı zamanda politik ve ideolojik ifadelerin güçlü bir aracı olarak da öne çıkmıştır. İnsanların giyim tarzları, bireysel ve toplumsal kimliklerinin bir yansıması olarak politik duruşlarını, inançlarını ve toplumsal statülerini ifade ederken önemli bir rol oynamıştır.

Moda sürekli değişen, dönemsel ve mekansal etkiler altında olan bir kavram olarak toplumsal hayatı derinden etkiler. Bu bağlamda, çalışmanın içeriğinde moda endüstrisinin ekonomik, sosyal ve kültürel etkileri üzerinden, modanın semiyotik analizi ile politik ifade ve ideolojik boyutları yer almaktadır. Çalışmada, modanın semiyotik, politik ve ideolojik boyutlarının toplumsal yaşama etkileri incelenmektedir. Öncelikle giysilerin anlamlarının nasıl kodlandığı semiyotik perspektiften ele alınacaktır. Ayrıca modanın iletişim boyutundaki rolü, politik semboller ve ideolojilerle etkileşimi bağlamında değerlendirilecek; Vivienne Westwood, Dior, Nike ve Stella McCartney gibi önemli markaların koleksiyonları üzerinden örneklerle desteklenecektir. Bu çalışma, modanın hem bireysel kimlik hem de toplumsal yapılar üzerindeki etkilerini vurgulamaktadır.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü, nursen.degerli@nisantasi.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9144-3066.

2. MODANIN TANIMI VE ÖNEMİ

Moda, bireysel ve toplumsal kimliklerin şekillenmesinde her dönemde belirleyici bir etkidir. Çeşitli kültürlerde, kıyafetler yalnızca işlevsel nesneler olarak değil, aynı zamanda derin anlamlar taşıyan semboller olarak kabul edilir. Giyim kültürel, politik ve ideolojik mesajlar taşıyan bir araç haline gelirken modayı da çok yönlü bir araştırma alanı olarak konumlandırmıştır (Barthes, 1967: 54). Moda, bireysel kimliğin inşasında ve toplumsal hareketlerin oluşumunda büyük bir etki alanına sahiptir.

Günümüzde moda, estetik olmanın yanı sıra, politik ve ideolojik bir ifade platformu olarak önem kazanmıştır. Örneğin, Dior feminist slogan tişörtleri, Nike Colin Kaepernick kampanyası ve Stella McCartney çevre dostu koleksiyonları, modanın toplumsal dönüşümleri yakından takip eden ve duyarlılık gösteren bir alan olduğunu ortaya koymaktadır. Bu yönüyle moda, bireylerin ve grupların güçlü ve etkili mesajlar iletebilmelerine olanak sağlayan bir iletişim aracı olarak değerlendirilmektedir (Wilson, 2003: 33).

Kişisel bir ifade biçimi olan moda, aynı zamanda toplumlar arası bir iletişim aracıdır (McCracken, 1988). Moda markalarının sosyal mesajlar içeren koleksiyonları, tüketicilere küresel sorunlara dair farkındalık yaratmayı amaçlayan bir iletişim kanalıdır. Moda, giyim yoluyla mesajların aktarılmasına olanak tanır ve bu nedenle görsel bir dil olarak işlev görür.

3. MODA VE GÖSTERGEBİLİM

Göstergebilim, semiyotik (semiotics) ya da semiyoloji (semiology); göstergelerin yorumlanmasını, üretilmesini veya işaretleri anlama süreçlerini içeren bütün etmenlerin düzenli bir şekilde incelenmesine dayanan bir bilim dalıdır (Aydın ve Uyar,

2022: 269); anlamın ne olduğu değil, nasıl yaratıldığının işaretler ve semboller üzerinden incelenmesidir. Gösteren (bir şeyi ifade eden herhangi bir maddi şey, örneğin bir sayfadaki kelimeler, bir yüz ifadesi, bir resim) ve Gösterilen (bir gösterenin işaret ettiği kavram) önemli semiyolojik terimlerdir.

Moda, semiyotik bir perspektiften incelendiğinde, bir dizi sembol ve işaret sistemi olarak yorumlanabilir (Barthes, 1967). Örneğin, Chanel'in ikonik "küçük siyah elbisesi (little black dress)", sade ama şık bir yaşam tarzını temsil eder; yani moda ürünleri, belirli bir sosyal grubu veya ideolojiyi temsil eden anlam katmanlarına sahiptir. Yine semiyotik açıdan bakıldığında renk, form, desen gibi unsurlar kültürel bağlamda farklı anlamlar taşır; Vivienne Westwood'un punk estetiğinin, karşı-kültür hareketlerini sembolize eden bir moda dili oluşturmaları gibi.

Bourdieu, toplumsal yükseliş ile rekabet mekanizmaları ve egemen dünya görüşü arasındaki ilişkilere vurgu yapar. Toplumsal yükselme, özellikle "gelecek vadeden" bir birey ya da pozisyon düşüncesiyle ifade edilir ve bu durum genellikle burjuvalaşma gibi yükselme hedefleriyle ilişkilendirilir. Sınıflar arasındaki farklılıklar, toplumsal rekabet mekanizmaları (örneğin, moda) yoluyla bir yarışa dönüşür ve bu mekanizmalar toplumsal farklılıkları yeniden üretir. Diğer yandan, egemen dünya görüşü halkı geçmişle özdeşleştirirken, devrimci yaklaşım halkı geleceğe yönelten bir perspektif sunar. Bu dinamik, yeni ile eski arasındaki zıtlık üzerinden entelektüel alanlarda daha da güçlü bir etki yaratır. Bu bağlamda, moda toplumsal hiyerarşilerin korunması ve yeniden üretilmesinde çarpıcı bir örnek olarak öne çıkar (Bourdieu, 1984: 346).

3.1. Moda Nesnelerinin Anlamı

Moda, Ferdinand de Saussure ve Roland Barthes gibi teorisyenler tarafından bir anlam sistemi olarak analiz edilir. Buna göre, giyim ve aksesuarlar, toplumsal anlamların üretildiği

ve aktarıldığı birer “gösterge” olarak görülür. Moda, Roland Barthes gösterge teorisine göre, bir dil gibi işlev görür ve giysiler birer sembol olarak anlam taşır. Barthes, kıyafetleri bir dil gibi çözümlemiş ve her bir tasarımın “gösteren” (fiziksel görünüş) ve “gösterilen” (anlam) arasında bir bağ kurduğunu ileri sürmüştür. Örneğin, Louis Vuitton ikonik monogram çantalar, sadece aksesuar değil, aynı zamanda statü ve zenginlik göstergesidir (Barthes, 1967: 89)

Roland Barthes *The Fashion System* (Moda Sistemi) adlı eserinde, moda dilinin giyim nesneleri ile kullanıcı arasında nasıl bir anlam ağı kurduğunu analiz eder. Moda dergilerindeki metinlerin giysilerin yalnızca fiziksel özelliklerini değil, toplumsal ve kültürel anlamlarını da aktardığını, anlam inşa ettiğini vurgular. Moda ürünlerinin yalnızca birer nesne değil, bir “söylem” üzerinden tüketicilere sunulan anlam taşıyıcıları olduğunu ve bu söylemin insanların algılarını nasıl şekillendirdiğini ortaya koyar. Yazılar, okuyucunun giysiyle kurduğu ilişkiyi ve tüketim davranışlarını etkiler. Barthes, modanın bir iletişim aracı olarak dilsel yapısını inceler ve moda yazılarının tüketici bilincini nasıl yönlendirdiğini açıklar (Barthes, 1967: 54).

Barthes, modanın bir dil gibi işlediğini ve moda ürünlerinin toplumsal statü ve kültürel değerlerle ilişkilendirildiğini ifade eder. Giysilerin yalnızca estetik ve işlevsel nesneler değil, kimlik ve toplumsal duruşu yansıtan semboller olduğunu belirtir. Ayrıca, moda metnlerinin ve görsellerinin giysileri idealize ederek tüketicilerin algısını nasıl etkilediğini açıklar (Barthes, 1967: 89). Örneğin, lüks bir çantanın yalnızca bir eşya değil, bir statü göstergesi olduğunu ve markaların bu nedenle “anlam taşıyıcı” olarak kabul edildiğini ifade eder. Aslında bu durum, anlam taşıyıcısı olarak görülen Louis Vuitton, Chanel gibi markaların ürünlerinin neden birer statü ve zenginlik göstergesi olarak kabul edildiğini açıklar.

Moda, giysiler aracılığı ile toplumsal değişimleri de simgeler. Giysiler model, renk, desen ve markalar aracılığıyla belirli sosyal ve kültürel kodları içerirler. Yves Saint Laurent'ın 1966 yılında tanıttığı *Le Smoking* kadın smokin ceket, kadın modasında çığır açan bir yenilik olarak toplumsal cinsiyet normlarını sorgulattı. Aslında, “Le Smoking”, maskülen ve feminen öğeleri bir araya getirerek kadınların toplumsal rollerinde meydana gelen dönüşümü sembolize etti (Wilson, 2003: 42)

Vivienne Westwood ve Malcolm McLaren'in 1976 yılında açtığı “Seditionaries: Clothes for Heroes” butiği, punk estetiğini ve alt kültürlerin görsel dilini yansıtarak moda dünyasında devrim yarattı (Url-1). Otoriteye başkaldırının ve alt kültürlerin görsel bir temsili olarak değerlendirilen Westwood'un *Seditionaries* koleksiyonunda kullandığı zincirler, deri detaylar ve vahşi hayvan desenleri, otoriteye meydan okumanın ve toplumsal normlara karşı çıkmamanın simgeleri haline geldi (Url-2). *Seditionaries* koleksiyonu, sadece moda dünyasında değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel alanlarda da derin bir etki yarattı. Bu tasarımlar, alt kültürler ve marjinal topluluklar için ifade biçimlerini yeniden tanımladı ve punk estetiğinin ana akımda kabul görmesine zemin hazırladı (Url-3). Sonuç olarak, *Seditionaries* koleksiyonu, moda tarihindeki en etkili ve devrimci projelerden biri olarak kabul edilmekte ve toplumun normlarına karşı bir semiyotik meydan okuma olarak görülmektedir (Evans, 2001: 24).

4. POLİTİK VE İDEOLOJİK GÖSTERGE OLARAK MODA

Modada yer alan ürünler, ideolojik mesajları taşıyan bir nesne olarak kullanılabilir. Farklı dönemlerde ve topluluklarda birçok örneği görülmüştür. Örneğin ünlü, etkili ve evrensel olarak

beğenilen Dior moda evinin “We Should All Be Feminists” basit tişörtü, içerdği güçlü mesaj ile feminist ideolojiyi geniş bir kitleye taşıdı (Url-4). Pussyhat Hareketi olarak bilinen 2017 Kadın Yürüyüşü’nde kullanılan pembe bereler, toplumsal cinsiyet eşitliği mücadelesinin sembolü oldu (Url-5).

Türk Dil Kurumu Sözlüğünde ideoloji “siyasal veya toplumsal bir öğreti oluşturan, bir hükümetin, bir partinin, bir grubun davranışlarına yön veren politik, hukuki, bilimsel, felsefi, dini, moral, estetik düşünceler bütünü” olarak tanımlanmıştır. Tarih boyunca farklı toplumsal yapıların ve ideolojilerin modaya uzun süreli ve sistematik etkilerinin olduğu görülmüştür.

Siyasal sınıf çatışmaları ve ideolojik kutuplaşmalar, toplumsal yapılar ve politik dengeler kadar, toplumsal pratikleri de derinden etkilemiştir. Giyim tarzlarının şekillenmesi ve modanın yönlendirilmesi bu etkilerden biridir. Sınıf çatışmaları ve ideolojik ayrışmalar, toplumun farklı kesimleri arasında belirgin semboller ve kimlik göstergeleri olan giyim biçimlerine tarih boyunca yansımıştır.

Örneğin, 18. ve 19. yüzyıllarda Sanayi Devrimi ile birlikte yaşanan sınıfsal ayrışma, işçi sınıfı ile burjuvazi arasındaki sosyal mesafeyi belirginleştiren giyim tercihlerine neden olmuştur. İşçi sınıfı, dayanıklılığı için sade ve işlevsel giysileri tercih ederken, burjuvazi daha gösterişli, lüks malzemedan yapılan giysilerle statülerini sergilemiştir. Bu şekilde, giyim sadece ihtiyaç karşılayıcı unsur olmaktan çıkıp sınıfsal simgeye dönüşmüştür.

Modaya uygun giyim, evrensel olarak modernitenin ve dolayısıyla kapitalizmin gelişini de işaret etti. 19. yüzyılın ortalarından itibaren endüstriyel modernleşme, sömürgeci fetihler, ulus inşası, medya ve pazar geliştirme gibi coğrafi olarak eşitsiz süreçler gerçekleşmiştir.

Birinci Dünya Savaşı’nın sona ermesiyle birlikte, Avrupa’da sosyal ve kültürel modernleşme, ulusal uyanış ve yeni

devletlerin kurulması hız kazandı. Üç büyük imparatorluğun dağılmasıyla, farklı etnik gruplar baskıcı yönetimlerden kurtulmayı ve kendi egemen devletlerini kurmayı hayal ediyordu. Tek bir ulusun çatısı altında birleşmeyi amaçlayan bu topluluklar, ulus-devlet fikrini hayata geçirmek için ortak dil, tarih ve kültürel miras gibi unsurları temel aldı. Ancak bu süreçte sadece sözlü ve yazılı unsurlar yeterli olmadı; insanları ulusal kimlik etrafında birleştirmek için güçlü görsel sembollere de ihtiyaç duyuldu (Bartlett, 2019: 18).



Görsel 1: Moda Çizimleri (1928), Sovyet kadını ve etnik motifler (1946) (Bartlett, 2019: 20).

Doğu Avrupa’da geleneksel kıyafetler, farklı kesimler, renkler ve süsleme öğeleriyle yerel kimlikleri yansıtıyordu. Ancak ulus-devlet fikri etrafında şekillenen politikalar, bu yerel ve bölgesel kıyafet unsurlarını “ulusal kıyafet” adı altında birleştirerek, daha bütüncül bir ulusal kimlik oluşturmayı amaçladı. Bu süreçte, geleneksel motiflerin modern tasarımlarla harmanlanması, ulusal moda kimliğinin şekillenmesinde önemli bir adım oldu (Görsel 1) (Tatlıdil & Şahin, 2021).

19. yüzyılın ikinci yarısında, Batı modasına duyulan tepkiyle birlikte yeni bir ulusal kıyafet arayışı başladı. Mevcut geleneksel kıyafetler, farklı kesimler, renkler ve süslemelerle büyük bir çeşitlilik gösteriyordu. Aslında, giyimde “ulusal

kıyafet” diye tek bir kavram olmadığı gibi, bunun yerine yerel ve bölgesel giyim tarzları bulunur. Ancak, yeni ulus-devletler, tüm vatandaşlarını tek bir çatı altında birleştirmek için bu farklılıkları aşan bir ulusal giyim tarzı yaratma yoluna gitti. Bu süreçte, etnik kıyafetlerden alınan unsurlar coğrafi olarak belirsiz hale getirildi ve bölgesel farklılıklar, tek bir ulusal kıyafet algısına dönüştürüldü. Böylece, moda bir yandan bireysel ve bölgesel kimliklerin bir yansıması olmaya devam ederken, diğer yandan ulus-devletlerin inşa sürecinde güçlü bir ideolojik araç haline geldi (Bartlett, 2019: 19).

Triandafyllidou (1998: 595) ulusal kimliği ulusları diğer uluslardan farklılaştırma aracı olarak tanımlamaktadır (Tatlıdil ve Şahin, 2021). Ulusal kimlik, bir toplumun kültürel, tarihsel ve sosyal değerlerinin bir yansımasıdır ve moda, bu kimliğin dışavurumunda önemli bir rol oynar. Özellikle 19. yüzyılda, Avrupa’da ulus-devletlerin oluşum sürecinde, moda ulusal kimliğin inşasında kritik öğelerden biridir. Bu dönemde, Batı Avrupa ülkeleri milli devlet oluşturma süreçlerini tamamlarken, Doğu Avrupa ülkeleri bu süreci daha geç yaşamışlardır (Oğuzlar Tekin, 2006: 21).

Etnik motiflerle süslenmiş ulusal kıyafet kavramı, zamanla Rusya, Doğu Avrupa ve Orta Avrupa’da ulusal kimlik ve ulus olma bilincinin şekillenmesine katkıda bulundu. 1931’de kurulan *Hungarian Geranium (Muskátli)* gibi moda dergileri, giyim ve iç mekan tasarımlarında yerel etnik motiflerin kullanımını teşvik ederek ulus-devletin inşasında önemli bir rol oynadı. Bu dergiler, özellikle Birinci Dünya Savaşı’nın ardından toprak ve nüfus kaybı yaşayan Macaristan’ın milliyetçi politikalarını destekleyen bir araç haline geldi.



Görsel 2: Macar geleneksel kıyafet örnekleri (Url-6).

Aynı dönemde, savaşlar arası yılların en önemli Macar moda tasarımcılarından biri olan Klára Tüdös, Budapeşte'deki haute couture salonu *Ribbon (Pantlika)*'da, milliyetçi bir siyasi anlayışı elitist moda ile buluşturdu. Kariyerine Macar Kraliyet Operası'nda kostüm tasarımcısı olarak başlayan Tüdös, zamanla tasarımlarında Macar geçmişinin görkemli ve ihtişamlı bir yorumuna yer vermeye başladı. Onun estetik anlayışı, 1938'de Budapeşte Opera Binası'nda düzenlenen görkemli bir gala etkinliğinde zirveye ulaştı. Bu etkinlikte, Macar Naibi Miklós Horthy'nin eşi Magdolna Purgly de Józshely'nin davetiyle aristokrat kadın konuklar, tamamı Tüdös ve diğer yerel tasarımcılar tarafından hazırlanan, geleneksel Macar motifleriyle işlenmiş lüks gece elbiseleri giydi (Bartlett, 2019: 19). Bu süreç, modanın yalnızca estetikle sınırlı olmadığını, aynı zamanda dönemin siyasi atmosferinden doğrudan etkilendiğini bir kez daha gösterdi. Horthy'nin sağcı politikaları, etnik motiflerin kullanımını ve algılanış biçimini değiştirdi; moda, ulusal kimliği yansıtan ve destekleyen bir araç haline geldi (Görsel 2).

İlerleyen yıllarda ise moda etki eden ideolojik kutuplaşmalar daha belirginleşti. Soğuk Savaş döneminde, kapitalist ve sosyalist bloklar arasındaki ideolojik mücadele, bu ülkelerde yaşayan bireylerin giyim tarzlarını da farklılaştırmıştı. Tüketim kültürünün etkisiyle Batı'da hızla değişen moda, bireysel beğenileri merkeze koyan bir yapıya evrilmiştir. Doğu Bloku ülkelerinde ise işlevsel, sade ve kolektif kimliği yansıtan giysiler tercih edilmiştir. Özellikle Sovyetler Birliği'nde moda,

toplumsal eşitliği vurgulayan, gösterişsiz, pratik ve standartlaştırılmış formlar temelinde şekillendirilmişti. Devletin belirlediği tasarımlar, “ideolojik olarak doğru” kıyafetlerin benimsenmesini sağlamış ve kadınların hem üretken bir işçi hem de anne olarak rollerine vurgu yapmıştı (Bartlett, 2019: 29).

Stalin döneminde moda, sosyalist ana anlatıyı destekleyen, statik ve değişmeyen bir yapıda tasarlandı. Batı modasında sürekli değişim gözlemlenirken, sosyalist moda “zamansız” ve “değişmez” olarak kurgulandı. Örneğin, Doğu Almanya’da moda, sosyalist yaşam tarzını yansıtacak şekilde sade ve işlevsel olarak tasarlanırken, Batı modasının etkileri en aza indirildi. Doğu Almanya’daki genel moda anlayışını, daha sonra Moda Enstitüsü adını alan Giyim Endüstrisi Enstitüsü belirliyordu. Ancak buradan gönderilen tasarımlar, hazır giyim fabrikalarında estetik açıdan özellikle bozularak değiştiriliyordu. Tasarımcılar, sosyalist üretimin kıyafetleri nasıl şekilsiz hale getirdiğini görünce büyük hayal kırıklığı yaşıyordu (Url-7).

Doğu Bloku’nda, sosyalist ideolojiye uygun resmi modanın yanı sıra, sokak modasında bireysellik ve kültürel izolasyona karşı bir duruş sergilendi. Resmi ideolojinin dayattığı tekdüze ve düşük kaliteli ürünlere karşı, halk kendi diktığı giysileri kullanarak ve karaborsadan temin ettiği kıyafetleri tercih ederek tepki gösterdi. Bu durum, bireysel ifade özgürlüğünün bir yansıması olarak değerlendirilebilir (Url-8).

Çin’deki moda endüstrisi, tarihsel süreçte Batı’dan alınan unsurlar ve yerel kimlik arasındaki etkileşimle şekillenmiştir. Zhao (2013) Çin’de moda tarihinin farklı dönemlerde nasıl şekillendiğini anlatmaktadır. Zhao (2013) tarafından ele alınan Mao Dönemi (1949-1978), kıyafet anlayışında radikal dönüşümlere sahne olmuştu. Mao Dönemi (Mao Era) başlığı altında, 1949’da Mao Zedong önderliğinde gerçekleşen Komünist Devrim’in ardından Çin Halk Cumhuriyeti’nin kurulduğu ve

giyim tarzlarında radikal değişimlerin yaşandığını belirtmektedir. Bu dönemde Batı’da “Mao Takımı” (Mao Suit) olarak bilinen üniforma benzeri kıyafet yaygın hale gelmişti. 1950’li yıllarda, önceki Cumhuriyetçi döneme ait bazı kıyafetler (örneğin *qipao* ve *zhongshanzhuang*) halk tarafından hala giymeye devam edilmişti. Ancak, Zhao bu kıyafet tercihlerinin devlet tarafından dayatılan yasal zorunluluklardan ziyade, dönemin politik atmosferinin doğal bir sonucu olduğunu ifade etmektedir.



Görsel 3: Sun Yat-sen suit, Zhifu ve 1960’lı yıllarda fakirlikten yeni giysi alamayan halkın gömlek-cekete birleşimi buluşu (Url-9).

Kültür Devrimi (1966-1976) sırasında, Batı tarzı kıyafetler ve geleneksel *qipao* gibi giyim unsurları yasaklanmıştı. Bu dönemde, kıyafetler yalnızca bireysel tercihleri değil, aynı zamanda ideolojik sadakati de simgeleyen araçlara dönüşmüştü. Medya ve devlet propagandası, tek tip kıyafet anlayışını desteklemiş ve bu durum, bireysel farklılıkları ortadan kaldıran bir giyim kültürünü beraberinde getirmiştir (Zhao, 2013: 48).

Mao Dönemi kıyafet politikaları, yalnızca politik bir dayatma değil, aynı zamanda ekonomik ve endüstriyel yapıyla da bağlantılıdır. Zhao, bu süreçte Çin’in tekstil üretiminde tek tip kıyafetlere yöneldiğini ve büyük ölçekli tekstil fabrikalarının kurulduğunu vurgulamaktadır. Ancak, bu fabrikalar giyim çeşitliliğini artırmaktan ziyade, tek tip kıyafet üretimine odaklanmıştı. *Pusu* (tutumluluk) ideali çerçevesinde lüks tüketim

ve bireysel estetik tercihleri bastırılmış, sade ve gösterişsiz bir giyim anlayışı teşvik edilmişti (Zhao, 2013: 49).

Mao dönemi, Çin’de kıyafetlerin sadece bir moda tercihi olmanın ötesine geçerek, politik ve sınıfsal bir sembol haline geldiği bir dönem olmuştur. Devletin işçi ve köylü sınıfını yüceltmesi, bireyselliği ve farklı giyim tarzlarını dışlaması sonucunda, kıyafetlerde ciddi bir tekdüzelik yaşanmıştı (Görsel 3). Kültürel Devrim sırasında giyim üzerindeki kısıtlamalar, doğrudan devlet zorlaması olmakla birlikte, toplumun kolektif bilinçaltında şekillenen ideolojik yönelimlerle de desteklenmişti. Bu süreç, moda ve politik ideolojinin nasıl iç içe geçtiğini ve kıyafetlerin toplumsal dönüşümde nasıl bir rol oynadığını ortaya koymaktadır (Zhao, 2013: 49).

Benzer şekilde İran’da da kıyafet, tarih boyunca siyasi ve kültürel kimliğin önemli bir göstergesi olmuştur. Özellikle 20. yüzyılda, giyim politikaları, modernleşme ve dini değerler arasındaki kutuplaşmayı yansıtır hale gelmiştir. 1920’li yıllarda Rıza Şah Pehlevi döneminde, Batılılaşma ve modernleşme çabaları kapsamında, geleneksel kıyafetler yasaklanmış ve Batı tarzı giyim zorunlu kılınmıştı. Bu dönemde, özellikle kadınların peçe ve çarşaf giymesi yasaklanmış, erkekler için ise Batı tarzı şapka ve kıyafetler teşvik edilmişti. Bu politikalar, toplumun çeşitli kesimlerinde tepkilere yol açmış ve kıyafet, bir direniş sembolü olarak kullanılmaya başlanmıştı (Karakuş, 2019). 1979 İslam Devrimi sonrasında ise, önceki dönemin aksine, İslami kıyafet kuralları uygulanmaya başlanmış ve kadınlar için başörtüsü ve tesettür zorunlu hale getirilmişti. Bu zorunluluk, özellikle şehirli ve modern kesimler arasında tepkilere neden olmuş ve kadınlar, kıyafetleri aracılığıyla pasif direniş yöntemleri geliştirmişler, resmi kıyafet kurallarına karşı bireysel protestolar gerçekleştirilmiştir (Kaval ve İzol, 2024).

1980’li yıllarda ise, uluslararası modaya yön veren Japon moda tasarımcıları geleneksel Japon motiflerini modern tasarımlarla birleştirerek, Japon ulusal moda kimliğini güçlendirmişlerdi. Benzer şekilde Hollanda, Fas, Güney Afrika ve Çin benzeri ülkelerdeki moda tasarımcıları da geleneksel kültürel öğeleri modern moda anlayışıyla sentezleyerek, kendi ulusal moda kimliklerini oluşturmuşlardır (Tatlıdil & Şahin, 2021: 137).

Türkiye’de 19. yüzyılda Avrupa modasının etkisiyle kadın giyiminde önemli değişiklikler yaşanmıştır. Bu dönemde, Batı modasının etkisiyle geleneksel giyim tarzları yerini daha modern ve Batılı kıyafetlere bırakmıştı. Bu değişim, Türk kadınlarının beden algısında ve giyim alışkanlıklarında köklü dönüşümlere yol açmıştır (Şahin, 2016).

5. KÜRESEL PERSPEKTİFTEN MODA

21.yüzyılda ise küreselleşmenin etkisiyle ideolojik kutuplaşmalar daha karmaşık bir hal almış, bu durum moda alanında çeşitliliği yaratmıştır. Günümüzde, siyasi ve sosyal hareketler, sosyal medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaşarak giyim tarzlarını bir protesto aracı veya kimlik ifadesi olarak kullanmaktadır. Örneğin, feminist hareketler tişörtlerdeki sloganlar aracılığıyla seslerini duyururken, çevre bilinci artan gruplar sürdürülebilir moda akımlarıyla ideolojik duruşlarını sergilemektedir. Sürdürülebilirlik kapsamında çevresel aktivizmi benimseyen Stella McCartney, koleksiyonlarında hayvan derisi ve kürk kullanımını tamamen dışlayarak, çevre dostu materyalleri ve üretim süreçlerini savunarak dikkat çekmektedir. Markanın iş modeli, modanın çevreye olan etkisini en aza indirme üzerine kuruludur (McCartney, 2020: 28).

Modernleşme süreciyle birlikte, moda endüstrisi kapitalist ekonominin önemli bir parçası haline gelmiş ve küresel ölçekte

tüketim kültürünü şekillendirmiştir. Bu bağlamda, moda sadece estetik bir ifade aracı değil, aynı zamanda ekonomik ve sosyal dinamiklerin bir yansımasıdır. Kapitalist sistem, modayı sürekli değişen ve yenilenen bir tüketim nesnesi olarak konumlandırmıştır. Bu durum, tüketicilerin sürekli olarak yeni trendlere yönelmesini teşvik etmiş ve modayı, kapitalist ekonominin döngüsünde merkezi bir konuma yerleştirmiştir. Zygmunt Bauman'a göre, modernite ve kapitalizm, bireyleri tüketim odaklı bir yaşam tarzına yönlendirerek, modayı sosyal statü ve kimlik inşasının bir aracı haline getirmiştir (Şimşek, 2014: 227).



Görsel 4: Alışılmış şıklık dışındaki Vetements ürünleri (Url-10).

Moda, sınıf farklılıklarının görünür olduğu en belirgin alanlardan biridir (Bourdieu, 1984). Lüks markalar, üst sınıflarla ilişkilendirilirken, Zara ve H&M gibi hızlı moda markaları daha geniş bir tüketici kitlesine hitap etmektedir. Off-White ve Supreme gibi markalar, sokak modasını lüksle birleştirerek sınıfsal ayrımları karmaşıktırır. Halktan gelen sokak stili anlayışı ile yüksek modayı birleştiren yeni nesil tasarımcılardan Demna Gvasalia'nın kurduğu Vetements markası, tüketim kültürüne ironik bir yaklaşım sergileyerek postmodern ideolojileri yansıtır (Görsel 4) (Url-11).

Dior, 2017 İlkbahar/Yaz koleksiyonunda, Nijeryalı yazar Chimamanda Ngozi Adichie'nin TED konuşmasından ilhamla tasarlanan "We Should All Be Feminists" (Hepimiz Feminist

Olmalıyız) sloganlı tişörtü tanıtarak moda dünyasında feminist söylemin güçlenmesine öncülük etmiştir (Görsel 5). Kreatif direktör Maria Grazia Chiuri'nin tasarladığı bu tişört, kadın hakları ve cinsiyet eşitliği mücadelesinin popüler kültür içerisinde daha geniş kitlelere yayılmasını sağlamıştır. Dior'un bu girişimi, moda sektörünün yalnızca estetik değil, aynı zamanda politik bir platform olabileceğini de göstermiş ve benzer feminist mesajlar içeren tasarımların popülerleşmesine ön ayak olmuştur (Url-12).



Görsel 5: Dior 2017 İlkbahar/Yaz defilesi, (Url- 4).

Nike, 2018 yılında Colin Kaepernick kampanyasıyla spor ve modayı birleştirerek sosyal adalet konusuna dikkat çekmiştir. Colin Kaepernick'in Amerikan futbol maçlarında ırksal eşitsizliği protesto etmesine destek veren Nike, "Bir şeye inan. Her şeyi feda etmek anlamına gelse bile" sloganıyla geniş yankı uyandırmıştır. Nike firmasının kampanyası, sporun ötesine geçerek toplumsal meselelerde bilinç oluşturma'nın güçlü bir aracı olduğunu ortaya koymuştur. Nike cesur aktivizmi ile, marka bağlılığını artırırken, spor giyim markalarının sosyal adalet mesajları vermede etkili olabileceğini göstermiştir (Url-13).

Patagonia markası, 2011 yılında Black Friday döneminde yayınladığı "Don't Buy This Jacket" (Bu Ceketini Satın Almayın) kampanyasıyla, tüketicileri aşırı tüketimin çevre üzerindeki zararlı etkileri konusunda bilinçlendirmeyi hedeflemiştir. Kampanya, tüketim kültürüne yönelik güçlü bir eleştiri sunarak, tüketicileri sahip oldukları ürünlerin değerini sorgulamaya ve

sürdürülebilir yaşam pratiklerini benimsemeye teşvik etmiştir. Bu strateji, markanın çevre koruma konusundaki samimi yaklaşımını vurgulayarak tüketiciler arasında hem farkındalık yaratmış hem de markanın sürdürülebilirlikle özdeşleşen imajını güçlendirmiştir (Url-14).

6. SONUÇ

Moda, bireysel kimliklerin ve toplumsal yapının şekillenmesinde önemli bir role sahiptir. Semiyotik açıdan moda, anlamlarla yüklü bir semboller sistemidir. İletişim boyutunda ise, moda hem bireyler hem de toplumlar arasında bir dil oluşturur. Politik ve ideolojik bağlamda moda, sınıfsal farklılıkları ve toplumsal hareketleri yansıtan bir araçtır. Vivienne Westwood, Dior, Nike gibi markaların koleksiyonları, bu bağlamda modanın etkisini ve dönüştürücü gücünü göstermektedir.

Moda, yalnızca estetik bir tercih değil, aynı zamanda politik ve ideolojik bir ifade biçimi olarak tarih boyunca önemli bir rol oynamıştır. Sanayi Devriminden günümüze kadar moda, sınıfsal ayrımları ve politik kimlikleri belirleyen bir gösterge olarak kullanılmıştır. 19. yüzyılda ulus-devletlerin inşa sürecinde geleneksel kıyafetlerin ulusal kimlik oluşturmak için yeniden şekillendirilmesi, Doğu Bloku ülkelerinde sosyalist ideolojinin kıyafetleri tek tipleştirerek toplumsal eşitliği vurgulaması ve günümüzde moda endüstrisinin feminizm, çevrecilik ve sosyal adalet gibi toplumun dikkatini çeken politik söylemleri sahiplenmesi, modanın ideolojik ve politik bir araç olarak kullanıldığını gösteren güçlü örneklerdir. Küreselleşmeyle birlikte moda, artık yalnızca kültürel veya ulusal unsurdan olmaktan çıkmış, küresel ölçekte politik mesajların yayılmasını sağlayan bir platforma dönüşmüştür. Dior'un feminist slogan tişörtleri ve Stella McCartney'in sürdürülebilir moda anlayışı gibi örnekler,

modanın aktivizm ve ideolojik duruş sergileyen yanını göstermektedir.

Bu çalışma, moda aracılığıyla üretilen anlamların ve sembollerin yalnızca estetik kaygılarla sınırlı olmadığını, aynı zamanda toplumsal ve ideolojik yapıların yeniden üretimine katkıda bulunduğunu ortaya koymuştur. Barthes ve Bourdieu gibi teorisyenlerin perspektifinden, moda bir taraftan bireysel tercihleri etkilerken, diğer yandan toplumsal sınıflar arası ayrımları ve ideolojik mesajları da iletebilme kapasitesine sahiptir. Moda, gelecekte de hem bireyler hem de toplumlar için anlam üretmeye devam edecektir. Moda yalnızca görsel bir ifade alanı değil, aynı zamanda politik bilinci artırıcı, toplumsal dönüşümü etkileyici ve ideolojik anlamlar taşıyıcı bir platform olarak değerlendirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Aydın, İ. ve Uyar, Y. E. (2022). Göstergebilimsel bir çözümleme örneği olarak Cemil Kavukçu'nun *Ablam* adlı öyküsü. *Dil ve Edebiyat Araştırmaları (DEA)*, 25, 263-298. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/dea>
- Barthes, R. (1967). *The fashion system*. University of California Press.
- Bartlett, D. (2019). *Fashion and politics*. Yale University Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Ertürk, N. ve Ruşan, T. C. (2018). Moda endüstrisinin altkültürel referanslı tasarımlarında metalaşma ve anlam kaybı. *İdil*, 7(42), 100–115. <https://doi.org/10.7816/idil-07-42-07>
- Evans, C. (2001). *Fashion at the edge: Spectacle, modernity and deathliness*. Yale University Press.
- Karakuş, G. (2019). Elitist reformlar, İran'da devrime yetmedi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 11(18), 2760-2775. <https://doi.org/10.26466/opus.557254>
- Kaval, F. ve İzol, R. (2024). İran'daki toplumsal hareketlerde devlet kimliğinin rolü. *Akademik Hassasiyetler*, 11(25), 449-482. <https://doi.org/10.58884/akademik-hassasiyetler.1425605>
- McCartney, S. (2020). *Sustainability in fashion*. Stella McCartney Publications.
- McCracken, G. (1988). *Culture and consumption: New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities*. Indiana University Press.
- Oğuzlar Tekin, Y. (2006). Avrupa Birliği'nin ortak kimlik yaratma çabaları ve nedenleri. *Balıkesir Üniversitesi*

- Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(16), 10-11.
https://dspace.balikesir.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/20.500.12462/1762/Yasemin_O%C4%9Fuzlar_Tekin.pdf?isAllowed=y&sequence=1
- Şahin, Y. (2016). 19. yüzyıl Türk kadın giyiminde Avrupa modasının etkileri: Bedenle yüzleşme. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 9(1), 106-122.
<https://ethosfelsefe.com/sites/default/files/2021-09/Yksl-106-122.pdf>
- Şimşek, M. E. (2014). *Moderniteden postmoderniteye uzanan bir köprü: Zygmunt Bauman* (Yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tatlıldil, Ü. ve Şahin, Y. (2021). Moda tasarımında geleneğin yorumlanması ve ulusal moda kimliği oluşturulması üzerine bir inceleme. *Milli Folklor*, 17(134), 131-148.
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1617897>
- Wilson, E. (2003). *Adorned in dreams: Fashion and modernity*. Rutgers University Press.
- Zhao, J. (2013). *The Chinese fashion industry: An ethnographic approach*. Bloomsbury Academic.

İnternet Kaynakları

- Url-1: Victoria and Albert Museum. (t.y.). Vivienne Westwood: Punk, new romantic and beyond. *Victoria and Albert Museum*. <https://www.vam.ac.uk/articles/vivienne-westwood-punk-new-romantic-and-beyond>, Erişim Tarihi: 11.01.2025
- Url-2: Punk 77. (t.y.). Seditonaries. *Punk 77*. <https://punk77.co.uk/seditonaries/>, Erişim Tarihi: 22.11.2024

- Url-3: Truss Archive. (2022). *The bold and daring aesthetic of Vivienne Westwood Seditonaries*. Truss Archive.
<https://www.trussarchive.com/editorials/the-bold-and-daring-aesthetic-of-vivienne-westwood-seditonaries>,
Erişim Tarihi: 18.12.2024
- Url-4: Ludovica. (2023). We should all be feminists: Dior's way to validate systemic oppression. *Medium*.
<https://lusvanni.medium.com/we-should-all-be-feminists-diors-way-to-validate-systemic-oppression-d70a7ec9248>, Erişim Tarihi: 21.11.2024
- Url-5: Pussyhat Project. (t.y.). Our story. *Pussyhat Project*.
<https://www.pussyhatproject.com/our-story>, Erişim Tarihi: 22.11.2024
- Url-6: Daily News Hungary. (t.y.). Take a step back in time: Let's discover Hungarian folk costumes past and present (Photography). *Daily News Hungary*.
<https://dailynewshungary.com/take-a-step-back-in-time-lets-discover-hungarian-folk-costumes-past-and-present-photography/>, Erişim Tarihi: 12.02.2025
- Url-7: Kaos GL. (2011). Doğu Almanya modası. *Kaos GL*.
<https://kaosgl.org/haber/dogu-almanya-modasi>, Erişim Tarihi: 18.11.2024
- Url-8: Moda La Turca. (2011). Moda ve devrim 1: Retrospektif. *Moda La Turca*.
<https://modalaturca.wordpress.com/2011/01/31/moda-ve-devrim-1-retrospektif/>, Erişim Tarihi: 25.12.2024
- Url-9: Museum of Applied Arts & Sciences. (t.y.). Mao suit. *Museum of Applied Arts & Sciences*.
http://archive.maas.museum/hsc/evrev/mao_suit.html,
Erişim Tarihi: 25.12.2024

- Url-10: Uplifers. (t.y.). Sokak stili yeni lüks olursa: Demna Gvasalia'nın Vetements markasıyla tanışın. *Uplifers*.
<https://www.uplifers.com/sokak-stili-yeni-luks-olursa-demna-gvasalianin-vetements-markasiyla-tanisin/>,
Erişim Tarihi: 11.01.2025
- Url-11: Vogue. (t.y.). Vetements. *Vogue*.
<https://www.vogue.com/fashion-shows/designer/vetements>, Erişim Tarihi: 19.02.2025
- Url-12: Ashoori, J. (2020). Women's fashion: Maria Grazia Chiuri | Christian Dior. *Flaunt Magazine*.
<https://www.flaunt.com/blog/womens-fashion-maria-grazia-chiuri-christian-dior>, Erişim Tarihi: 15.01.2025
- Url-13: Danziger, L. (2018, September 10). Analysis: Nike scores 31% sales spike following launch of Kaepernick campaign. *Marketing Dive*.
<https://www.marketingdive.com/news/analysis-nike-scores-31-sales-spike-following-launch-of-kaepernick-campai/531894/>, Erişim Tarihi: 15.01.2025
- Url-14: Patagonia. (2011, November 25). Don't buy this jacket, Black Friday and The New York Times. *Patagonia*.
<https://www.patagonia.com/stories/dont-buy-this-jacket-black-friday-and-the-new-york-times/story-18615.html>,
Erişim Tarihi: 25.12.2024

DESENİN TASARIMDAKİ YERİ

Sevil YILMAZ AYKUL¹

1. GİRİŞ

Kültür, bir milletin kendine has değerler bütünü ve milli benliğini oluşturan önemli kavramlardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Tarihi süreç içerisinde kültür her ulusun, kendisine ait gelenekleri, görenekleri, inançları, yaşam tarzı, anlayışı ve sanatın nesilden nesile aktarılması sonucunda günümüze kadar gelmiştir (Gürcüm ve Aktürk, 2020).

Kültürel unsurların kuşaklararası aktarılırken profesyonel uzmanlar tarafından ortaya konulan tasarımlarda beğeni toplamıştır. Bu bağlamda tasarım, bir amaç doğrultusunda işlevsel ve estetik unsurların bir arada toplanmasına imkan sağlamaktadır. Tasarım, hayatın her alanında etkisi görülmekle birlikte özellikle kültür, ekonomi ve toplum üzerinde daha yoğundur. İç mekan tasarımından moda tasarımına, endüstriyel tasarımdan grafik tasarımına kadar tasarımın tüm alanlarında insanların ihtiyaçları ve deneyimleri doğrultusunda şekillenir ve günlük hayatın daha işlevsel ve estetik hale gelmesine katkı sağlamaktadır (Lawson, 2006).

İnsanların ihtiyaçları ve gereksinimleri doğrultusunda şekillenen tasarım uygulamalarında Anadolu tarihinin yansıması olarak ta karşımıza ürünler çıkmaktadır. Ürünlerde daha çok desenler üzerinde çalışmalar sergilenmektedir. Özellikle gelişen teknolojilerle tasarım ve baskı süreçleriyle birlikte ürün yelpazesi

¹ Öğretim Görevlisi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak Emin Gülmez Teknik Bilimler MYO., Moda Tasarımı Bölümü, siylmazaykul@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1827-1971.

genişleyerek üretimde gözle görülebilecek şekilde kalite farklılaşması görülmüştür. Bu süreç tekstil ve moda tasarımcıları içinde geçerlidir. Tasarımcıların ürün kalitesini arttırmak için yaratıcılık seviyesini en üstte tutulması gerekmektedir. Bunun için doğadan ve doğal olandan uzaklaşmadan kaybolmaya yüz tutmuş duygularımızı, estetik bir bakış açısıyla gelecek nesillere aktarmak zorundayız. Aktarım süreci iyi eğitim almış tasarımcıların sanatsal ve nitelikli ürünleriyle gerçekleştirilecektir (Çeliksap, 2013).

1.1. Desenin Tarihsel Gelişimi

Geçmişten günümüze yaşanmışlıkları ürün olarak karşımıza çıkartan alan sanattır. Sanatçı ise bu süreci en etkin ve doğru olarak kullanan tasarımcıdır. Tasarımları ortaya çıkartabilmek için grafiğin tüm bileşenlerini öğrenmek gerekmektedir. Desen ise bu aşamada tasarımın temel yapı taşı oluşturulmaktadır (Sırmalı ve Yakar, 2020).

Plastik sanatların her alanında varlığını ispatlamış olan desen geçerli bir eğitim disiplini olarak görülmektedir. Desen tasarımı ilk olarak tasarımcının ve doğal olarak sanatçının bakış açısıyla ilişkilidir. Deseni tasarlarken, nesnelerle karşılaştırılması gereken unsurların neler olduğunu sezgilerle ortaya çıkarılması gerekmektedir. Sanatçıların bir kısmı deseni ön hazırlık olarak nitelendirilirken bir kısmı ise başlı başına sanatsal bir eylem olarak değerlendirir (Url 1).

Mağara duvarlarından günümüze kadar desen yaklaşımında farklı değerlendirmeler yapılmıştır. Özellikle desenin sanatta ön plana çıktığı dönem Rönesans, Empresyonizm, Sentetik Kübizm, Dadaizm, Pop Art gibi akımların etkisiyle desenlerin tekniklerinde farklılıklar görülmektedir. Günümüzde disiplinler arası yaklaşımla sanatçılar çağdaş sanat akımlarının etkisiyle dijital tekniklerle estetik anlayışın temelinde desenin etkisi bulunmaktadır (Albayrak, 2012).



Görsel 1. Paleolitik Dönemde Mağara Duvarlarındaki Resim Sanatı (İspanya Altamira Mağarası)

Görsel 1’de Eski Taş döneminde resimler mağaraların duvarlarına çizilerek boyanan betimlemeler olarak görülmektedir. Bu resimlerde insanların yaşamında önemli yer kaplayan hayvanlar yer almaktadır. Özellikle Paleolitik dönemde yaşayan ilkel insanların etkili resim yapma tutkuları olduğu dikkat çekmektedir.

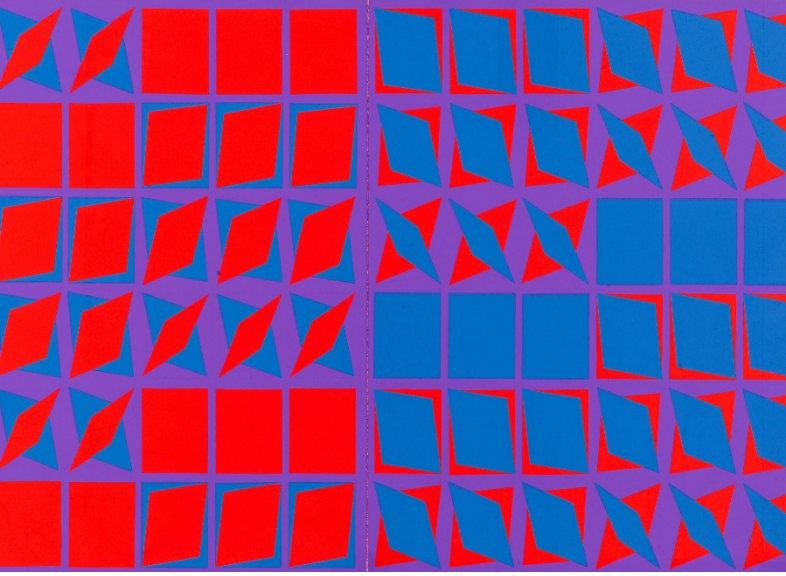
İlkel insanların varlığıyla birlikte desen kavramı ön plana çıkmıştır. İnsanlar mağara duvarlarına günlük yaşamlarında avlayacakları hayvanların figürlerini betimleyerek ilk desen örneklerini vermişlerdir. Geçmişten günümüze desen; nesnelerin, konuların, düşünce ve duyguların ifade edilmesinde kullanılmıştır. Bu ifade ediş tarzları dönemin toplumsal ve kültürel yapısı ile sanatçıların kişiliklerine göre farklılıklar ortaya koymaktadır (Url 1).



Görsel 2. Arjantin'deki Eller Mağarası

Görsel 2’de İnsanlar tarafından duvara aktarılan çizimler 13.000 ila 9.000 yılları arasına çizildiği düşünülmektedir. Eller Mağarası ismini duvarındaki el figürlerinden almaktadır. Ellerin genellikle sol el olması sanatçıların sağ ellerinde püskürtme boruları tuttuğu düşünülmektedir (Url 2).

Rönesans dönemi ile birlikte iki önemli görev üstlenen desen; sanatçı adaylarının eğitiminde kullanılarak usta çırak ilişkisini disiplinli bir şekilde ortaya koymuştur. İkinci görevi sanatçıların yapıtlarını ortaya koymadan önce hazırlıkları içermesidir. Sanatçılar yapıtlarını çıkarmadan önce desenle ön hazırlık çalışmaları büyük önem vermişlerdir. 15. Yüzyıldan itibaren desen örneklerinde bireysel betimlemeler ön plandadır. 20. Yüzyıldan itibaren sanatçıların bazıları desenlerinde soyutlamalar ve deformasyonlar uygulayarak resimdeki desenin yalnızca ön çalışma olmayıp özgür ve özgün bir sanat çalışması olmasıdır (Url 1).



Görsel 3. Pera Müzesinde önde gelen sanatçıların isimlerin desen, suluboya ve baskılarından bir görsel

1.2. Desenin Tasarımda Kullanımı

Desen, sadece estetik değil aynı zamanda tasarımın işlevsel yönlerini de etkilemektedir. Özellikle ev tekstilinde tasarımlarına başlayan William Morris Arts and Crafts hareketi kumaş ve duvar kağıtlarını önce el ile üretilmiştir. El işçiliği ile yapılan kumaş ve duvar kağıtlarındaki desen geleneksel kalıp baskı ve dokuma tezgahları ile farklı bakış açılarında tasarımı gerçekleştirilmiştir. Morris daha çok tekstil desenleri ve duvar kağıtları tasarımı ile ön plana çıkmıştır. Ayrıca doğal boyaların kullanımı, yazı tipi tasarımı ve el sanatlarında birçok tekniğin tekrar canlanmasında önemli görevler üstlendiği bilinmektedir. Morris tasarladığı İngiliz çiçeklerinin renkliliğini kullanarak yarattığı desenler günümüzde birçok moda firması tarafından koleksiyonlarında yer edinmektedir. Görsel 4 ile 5'te yer aldığı gibi H&M markası Morris&Co firması iş birliği ile 2018 Sonbahar/Kış koleksiyonunda kullanılmıştır (Turan, 2022).



Görsel 4. William Morris'in Larkspur Deseni (1874)- Duvar Sanatı Sarılı Çerçeve Tuval Baskısı



Görsel 5. İngiliz duvar kağıdı ve kumaş markası Morris & Co ile H&M Firmalarının 2018 Sonbahar Kış Koleksiyonu



Görsel 6. Agatha Ruiz de la Prada'nın doğadan ilham alarak tasarladığı kıyafeti

Son yıllarda tasarımcılar doğa ve doğa olaylarını kıyafetlere yansıtarak nesneleri, hayvanları ve bitkileri eşleştirerek koleksiyonlarını özgün ve özgürleştirmektedir. Bu durum ihtiyaçlarını karşılayan insanların yönelimleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.



Görsel 7. Monique Lhuillier'in doğa olayından esinlendiği kıyafeti

Doğanın ilham kaynağı olduğu tasarımlar, günlük kullanıma uyumlu bir elbise olabilirken şık bir gece elbisesi olarak ta karşımıza çıkabilmektedir. Ayrıca moda tasarımcılarının doğa esintilerini koleksiyonlarına yansıtırken; ev dekorasyon tasarımcıları da doğadan ilham alarak farklı ve şık ürünleri kullanıcılarına sunmaktadırlar (Url 3) .



Görsel 8. Ev dekorasyonu tasarımında kullanılan doğal renkler, ahşap ve doğal taşlar

Ev dekorasyonunda kullanılan desenleri en çok halı, koltuk, nevresim ve perde tercihlerinde, kırlent gibi küçük dekorasyon ürünlerinde ve duvarlarda uygulamaktadır. Ayrıca doğanın bize sunduğu doğal güzelliklerden biri de taşlardır. Evlerimizde daha çok doğal taşlardan üretilen mermerler yer almaktadır. Mermerler ahşap gibi bir dekorasyon ürünleri ile tasarlanabileceği gibi ev bitkileri ile de ön plana çıkabilmektedir (Url 3).

Modern tasarım, işlevsellik ve üretilebilirlik gibi pratik özellikleri göz önünde bulundurur. Bu bağlamda, tasarım disiplini, mühendislik bilgisi ve sanatsal yaklaşımlar arasında bir denge oluşturarak, teknolojiyi ve yaratıcılığı birleştirir.

2. SONUÇ

Desenler, geçmişten günümüze tasarım dünyasında sürekli değişen ve yenilenen nesneler olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital teknolojilerde ortaya çıkan gelişmelerle birlikte desenlerin tasarımı, üretim ve uygulanışı daha da çeşitlenerek tasarımcıların hiç olmadığı kadar yaratıcılıklarını ön plana çıkartmışlardır. Bu yaratıcılıklarla birlikte dijital araçlar ve yazılımlarla daha önceleri tasarlanması çok zor olan desenler oluşturulması ve uygulanması daha da kolaylaşmıştır. İlerleyen zamanlarda tasarımlarla birlikte desenler etkileşimli, artırılmış, sanal gerçekliklerle ve yapay zeka teknolojisi ile sürdürülebilir ürünler trend olacaktır.

Sonuç olarak teknolojik gelişmelerle sınırsız desen tasarımları yapılırken geçmişin izlerini halen taşımaktadır. Tasarımcılar, bu yeni teknoloji ve yaklaşımlara uyum sağlayarak daha kolektif, tüketici dostu ve çevreye duyarlı tasarımlar yaratmak için sürekli değişim ve gelişim içerisinde olmaları gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Albayrak, A. (2012). Günümüz Sanatında Birincil İfade Aracı Olarak Çizgi ve Desen Pratikleri. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (32), 1-11.
- Çeliksap, S. (2013). Fotoğraf ve Perspektif. *Projem Aylık Mimarlık Dergisi*, 62.
- Gürcüm, B. H. & Öztürk, Ö. (2020). Tekstil ve Moda Tasarımında Gelenekselin Yaşatılması. *Folklor Akademi Dergisi*. Cilt:3, Sayı: 4, 244 – 264.
- Lawson, B. (2006). How Designers Think: The Design Process Demystified. Elsevier.
- Sırmalı, E. & Yakar, G. (2020). Farklı Bölümlerden Gelen Öğrencilerin, “Desen” Ve “Grafik Desen” Eğitiminde Karşılaştıkları Zorluklar: Bursa Uludağ ve Kastamonu Üniversitesi Modelleri, *Uluslararası Sanat Tasarım ve Eğitim Dergisi*, Cilt 2, Sayı 2, 11-25.
- Turan, E. (2022). Türkiye’de Kumaş Desen Tasarımının Gelişimi: Sümerbank ve Vakko Desen Örnekleri Üzerinden Karşılaştırmalı Analiz (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Haliç Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

İnternet kaynakları

- Url 1: <https://www.tekstildershanesi.com.tr/bilgi-deposu/desen-nedir-desenin-tarihcesi.html> Erişim Tarihi: 08.03.2025.
- Url 2: <https://arkeofili.com/tarih-oncesi-donemden-11-magara-sanati/> Erişim Tarihi: 09.03.2025
- Url 3: <https://www.defacto.com.tr/blog/dizi-ve-filmlerin-modaya-etkisi-11806> Erişim Tarihi: 13.03.2025

Görsel 1: <https://www.sanatinyolculugu.com/paleolitik-donem-resim-sanati/> Erişim Tarihi: 09.03.2025

Görsel 2: <https://arkeofili.com/tarih-oncesi-donemden-11-magara-sanati/> Erişim Tarihi: 09.03.2025

Görsel 3: <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/20-yuzyil-ustalarindan-baski-desen-ve-suluboyalar/59> Erişim Tarihi: 11.03.2025

Görsel 4: <https://theartprintcompany.co.uk/products/larkspur-pattern-by-william-morris-1874-wall-art-wrapped-frame-canvas-print> Erişim Tarihi: 12.03.2025

Görsel 5:
<https://dwellinpossibilityblog.wordpress.com/2018/10/08/currently-coveting-morris-co-x-hm-collection/> Erişim Tarihi: 12.03.2025

Görsel 6-7: <https://hthayat.haberturk.com/dogadan-esinlenilen-kiyafetler-1075289> Erişim Tarihi: 13.03.2025

Görsel 8: <https://www.defacto.com.tr/blog/dizi-ve-filmlerin-modaya-etkisi-11806> Erişim Tarihi: 14.03.2025

YAPAY ZEKÂNIN TASARIMA ETKİSİ

Sevil YILMAZ AYKUL¹

1. GİRİŞ

Tasarımın ortaya çıkartılabilmesi için farklı yeteneklere sahip olan insanların yaratıcılık kabiliyetleriyle şekillenebilmektedir. İnsanlarda bulunan bu eşsiz güç tasarım sürecinde bireylerin içgüdülerini empati yeteneklerini ve duygusal tepkilerini ortaya çıkartarak farklı ve özgün tasarımların ortaya çıkmasını sağlamaktadır.

Tasarım sürecinde teknolojik gelişimlerle yapay zekâ insan zekâsını taklit ederek ve topladıkları bilgileri yenileyerek kendilerini geliştirebilen sistemler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sistem üretim sürecinde durumları gözlemleyerek daha önceden belirlenen parametreler doğrultusunda tepkileri ortaya koymaktadır. Tasarım sürecinde yapay zekâ duruma ilişkin verileri hızlı, yinelenen akıllı algoritmalarla birleştirerek kalite, seri yapısı ve analiz gibi işlemleri gerçekleştirmektedir (Url 1).

Tasarımcılar kendi fikirlerini yapay zekâ destekli programları kullanarak daha kısa sürede birden fazla farklı tasarımlar üretebilirler. Tasarımcılar yapay zekâ destekli programlarla hedef kitlelerin ihtiyaçları doğrultusunda analizler yaparak kişisel ve etkili tasarımlar yapabilmektedir.

¹ Öğretim Görevlisi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak Emin Gülmez Teknik Bilimler MYO., Moda Tasarımı Bölümü, syilmazaykul@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1827-1971.

1.1. Yapay Zekâ

İnsanın düşünme yapısını anlayarak ve benzerini ortaya çıkaracak bilgisayar işlemlerini geliştirmeye çalışmak olarak tanımlanan yapay zekâ son yıllarda büyük gelişmeler göstermiştir (Taylor vd., 2013; akt. Berberoğlu, 2023).

Yapay zekânın atası olarak tanımlanan John McCarthy 1956 yılında yapay zekâyı “akıllı makineler yapmanın bilimi ve mühendisliği” olarak açıklamıştır (Gupta, 2017; akt. Gür vd., 2019). Yapay zekâ teknolojisiyle elde edilen veriler insan zekâsı ile işleyişi gibi algılama, öğrenme, düşünme, problem çözme karar verme becerisi gibi bilişsel süreçler ve otonom davranışlar gerçekleşmektedir (Özçelik 2022).

İnsan ve yapay zekânın doğru bir şekilde iş birliği yapması ile karşılıklı olarak birbirlerini tamamlayarak kendilerini geliştirebilmektedir. Bu iş birliğinde insanlar makineleri eğiterek, eğitim çalışmalarının sonuçlarını açıklamak ve makinelerin düzgün, güvenli ve sorumlu kullanımını sürdürmelerini sağlamak gibi görevleri üstlenmektedir (Gür vd., 2019).



Görsel 1: İnsana Beynine Benzeyen Yapay Zekâ Görseli

Yapay zekânın en önemli amaçlarından birisi üretim safhasındaki makinelerin daha faydalı ve zeki hale getirmektir. Bir sistem veya robotun zeki olarak sınıflandırılabilmesi için

öğrenme ve anlama işlevleriyle karşıt ve zıt durumlardan anlamlar çıkarma, yeni karşılaşılan durumlara hızlı ve çabuk cevap verebilme, problemlerin çözümünde karşılaştırma yeteneğini kullanma gibi özelliklere hakim olması gerekmektedir (Url 2).

1.2. Yapay Zekâ ve Tasarım

Günümüzde kullanımı artan yapay zekâ farklı alanlarda da yararlanılan bir teknolojidir. Tasarım alanında kullanılan yapay zekâ araçları özellikle taslak çizimlerin profesyonel çizimlere dönüştürülmesinde kolaylık sağlamaktadır. Ayrıca yapay zekâ uygulamalarla tasarımcıların sıradan tasarımlarda zaman açısından avantajlar sağlamaktadır. Bu durum yalnızca uzman tasarımcılar için geçerli değil üretilecek olan tasarımları bekleyen müşteriler için de fırsatlar oluşturmaktadır. Zamanın dışında üretilecek olan ürünlere ilişkin müşterilerden ürünle ilgili görüş ve fikirlerin anında iletişim sağlanarak tasarım üretim sürecine başlamadan isteklere göre tasarımda değişikliğe gidilebilmektedir (Altın ve Mercin, 2024).



Görsel 2: Mısırlı Tasarımcı Hassan Ragab'ın Yapay Zekâ Tasarımları



Görsel 3: Hakan Yılmaz'ın Dijital Eseri

Görsel 2 ve 3'te geçmişten alınan ilhamla günümüze yansıyan sanat ve mimari alanda yapay zekânın etkisiyle birbirinden farklı dijital sanat eserleri tasarlanmaktadır.

Moda markası Marchesa 2016 yılında IBM tarafından üretilen Watsons yazılımı ile uyumlu bir şekilde çalışan ve Met Gala'da Karoline Kurkova'nın giyeceği elbisenin (Görsel 4) rengi sosyal medya kullanıcılarının yorumlarına göre değişime uğrayacağı açıklanarak interaktif bir uygulama alanı oluşturmuştur (Url 3).

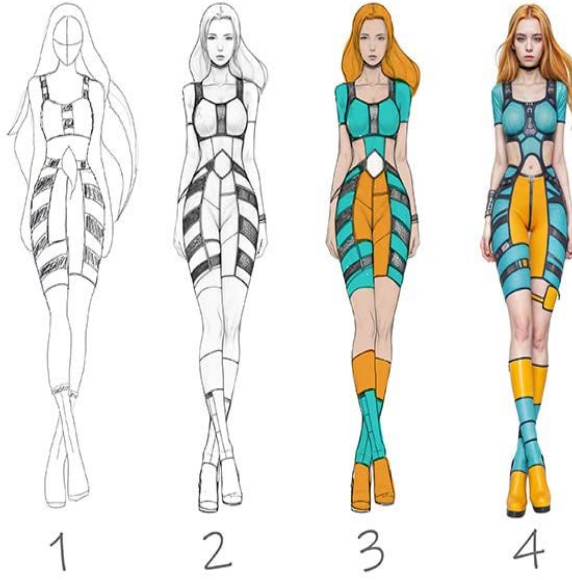


Görsel 4: Karolina Kurkova'nın Giydiği Dijital Elbise Tasarımı



Görsel 5: İnteraktif Elbise Project Primrose Tasarımı

Görsel 5’de Project Primrose’un temel konsepti, yüzlerce küçük, esnek ekranla kaplanan interaktif elbise çevreyi kirletmeyen kumaşlar kullanarak giyilebilir, ayarlanabilir ve esnek bir elbise olarak tasarlanmıştır. Elbise aynı zamanda harekete de tepki vererek tasarımın kullanıcının mevcut hareketleriyle birlikte değişmesine olanak sağlamaktadır (Url 4).



Görsel 6: El ile ve Yapay Zekâ ile Çizilmiş Tasarım Örnekleri

Görsel 6’da Gökhan Ergin Eryıldır’ın el ile çizimi ve Krea.ai’in saniyeler içinde tasarladığı çizimler yapay zekânın etkili ve hızlı sonuçları olarak görmek mümkündür (Url 5).

1.3. Tasarımda Yapay Zekâ Kullanımının Dezavantajları

Tasarım alanı günün değişen koşullarına göre sürekli gelişim ve değişim içerisinde varlığını sürdürmek zorundadır. Günümüzde yapay zekânın farklı alanlarda kullanılmaya başlanması ile birlikte tasarım alanında uzmanlar birçok avantajlar sağlamaktadır. Ancak her yenilik yanında problemlerini de beraberinde getirmektedir. Dijitalleşmenin artmasıyla birlikte insanlar günlük yaşamda görsel algıları sürekli olarak meşgul edilmektedir. Yapay zekâ ile standart görseller kullanıcılara iletilirken, uzman tasarımcılar tarafından özgün olarak üretilen görseller ise kullanıcılar için farklılıklar oluşturmaktadır. Bu ürünleri tasarlayan uzmanlar kültürel, teknik

ve sosyal bilgi birikim doğrultusunda tasarımlarla zaman harcarken; alanında uzman olmayan ancak yapay zekâ programlarına tasarımlar yaptıran kişiler nedeniyle uzman tasarımcılara toplum tarafından güvensizlik duygularının oluşmasına neden olacaktır. Yapay zekâ ile tasarım uygulamaları yapılırken etik olan birçok değer göz ardı edilebilmektedir. Ayrıca yapay zekâ uygulamaları sonrasında alandaki uzman kişilerin işsiz kalma süreci ile karşılaşabilecekleri tartışmasız bir gerçektir (Altın ve Mercin, 2024).

2. SONUÇ

Tasarım tarih öncesi dönemlerden günümüze kadar farklı yöntem ve tekniklerle insanların düşünce ve seçimlerinde etkili olmuştur. Tasarım ve uzman tasarımcıların varlıklarını sürdürebilmeleri için değişim ve gelişime uyum sağlayarak güncel kalmaları gerekmektedir.

Tasarım alanında son yıllarda en önemli gelişim ve değişimlerden birisi de yapay zekânın kullanılmaya başlanmasıdır. Yapay zekanın birçok alanda olduğu gibi tasarım alanında da kullanılmasının avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. Süreç içerisinde tasarımcılar ürün geliştirebilme yeteneklerini her zaman ileriye doğru gidebilmelidirler.

Günümüzde tasarımcıları yapay zekâ teknolojisini büyük bir istek ve azimle kullanma eğilimindedirler. Bu durum tasarım sürecinin yapay zekânın gelişimiyle birlikte hızlanacağı mutlaklıdır. Unutulmaması gerek bir nokta olarak, tasarımcıların bilgi birikimleri doğrultusunda estetik kaygıları ile üretimlerini gerçekleştirirken yapay zekâ uygulamaları ise yazılımlar ve algoritmalar ile çalışacaktır. Yapay zekâ teknolojisi uzman tasarımcı olmaktan çok yardımcı tasarımcı olarak görülmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Altın, Y. & Mercin, L., (2024). Grafik Tasarımda Yapay Zekâ Kullanımına Bağlı Etik Sorunlara İlişkin Uzman Görüşlerinin Değerlendirilmesi Özet. 8(1), 45.
- Berberoğlu, B. M. (2023). Yönetimde Yapay Zekâ. Scientific Journal of Innovation and Social Sciences Research, 3(2), 81-96.
- Gupta, N., (2017), “A Literature Survey on Artificial Intelligence”, International Journal of Engineering Research & Technology, 5(19), pp.1-5.
- Gür, Y. E. vd., (2019). Yapay Zekâ Alanındaki Gelişmelerin İnsan Kaynakları Yönetimine Etkisi, Fırat Üniversitesi İİBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 3(2), 137
- Kocabaş Atılğan, D. (2014). Giysi Tasarımında Esinlenmenin ve Araştırmanın Yaratıcılığa Etkisi. *The Journal of Academic Social Science Studies*. 27, 471-487.
- Özçelik, G. (2022). Teknoloji-Örgüt Yapısı İlişkisi Bağlamında Yapay Zekâ İzleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(84), 2120-2140.
- Taylor, B. W., Bector, C. R., Bhatt, S. K., & Rosenbloom, E. S.(2013). Introduction to management science. Boston, MA, USA: Pearson.

İnternet kaynakları

- Url 1: <https://www.gtech.com.tr/yapay-zeka-nedir-yapay-zeka-hakkinda-bilmeniz-gerekenler/> Erişim Tarihi: 09.03.2025.

Url 2: https://tuba.gov.tr/files/yayinlar/bilim-ve-dusun/TUBA-978-605-2249-48-2_Ch10.pdf Erişim Tarihi: 10.03.2025.

Url 3: <https://www.refinery29.com/en-us/2016/05/109768/karolina-kurkova-ibm-watson-marchesa-dress-met-gala-2016> Erişim Tarihi: 15.03.2025.

Url 4 <https://www.slobodenpecat.mk/tr/fotovideo-revolucionerno-i-interaktivno-kreiran-digitalen-fustan-koj-go-menuva-dizajnot-so-pritiskanje-na-kopche/> Erişim Tarihi: 15.03.2025

Url 5: <https://nyxmag.com/modada-yeni-ufuklar-yapay-zeka-ile-tasarim/> Erişim Tarihi: 15.03.2025

Görsel 1: <https://www.deryauluduz.com/yapay-zeka-insan-beynine-ne-kadar-benziyor/> Erişim Tarihi: 09.03.2025.

Görsel 2: <https://www.webtekno.com/yapay-zeka-yardimiyla-olusturulan-iliginc-yapilar-h128694.html> Erişim Tarihi: 14.03.2025

Görsel 3: <https://www.webtekno.com/sanatci-hakan-yilmaz-dijital-eserleri-h122124.html> Erişim Tarihi: 14.03.2025

Görsel 4:
<https://i.pinimg.com/736x/2b/5e/a5/2b5ea5b69aa9c71ed71ad4810c78f556.jpg> Erişim Tarihi: 15.03.2025

Görsel 5: <https://www.slobodenpecat.mk/tr/fotovideo-revolucionerno-i-interaktivno-kreiran-digitalen-fustan-koj-go-menuva-dizajnot-so-pritiskanje-na-kopche/> Erişim Tarihi: 15.03.2025

Görsel 6: <https://nyxmag.com/modada-yeni-ufuklar-yapay-zeka-ile-tasarim/> Erişim Tarihi: 15.03.2025

TEKSTİL VE MODA TASARIMI KONULARI

yaz
yayınları

YAZ Yayınları

M.İhtisas OSB Mah. 4A Cad. No:3/3

İscehisar / AFYONKARAHİSAR

Tel : (0 531) 880 92 99

yazyayinlari@gmail.com • www.yazyayinlari.com