



Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü

Seramik Anasanat Dalı

Seramik Sanat Dalı

**EŞYANIN KONOTATİF ANLAMI ÜZERİNE SERAMİK
ÇALIŞMALAR**

Şule Altay

Yüksek Lisans Sanat Çalışması Raporu

Ankara, 2014

Eşyanın Konotatif Anlamı Üzerine Seramik Çalışmalar

Şule Altay

Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü

Seramik Anasanat Dalı

Seramik Sanat Dalı

Yüksek Lisans Sanat Çalışması Raporu

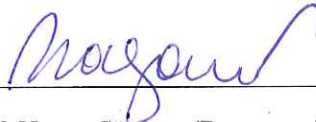
Ankara, 2014

KABUL VE ONAY

Şule Altay tarafından hazırlanan “Eşyanın Konotatif Anlamı Üzerine Seramik Çalışmalar” başlıklı bu çalışma, 10.06.2014 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Sanat Çalışması Raporu olarak kabul edilmiştir.



Prof. Dr. Candan Terviel (Başkan)



Prof. Nazan Sönmez (Danışman)



Doç. T. Emre Feyzoğlu



Yrd. Doç. Hüseyin Özçelik



Yrd. Doç. Olcay Boratav

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylım.

Prof. Dr. Türev Berki

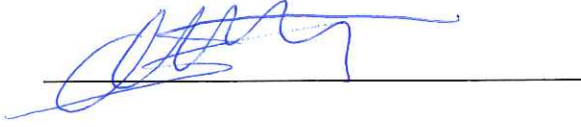
Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Raporumun 3 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

10.06.2014



Şule Altay

TEŞEKKÜRLER

Öncelikle hayatım boyunca bana destek olan aileme, her türlü problemimle ilgilenen ablama sonsuz teşekkürler ederim.

Daha sonra bu çalışmanın oluşması aşamasındaki tüm katkılarından dolayı danışmanım Prof. Nazan Sönmez'e, okulumdaki tüm hocalarıma, özellikle Funda Susamoğlu ve Ceren Selmanpakoğlu'na, tüm atölye arkadaşlarıma, bu süreci birlikte atlattığım dönem arkadaşım R.T. Buğra Özer'e teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

ALTAY, Şule. *Eşyanın Konotatif Anlamı Üzerine Seramik Çalışmalar*, Yüksek Lisans Sanat Çalışması Raporu, Ankara, 2014.

Bazı eşyaların işlevlerini aşan bir estetik değeri vardır. Bu nesnelere karşısında tıpkı bir sanat nesnesi (ki sanat nesnelere de alınıp satılabilir oluşları ile eşya sınıfına dâhil edilebilir) ya da güzel bir beden karşısında duyulana yakın bir itkiye kapılır. Ancak sahip oldukları işlevsel özellikler onları sanat yapıtı olmaktan alıkoymaktadır. Bu nesnelere de kendilerine ait yeni bir değer alanı yaratmaktadırlar. İşte bu gibi nesnelere karşısında kişinin içine düştüğü duygu durumuna ve bu durumun temellerinin ne olduğuna dair fikirlerin üretildiği bu çalışmanın birinci bölümünde ilk aletlerin yapımı, Helenistik Çağ ve Sanayi Devrimi ile endüstri nesnelere oluşumu üzerinde durulmuştur.

İkinci bölümde “denotatif” ve “konotatif” anlamın ne olduğu, üçüncü bölümde ise Semiyoloji Bilimi, “sahip olma” itkisi bazında Hazcılık Felsefesi ve Yararcılık ve bu nesnelere estetik değere ait araştırmalara yer verilmiştir.

Son bölümde ise örnek tasarımların eşliğinde “Karmaşıklık ve Kaos Teorileri’ne” kısa bir girişin ardından kişisel uygulamalar ile bu çalışma tamamlanacaktır.

Anahtar Sözcükler

Eşya, Sanat Nesnesi, Konotatif Anlam, Yan Anlam, Gösterge Bilimi, Estetik, Sahip Olma, Karmaşıklık Teorisi, Hazcılık Felsefesi, Faydacılık Felsefesi

ABSTRACT

ALTAY, Şule. Ceramic Art Works on the Connotative Meaning Object, Post Graduate Art Work Report, Ankara, 2014.

Some objects have an aesthetic value that exceeds their function. Against these objects, one is carried away with an impulse which is similar to one felt against an art object (which may be counted as an object as they are purchasable and sellable) or a beautiful body. Nevertheless, their functional features keep them away from being a work of art and these objects, create a new field of value for themselves. In the first part of this paper, in which, ideas about the mood created by those objects on a human being and what the basis for this is, the making of the first tools, Hellenistic Period and the creation of the industrial objects by Industrial Revolution has been stressed.

In the second part, what “denotative” and “connotative” meanings are and in the third part, Science of Semiology, Hedonism and Pragmatism on the basis of the impulse of “possession” and research on the aesthetic value of these objects take place.

In the last part, after a short introduction to “Sophistication and Chaos Theories”, accompanied by sample designs, this research will be finalized with personal art works.

Key Words

Object, Art Object, Connotative Meaning, Connotation, Semiotics, Aesthetic, Possession, Sophistication Theory, Hedonism, Pragmatism.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	v
BİLDİRİM	vi
TEŞEKKÜRLER	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
RESİM DİZİNİ	viii
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM KULLANIM NESNELERİNİN YILLAR İÇİNDEKİ SERÜVENİ ..5	
1.1 İlk Aletlerin Yapımı:.....	5
1.2. Antik Yunan ve Sonrası:	7
1.3. Sanayi Devrimi:.....	9
1.4. Art Nouvea, Arts&Crafts ve Art Déco Akımları:	11
2. BÖLÜM DENOTATİF (BİRİNCİL) ANLAM DAN KONOTATİF (İKİNCİL) ANLAMA	14
2.1. Denotatif ve Konotatif Anlam:.....	14
3. BÖLÜM NESNELER DÜNYASINI ALGILAMADA KULLANILAN BİLİM VE FELSEFELER	17
3.1. Semiyoloji (Gösterge Bilimi):.....	17
3.2. Yararcılık ve “Sahiplenme” nin Işığında Hedonizm (Hazcılık) Felsefesi: 22	
3.3. Estetik Kuramının Yeniden Değerlendirilmesi:.....	25
4.BÖLÜM ÇALIŞMA AŞAMASINDA ÖRNEK TEŞKİL EDEN TASARIMLAR VE KİŞİSEL UYGULAMALAR	30
4.1. Tasarımda Karmaşa:	30
4.2.Kişisel Uygulamalar:.....	37
4.2.1.”2 Koltuk, 2 Ben”:.....	37

4.2.2. “Cüret Edebilirsın Sürâhi”:	39
4.2.3. Limon Sıkacağı:	42
4.2.4. “Dünya Bir Saksı”:	44
4.2.5. Duvar Karosu:	46
4.2.6. “Duvar <i>Korosu</i> ”:	49
4.2.7. ‘Fincanda Bir İz’:	51
4.2.8. Çanaklar ve Şişeler:	53
4.2.9. Kesme Tahtası:	55
4.2.10. Duvar Çalışması:	57
SONUÇ	59
KAYNAKÇA	62

RESİM DİZİNİ

Resim 1: Taştan oyulmuş ilk aletler

http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Biface_silex.png?uselang=tr#filelinks

Resim 2: 1913' de üretilen ilk Ford arabası

<http://commons.wikimedia.org/wiki/File:ModelTFord1913.jpg?uselang=tr>

Resim 3: 1851 yılında açılan Cyrstal Palace

http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Crystal_Palace.PNG?uselang=tr

Resim 4: Antoni Gaudi'ye ait Barselona'dan bir kapı örneği

http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Finca_Guell.jpg

Resim 5: Louvre Müzesi Mona Lisa Tablosu

Mehtap Morkoç'un Arşivinden

Resim 6: Louvre Müzesi Mona Lisa Tablosu

Mehtap Morkoç'un Arşivinden

Resim 7: Phillipe Starck tarafından tasarlanan "Juicy Salif"

<http://www.alessi.com/en/2/5269/kitchen-accessories/psjs-90-juicy-salif-citrus-squeezer>

Resim 8: Ross Lovegrove tarafından Ty Nant Firması için tasarlanan su şişesi

<http://www.tynant.com/main.aspx?pID=40-0>

Resim 9: Ross Lovegrove'un Vitra için tasarladığı duş teknesi

Ebru Yukarıbaş Doğan'ın Arşivinden

Resim 10: Frank Gehry'ye ait Chicago'daki Millenium Parkı

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Pano-chicago.jpg>

Resim 11: Zaha Hadid' e ait Wolfsburg' daki Phaeno Binası

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Phaeno.jpg>

Resim 12: Frank Gehry' e ait Prag'daki Dans Eden Ev

http://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Case_danzanti.jpg

Resim 13: Alev Ebuzziya tarafından Koleksiyon için tasarlanmış Karaf

http://www.koleksiyon.com.tr/web/48-414-1-1/koleksiyon/aksesuar/urunler_surahi_ve_karafilar/tigris

Resim 14: “2 Koltuk, 2 Ben” İsimli Poster Çalışması

Kişisel Arşiv

Resim 15: Sürahi Maketleri

Kişisel Arşiv

Resim 16: “Cüret Edebilirsən Sürahi” Çalışması

Kişisel Arşiv

Resim 17: “Cüret Edebilirsən Sürahi” Çalışması

Kişisel Arşiv

Resim 18: İlk Limonluk Maketleri

Kişisel Arşiv

Resim 19: Limon Sıkacağı

Kişisel Arşiv

Resim 20: Limon Sıkacağı

Kişisel Arşiv

Resim 21: “*Dünya Bir Saksı*” İsimli Kişisel Çalışma

Kişisel Arşiv

Resim 22: “*Dünya Bir Saksı*” İsimli Kişisel Çalışma

Kişisel Arşiv

Resim 23: Duvar Karosu Çalışması

Kişisel Arşiv

Resim 24: Duvar Karosu Çalışması

Kişisel Arşiv

Resim 25: Duvar Karosu Çalışması

Kişisel Arşiv

Resim 26: “*Duvar Korosu*” İsimli Kişisel Çalışma

Kişisel Arşiv

Resim 27: “*Duvar Korosu*” İsimli Kişisel Çalışma

Kişisel Arşiv

Resim 28: Fincan Çalışması İçin İlk Maketler

Kişisel Arşiv

Resim 29: “*Fincanda Bir İz*” İsimli Kişisel Çalışma

Kişisel Arşiv

Resim 30: “*Fincanda Bir İz*” İsimli Kişisel Çalışma

Kişisel Arşiv

Resim 31: “*Fincanda Bir İz*” İsimli Kişisel Çalışma

Kişisel Arşiv

Resim 32: Çanak Çalışması

Kişisel Arşiv

Resim 33: Şişe Çalışmaları

Kişisel Arşiv

Resim 34: Çanaklar ve Şişeler Çalışmaları

Kişisel Arşiv

Resim 35: Kesme Tahtası

Kişisel Arşiv

Resim 36: Kesme Tahtası

Kişisel Arşiv

Resim 37: Duvar Çalışması

Kişisel Arşiv

GİRİŞ

İlk aletlerin yapıldığı çağ olarak Paleolitik Çağ bilinmektedir. Bu çağda insanlar avlanmak için taş ve kemiklerden savaş aletleri yapmıştır. Bunlar tamamen ihtiyaç sonucu ortaya çıkmış nesnelere dir. İnsan doğa ile savaş halindedir. Doğa onun için tam olarak kavranamayan ve tehlikelerle dolu bir alandır. Ancak Neolitik Çağ'a geldiğimizde karşımıza küçük tanrıça heykelleri, takılar, üzeri desenli seramik kaplar çıkmaktadır. İnsanların geçen yüzyıllar içinde işlevsel eğilimleri aşan bu süslemecilik olgusunu nasıl edindiğinin yanıtını bulmak çok zordur; sosyal ilişkilerin başlamasının bir sonucu mudur ya da yerleşik hayatın bir getirisi midir bunu bilemiyoruz. Ama şu var ki insan doğa ile baş etmenin yöntemlerini bulmuş, bu yolda alet ve mekanizmalar geliştirmiş, tarımı ve mimariyi başlatmıştır.

Aradan yüz yıllar geçer, dünya savaşlar görür, teknoloji gelişir. James Watt buharlı makineyi icat ederek dünyanın kaderini değiştirir. Bunun arkasından Sanayi Devrimi gecikmemiş ve seri üretim bandı ile günümüzdeki modern sanayi toplumuna ulaşmıştır. Doğa bizim için artık korku duyulacak değil hükmedilecek bir alandır. Artık kullandığımız her nesne fabrikada çok daha kolay ve ucuza üretilmektedir. Ancak bu üretim yönteminin de bazı sınırlamaları vardır. İnsanların alıştığı estetik zevkin yani süslemelerin bu makineler ile sağlanması olanaksız isteklerdir ve bu durum yeni estetik zevklerin ortaya çıkmasını sağlamıştır.

'*Less is more*'(= Az çoktur.) Modern Çağ'ın sloganı olarak neredeyse insanlara dayatılarak kabul ettirilmiştir. İnsanlar bu sadeliğin üstünlük olduğuna ikna olduklarında kolay ve ucuz üretim yoluyla üretilmiş bu nesnelere insanlara yine yüksek meblağlara satılmıştır. Tasarım olgusu ortaya çıkmış ve sahiplenilmiştir. İnsanlar bir marka ile anılmaktan mutludur. Kendilerine ait bir yer bulabildikleri için kendilerini bazı insanlarla eşit, bazılarından üstün görür olmuşlardır. Tıpkı günümüzde de olduğu gibi. Günümüzde insanlar ve nesnelere dünyası ayrılmaz bir bütün olmuş

durumdadır. En korkulu rüyamız teknolojimizi ve sahip olduğumuz maddi varlıkları kaybetme olasılığıdır. Tüm komplo teorileri de bu yöndedir. Ancak yine de sosyal hayattaki bu durumu sanayileşme ile paralel görmek doğru olmaz, toplumların sınıflara ayrılmaya başlaması çok daha eskilere dayanmaktadır. Krallar, zenginler, asiller çok daha süslü, özenle yapılmış nesnelere kullanırken halk daha mütevazı gereçler kullanmak durumunda kalmıştır. Çünkü hiçbir işlevi olmayan bu süslemelerin her biri o dönemin şartlarında bile yüksek karşılıklar gerektirmektedir. Ki insanın ve kullanım nesnelere geçirdiği bu dönemseller farklılaşmayı sanat nesnelere de yaşamış; alıcısı ve seyircisi ile olan ilişkisi değişimlere uğramıştır.

Bu da bizi şuna götürüyor ki yeni bir teori değildir; nesnelere işlevleri dışında da değerleri vardır ve bu da sahip olana kattığı değerle, ifade ettiği duygularla ölçülebilir. “Eşyalar, sosyal bir mesaj. Kültürümüzün üzerinde yansıdığı, kayıt edildiği ürünler. Türülüklerinde ve biçimlerinde, kolay ve zor elde edilmişlerinde, onları üreten toplumun mesajları, onları sahiplenen veya kullanan insanın kimliğinin göstergeleri” (Bilgin,1991,s.13)’dir.

İnsanın ihtiyaçları sadece fizyolojik yani hayatını devam ettirmesi için gerekli olan beslenme, dinleme, boşaltım, vb. gibi ihtiyaçlarla sınırlı değildir. Maslow’a göre bunlar piramidin sadece ilk basamağını oluşturmaktadır. Daha sonrasında sırasıyla güvenlik ihtiyacı, ait olma ve sevgi ihtiyacı, saygınlık, kendini gerçekleştirme, bilmek ve anlamak hevesi ve son olarak estetik ihtiyaçlar gelmektedir. Nesnelere kurduğumuz ilişki görüldüğü üzere ait olma, saygınlık, kendini gerçekleştirme ve estetik gereksinimleri karşılamaya yöneliktir. Bir çeşit kendini anlamlandırma adına nesnelere kendimizi tanımlama yoluna gideriz. Judith Williamson, “insanların çoğunun hayatlarında bilinçli olarak seçtikleri anlam, ürettiklerinden çok tükettiklerinden gelmektedir.” (Barnard,2010,s.241) diyerek bu görüşe ortaklık eder.

İnsan bir sınıfa dahil olmak ister. Hatta bazen bir sınıfın içerisinde olmak bile bizim için yeterli değildir, tek ve üstün olmak isteriz. Bu belki insan doğasının güzelliğe kayıtsız kalamama durumu ya da Starck’ın dediği gibi bir çeşit “tanrı kompleksi” ya da reklam dünyasının bize armağanıdır; buna net bir yanıt vermek de ne yazık ki çok güçtür.

Peki bu aşamada tasarımcının rolü nedir? İnsanları ihtiyaçları olmayan ürünleri, ya da özellikleri almaya ikna eden “kötü adamlar” mıdır? Yoksa işlevselliğe sanatı da eklemeye çalışan hatta yeni bir kültür yaratan kişiler midir? Coco Chanel hem bir marka, bir kültür hem de bir tavır yaratmıştır. Sadece şıklık sembolü değil aynı zamanda zarafet ve kendine güvenin sembolüdür. Chanel sadece böyle kadınlar için üretmemiş aynı zamanda yaptığı kıyafetleri giyen kadınları böyle hissetmeye yönlendirmiştir. Yani kadın sadece olduğu gibi giyinmemektedir aynı zamanda, giyindiği gibi de olmaktadır.

Diğer yandan tasarımcının ürününe kattığı sanatsallık onu mühendisten ayıran en önemli olgudur. Nesnelerin değişik anlamları vardır; bunlardan birincisi denotatif anlamı, yani ne için yapıldığı, diğer bir deyişle işlevi ile ilgili olan kısmıdır. Buradaki çözümleme çok daha teknik metotlar gerektirmektedir. Eşyanın konotatif anlamı ise, bireyin zihninde uyandırdığı subjektif(öznel) yanlarıyla ilgilidir. İşte “tasarımcı/sanatçı dokunuşu” dediğimiz kavram burada işin içine katılmaktadır.

Konotatif anlamın kapsadığı prestij reklamlar tarafından tüketici üzerinde en ağırlıklı kullanılan ve en sığ değer olarak görülebilir. Ancak nesnelerin bize ilettiği tek mesaj bize sağlayacakları prestij değeri değildir. Çok çeşitli ürünler arasından birini seçme kararı aşamasında diğer bir etken de estetik/ güzellik boyutudur. Bir nesne neden diğerinden daha güzel gelir ya da bu güzelliğe sahip olmak için hissettiğimiz itkinin temeli nedir? Tıpkı insan gibi insanın çevresiyle kurduğu ilişki de çok katmanlıdır ve iki taraf için de birbirini etkiler niteliktedir. Güzel bulduğumuz her nesne bir yönü ile bizi çekmektedir. Bu yön onu meydana getiren kişinin çevresini algılamada ve onunla iletişime geçmede en çok kullandığı özelliği belirtmektedir. Nasıl ki bir sanatçının eserine bakmak onun yaşadığı dönem, karakteri ve duygu durumu ile ilgili ipuçları vermekte ise tasarlanmış bir ürün de hem yapıcısı hem de alıcısı ile ilgili bilgiler vermektedir. Kişi kendi karakterini tanımlayan nüveleri oluşturduğu nesneye aktarmaktadır ve bize de nesnelere yolu ile insanı kavramamızın yolunu açmış olmaktadır ki bu çok daha derinlikli bir analiz gerektirir

Bu çalışmada, günlük hayatımızda kullandığımız mütevazı nesnelerin birincil anlamlarından yani denotatif anlamlarından çıkarılarak ikincil yani konotatif anlamlarının ön plana çıkarıldığı, izleyicisini bakmak için mi? Kullanmak için mi?

arasında bırakan, güzel bulduğumuz nesneye neden sahip olmak istediğimiz konusunda bizi tekrar düşünmeye itmeği amaçlayan çalışmalar yer alacaktır.

1. BÖLÜM

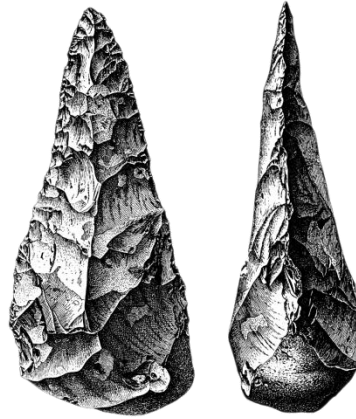
KULLANIM NESNELERİNİN YILLAR İÇİNDEKİ SERÜVENİ

1.1 İlk Aletlerin Yapımı:

Milattan bir milyon yıl önce Doğu Afrika'da insanların ilk kez çevrelerindeki malzemelerden alet yapmaya başladıkları düşünülmektedir. Bu malzemeler taş, odun, kemik ve boynuz gibi materyallerdir. Ve bu aletler tamamıyla işleve yöneliktir. Jean Paul Sartre ilk insanın malzeme ve anlam karşısındaki yalnızlığını şöyle anlatmaktadır:

Şimdilik bildiğimiz şu: insanoğlu ve doğanın buluştuğu o ilk zamanlarda, ne çirkinlik ve güzellik, ne beğeni, ne sanatsever, ne eleştiri vardı. Başlangıç olarak, bir kaya parçasından bir şey yontma becerisi kazanan insan, sıfırdan başlamak zorundaydı. Ne bir diktatör, ne bir general, ne bir atlet; insandı onun modeli. İlkel insan, kendinden sonra ortaya çıkacak olan heykeltıraşları baştan çıkarabilecek asalet ve çekicilik denen şeylerden habersizdi henüz. (Yılmaz,2004,s.15)

Bu devirden M.Ö. 80,000' lere kadar uzanan dönem Erken Paleolitik Çağ olarak adlandırılmaktadır. Bu çağda insanlar avcılık ve toplayıcılık ile yaşamlarını devam ettirmektedir. Çakmak taşından yapılmış bıçaklar, kamalar insanlara en fazla fayda sağlayan aletlerdir. Bu arada ateşin bulunması çok daha öncelere M.Ö. 350.000'li yıllara Çin'e dayanmaktadır.



Resim 1:Taştan oyulmuş ilk aletler

Geç Paleolitik Çağda (M.Ö. 80.000-8000) insanlar barınmak için kulübe yapımına başlamışlardır. Ayrıca bazı aletlerin sap kısımlarının ahşap, bıçak kısımlarının ise çakmak taşından yapıldığı görülmektedir ki bu durum ilk ergonomik uygulama olarak

yorumlanabilir. İnsan etrafındaki malzemenin karakterini ve potansiyellerini keşfetmeye başlamıştır.

Neolitik Çağlara gelindiğinde ilkel çömlekçiliğin başlaması ve gelişmesi, diğer yandan tarımın başlaması ve insanların yerleşik hayata geçmesi hızlı atılımlar olarak görülebilmektedir. Bir zamanlar doğa ile iç içe yaşayan insan artık doğa ile bağlarını koparmaya kendini ondan ayırmaya başlamıştır. Duvar resimlerinin yapımındaki dinsel nedenler, aletlerin oluşmaya başlaması ile bunları da kapsayarak dinsel ritüellere dönüşmüştür.

Bu dönemde yontma ve cilalı taştan yapılan aletler arasında; balta, kazma, orak, yay ile çalıştırılan matkap, taş testere, basit dokuma tezgâhı, kemik iğne, değirmen ve karasaban sayılabilir. Bu gereçlerin kullanımı daima dinsel törenler çerçevesinde oluyordu. Buna göre “toprak ananın” içine sokulmaya çalışılan karasaban hem bir araçtı, hem de cinsel üretkenliğin ve verimliliğin bir simgesi idi (Tez,1995,s.3).

O dönemde dahi, nesnelere, oldukları şeylerin dışında simgeler/anlamlar taşımaktadır.

Kendini doğa kadar güçlü ya da olduğundan daha güçlü görmeyi hayal etmiştir insanoğlu; çünkü ancak o zaman doğa ile yarışabilir; doğanın kölesi olmaktan kurtularak kendi efendisi haline gelebilir. Ancak insanoğlu kaçınılmaz olarak, bu işi ilk önce kendi hayal gücünde başarabilmiştir. Doğa ile çaresiz karşı karşıya kalınca, onu aynı mindere, yani mitosa, efsaneye, masallara ve destana doğru çekmiştir.(Kagan,2008,s.141).

Çünkü sanat bütün bu durumlarda insanın pratik yaşam etkinliği üstünde manevi bir destek oluyor; toplumun pratik yaşamında ortaya çıkan ve toplumun her üyesinin bilincinde yer etmiş, toplum için yaşamsal önemi olan tasarımları, kanınları, duyguları, ruhsal ve zihinsel durumlar ile çalkantıları vurguladığı kadar, geliştirdiyordu da.(Kagan,2008,s.215).

M.Ö. 2000’lerde önce bakır sonra da tunçtan döküm eşyalar üretilmeye başlanmıştır. Tunç alayımı yeni ve pahalı bir malzeme olarak sadece zenginler tarafından kullanılabilmekteydi; sıradan halk ise, bunların seramikten taklitlerini kullanmaktaydı. Tarih boyunca nesnelere itibar nesnesi olarak fayda sağladığını *Tüketimin Antropolojisi* kitabının “Kısıtlı Dolaşım” bölümünde verilen örnekten de anlıyoruz: Daha yakın çağlarda İbadan’ın Hausa Mahallesinde yaşayan zengin tüccar kadınlar bir dönem süslü ithal kap kacak edinmek konusunda benzersiz bir itkiye(=karşı konulamaz bir isteğe) kapılmışlardır. Seçilen bu nesnenin kâse oluşunun mantıklı bir açıklaması olmasa da bir süre sonra evlerde inanılmaz bir doluluğa neden olan bu kaplar bir çeşit iktidar sembolü olmuşlardır.

Bir ev kadını, daha çok kâse biriktirdikçe akrabaları arasında daha çok evlilik namzedi kızı etkileyecek ve elinde tutacaktır (kadınlar hizmetlerindeki kızlar evlenirken bu kaplardan bir bölümünü çeyizlerine vermektedir). Bir kadın yaşlandıkça, ev kadınlığında daha kıdemli olur ve daha çok kızı hizmetine çeker. (Douglas, Isharwood,1999,s.152.)

Bu durum farklı açılardan ele alınabilir. İlki, burada kâselerin para yerine geçen bir değer görmesi durumu vardır ancak o dönem zaten ticaretle para kullanılmaktadır. İkinci bir yorum ise bunun bir çeşit iktidar hırsı olabileceğidir. Bu kâseler bir çeşit iktidar sembolüdür. “ Baudrillard’a göre, “paranın anlamı harcanış yoluyla dönüşür. Sanat müzayedesinde, nesnenin kendisi bir gösterge olarak değer kazanır” (Leppert,2009,s.34).

Her yeni malzeme ve uygulama yeni ustalıkların gelişmesinin önünü açmıştır. Tarımda üretimin fazla olduğu ve bu yolla geçinemeyeceğini anlayan bölge insanları, el sanatlarını ve zanaatı oluşturmuştur. Kendi ihtiyaçlarına yönelik üretimi kesip bu ihtiyacı para ya da takas karşılığında satın alan insanın çok sayıda ürün içinden tercih yaparken kişisel beğenisini geliştirdiği düşünülebilir.

Tekerleğin de bulunması ile gelişim, önü alınamayacak bir hızda devam eder. Tekerlek; ticaret, yük taşıma, mimarlık, medeniyet anlamlarına gelmektedir.

1.2. Antik Yunan ve Sonrası:

İlk aletlerin yapımı ile başlayan süreç zanaatçılar tarafından belirli ihtiyaçlara uygun aletlerin yapımı ile devam etmiş, bu süreçte işlevini iyi şekilde yerine getiren aletler varlığını sürdürürken diğerleri yok olmuş ya da değişim süreçlerine devam etmiştir.

Güzel sanatlar için Antik Yunan her şeyin başlangıcı olarak alınmaktadır. Çünkü kuşkusuz bu çağdan günümüze kalan objeler üstün bir güzellik atfı ya da güzellik algısının sonucunda oluşturulmuştur. Ancak sanılanın aksine o dönem Batı kültüründe elit bir sanat algısı bulunmamaktadır. Sanat ve zanaat birbirine eş ve ayrılmaz olarak algılanmakta, her ikisine de imalat gözü ile bakılmaktadır. *Sanatın İcadı* kitabında açıklandığı gibi Shiner’e göre, Antik Çağ’da başlayan bu algı ne Orta Çağ’da

değişikliğe uğramış ne de Rönesans ile bu konuda sanıldığı gibi büyük bir atılım gerçekleşmiştir.

Hakikaten, çoğu şey için kesin olarak ayrımlar kullanmış olan Yunanlıların dilinde bizim güzel sanat dediğimiz şeyin karşılığı olan hiçbir sözcük yoktu. Bizim genellikle “sanat” olarak çevirdiğimiz *techne* kelimesi, tıpkı Romalıların *ars*’ı gibi, bugün bizim “zanaat” dediğimiz şeyleri de içine alıyordu. *Techne/ars*, marangozluk ve şiir, ayakkabıcılık ve tıp, heykelticilik ve at terbiyeciliği gibi birbirinden çok farklı şeyleri kapsıyordu. Gerçekten de *techne* ve *ars*, bir nesnelere sınıfından ziyade, insanlardaki imal ve icra etme kabiliyetine işaret ediyordu(Shiner,2004,s.49).

Shiner *Sanatın İcadı* kitabında Umberto Eco’nun *Ortaçağ Estetiğinde Sanat ve Güzellik* kitabından alıntı yaparak o dönemin insanların bizim şuanda “sanatçı” olarak gördüğümüz ve yüksek değer atfettiğimiz bu yetenek sahibi kişilere imalatçı gözü ile bakmalarının mantığını şu şekilde açıklar: Her şeyden önce, bu insanların, yoktan var ettikleri bir şey yoktur, yani bir yaratıcılıktan söz edilemez, bu insanlar sadece var olan malzemeyi şekillendirmektedir. Bu nedenle bir taş ustası ve bir mimar birbirinden çok da farklı meslek gruplarına dahil değildir ki o dönemde aynı loncaya kayıtlıydılar (Shiner,2004,s.66).

Sanata dair tek ayrışma Helenistik ve Roma döneminde “liberal”(özgür) ve “bayağı”(hizmetçi) kavramları arasında karşımıza çıkmaktadır. Para karşılığında yapılan etkinlikler “bayağı”, zengin ve kültürlü sınıfın icra ettiği etkinlikler ise “liberal” olarak adlandırılmaktadır. Şiir o dönemde daha ayrıcalıklı olarak öne çıkar ancak bunun nedeni şiirin politik amaçlarla kullanılmasıdır. Bu da bizi işlevselliğin etkisine götürür. O dönemin bugün sanat eseri olarak gördüğümüz ürünlerin hiçbirisi işlevsiz değildir. Bizim şuanda evlerimizde ya da müzelerde sadece sergilemek için bulduğumuz tüm antika vazolar, kaplar gerçekten bir şeyler saklamak, korumak ya da taşımak için yapılmış nesnelere sahiptir. Sanatçılar da tıpkı zanaatkarlar gibi sipariş üzerine üreten insanlardır.

Peki bir sanat algısı yoksa bu nesnelere bu kadar estetik ya da dekoratif yapımlarının nedeni neydi? Shiner bu konuda şunları söylüyor:

Peki ya güzellik? Eski dünyadaki güzellik düşüncesi genellikle bizdeki estetik kuramların birbirinden ayırdıklarını birleştiriyordu. “Güzellik” (kalon), biçim ya da fiziksel görünüm olduğu kadar zihin ve karakter, gelenek ve siyasal sistemler için de kullanılan genel bir övgü terimiydi. Gerek Yunanca *kalon* gerekse Latince *pulchrum* çoğunlukla “ahlaken iyi” anlamında kullanılıyordu.(Shiner,2004,s.59).

Buradan çıkarılabilecek sonuç belki de dönemin insanları için bir vazoyu yapmanın tek yolu buydu. Ancak kusursuz formu ve üzerindeki bezemeleri ile tamamlanmış sayılmakta ve satılmak için etik koşulları yerine getirmiş olmaktadır. Sanat yapıtlarındaki (özellikle heykellerdeki) mükemmellik ise en üstün varlık olarak insanı görmeleri ve onu en güzel ve güçlü şekliyle tasvir etmelerinden gelmektedir. Sanatçı olgusunun ne zaman ortaya çıktığına dönecek olursak belki de Shiner'in dediği gibi akademilerin kuruluşuna kadar uzanan bir yolculuk olduğu sonucuna varılabilir.

1.3. Sanayi Devrimi:

James Watt 1765 yılında ayrı kondansörlü doğrudan etkili alçak basınç buhar makinasını icat ederek Sanayi Devrimi'nin temellerini atmıştır. 1830'larda demir yolları aracılığı ile sanayi bölgeleri oluşmaya başlamıştır. 1913'de Henry Ford seri üretim bandını geliştirerek günümüz modern sanayisini kurmuştur.



Resim 2: 1913 de üretilen ilk Ford arabası

Fabrikaların kurulması, buralarda çalışacak işçilere gereksinim oluşturmuş, bununla birlikte kırsal alanlardan kentlere göçler başlamıştır. Böylece teknolojiye bağlı olarak hem nesnel dünyasında hem de sosyal çevrede değişimlere sebep olmuştur. Çünkü fabrikalarda üretilmeye başlayan kullanım eşyaları bazı sınırlamalarla karşılaşmış, bu da

formlarda değişikliklere neden olmuştur. Artık üretilecek ürünler çok daha sade formlarda tasarlanmaya başlamıştır.

İkinci olarak yeni bir orta sınıf olarak işçi sınıfı ortaya çıkmıştır. Eski orta sınıf yani esnaflar bir üst kademeye sıçramışlardır. İşçi sınıfının oluşması; çalışma koşulları, ücretler gibi nedenlerle insanların sendikalar kurmasının, sosyalizm ve kapitalizm kavramlarının oluşmasının önünü açmıştır. Kentlere akın eden işçi sınıfı kent dokusunda bozulmalara neden olunca kent planlaması kavramı ortaya çıkmış, bu insanlar için şehir dışında özel yaşam alanları ayrılmış ve toplu konut inşasına başlanılmıştır. İşçiler için yapılacak bu toplu konutlarda esas olan ucuz ve hızlı olarak inşa edilmeleriydi ki bu da yeni mimariye ön ayak olmuştur (Biol,2006)

İşte tüm bu neden sonuç ilişkileri yeni bir dönem olarak Modernizm'in başlamasına neden olmuştur. Bu akımdan yola çıkarak Walter Gropius 1919'da Almanya'da bir tasarım okulu açarak Bauhaus Ekolü'nü yaratmıştır. Modernizmin mottosu Louis Sullivan'ın söylediği "*form follows function*" sözüdür. Yani biçim her zaman işlevi takip eder. Her ne kadar Modernizm işlevi ön plana koyduğunu iddia etse de endüstriyel üretimin kısıtlamaları içinde sıkıştığı için kendini geometrik formlara mahkûm etmiş, tutucu bir biçimciliğin hakimiyeti altında kalmıştır. Ürün tasarımı ve mimarideki bu akım kendini sanatta da göstermiş De stil, Konstruktivizm, Minimalizm akımlarına öncülük etmiştir.

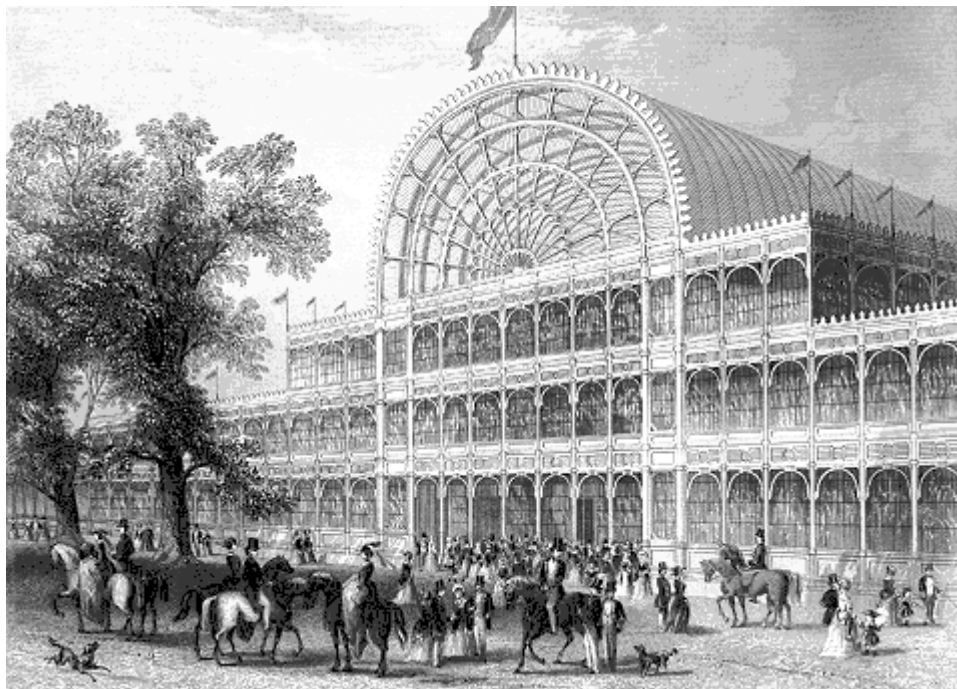
Ayrıca Greenberg'e göre kent kültürüne adapte olmaya çalışan işçi kesimin sanata da ilgi göstermesi Pop ya da Kitsch sanat ile sağlanmıştır.

Toplumsal sınıflar, hayat tarzları ve sanat ve tasarım türleri arasındaki ilişkiler durağan ve tek boyutlu bir ilişki değildir. Toplumsal ya da kültürel bir grubun kimlik tanımlamak için her zaman belirli türde bir mobilya tasarımı ya da filme yöneleceği söylenemez. Burada toplumsal grupların, daha üst grupları taklit etmeleriyle onları, kendilerini ayırt etmek için farklı şeyler bulmaya zorladıkları, daha karmaşık ve dinamik bir ilişki söz konusudur (Barnard,2010.s.190-191).

Bu da Greenberg'in "*Avangart ve Kitch*" makalesinde kiçleşen sanat karşısında Avangart Sanatın ortaya çıkış nedeni olarak gösterilmektedir.

1.4. Art Nouvea, Arts&Crafts ve Art Déco Akımları:

1851 yılında Hyde Park'ta kurulan Crystal Palace, modern mimarlığın ve endüstri çağının tüm görkemini üzerinde taşımakta idi. Yeni üretim teknolojileri ve malzemeler (çelik konstrüksiyonlu ve büyük tabaka camlar) ile inşa edilmiş de-monte edilebilir bir yapı idi. "Büyük Sergi" adı ile açılan bu fuar hem seri üretimde üretilmiş ürünleri hem de zanaatçıların elinden çıkmış el işçiliğini aynı mekanda birleştirmiştir. Ancak bu durum bazı çevrelerin seri üretim ürünlerine tepkisine neden olmuştur.



Resim 3: 1851 yılında açılan Crystal Palace

Seri üretim ile tasarımın yozlaştığını, çirkinleştiğini ve durumun ahlaki boyutlara da ulaştığını düşünen bir grup sanatçı ve zanaatkar *Arts&Crafts* akımının başlangıç ivmesini oluşturmuştur. John Ruskin ve Willam Morris bu isimlerin başında gelmektedir. Bu tavır kendisini öncelikle mimaride göstermiştir. Geleneklere geri dönülmesi gerektiğini savunan akım Gotik tarzın bunun için en uygunu olduğuna karar vermiş ve bu akım çerçevesinde ürünler vermişlerdir. Sade biçimler üzerine süslemeler eşliğinde doğal malzemeler kullanmaya çalışan akım Orta Çağ zanaat tekniklerini canlandırmaya çalışmıştır. Lonca ve zanaat topluluklarının da kurulmasına ön ayak olan akım aynı zamanda sosyalist bir tavır takınsa da dönemin koşullarında ürettikleri

ürünlerin ancak varlıklı bir çevre tarafından satın alınması ve onlara hitap etmesi bir ironi oluşturmaktadır.

İngilterede *Arts&Crafts* akımı hüküm sürerken Avrupa ve Amerika’da bu akımdan etkilenen *Art Nouveau* akımı ortaya çıkmıştır. Yayıldığı ülkelere göre farklı isimler olsa da Fransızca “Yeni Sanat” anlamındaki kullanımı günümüze kadar gelmiştir. Uygulandığı her ülkede yörenin özelliklerini de barındırmış ancak genel olarak el işçiliği, doğadan motifler ve yoğun bezemeler ortak bir dil olarak karşımıza çıkmıştır. Mimar Victor Horta, ressam Gustav Klimt, mimar Antoni Gaudi gibi farklı meslek gruplarından insanları dönemin öne çıkan mimar ve sanatçıları olarak saymak mümkündür. Bu akımın diğer bir özelliği ise “her nesneye sanat” mottosu ile hareket etmesidir. “Her süste, her formda, her çivide mal sahibinin bireyselliği dışavurulur”(Foster,2004,s.31) -yani öyle olmalıdır-. Alman tasarımcı Dieter Rams ise tam tersi görüştedir: “ Ürünler yalnızca gerektiğinde gösterişsiz, etkin bir hizmet sunmalıdır; gerekmediklerinde ise fark edilmeden geri plana çekilmelidirler” (Heskett,2013,s. 67).



Resim 4: Antoni Gaudi’ye ait Barselona’dan bir kapı örneği

Arts&Crafts Akımı'nın bir diğer etkisi ise Art Déco Tarzı olarak 1909-1930'da iki dünya savaş arasında kendini göstermiştir. Ancak Arts&Crafts'dan ayrılan tarafı zamanın koşullarına uyarak makineyi reddetmemesidir; aksine onunla işbirliği içerisine girerek Bauhaus'a öncülük etmesidir. Bauhaus dönemi: "İnsanla doğa arasına bir aradünya olarak giren endüstri dünyasının oluşmasında beyin işçilerinin ve bunların arasında özellikle sanatçıların büyük payı oluyor. Endüstri Çağı insanın dünyasını ve yaşam üslubunu tasarlayan ve biçimlendiren sanatçılardı" (İpşiroğlu,2011,s.14).

Ayrıca Art Déco dönemi, ortaya çıkan modern ve soyut sanatlardan da çokça etkilenmiştir. Bunlar; Kübizm, Fütürizm, Fauvizm'dir. Bunun nedeni ise yaratıcılarının bir çoğunun sanatçı kökenli olmasıdır. Belki de bu nedenle fonksiyon sorunlarıyla ilgilenmemiş, yenilik getirmeye çalışmamışlardır.

Birkaç istisna dışında, temel amaçları yenilik getirmek değil, yüksek kalitede, ender ve çok çeşitli malzeme kullanarak kusursuz bir teknikle, pahalı ve gösterişli ürünler ortaya koymaktır. Egzotik ve zengin renklerle bezenmiş gül ağacı, maun, abanoz gibi ağaçlar masif veya cilalı olarak kullanılmaktadır. ... Art Déco, iki savaş arasında kalan ve dönemin toplumsal ve kültürel bunalımını yaşayan Batılı insanın, bilinçaltına ittiği boşluk duygusunun bir yansıması oldu. Düşsel arka plan içermeyen Art Déco ürünler, işlevsel değil, "lüks" ve "pahalı" nesnelere (Kapucu,1995,s.123).

Görüldüğü üzere benzer dönemlerde etkili olmuş bu üç akım da tam bir varlık gösterememiş, bazı durumlarda tam aksini savunduğu halde sadece zenginlere hitap eden, elit bir kesimin zevk duyabileceği *hedonist*(hazcı) tarzda ürünlerden öteye gidememiştir.

2. BÖLÜM

DENOTATİF (BİRİNCİL) ANLAM DAN KONOTATİF (İKİNCİL) ANLAMA

2.1. Denotatif ve Konotatif Anlam:

Uzamlık alanı sosyal psikoloji olan Prof.Dr.Nuri Bilgin *Eşya ve İnsan* adlı kitabında denotatif ve konotatif anlamı şöyle tanımlamaktadır ;

Eşyanın denotatif anlamı, eşyanın “ne için” yapıldığı ile ilgilidir: Örneğin, kalemin denotatif anlamı, onun yazmak için oluşuyla ilgilidir[...] Aynı işlevi gören eşyalar, denotatif yapılarıyla benzerdir. Bir dilden diğerine çeviriler yapılabildiği gibi, belirli bir kodla üretilen tüm mesajlar da denotatif anlamına zarar vermeksizin, başka bir kodla ve farklı sembollerle yeniden ifade edilebilirler. Aynı şekilde benzer fonksiyonlu eşyalar , aralarındaki tüm yapı veya biçim farklılıklarına rağmen birbirlerinin yerine kullanılabilirler. Eşyanın denotatif anlamı, onun teknik özelliklerini içeren objektif ve yapısından önce belirlenmiş olan anlamıdır(Bilgin,1991,s.247).

Eşyanın konotatif anlamı, bireyin zihninde uyandırdığı estetik, moral ve sübjektif yanlarıyla ilgilidir[...]Konotatif anlam, bireylerin geçmiş yaşantıları, sosyal statüsü ve bağlı oldukları grupların değeriyle ilişkili bir çağrışım alanına tekabül eder. Eşyanın etrafındaki anlam halesidir. Bireyin, psikolojik alanının duygusal öğelerinden beslenir (Bilgin,1991,s.248).

Yaşadığımız çağlarda insanlar doğa ile bağlarını neredeyse tamamen koparmış durumdadır. Günlük yaşantımız kapsüller içinde geçmektedir: Ev kapsülü, iş kapsülü ve bunlar arasındaki sirkülasyonumuzu sağlayan araçlar. Kariyer dediğimiz oluş insanları kendi bireyselliklerine hapsedmektedir. “İnsanlararası boşluk, tüketimle ve dolayısıyla eşyayla dolduruluyor” (Bilgin,1991,s.33). Kariyer uğruna harcanan zaman ve efor karşılığında kazanılan para, mutluluk ile takas edilmekte; buna da maddi varlıklar aracılık etmektedir. Marx bu konuda şunları söylemektedir:

Tüketim doğal ham tüketim halinden, dolayumsuz tüketim olmaktan çıktığı zaman, (ki böyle bir şey, tüketimin bu tür doğal ham haliyle bağıntılı üretimin bir sonucudur), bir itki olarak tüketilecek nesneye geçer. Tüketime duyulan gereksinim, tüketilecek nesnenin algısıyla ortaya çıkar (bütün öbür ürünler gibi), sanatın nesnesi de, sanat duyusuna ve güzellikten haz alabilme yeteneğine sahip bir izleyici kitlesi doğurur. Demek üretim yalnızca özne için bir nesne yaratmakla kalmaz, ama aynı zamanda, nesne için de bir özne yaratır(Akt:Kagan,2008, s.217).

O günkü özgüvenimiz yüksek topuklu ayakkabılarla, maddi kazancımız arabamızın modeliyle, karakterimiz telefonumuzla etrafa ilan edilerek çevre ile olan gerekli bilgi

akışı sağlanmaktadır. Söylemeden ifade ettiğimiz bu bilgiler Gösterge Bilimi'nin konusu olarak külliyata eklenmiştir, ancak etrafımızdaki neslelelele ilişkimiz bununla sınırlı değildir.

Nesnelerin ifade aracı olarak değerlerinin dışında bir de bize ifade ettiği daha özel anlamları vardır. Bundan kasıt özel bir hatıra değildir. Bir kişinin bir nesne karşısında hissettiği duygudur. Onun kendisine sağlayacağı her türlü maddi faydanın dışındaki kişisel hazdır (ya da bilinçaltında ona verdiği mesaj). Bir sanat eseri karşısında kişinin duyduğu bu “yüce” duygu haz olarak nitelendirilmiş ve Estetik Felsefesi'nin kapsamında incelenmiştir. Burada düşünülmesi gereken diğer bir konu da böyle manevi bir duygu karşısında ödenen maddi değerdir. Kişi bir sergi ya da galeride bir yapıtın önüne geçer ve içinde uyanan bu duygu ile ona sahip olmak ister, karşısındaki güzellik *iştahını kabartır* (ki bu da hedonizmle ilgilidir). Bedelini ödeyerek bu güzelliğe sahip olur, ister bunu sadece kendisine saklar, ister etrafındakilere sergileyerek bunlar üzerinden üstünlük kurmaya çalışır.

Tıpkı Eski Yunan, Roma Çağları gibi her türlü zevkin doruklarda yaşandığı zamanlardayız. İnsanlar sokaklarda ya da alışveriş merkezlerinde bir galerideymiş gibi salınarak ve etrafı izleyerek yürür. Özellikle orta sınıf için estetikle olan tek bağlantı eşyalarındaki özgünlük ve sanatsallıktır.

Güzel ve faydalı kavramlarının bütünlüğünden kalkan bu yeni estetik, özellikle ergonomi ve endüstri tasarımının kuruluşu ile, sanatı müze ve galerilerin tutsaklığından kurtarıp, insanın günlük yaşamına, insanın oturduğu kent sokaklarına ve evinin içine sokmuştur. Bu anlayış için bir insan yaratışı olan sanat, soyut estetik bir düzeyde değil, tersine insanın yaşam dünyası içinde vardır(Tunalı,1997,s.76).

Kişiyeye özel tasarımlar, butik mağazalar, kişiselleştirilebilir ürünler... Doğal olarak işlevsellikleri için alınan ihtiyaç nesnelere bile farklı anlamlar taşımaktadır; hem sahip olan için hem de seyircileri için. Çünkü:

Güzel olarak duyumsandığı sürece en maddesel olan şey, hemen maddesizleştirilir; dış kaynaklı kişisel ilişkilerin üzerine çıkarılır; kendi gerçek benliğinde yoğunlaştırılır ve derinleştirilir; tek sözcükle bir özde yoğunlaştırılır. Değer maddede değil anlamdadır; nesnelere yönelik ülküdedir, barındırdıkları enerjide değil(Yılmaz,2004,s.73).

Bu çalışmada, insanın eşya ile kurduğu ilişki içerisinde: Prestij nesnelere, göstergeler, beğeni, imgeler, sahip olma isteği, nesne karşısında duyulan yüksek haz, estetik konuları

ve dahası konotatif anlam başlığı kapsamında işlenmekte ve kişisel uygulamalar üzerinden tartışmaya açılmaktadır. Bu nedenle tasarlanan nesnelerin tamamı kullanıma yönelik fakat formları ile öne çıkan objelerdir.

3. BÖLÜM

NESNELER DÜNYASINI ALGILAMADA KULLANILAN BİLİM VE FELSEFELER

3.1. Semiyoloji (Gösterge Bilimi):

Semiyoloji, göstergeleri inceleyen bir bilim dalı olarak öncelikle dilbiliminde Ferdinand de Saussuer' in çalışmaları ile ortaya çıkmaktadır. Daha sonra tıp alanında hastalıkların semptomlarını inceleyen bir dal olarak geniş bir şekilde işlenmiştir. Günümüzde ise en çok sosyolojide, ürün-kullanıcı ilişkilerinde, medya ve reklamcılık alanlarında kullanılmaktadır.

Gösterge, gösteren (biçim/anlatım/resim) ve gösterilen (içerik/kavram/simge) ile bir üçgensel bağlantı içerisindedir. Buna göre; “gösterge, genel olarak, kendi dışında bir şeyi temsil eden ve dolayısıyla bu temsil ettiği şeyin yerini alabilecek nitelikte olan her çeşit biçim, nesne, olgu, vb. olarak tanımlanır. Bu açıdan, sözcükler, simgeler, işaretler, vb. gösterge olarak kabul edilir”(Rifat,2009,s.11).

Gösterge kavramı üstüne Eskiçağ'dan günümüze birçok felsefeci, bilim adamı ve hekim düşünce üretmiş, başta dilsel göstergeler olmak üzere çeşitli alanlardaki göstergeleri, belirtileri (sözelimi tıp alanındaki) incelemişlerdir. Bugün batı dillerinde kullanılan ve Türkçe'de göstergebilim ile karşıladığımız semiyotik sözcüğü Yunancadaki *semeiotike* teriminden semiyoloji sözcüğü ise Yunanca *semeion* (gösterge) ve *logia* (“kuram”; “söz” anlamındaki logos'tan) sözcüklerinin birleşiminden doğmuştur. Gösterge (ya da belirti, işaret) anlamına gelen Yunanca *semeion*, teknik ve felsefi bir terim olarak İÖ 5. yüzyılda Yunanlı hekim Hippokrates ve Yunanlı felsefeci Parmenides tarafından daha çok “kanıt”, “belirti”, “semptom” anlamına gelen Yunanca *termerion* ile eşanlamlı olarak kullanılmıştır(Rifat,2009,s.27).

En basit anlamıyla örneğin trafik işaretleri, yol hakkında sürücüye resimsel olarak bilgi vererek onu yönlendirir. Burada gösteren, üçgen bir levha içindeki dalgalı çizgiler, gösterilen ise yolun kaygan olduğudur. Bu gösterge sürücüye yavaş ve dikkatli gitmesi gerektiğini anlatır. Bu tarz bir yaklaşım “Bildirişim Göstergebilimi” diye adlandırılır.

Buna karşılık, son derece karmaşık yapıları olan, söylendiğinin dışında da birşeyler belirten, anladığımızı sandığımız anda yeni anlamlarla dolan, değişik biçimlerdeki yaklaşımlara ve hatta yorumlara olanak veren, kucakladıkça derinleşen, derinleştikçe insanı kucaklayan, insan kültürü var olup geliştikçe onunla birlikte evrim geçirip “sürüklenen” anlamlı bütünler de vardır. Tanımlanması kesin çizgilere sığdırılmayan, somut ve gözlemlenen bir gerçek

nesne gibi değerlendirilemeyen, anlaşılması ve sınıflandırılması doğaları gereği hiç de kolay olmayan bu tür dizgeler (sözelimi edebiyat metinleri, resimler, vb.) yukarıda sıraladığımız bildirişim amaçlı yalın dizgelerin incelenmesi gibi bir betimleyici yöntemle kavranamaz. Öncelikle çeşitli düzeylerde ayrıntılı bir biçimde çözümlenmeleri ve yeniden yapılandırılmaları gerekir...Böyle bir çabayı yerine getiren de Anlamlama Göstergibilimi diye adlandırılan yaklaşımdır (Rifat,2009,s.13).

Bu çalışmada üzerinde düşünülen kısım da budur. Göstergeler üzerinde düşünmesek bile etrafımızı çevrelemiş durumdadır. Her gün onlarla yaşıyoruz, farkında olmasak da bizleri yönlendirmelerine izin veriyoruz. Hem de hayatın başlangıcından beri. Bir dili oluşturan konuşma; yani sesler, yazı; yani simgeler bunların başında gelir. Üzerine birşeyler koymak için kullandığımız nesneye masa adını veriyoruz. Dilimiz türkçe ise bunu “m, a, s, a” şeklinde simgelerle anlatıyoruz, ya da “masa” şeklinde sese dönüştürüyoruz. Ama bu konu üzerine derinlemesine düşünecek olursak (anlamlama göstergibilimi gibi) bir masanın işlevi ve direkt olarak verdiği mesajlar dışında da anlamları (göstergeleri) olduğunu görürüz. Artık bir masa ya da bir palto sadece bunlardan ibaret değildir. Bizim ve içinde yaşadığımız toplum için başka anlamları da vardır. Bu denotatif ve konotatif anlam gibi ilerler yani düzanlam ve yananlam. Düz anlam işlevden doğduğu için tek ya da sınırlıdır ancak yananlamlar ona bakan kişinin algı ve görgüsü derecesine göre birbirinden bağımsız olarak çoğalabilir. Bir koltuğun düzanlamı oturmaktır. Onun üzerinde oturan bir kişi gördüğümüzde bunun bize ilettiği mesaj kişinin yorgun olabileceğidir. Ancak yananlamalara gelindiğinde koltuğun ahşap, plastik ya da metal malzemeden yapılması, modern ya da klasik oluşu, kaplandığı kumaşın çeşidi, deseni o kişi hakkında, yani karakteriyle, eğitimiyle, maddi durumuyla ilgili farklı farklı bilgiler verir. Ya da örneğin soğuktan korunmaya yarayan bir parka rengi ve tarzı ile onu giyen kişinin siyasi görüşünü anlatır bize.

Biz de şuanda aynı alıştırmayı tüketim malları için yapıyoruz (pratik kullanımlarını şimdilik bir kenara koyarak) dilin asıl işlevinin şiire yatkınlığı olduğu söyleniyorsa, biz de tüketimin asıl işlevinin bir şey anlatmaya yatkınlığı olduğunu varsaymalıyız. Tüketicinin irrasyonel olduğu fikrini unutun. Malların yemeye, giymeye ve barınmaya yaradığını unutun; kullanımdaki faydalarını unutun ve onun yerine düşünmeye yaradığı fikrini deneyin; metaları insanın yaratma yetisinin sözel olmayan bir kanalı olarak ele alın.(Douglas, Isharwood,1999.s.77)

“O halde, bu anlamda aktif tüketici, aynı zamanda görsel kültürün bir üreticisidir” (Barnard,2010,s. 110).

Reklam sektörü işte bunun üzerine gider.

Daha az etkili ama aynı ölçüde güçlü bir düzeyde, reklamlar sürekli olarak bize sağlayabileceğimiz, ya da sağlamamız gereken imajlara sahip olduğumuzda alttan alta olmak istediğimiz kişi olabileceğimizi, önerilen ürünleri kullanarak görünüşte bir dönüşüme basitçe ulaşabileceğimizi salık vermektedir (Heskett,2013,s.123,124).

Roland Barthes bu konuda şöyle der: “Satışı yapan anlamdır”(Culler,2008,s.84). Reklamlar aslında tanıttıkları malların değil kalıpların, karakterlerin pazarlamasını yapar bizlere. ‘Bu telefonu alırsanız siz de bu reklamdaki adam gibi zengin gözükersünüz ve bu reklamdaki güzel kadın gibi kadınlar da size karşı koyamaz’ mesajını iletirler, yoksa bir telefonun düz anlamı olan iletişim ikinci boyuttur. Şöyle de ifade edilebilir:

Nesneler ve ortamlar insan tarafından kim oldukları duygusunu oluşturmak, kimlik duygularını ifade etmek için kullanılabilir. Ancak, kimliğin inşası birinin kim olduğunun anlatımından çok daha fazlasını ifade eder; bu inşa, başkalarının neyi nasıl algılaması ve anlaması gerektiğini şekillendirme, hatta önceden aşılama amacıyla belirgin bir imaj ve anlam yaratmak için kişiler ve kuruluşlar hatta uluslar tarafından yürütülen bilinçli bir girişim olabilir (Heskett, 2013,s.123).

Etrafımızı algılamada biz de bu metotları kullanmaktayız. “ Modern insan, kentlerin insanı yaşamını okumakla geçirir.”(Barthes,1993,s.185) Karşılaştığımız bir adamın ya da kadının hakkında karar verirken parmağında yüzük olup olmamasına bakarak evli olup olmadığına, kıyafetinden, ayakkabısından maddi durumuna, moda tarzına, saate bakıp bakmamasından yoğun bir hayatı olup olmadığına ilişkin bilgiler ediniriz.

Göstergebilim daha geniş ve yalınlaştırılmış anlatımla, insanın, içinde yaşadığı dünyayı anlamasını sağlayacak bir model geliştirir. Çevresini anlamaya çalışan herkes zaten bir ölçüde bir “gösterge avcısı”dır. Daha fazla bir çabayla bu anlama süreci yöntemli bir biçime dönüştürülebilir. Bu yöntemi sağlayacak olan da göstergebilimdir. Araştırmacıların, bilim adamlarının, öğretim üyelerinin, yazarların, şairlerin, çevirmenlerin, sanatçıların, eleştirmenlerin, siyaset bilimcilerinin, hukukçuların, tiyatrocuların, sinemacıların, müzik yorumcularının, mimarların, reklam metni yazarlarının, vb’nin göstergebilim yöntem, kavram ve terimlerinden şu ya da bu biçimde yararlandıkları, dolayısıyla göstergebilimin sürekli gelişmesine katkıda buldukları bir elli yıl yaşandı (1960’lardan günümüze). Bu süre içinde insan düşünme mekanizmasının modelini belirlemeye çalışan göstergebilimin bugün artık tasarısının büyük bir bölümünü gerçekleştirdiğini ve sınırlarının nereye kadar uzanabileceğini tartışma aşamasına geldiğini görüyoruz (Rifat,2009,s.23).

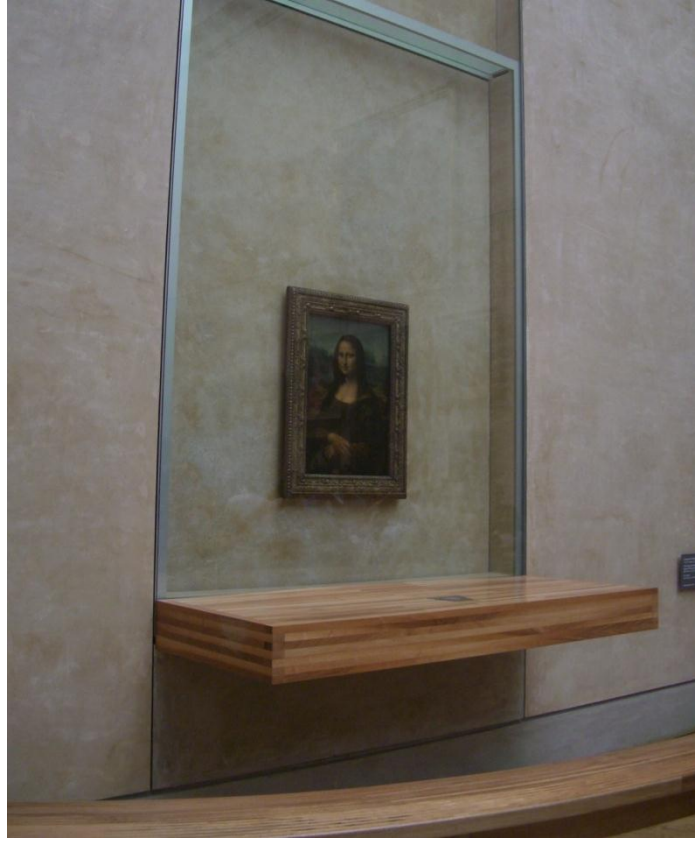
Göstergelerin boyutları bununla da sınırlı değildir. Sanat izleyicisi de sürekli olarak semiyotik mesajlara maruz kalmaktadır ki zaten sanat nesnelere başlı başına göstergelerden oluşur çoğunlukla. Özellikle dini resimlere, Yunan Dönemi yapıtlarına ya da Rönesans resimlerine bakıldığında bir çok sembol ile karşılaşmak mümkündür (mitolojik ve dini göndermeler). Sanat izleyicisi, sanatçı hakkındaki bilgilerine, döneme ya da kişisel algısına göre birçok anlam keşfedebilir baktığı resimde, ancak, “Bir sanat

yapıtında kendisi ile karşılaşmaya hazırlıklı olmayan yorumcu –ya da eleştirmen-, herşeyi bulabilir, ama aradığını asla”(Ergüven,1996,s.199).

Sanat yapıtları ile ilgili göstergelerin bir diğeri ise şöyle ilerlemektedir; örneğin Louvre Müzesi'nde ünlü Mona Lisa (Lisa del Giocond) tablosunu ziyaret eden bir izleyici, seyirciyi duvardan uzaklaştıran bantın arkasında cam bir fanus içerisinde küçük bir tuvalle karşılaşır. Seyirci öncelikle dünyanın en ünlü tablolarından birisinin bu kadar küçük boyutlu olmasının hayal kırıklığını yaşar. Çünkü nitelik olarak bize hissettirilen “büyüklük” bizde nicelik olarak da benzer bir değer çağrıştırmıştır. Ancak sergi sahipleri bu küçümsemeyi ortadan kaldırmak istercesine seyirciye yerini bildirir ki bu da tablodan iki metre uzakta cam fanusun ve ahşap bantın arkasıdır. Küçümsemeye cürret edebileceğinizi düşündüğünüz tabloya kesinlikle yaklaşılamaz ya da dokunamazsınız. Sizinle arasına koyduğu bu mesafe ile büyüklüğünü size ve tüm dünyada ilan eder.



Resim 5: Louvre Müzesi Mona Lisa Tablosu



Resim 6: Louvre Müzesi Mona Lisa Tablosu

Yine edebi sanatlarda da aynı şey geçerlidir. Edebi bir eserde işlevden söz edilemez ya da kaligrafik açıdan teknik değerlendirilemez.

Bir romanın estetik değerini, onun okunması veya bir şiirin estetik değerini onun dinlenmesi teşkil etmez. Edebiyatın ifade aracı dil ve kelimelerdir. Kelimeler ise kelimeler olarak yalnızca sembollerdir. ‘Deniz’ kelimesinin kendisi şiirsel değildir, ‘deniz’ kelimesinin hatırlattığı veya zihnimizde çağrıştırdığı imgeler, düşünceler şiirselidir. Bundan dolayı en doğrusu edebi sanatlara sembolik sanatlar denmesidir (Arslan, 2001,s. 207).

Ya da bir sanat nesnesine sahip olmanın bizimle ilgili dışarıya verdiği mesajlar vardır:

Tablonun kendisi üç boyutlu bir nesnedir: sahip olunabilir bir şeydir tablo... İhtiyacın üzerinde bir kişisel tüketimi gösteren bir nesnedir. Sonuçta tablolar hiçbir şey yapmaz; beni sıcak tutmaz ya da karnımı doyurmaz. Tabloların önemi kısmen yaşamın temel ihtiyaçları bakımından faydasız olmalarından kaynaklanmaktadır. Bakacağım bir tablom olduğunda sadece onu buldurmanın keyfini yaşamakla kalmıyor, aynı zamanda da kim olduğumu başkalarına kanıtlayan bir şeyin sahibi oluyorum. Tablo edinmekle kendime ve başkalarına

şunu söylüyorum: ben yeterlilik sınırının üzerindeyim. Yeterli olandan fazlasına sahibim. Tablo beni prestije boğar (Leppert,2009,s.73).

Zaten “bir sanat türü olarak yağlıboya resim, neyin varsa sen onun ilkesinden yola çıkmıştı.”(Berger,2013,s.139). Çünkü “bir sanat eseri ‘doğal’ değil sosyal olarak atıfta bulunulan bir değer yargısıdır”(Ulusoy,2005,s.8).

3.2. Yararcılık ve “Sahiplenme” nin Işığında Hedonizm (Hazcılık) Felsefesi:

Hedonizm, yani *hazcılık* ilk olarak yemekler karşısında duyduğumuz isteği anlatmak üzere ortaya çıkmıştır. Ancak haz duygusu tabii ki bununla sınırlı değildir. Bizi iyi hissettiren her şey karşısında haz duyarız.

Sokrates, mutluluğun iyi’ye yönelmek ve onu gerçekleştirmekle elde edilebileceğini öğretmişti, iyiye yönelen ve onu gerçekleştiren davranışlara da erdem adını veriyordu. Sokratesçi okullar, bu öğretinin geliştiricileri olarak iyi’nin ne olduğu sorusuna yanıt aradılar. Aristipposun ve onun izinden yürüyenlerin Kirene’li oluşundan dolayı Kirene Okulu adıyla da anılan Hazcılık bu sorunun karşılıklarından biridir. Bu öğretiye göre iyi demek, haz demektir; haz veren her şey iyi, acı veren her şey kötü’dür. Aristippos’a göre her davranışın nedeni, mutlu olmak isteğidir (Hançerlioğlu,2000,s.153).

Ancak bu haz tanımında eksik kalan yanlar vardır. Başlangıçta sadece yemekler için kullanılması buna en iyi örnektir. “Hegel’in belirttiği gibi – arzu, nesnesini tahrip eder.”(Sartre,2010,s.717). Ancak bu anlık duygu yeterli değildir. En iyisi mutlak bir sonsuzluk içinde azalmadan devam eden haz duygusudur. Aristippos bunun ancak bilgelikle olacağını söylemektedir. “Bilge, tüm bilgisini hazzı elde etmek için kullanan kişidir.” (Hançerlioğlu,2000,s.153). Sartre *Varlık ve Hiçlik* kitabında “sahip olma”nın tanımlarını yapmaktadır. “Ona göre görmek sahip olmaktır, zevk almaktır hatta bekaretini bozmaktır[...] Ve esasen bilgi bir avdır[...] Bilmek gözleriyle yemektir”(Sartre,2010,s.716). Gördüklerimiz o anlık halleriyle hafızalarımızda kalırlar ancak bildiklerimiz benliğimizle bütünleşerek sürekli bir yenilenme ve yaratım içerisinde. Aradaki ince nüanslar kafa karıştırıcıdır.

“Bu diyalektik zorunluluğa tepki olarak, kendi-için, tümüyle benim tarafımdan sindirilmiş olacak nesneyi, *kendindenlik* yapısını korurken, bende erimeksizin *ben* olacak nesneyi düşler, çünkü arzuladığım şey tam da bu nesnedir ve eğer onu yersem [burada yemek/tüketmek eyleminden bahsedilir], ona sahip olamam, artık

kendimden başkası ile karşılaşmam. Sindirim ve sindirilenin korunan bütünlüğünün bu imkansız sentezi, en derindeki köklerinde, cinselliğin temel eğilimlerinde buluşur. Tensel “sahiplenme” gerçekten de bize durmadan sahiplenilen ve durmadan yeni kalan, sahiplenmenin hiçbir iz bırakmadığı bir bedenir irkiltici ve baştan çıkarıcı imgesini sunar”(Sartre,2010,s.717).

Sartre’ a göre kişi kendinde ekaik kalanları arzular. Bu şekilde benliğini tamamlamaya çalışır. Diğer yandan ise sahip olmanın farkında olarak da olabileceğini şu şekilde anlatmaktadır:

Dolmakalem ve pipo,giysi, çalışma odası, ev, *benim*. Sahiplenmelerimin tamamı varlığımın tamamını yansıtır. Ben *sahip olduklarımım*. Bu fincanın, bu biblonun üzerinde dokunduğum *benim*. Tırmandığım bu dağ, üstesinden geldiğim dağ olarak *benim*; ve onun zirvesine çıktığımda, vadiye ve çevredeki doruklara bakan bu geniş bakış açısını çabalarım pahasına “edindiğim” zaman, ben bakış açısıyım; ben, ufka kadar genişleşmiş olarak panoramayı, çünkü bu panorama yalnızca benim aracılığımla vardır, benim için vardır (Sartre, 2010, s.730).

Diğer yandan Varoluşçuluğun en büyük kurucu ve savunucusu olarak ‘*görmek, sahip olmaktır*’ diyerek niyetinin dışında da olsa dindarların kadınlarını dünyadan saklama ihtiyaçlarını daha anlaşılır kılması bana göre ironiktir. Çünkü gördüğümüz, beğendiğimiz bir nesne karşısında duyduğumuz haz ve sahip olma isteği, bir erkeğin güzel bir kadın karşısında hissettikleriyle paralellik taşır. Sahip olmak adına tüm yolları dener; kibarlık, satın alma, gasp.

Sartre’a göre sahip olmanın tanımlarından bir diğeri “*kendine mal etmektir.*” Pahalı bir telefon kullanmak, buradaki ‘pahalı’ sıfatını kendine mal etmektir. Nesneyi değil, sıfatlarını sahiplenir, içselleştiririz. Pahalı da, güzel de, klas da, karizmatik de,lüks de olan ‘benim’dir. Ki ;“lüks, ilkel mülkiyete en yakın mülkiyet biçimidir, bu ilkel biçimden sonra, kendine mal etmeyi kökensel olarak oluşturan yaratım münasebetini en iyi biçimde lüks gün ışığına çıkarır”(Sartre,2010,s.729).

Yararcılığın ise hazcılıkla ilişkisi yine paralel olarak ilerlemektedir. Yararından ötürü öyle olmasına karar verdiğim durum aslında sırf bu yararından dolayı o anda bana en çok haz verendir. Burada katı bir bencillik hissi de vardır ki insanın tüm davranışları mutlu olmak üzerine ise yine tüm davranışlarımız bencillik ürünüdür. Bunu tersine verilebilecek örnekler, açları doyurmak, başkalarına iyilik yapmak gibi davranışlar bu sözleri yalanlamaktan çok kanıtlar niteliktedir. Birine iyilik yapmak en büyük bencillik ve kişinin en kibirli halidir aslında. Kendimizi ondan üstün görür ve iyilik yapmanın hazzını yaşarız.

Gerçekten de *bağış*, tahribin ilkel bir biçimidir[...]nesneyi ortadan kaldırdığım kadar, vermek suretiyle de yok ederim[...]varlıkların ortadan kalktıktan sonra fâhri bir varoluşu devam ettirmelerine aracı olan benim. Böylece cömertlik, her şeyden önce tahrip işlevidir. Bazı insanları bazı anlar sarıveren verme hırsı, her şeyden önce, yok etme hırsıdır[...] Ama cömertliğin temelindeki bu yok etme hırsı, sahiplenme hırsından başka bir şey değildir. Terk ettiğim her şeyle, bunları bağışlamış olmamdan ötürü daha yüksek bir tarzda tatmin olurum[...]Vermek, kullaştırmaktır. (Sartre,2010,s.735)

Yine Sartre kitabında spor dünyasından örnekler verir; kayak yapan bir kişi kar üzerinde ki hareketinden, onunla olan ilişkisinden, maddenin ona gösterdiği dirençten zevk almasını sahiplenme açısından inceler: “Burada kar başkası ile bir tutulmaktadır ve “ehlileştirmek”, “yenmek”, ”hakim olmak”, vb. sıkça kullanılan deyimlerin yeterince gösterdiği gibi, benimle kar arasında bir tür efendi - köle münasebeti kurulması söz konusudur[...] Üstüne bayrak dikilen zirve, sahiplenilen bir zirvedir” (Sartre,2010,s.724).

Bir heykeltraşın önündeki kaya ile ilişkisi de böyledir. Onu yontar, şekillendirir ve ona sahip olur. Kayadan yapılmış bir heykel ya da bir gökdelen karşısında duyulan huşunun nedeni budur. Yapıcısını gözümüzde “yüceltir”. Ona baktığımızda ona sahip oluruz, onu biz yapar ve biz de varlığımızı tamamlayıp “tanrı”sallaşmış oluruz. Burada tanrısallık insanın, onu “*insan*” yapan, “*eksik*” bıraran kişilik sorunlarından kurtuluşu olarak kullanılmıştır.

Göstergebilimin en önemli temsilcisi olarak anılan Barthes Hazcılık Felsefesi ile ilgilenmiş düşürlerdendir. 1975’lerde bu konuda etkin olarak çalışmaya başlayan Barthes dilbilimci olarak bunu bir metinden alınan haz açısından irdelemiştir.

Ne zaman bana haz veren bir metni çözümlene girişimde bulunsam, “öznelliğim”le değil, “bireyselliğim”le, benim bedenimi diğer bedenlerden ayıran ve bu bedene ıstırap ya da hazzı uygun gören belirgin yapıyı bulurum: karşıma çıkan hazzı alan şey bedenimdir. Ve bu hazzı alan beden aynı zamanda benim tarihsel konumumdur; çünkü biyografik, tarihsel, toplumbilimsel ve nöratik unsurları (eğitim, toplumsal sınıf, çocuklukta şekillenme vb.) birleştiren çok karmaşık bir sürecin sonunda ben (kültürel) haz ile (kültürel olmayan) coşkunun birbirine karşı etkileşimini dengelemektedir. (Culler, 2008,s.105)

Barthes burada gelişmiş insanın entelektüel zevkine hitap eden objenin (burada metindir) bedensel hazzı dönüşmesindeki ikirciklikten bahsetmektedir. Bu yıllardır

süregelen id, ego ve süperegonun çatışmasıdır. Yaklaşık bin yıl önce yaşamış olan İranlı İslam Filozofu İbn Miskeveyh(940-1030) da insanın “*hayvani benlik*”, “*savunan ve saldıran benlik*” ve “*bilen benlik*” den oluştuğunu söylemiştir. Ona göre bu üç benlik birbirleriyle doğru bir iletişim kurabilirlerse zamanla tek bir bütün olarak hareket ederler. Kişi agalmatik nesne (kayıp olan, aranan çok değerli nesne anlamında) karşısındaki isteğine *id* ile kapılır. Toplum onu *ego* ile bu uğurda etik olmaya iter. Kişi eğitim ve entelektüel seviyesini arttırdıkça Maslow’un piramidinde yukarılara çıkar ve *süperego* ile nesneye sahip olmak için daha elegant yollar ve bahaneler bulur. Her ne kadar Miskeveyh böyle bir yoruma kesinlikle karşı çıkmış olsa da katmanlardan ve çelişkilerden oluşan insan benliğinin vicdanlı ve arifken aynı zamanda kurnaz da olabileceği yine de akıllarda tutulmalıdır bana göre.

3.3. Estetik Kuramının Yeniden Değerlendirilmesi:

Estetik sözcüğü Yunanca “duyum” anlamına gelen *aestesis* sözcüğünden doğmuştur. Kelimeyi ilk önce Kant kullansa da sanat ve güzelliği inceleyen bir dal olarak felsefenin içine ilk kez alan Baumgarten’dir. Çağlar boyunca türlü filozof ve düşünürler tarafından “güzel” tekrar tekrar tanımlanmıştır. Örneğin Eflatun güzeli, iyi ve gerçek olanla bir tutmuştur. Sokrates’in görüşüne katılarak “amacı yerine getiren şey” olarak tanımlamıştır. Aristoteles onu ahlak ve dinle ilişkilendirmiştir. Plotinos’a göre, “maddi güzellik, ruhsal güzelliğin ifadesinden başka bir şey değildir. Güzellik, ruhun maddeye karşı zaferidir; yalnız ruh güzeldir ve güzel aşkı, kendi özel hayalini tanımış olan ruhun kendine olan aşkıdır. Güzelliği hissedebilmesi için ruhun kendini güzelleştirmesi gerekir”(Sena,1972.s.12).

Francis Bacon sanat ve güzelliği eğlence ve oyuna indirgemmiştir. Baumgarten bunu bulanık bir algı olarak nitelendirmiş ve mantığın karanlık bir uydusu olarak tanımlamıştır. Winckelmann’a göre, “güzel fikri Tanrı’dandır ve ondan duyulur eşyaya yayılmıştır. Yani güzel, Tanrı’nın eşyada belirmesidir” (Sena,1972,s.13). Kant ise güzeli “yüce” ile ilişkilendirmiştir. “Ona göre, güzelin mutlak bir varlığı yoktur; o duyarlılık, hayal gücü ve zevk gibi insan fakültelerine bağlıdır; yani güzelin nesnel bir gerçekliği yoktur, bu sebepten de bir güzel bilimi kurulamaz; o, psikoloji ve mantığın bir dalı olabilir”(Sena,1972, s.14).

Günümüze yaklaşırken Luzetto'nun Kokoschka özelinde söyledikleri, sanat ve güzelliği bağdaştıran bizler için yeni bir bakış açıdır:

O bir his yükselişi içinde deseni değil desensizliği seviyor. Biçimleri kendi isteğince bozup geliştirerek arzu ettiği gibi düzenliyor. Bu görünüş Nazilerin yaptığı gibi ahlaksızlık ya da çirkinlikle suçlanabilir. Oysaki sanat, klişe halinde bir ahlak ve güzellik değildir. Yani sanat güzellik ve ahlakla ölçülemez (Erdem,1963,s.68).

Çağlar içinde sürekli değişikliklere uğramış güzellik kavramı için yapılabilecek en temel çıkarım da nesnenin güzelliğinin katmanlardan (işlev, ahlak, yücelik, tanrısallık, vb) oluşmuş olduğudur. Bir nesne ancak bu şartların hepsini yerine getirdiğinde güzele ulaşabilir; ister bir sanat, ister kullanım nesnesi olsun.

Bir sanat eserinin birliği olmalıdır. Bu birlik kaosun, düzensizliğin, karışıklığın tersidir. Öte yandan bu birlik monotonluktan doğan bir birlik olmamalıdır, o çeşitliliğin birliği olmalıdır; yani birliği olan bir sanat eseri, içinde çok sayıda değişik öge içermeli, ancak bu öğelerin hepsi bir bütün teşkil etmek üzere birbirleriyle uyumlu bir şekilde birleşmelidir. Birliği olan bir nesnede zorunlu olan her şey onda bulunmalı ve zorunlu olmayan hiçbir şey de onda bulunmamalıdır.(Arslan, 2001,s. 209)

Yani bir nesne çelişkilerinden doğmuş mükemmel bir uyum içinde varlığını sürdürmeyi başarabiliyorsa ancak iyi bir tasarımdır.

Güzel tasarım, annenin bedeni gibi, öznenin, yetilerinin özgür oyunu içerisinde mutlu bir şekilde oynayabileceği, duyusallığa ve arzuya karşı güvenli bir şekilde etkisiz kılınmış, idealize edilmiş, bir maddi biçimdir. Estetik öznenin mutluluğu, hem cana yakın hem de belirlenimsiz, hem ağzına kadar amaçlı yaşamla dolu, ama hem de öznenin amaçlarına karşı koymayacak kadar eğilip bükülebilir olan tümüyle bölünemez bir nesnenin büyümesine kapılmış bir halde annenin kucagında oynayan küçük çocuğun mutluluğudur (Eagleton,2004, s.125).

Uyum içerisinde olması gereken objenin bileşenlerinin neler olduğuna gelirse, bunlar; renk, biçim (kıvrımlar, köşeler, düzlükler), işlev, oran, doluluk-boşluk, izleyici ile kurduğu ilişki, vb. olarak çoğaltılabilir. Peki, bunlar arasında kurulabilecek rasyonel bir ilişki bizi güzele ulaştırabilir mi? Adım adım izlenecek bir formül çıkarılabilir mi? Bu kısım çok daha farklı bir çalışma ve uzmanlık gerektirir ancak araştırmacıların yıllar içerisinde oluşturdukları bilgi birikimi bize bazı ipuçları vermektedir. Örneğin, oranlardan bahsediyorsak bu konudaki teorilerin en başta geleni “altın oran”dır. Altın oran bize matematik formülleri ile hem görsel hem de işitsel bir harmoni vaat eder. Bütünü oluşturan parçalar arasındaki ilişki ile göz için uyumlu/güzel bir resim verir. Parça ve bütün arasındaki ilişkiyi inceleyen diğer bir kuram olan “Gestalt Kuramı”

bundan etkilenmiştir; ancak *bir bütün kendisini oluşturan parçaların toplamından farklı ve büyüktür* derken sadece nesnel bir varlıktan değil, insanın obje ile arasındaki kişisel deneyimden de bahsetmektedir ki Maslow da teorisinin estetik kısmında bu kuramcılara ve Freud'a atıfta bulunmaktadır. Aslında botanikçi olan tasarımcı Christopher Dresser ise kolayca anlaşılmayacak oranların daha iyi çözümler getirdiğini 1/1 oranının kötü bir çözüm olduğunu 2/1 in daha iyi olduğu 3/8,5/8,5/13 ün giderek daha iyi oranlar olduğunu söylemiştir. Freud'a göre ise uzamış nesnelere hoş gitmesi erkek organını temsil etmesinden ileri gelmektedir. Bu görüşü biçime aktarırsak, yumuşak kıvrımları ile bir çanak, kadın vücudunu çağrıştırdığından bize estetik gelmektedir. Eğer uygun oranlarda şekillendirilmiş ise çok daha etkileyici hale gelir.

O halde estetik ve de cinsellik arasında organik bir bağ kurulabilir. Estetik bulduğum şey güzel bulduğum şeydir. Güzel bulduğum şey ise arzuladığım şeydir. Burada arzu diğer tüm duyguların kesişim noktası olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü bakıldığı zaman aslında insanın en temel amacının yaşamak ve üremek olduğu (ki üremek de bir çeşit hayatını devam ettirmek olarak yorumlanabilir) sonucuna varıldığında en yüksek vasıflar ya da en üstün mal edinme arzusu bunlarla ilişkilendirilebilir. Bir insan en çok paraya sahip olmak istiyorsa bunun nedeni en iyi eşyaya sahip olmaktır; peki bunun nedeni nedir? O da aynı ortamı paylaştığı kişilerin önüne geçmek ve en başarılı birleşmeyi gerçekleştirerek sağlıklı soylar üretmek ve güven duygusu içinde yaşamak olarak basitçe şemalandırılabilir.

Yine kişi, etrafındakilerle eşit tüketim ihtiyacı içindedir. Eğer dâhil olduğu grupta tüketim fazla ise, ya da örneğin bir şeyler ısmarlama dürtüsünde ise, liderliğe oynadığı içindir, "*alfa*" olmaya çalışıyordur. Alfa dediğimiz ilkel toplumlarda ya da hayvan topluluklarında lider vasfındaki kişiyi temsil eder. Alfa en güçlüdür, en hızlıdır, en iyi avlanan doğal olarak en iyi beslenendir. Gruptaki dişiler en çok onu arzular çünkü en güçlü dölleri ondadır, o da gruptaki en dolgun kalçalı, iri göğüslü... dişiyi arzular çünkü en sağlıklı nesilleri o dünyaya getirecektir (bu kadınsı özelliklerin/göstergelerin çekici gelmesinin nedeni belki de bu bilinç dışı dürtüdür).

Büyüklik hırsındaki tüm erkekler dünyaya en uzun, en büyük yapıyı bırakmak derindedir. Şu dünyaya en büyük yapıyı '*dik-mek*' demek şu dünyadaki gelmiş geçmiş en güçlü adam olmak demektir. Sonsuza kadar yaşayacak olmak demektir.

Modernite öncesi insan toplumlarında “bireyleşme” kitleye yani herkese özgü bir süreç değildi. Yönetici katındaki bazı kimselere özgü bir kimlikti bu *tekil* birey olma hali. “Birey”i Rönesans keşfetti, Fransız devrimi yarattı, modern çağ kurdu. Modernite bireyi tanrının yerine onu ikame eden bir kimlik olarak kurarken bireye hem “iyilik” hem de “kötülük” yaptı. İyilik yaptı, çünkü onu tekil bir üst-öznenin ruh sultanından, verili kaderden, ekonomik fakirlikten kurtardı. Ama ona kötülük de yaptı. Altından kalkamayacağı kimlikler, akıl ve beklentilerle donattı. Ona sınırsız umut ve erişilmez bir zenginlik va’detti, ama gövdenin ve zamanın sınırlı olduğunu da sürekli va’zetti. Modern birey ya bir “kahraman”, ya bir “aylak”, ya da “hiç” ya da bir “kifayetsiz muhteris” oldu (Tekelioğlu,2003,s.237,238).

Maslow’un piramidinde yukarılara çıktıkça soylulaştığını sandığımız insan, aslında en temel isteklerini gerçekleştirmek adına daha zarif yollar keşfetmekten öteye gidememektedir belkide. “İmgeler bize asıl dünyayı değil, dünyalardan bir dünya gösterir. Gösterilen şeyler değil, bunların temsilidir imgeler: Temsil yani yeniden sunum.” (Leppert,2009,s.16). Yani yeni insan, yeni katmanlar ile bize daha soylu bir dünya tasvirinde bulunur, romantik bir dünyadır bu; tıpkı şiirlerdeki betimlemelerin *şairaneliği* gibi ancak bu onun gerçek anlamını değiştirmez. “Nesneye bir fetiş gücü yükleyen, imgesel olanın öznesi, deyim yerindeyse ayımalı, bu yansıtmayı yıkmalı ve bu gücün nesneden çok kendi içinde yattığını fark etmelidir” (Eagleton, 2004, s.126). Yani insan neyi neden yaptığı konusunda sorumluluğunu yüklenmelidir. İnsanın etrafını çevreleyen bu anlamlar silsilesi elbetteki hiçbir objeyi atlamadan ilerler. Eşya da, sanat objesi de aynı oranda nasibini alır bu anlamlandırma/imgeleme yöneliminden.

“Gösterge olarak organ, maddi pratik olarak gösterge. Freud için anlam itkilerin bir refleksi ya da damgası değil, bizzat anlamın kendisidir” (Eagleton,2004, s.325). Freud ile birlikte sanat nesnesi artık bir kinayeden, benzetmeden, bir göstergedenden ibarettir. Ve bu koşullarda estetik değer de bir nesne karşısında Gösterge Bilim’in, kişisel algı ve deneyimlerle birleştiği noktada haz vermesi durumudur. Bizim bir nesneden aldığımız estetik haz işlevinden bağımsız olarak ilerler. Ancak organik bağlar kurulduğu vakit objelerle iletişimimiz çok daha derin estetik değerler taşımaktadır. Direkt iletilerin ruhla olan iletişimi sınırlıdır, “Bunun yerine bizi hem tatlı sözlerle ikna etmeli hem de zor kullanarak adam etmeli, bize hem yurtsuz olduğumuzu hem de yurdumuzda olduğumuzu hissettirmeli, bizi dünyaya kapatmalı, ama yine de hakiki istirahatgahımızın sonsuzlukta olduğunu bize hatırlatmalıdır.” (Eagleton,2004,s.124).

Venturi kitabında iyi bir tasarımın ancak karmaşa ve çelişkiden beslenerek oluşabileceğinden bahseder. Ürün ve mimari tasarım açısından Modernistlerin aksine nesnenin tüm sorunlarına çözüm arayan Postmodernistlere ait ürünler elbette karmaşık ve çelişkili olacaktır. Bir tasarım süreci ancak kaostan geçerse mükemmelliğe ulaşabilir. Karmaşa bizi sadeliğe, çelişki mutlaklığa götürür. “Estetik, erkeğe tabi, fakat yerine getireceği mütevazı, zorunlu görevleri bulunan bir kadın olarak doğmuştur. (Eagleton,2004, s.33). Yani yaratılan bir obje tıpkı bir kadın ve bir erkekten doğan çocuk gibi; ikisinin mükemmel bir karışımı iken yine de kendine has bir doğaya sahiptir. Erkeğin rasyonelliği ve pratik bir şekilde çözüme ulaşma hevesinin yanında, bir kadının zarafet ve çok yönlülüğüne sahip olmalıdır.

“Kant’a göre, estetik yargının temel paradokslarından kaçış yoktur. Estetik yargı hoş ama nesnel, bireysel ama evrensel, kendiliğinden ama zorunlu, kavramsız ama entelektüel, ahlaki öğretisi olmayan ama bizim ahlaki doğamızı açığa çıkaran bir şeydir” (Su,2013,s.159).

4.BÖLÜM

ÇALIŞMA AŞAMASINDA ÖRNEK TEŞKİL EDEN TASARIMLAR VE KİŞİSEL UYGULAMALAR

4.1. Tasarımda Karmaşa:

Philippe Starck'ın limonluğu böyle bir çalışmanın yapılma sebebi olarak gösterilebilir. Bu tasarım ele alındığında akla gelen sorular şöyleydi: İşlevini iyi bir şekilde yerine getiremeyen bu ürünün bir *tasarım ikonu* olarak tanımlanmasının nedeni neydi? Bir obje, hele ki işlevsel bir obje nasıl bu kadar etkileyici olabiliyordu? Heskett de *Tasarım* adlı kitabında bu tarz nesnelere bahsederken aynı obje üzerinden örnek veriyor:

‘ Juicy Salif’ adıyla Philippe Starck tarafından tasarlanan limon sıkacağı, belki de bu ürünlerden en çok tanınanıdır (kullanımla ya çok az ilgisi olan ya da hiç ilgisi olmayan ama ‘anlamları’ tarafından gerçekleştirilen keyfi biçimler alan ürünler). Starck bu nesnede de açıkça görüldüğü üzere, çarpıcı, olağan dışı biçimler tasarlama konusunda büyük bir yeteneğe sahiptir. Ancak bu alet yerine getirme iddiası taşıdığı pratik amacı karşılamaktan belirgin bir biçimde yoksundur. Bunun yerine bir ‘ev eşyası ikonu’ olarak işlev görmeye yönelmiştir (Heskett,2013.s.62,63).



Resim 7: Phillipe Starck tarafından tasarlanan “Juicy Salif”

Görüldüğü üzere Starck bu ürünü, modern eğilimlerle işlevini kusursuzca yerine getirmesi amacı ile tasarlamamıştır, belki de formun bütünlüğünü bozmamak adına

gerekli parçalardan feragat etmiştir. Karşımızdaki Fütüristik bir tasarımıdır. Zarif ama güçlü dikey strüktürü ile erildir. Ve kadına ait kabul edilen bir alanda kendisine yer bulmuştur. Kullanılmaktan çok bakılmak için yaratılmıştır. -tıpkı bir sanat objesi gibi- İşlevini tam olarak yerine getiremiyor oluşu tasarım değerinden, bir işlevinin oluşu ise sanat değerinden çalmaktadır. Ancak bu ürün ve benzerleri kendilerine ait başka bir değer alanı açmaktadırlar; o da objektif olarak bakan gözdeki imgesel bir estetik değerdir. “Estetik olan, aklın mükemmelliğinden pay alan, ama bunu ‘bulanık’ bir tarzda yapan varoluş alanıdır.’ Bulanıklık’ burada ‘karmaşa’ değil ‘kaynaşma’ anlamındadır.”(Eagleton, 2004, s. 32).

İçinde bulunduğumuz Postmodern tasarım çağında artık her kullanım nesnesi sanat objesine yaklaşmaktadır. Özellikle doğadan ilham alan tasarımcılar işlerinde organik formlar kullanarak bu durumun altını çizmektedirler. İngiliz Tasarımcı Ross Lovegrove bunlara örnektir. Doğaya öykünen ve atıflarda bulunan tasarımları ile bağlarını çoktandır koparmış olan insan ve doğa arasında yeni ilişkiler kurar, aradaki mesafeyi azaltır. Ty Nant firması için tasarladığı içinde su olmadığında çirkin, varoluş nedenini yerine getirirken bir o kadar güzel olan su şişesiyle ya da Vitra markası için tasarladığı lavabo ve duş tekneleriyle günlük hayatı güzelleştiren tasarımcılardan biridir.



Resim 8: Ross Lovegrove tarafından Ty Nant Firması için tasarlanan su şişesi



Resim 9: Ross Lovegrove'un Vitra için tasarladığı duş teknesi

Tabi ki bunun yanında çalıştığı markaların dışında kendi adıyla da bir marka değeri katmaktadır işlerine; tıpkı bir tabloda bahsederken nasıl onun niteliklerini tanımlamak yerine sadece bu bir Rembrandt diyorsak, evlerimizdeki nesnelere de tasarımcılarının adıyla tanımlamaktayız.

Her tasarımcıda/sanatçıda nesnelere dünyası ile ilgili başka bir boyut kavranmaktadır. Starck'ın tasarımı bize beğeniler dünyasındaki cinsel iletileri anlatırken, Lovegrove'un tasarımları ise doğa ile olan ilişkiyi, doğadaki güzelliği ve mükemmel uyumu hatırlatır. Özellikle Dekonstrüktif Mimariye ait binalar ise devasa heykeller gibi dikilir karşımıza, onlar karşısında hissettiğimiz yücelik ve tanrısallık aynı zamanda onları tasarlayan ve yapan insan karşısında da huşu duymamızı sağlamaktadır.



Resim 10: Frank Gehry'ye ait Chicago'daki Millenium Parkı



Resim 11: Zaha Hadid' e ait Wolfsburg' daki Phaeno Binası

Bu tasarımlarda gözüken karmaşık bir yapıdır, içerisinde karmaşadan doğmuş mükemmel bir uyum barındırır ve bu hali ile izleyiciyi etkilemeyi başarır. Karmaşa teorisyenleri/tasarımcıları bu konu üzerine düşünüp üretirler ki Cilliers'in diğer bilim insanları ile karmaşa kavramı üzerine geliştirdiği nitelikler şu şekildedir;

1. Karmaşık sistemler açık sistemlerdir
2. Dengeli olmayan koşullarda işlerler.

3. Karmaşık sistemler çok sayıda bileşenden oluşur. Bileşenler çoğunlukla basittir(ya da basit bileşenler olarak ele alınabilir).
4. Bileşenlerin çıktısı, girdilerinin bir işlevidir. Bu işlevlerden en az birkaçının çizgisel olmayan işlev olması gerekir.
5. Sistemin durumu girdilerin ve çıktılarının değerleri ile belirlenir.
6. Etkileşimler fiili girdi-çıkıtı ilişkileriyle tanımlanır ve dinamikdir (etkileşimlerin kuvveti zaman içinde değişiklik gösterir).
7. Bileşenler ortalama olarak başka birçok bileşenle etkileşime girer. Genellikle bileşenler arasında, farklı yollardan dolaymlanan, çok sayıda rota bulunur.
8. Etkileşimin bazı kesitleri kısa ya da uzun geri bildirim rotaları sağlar.
9. Karmaşık sistemler bileşenlere içkin niteliklerin değil, bileşenler arasındaki *etkileşimin* sonucu olan davranışlar sergiler. Buna bazen “zuhur etme” adı verilir.
10. Karmaşık sistemlerde asimetrik yapı (zamansal, uzamsal ve işlevsel örgütlenme) içsel dinamik süreçler üzerinden geliştirilir, korunur ve uygulanır. Yapı, bileşenler değişime tabi olsa veya yenilense bile korunur.
11. Karmaşık sistemler bir dizi ıraksak zaman ölçütü üzerinden davranış sergiler. Bu, sistemin çevresiyle başa çıkabilmesi için gereklidir. Sistemin çevresine hızla uyum gösterebilmesi de gerekir ama ancak en azından bir parçası, çevredeki değişikliklerden daha yavaş değişikliğe uğrarsa ayakta kalabilir. Bu parça, sistemin “belleği” olarak görülebilir.
12. Karmaşık bir sistemin birden fazla tanımı mümkündür. Farklı tanımlar sistemi farklı yollardan ayrıştırır. Farklı tanımlar aynı zamanda farklı karmaşıklık derecelerine sahiptir.(Cilliers,2010,s.103,104)

Burada yine karmaşayı bir süreç olarak ele almak mümkündür. Bu sürecin sonunda yapı mutlak halini alacaktır ki bu hal sadelik, estetiklik, yücelik vb. tanımlar içermektedir.

“Yaratıcılık” (sadece) hayal kurma veya azgın (postmodern) bir coşku olarak değil, imgelemin dikkatli ve sorumlu biçimde geliştirilmesi olarak da anlaşılmalıdır. Geleceği tasavvur etmek riskli olacaktır ama bu riskin doğası, bizim imgelemimizin niteliğinin bir işlevi olacaktır[...] Karmaşıklık açısından bakış, makul tutumların gerekliliğini savlar. Daha iyi bir gelecek olasılığını sağlamak için, kesinliğin ve kendine yeten bilginin küstahlığına direnmelidir. Alçakgönüllülük bir teslimiyet olamamalı,-öncelikle kendimize- meydan okuma görevi görmelidir.(Cilliers, 2010, s.114.)

Keith Robinson, *Karmaşıklık Metafizigine Doğru* isimli makalesinde karmaşık sistemlerden bahsederken şunları söylüyor;

İlkin, bir karmaşık sistem, birbirine ya yapısal ya da işlevsel olarak bağlı ve karşılıklı bağımlı unsurların veya bileşenlerin bir toplamı ya da gruplaşması olarak tarif edilebilir. Sistemin tamamı, parçalarının toplamına indirgenemez. Hatta bir bütün olarak sistemin parçalarında olmayan niteliklere ve özelliklere sahip olduğu söylenir[...]Sistemlerin birbirlerine bağlılığında önemli ve dengeli bir eşitliğe varıldığında, yani bağlılık seviyesinin yoğun bir şekilde karmaşıklaştığı veya iç içe geçtiği noktada, sistemin, kendi kendisini düzenleme davranışı sergilediği ifade edilebilir.(Robinson, 2010, s.129)

Bu tanıma bakıldığında ise Gestalt Kuramı ile fazlasıyla benzerlik gösterdiği görülecektir. Tarih boyunca üretilen teoriler aslında farklı isimler olsa da ya da farklı çalışma alanlarına mensup insanlar tarafından ortaya atılsa da birbirlerini destekler

niteliktedir. Bu da bizi bu teorilerdeki haklılık payının fazlalığı yönündeki iknaya zorlamaktadır.

Murat Arpacı yine Kaos Teorisinde tarihin başından beri karanlık yarık olarak tanımlanan kaosu kadın cinsel organı ile ilişkilendirir. Kadın içinde her türlü kötülüğü barındırmaya müsaitken erkeğin görevi onu iktidarı altına alarak ehlileştirmektir. Kadın, *kaos* yani düzensizliği ifade ederken erkek, *logos* yani düzeni ifade eder. “Kadın olarak doğmak, erkeklerin mülkiyetinde olan özel, çevrelenmiş bir alanda doğmak demektir” (Berger, 2013, s.46).



Resim 12: Frank Gehry’ e Ait Prag’daki Dans Eden Ev

Seramik sanatçısı Alev Ebuzziya ise en alışılmış formları öylesine bir sadelikle yeniden yorumlar ki çizgilerin ve oranların sihrine kapılırsınız. Çamurun şekillendirilmeye başlandığı çağlardan beri en çok üretilen çanaklar onun elinden eşi benzeri olmayan sanat eserleri olarak seyirci karşısına çıkmaktadırlar. İncelikleri ve yere deyme noktalarındaki illüzyonla sanki havada asılı duruyorlarmış hissi seyircisini ilk anda etkilemektedir.

Tüm bunların ışığında bu çalışma boyunca üretilen kişisel çalışmalar da çok çeşitli dayanak noktaları olan, her biri farklı açılardan izleyicisi ile ilişkiler kurma çabasında formlar olarak karşımıza çıkmaktadır.



Resim 13: Alev Ebuzziya Tarafından Koleksiyon için tasarlanmış “Karaf”

4.2.Kişisel Uygulamalar:

4.2.1.”2 Koltuk, 2 Ben”:

Çalışma sürecinde yavaş yavaş hem etrafımızdaki hem de kendi oluşturduğum nesnelere dişil ve eril yanlar olduğu, bunlarla kurulan ilişkilerde bize ilettikleri bu cinsel mesajların da etkili olduğu saptanmıştır. Cinsiyetlere göre üretilen eşyaların farklılık göstermesi elbette ki “emotional desing” (duygusal tasarım)’ ın bir parçasıdır ancak bu amaçla üretilmeyen ortak kullanım nesnelere karşısında onlardan edinilen mesajlarla farkında olmadan onlarla kurduğumuz ilişkinin değıştiği de kişisel bir çıkarımdır. Aşağıdaki “2 Koltuk 2 Ben” çalışması da bu mesajı iletmek üzere kurgulanmıştır. Buradan hareketle diğer işler de kadınsı ve erkeksi özellikleri açısından da değerlendirilerek bunların getirileri tartışılacaktır. Çünkü çalışma süreci sonunda çıkan sonuç da, bir tasarım ancak bu özelliklerin birleşiminden doğduğunda çok daha başarılı (işlevsel ve estetik açıdan) ve tamamlanmış bir obje olarak hayatını devam ettirmektedir.

Aşağıdaki posterde birbirinden farklı tarzlarda iki koltuk bulunmakta; bunlardan biri rahat görünümlü, kadife, geniş bir koltuk, diğeri ise deri bir ofis koltuğudur. Kadife koltuk bir kadın, bir anne gibi bizi sarmakta, ısıtmakta, kendimizi onun üzerinde çok daha güvende hissetmekteyiz. Tıpkı annesinin karnındaki bir bebek gibi cenin pozisyonuna doğru iter bizi. Ancak kadınlığın getirdiği davranışsal iletiler de vurgulanmıştır bu işlerde, bacaklar sımsıkı kapalıdır, bacak bacak üzerine atılarak kilitletirler, asla açılmamacasına, korku ve tehdit içindedir, o nedenle iyice küçülür, cenin pozisyonunda korumaya alır kendini; toplumsal baskıların hâkimiyetindedir.

Deri ofis koltuğu ise kendimizi üstün hissettirir toplumdaki erkek gibi. O nedenle onun üzerinde olabildiğine açık bacaklar, saklayacak bir şey yok, sahip olduklarıyla gururlu, son derece teşhirci ve tehditkârdır. “ Üst-bensel emirlerden biri olarak *kendini göstermek* ya da sadece varolmak için *görmek* hiç olmadığı kadar güçlüdür bugün.” (Kütahneci,2006,s. 151). Evet, ikisi de rahattır, ancak başka nedenlerden; birinin verdiği güvenin rahatlığıdır, diğeri ise üstünlüğüdür.



Resim 14: “2 Koltuk, 2 Ben” İsimli Poster Çalışması

4.2.2. “Cüret Edebilirsən Sürahi”:

Çalışma kapsamında ortaya çıkan işlerden biri olan bu sürahi tamamen işlevsel kaygılarla ve formsal çözümlenmelere odaklanmıştır. Bakan kişi burada bir yüz, bir vücut ya da başka şeyler görebilir ancak bunlardan hiçbirisi bu işte soyutlanmamış ya da vurgulanmamıştır. Tasarım suyun dökülmesi için öne çıkmış bir ağız, rahatça kavranabilmesi için daralmış bir orta kısım, elin hemen üzerinde kaymasını önleyecek bir çıkıntı, daha fazla su alması için genişlemiş bir alt gövdeden oluşmaktadır. Tüm bu işlevsel kaygılarla oluşturulmuş çizgiler cismin kaba halinden çıkarılması adına stilize edilerek form şimdiki haline ulaştırılmıştır.

Bu işi bir züccaciye dükkanında satılan nesneden ayıran özellik ise sergileme kısmında öne çıkmaktadır. İçerisinde bir içecek ile sergilenen sürahi bir standın üzerinde oluşu ile izleyicisine bir mesaj iletir. İzleyici bir sanat eseri ile mi yoksa bir servis objesi ile mi karşı karşıya olduğu konusunda bocalar. Standın üzerindeki bir eser olarak dokunulmazlığı vardır bu objenin, ancak bir servis objesi olarak davet eder; bu durum kamulaştırır onu. Tüm bunlar tabii ki estetik değer anlamında eksiltemez bu nesneyi ancak göstergesel olarak etkiler. İzleyicisine ilettiği mesajı değiştirir.

Sanat seyrinin özgül bir adab-ı muaşeretinin olduğunu öğrenmek için bir sanat müzesini bir iki defa ziyaret etmeniz yeterlidir[...].küçük harflerle ve saygılı konuşmalıyız; sergilenen sanat eserlerine asla dokunmamalıyız (tenimizdeki yağ bu nesnelere için zararlıdır); ve etrafımızda sanattan bizden daha iyi anlayabilecek bir kişi varsa herhangi bir tabloya ilişkin aptalca yorumlarda bulunmamalıyız. Güzellik saygı ister. Bütün bunlar kaçınılmaz olarak, bizim neye baktığımızı ve baktığımız şeyi etkiler. Nitekim müze ziyaretçileri müzeden çıkmadan önce mutlaka müzenin satış mağazasına uğrayıp[...].yeniden hayata dönmeye çalışırlar... Başka bir deyişle, müze mağazaları müzenin geri kalan bölümlerinde zımnen uygunsuz sayılan sakin/umursamaz bakışlar (alışveriş merkezlerinde beliren cinsten bakışlar) için bir sığınak sunar. (Leppert,2009,s.31)

O nedenle eğer cesaretiniz varsa bu bir sürahidir ve onu kullanabilirsiniz ya da bu bir sanat nesnesidir ve ona elinizi dahi süremezsiniz.



Resim 15: Sürahi Maketleri



Resim 16: “Cüret Edebilirsen Sürahi” Çalışması



Resim 17: “Cüret Edebilersen Sürahi” Çalışması

4.2.3.Limon Sıkacağı:

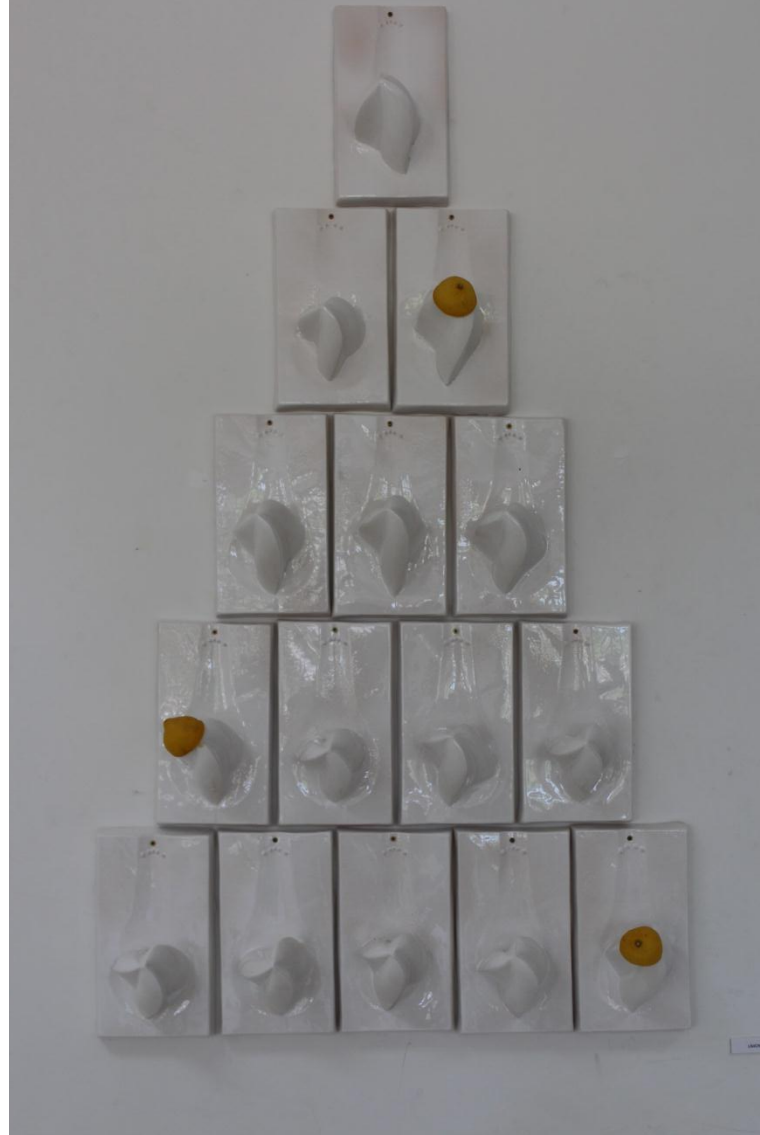
Bu çalışmanın ortaya çıkışında başlangıç ivmesini veren obje Philippe Starck'ın limon sıkacağıdır. Bu durum, çalışma kapsamında bir limon sıkacağı tasarlamının hem kaçınılmazlığına hem de özgün bir tasarım yapmanın zorluğuna götürür. Öncelikle bu kadar vurucu bir tasarım karşısında bir ürün tasarlamak iddiasının kendisi bambaşka bir karakter taşımayı gerektirmektedir. Bir şeyi aşmak istediğinizde aklınızda her zaman o olduğu için onun etkisinden çıkmak da mümkün değildir ne yazık ki. Bu nedenle ilk çizimlerde örnek tasarıma çok benzer dikey güçlü formların etkisinden kurtulunamamıştır. Ancak daha sonrasında kritiklerin de etkisi ile öncelikle farklı bir yüzeyle ilişkili bir ürün üzerine çözümler geliştirilmeye başlanmıştır. Duvara asılan ve yatayda kullanılan bu ürün işlevi için gerekli küçük yüzey hareketleri ile ışık ve gölge etkisini güçlendiren bir tasarıma dönüşmüştür.



Resim 18: İlk Limonluk Maketleri

Duvara çoklu olarak üçgen biçiminde sergilenen form erekte etkisini hala üzerinde taşımaktadır ki bu planlı olarak vurgulanan bir durumdur. Referans aldığı ürünle tek

ilişkisi belki de burada ortaya çıkmakta ve onun bu özelliğini vurgulamaktadır. Tabi ki bu düzenleme sadece sergiye ait bir detaydır.



Resim 19: Limon Sıkacağı



Resim 20: Limon Sıkacağı

4.2.4. “Dünya Bir Saksı”:

Seramik saksılar, belki de bu malzemenin kullanılmaya başlanmasından beri en çok yapılan ürünlerden biridir. Malzemenin şaşırtıcılığının ortadan kalktığı bu üründe tasarımcının avantajına yani üretkenliğindeki özgünlüğü adına beslenebileceği malzeme olarak sadece form ve işlev kalmaktadır.

Bir saksı tasarlama kararından sonraki ilk çizimler hep bir yerküre parçası formunda idi. Bir yerküre parçası ve üzerinde bir ağaç; doğaya yaklaşma adına atılımlar olarak nitelendirilmekten ileri gidemeyecek çabalar. Ancak endüstriyel bir üründen bahsediyorsak bu ürün kolay üretilebilir, kolay taşınabilir, az maliyetli yani az parça kalıptan üretilen bir ürün olmalıdır. Bu bizi geometrik ve birbirini tamamlayan formlara götürmektedir. Doku (pattern) oluşturan formlar hem taşımada kayıp alanı azaltması nedeni ile daha avantajlıdır hem de kullanıcıya modülerliği ile esneklik ve kişiselleştirilebilirlik sağlamaktadır. İki parçalı kalıptan üretilen üçgen prizma şeklindeki üst form ve yine alt parça kalıptan üretilen ayak ve fazla su haznesi ile saksı oldukça endüstriyel bir haldedir. Ancak baştaki toprak parçası şeklindeki çizimlerde olan etki, doğa ile kurulan bağlantı anlamında oldukça zayıf bir üründür. Bu nedenle çeşitli oksitler ile tekrar isli pişirim yapılan form isli ve topraksı görüntüsü ile hayal edilen etkiye yaklaştırılmıştır. Üzerindeki düzenlemeler ile o artık dünyadan bir parçadır. Yuvarlak, dolgun hatları, dairesel boşluğu ile toprak ananın bir betimlemesidir.



Resim 21: “*Dünya Bir Saksı*” İsimli Kişisel Çalışma



Resim 22: “*Dünya Bir Saksı*” İsimli Kişisel Çalışma

4.2.5.Duvar Karosu:

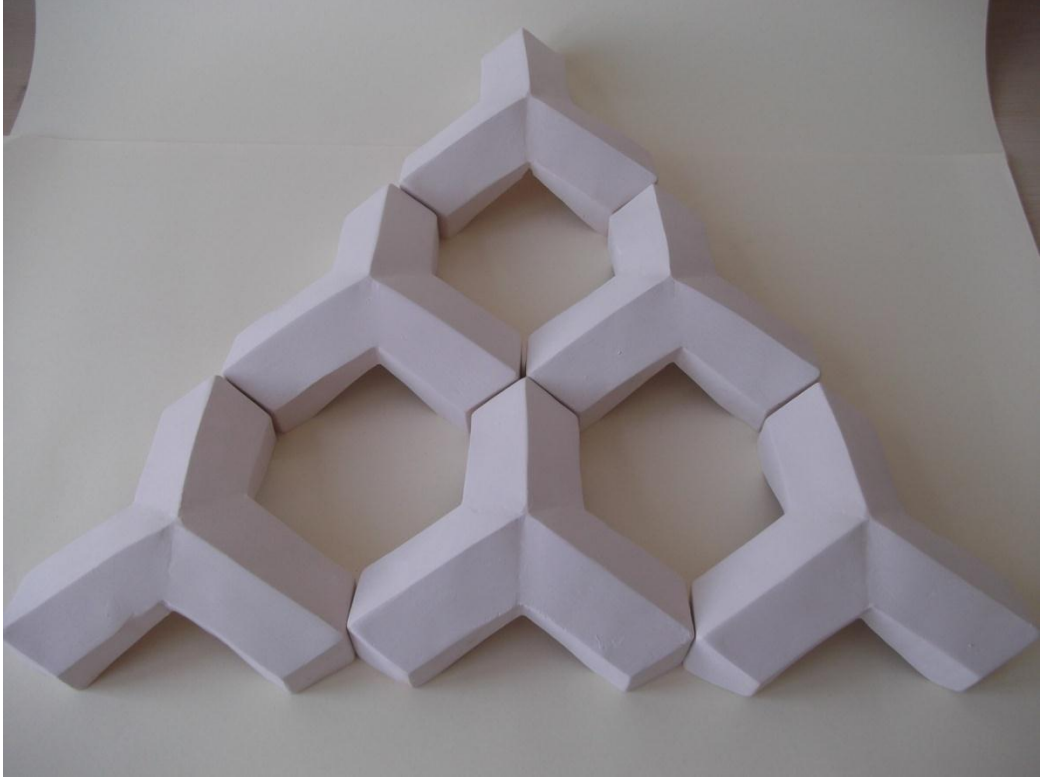
Modüler, dekoratif bir duvar çalışması olarak tasarlanan karolar dışarıdan bakıldığında malzemenin kendi rengi ve formu ile ortaya çıkan ışık-gölge etkisinden başka bir şey vaat etmemektedir. Ancak formların içerisinde kullanılan renkli sıranın parçalarının üzerine yerleştirildiği yüzeye yansımaları ile ortaya çıkan etki bir ayrıcalık olarak tasarıma eklenmiştir. Başlangıçta böyle bir etkiye neden ihtiyaç duyulduğu kavranamamış sadece bir hoşluk olarak nitelendirilmiş olsa da daha sonra okunan metinler bu yönelimi açıklar niteliktedir. Leppert kitabında yarı çıplak bir modelin resmedildiği bir tablodan

bahsederken şöyle demektedir; “Perde sadece tatmin edilemeyecek bir iştahı besliyor. İnceden inceye de olsa seyirciyle alay ediyor ve bize göstermediği kadına bakan ressamın ayrıcalıklı seyrini hatırlatıyor[...]yerine getirilmemiş bir vaat” (Leppert,2009,s.55).

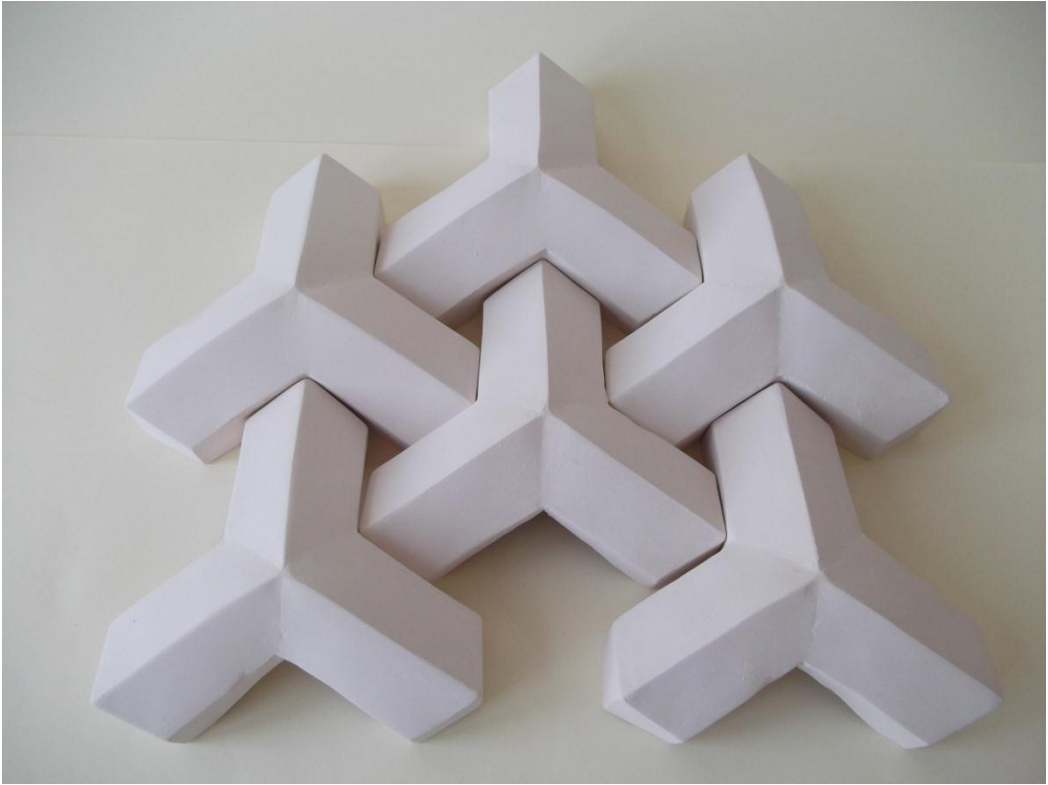
Evet, buradaki altı çizilmesi gereken söz budur; “*yerine getirilmemiş vaat*”. Ressam hem izleyiciyle alay etmekte hem de ona hayal etmek için bir alan bırakmaktadır. Kendi fantezileri ile tamamladığı bu resimden çok daha fazla zevk almasını sağlamaktadır. Gizem her zaman daha fazla ilgi çekmektedir.

Barthes, “Ne kültür ne de onun yıkımı erotiktir,” diye yazar; “erotik olan bu ikisi arasındaki boşluktur(...) hazzı etkileyen şey şiddet değildir, yıkım onu ilgilendirmez; onun arzuladığı şey bir yitirmişliğin, bir bağlantının, bir keskinliğin, bir darlığın yeridir, okuyucuyu tam da coşku anında kavrayan çözüştür.” Çıplak bir beden “bir giysinin boşluklar bıraktığı” bir yerden daha erotik değildir. Avangard teknikleri ya da geleneksel beklentilerin yıkılması, okunabilir bir söylem içindeki boşluklar olarak daha zevkli bir biçimde ürkütücüdür.(Culler,2008,s.112)

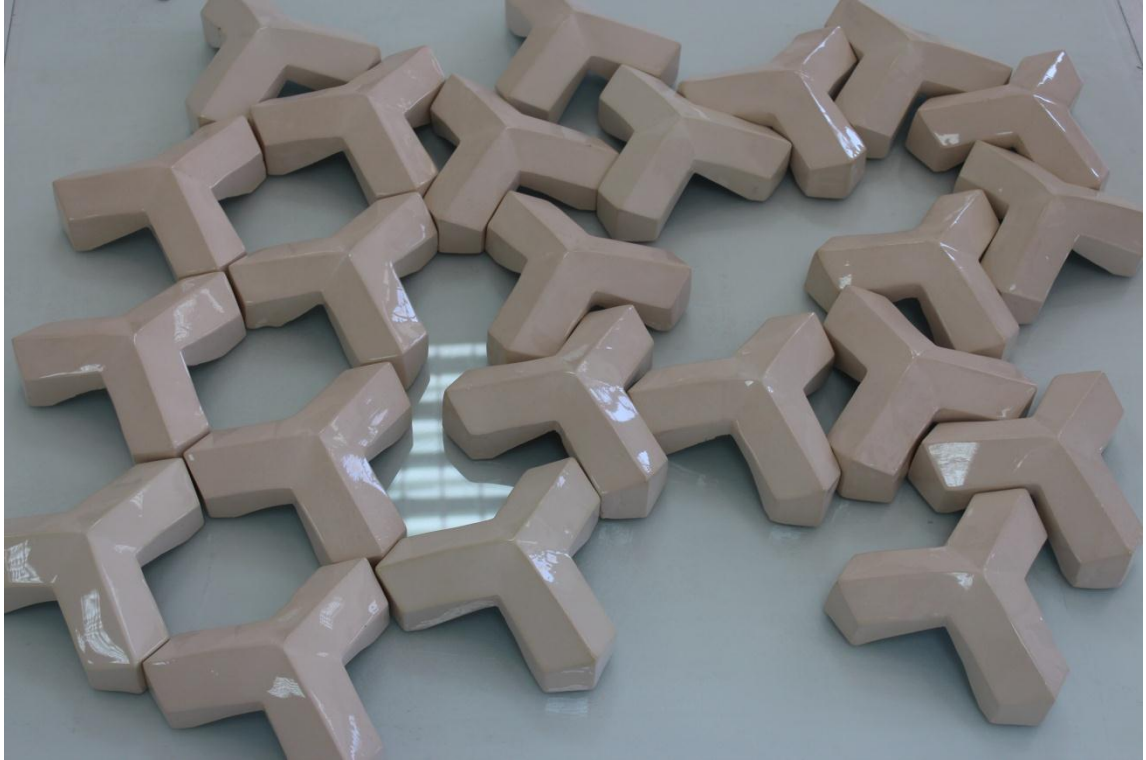
Tasarlanan karolarda da izleyici nerden geldiğini tam olarak algılayamadığı mavilikle tam olarak anlamlandıramadığı bir şeye bakıyor olmanın gizemini yaşamaktadır. Gösterilmeyen ancak hissettirilen bir ‘çekiciliktir’ bu.



Resim 23: Duvar Karosu alışması



Resim 24: Duvar Karosu alışması



Resim 25: Duvar Karosu Çalışması

4.2.6. “Duvar *Korosu*”:

Bir biblo ile heykeli birbirinden ayıran adet sayıları mıdır? O zaman serigrafi tekniği ile çoğaltılan sanat eserleri ne olacak? Heykeli yapan sanatçının bizlere anlattığı duygu mudur? Buradaki imge midir onu değerli kılan? O zaman Pollock’un *sanat için sanat* yaptığı eylem resimlerine ne demeli, ya da konstrüktif heykellere? Burada Pollock ruhsal/iç ritmini dökmüştür tuvale. Peki, öyleyse ben insanlara seri üretim karolar verir ve bunları istedikleri gibi duvarlarına yapıştırmalarını istersem? Onların yaptıkları da sanat mıdır? Boya ya da taş yerine başka bir malzeme kullanan ve iç ritimlerini duvarına döken sıradan insanı sanatçı olmaktan alıkoyan nedir? “Maddeyi anlamın algısal taşıyıcısı olan biçimden yoksun olarak sergilemek, sözcüğün tek geçerli anlamıyla pornografidir, yani insanın dünyayı zihinsel olarak algılama görevinin ihlalidir. Bir fahişe (Grekçe, porné), ruhsuz bir beden sunan biridir”(Arnheim,2012,s.163).

Diyor Arnheim, *Görsel Düşünme* kitabında. Ancak bir sanat eserindeki ruh tam olarak nedir? Biçim mi, içerik mi, öz mü?

Tüm bu soruların ışığında dairesel formdaki karolar sırlı pişirimin ardından tekrar isli pişirime atılmış ve daha sonra yüzeye kişisel *iç ritim* ile dizilmiştir bu çalışmada.



Resim 26: "Duvar Korosu" İsimli Kişisel Çalışma



Resim 27: "Duvar Korosu" İsimli Kişisel Çalışma

4.2.7. “Fincanda Bir İz”:

İyi bir tasarım doluluk ve boşlukların uyumundan doğmaktadır. Bir tasarımı bütünlük içinde bir sonuca ulaştırmak istiyorsak öncelikle gereksiz fazlalıkları atmak gerekir ki tasarımın temeli soyutlamadır. Objeyi kullanıcıya en saf hali ile verir ve kişinin onunla kendi ilişkisini geliştirmesini beklersiniz. “İnsanlar, algıladıkları bir nesne ile kendi idealleri arasında bir uygunluk duydukları zaman o nesneyi güzel olarak[...]duyumsamışlardır.” (Kagan,2008,s.116).

Tasarlanan fincan ve de altlığında da bu görüş üzerinden gidilmiştir. Bütünlüğü bozacak bir kulp eklenmemiş, kendi içinde zarif ve dinamik bir form oluşturulmaya çalışılmıştır. Dişi erkek gibi birbirine oturan alt ve üst parça birbiri ile uyum içindedir. Alt parçanın yere çok ince üç noktadan değen formu ile hem dengeli hem de hafif bir görüntü çizilmeye çalışılmıştır.

Tıpkı bir ordu gibi art arda dizilen fincanlar çok daha güçlü bir yapı oluşturmaktadır. En baştaki *liderin* üzerindeki ruj izi ise onu insana yaklaştıran, ilişki kurduran ya da zaten kurduğunu anlatan bir detaydır. Bu durum objeyi kibirli uzak tavrından alıp kişiye yaklaştıtır ancak stant üzerinde oluşu ile yine de kişiyle derin bağlar kurmasını engeller.



Resim 28: Fincan Çalışması İçin İlk Maketler



Resim 29: “Fincanda Bir İz” İsimli Kişisel Çalışma



Resim 30: “Fincanda Bir İz” İsimli Kişisel Çalışma



Resim 31: “Fincanda Bir İz” İsimli Kişisel Çalışma

4.2.8.Çanaklar ve Şişeler:

Çalışma boyunca belki de en zorlanılan ürün bir çanak tasarımı olmuştur. Zorluğunun nedeni, beslenilecek çok az veri sunması (çanak dediğimiz hali hazırda iç bükey bir formdur) ve ancak oranlarla oynama olanağı vermesinden kaynaklanmaktadır. Bir çanağın ulaşabileceği en üst noktada belki de Alev Ebuzziya'nın çanakları bulunmaktadır. Bunun dışında üzerine uygulanabilecek her türlü şey süslemeciliğe ya da aşırılığa yaklaşmaktadır bana göre.

Bu nedenle bir tasarımcı/sanatçıya düşen tek şey belki de bunu vurgulamaktır. Farklı oranlarda çekilmiş ya da kalıplanmış çanaklar ve de şişeler ancak oranları arasındaki karşılaştırma ile bize bir estetik kıyaslama sunmaktadır. Yine kadınsı ve erkeksi iletiler vermektedirler bizlere. Yüzeylerdeki küçük dalgalanmalar ve çizgilerle form hareketlendirilmeye çalışılmıştır. Yine bu uygulamadaki düzenli çizgiler ya da düzensiz çizgiler de estetik eğilimler adına deneme oluşturmaktadırlar. Ve de seramik bize üzerine uygulanacak sır ile bir farklılaşma imkânı sağlamaktadır.



Resim 32: Çanak Çalışması



Resim 33: Şişe Çalışmaları



Resim 34: Çanaklar ve Şişeler Çalışmaları

4.2.9.Kesme Tahtası:

Malzeme seçimi anlamında bekli de en şaşırtıcı olan seramikten bir kesme tahtası fikridir. Çoğunlukla ahşap ya da plastik malzemedен yapılan kesme tahtaları malzemenin dayanıksızlığından ileri gelen mikrop oluşturma ve tam temizlenememe sorununu da birlikte getirmektedir. Yine bu nesnelere ilgili diğer bir sorun sayılabilecek durum sıradan evlerdeki saklanma yerleri, yani musluk arkasındaki konumlarıdır.

Tüm bu parametreler birleştğinde ortaya üst kısmında kesilen malzemenin kaymasını önleyecek dokuları, dik konumda sergilenmesine olanak sağlayacak taban bölgesi ve tezgâh üzerinde bakan kişiye zevk verebilecek şekilde tasarlanmış bir alt yüzey ile bu form ortaya çıkmıştır. Hem kesme hem de servis yüzeyi olarak kullanılabilir ürün ayrıca üzerinde kesilen malzemenin kolayca tabağa alınmasına olanak sağlayan ve de suyunun akmasına engel olacak şekilde tasarlanmıştır.



Resim 35: Kesme Tahtası

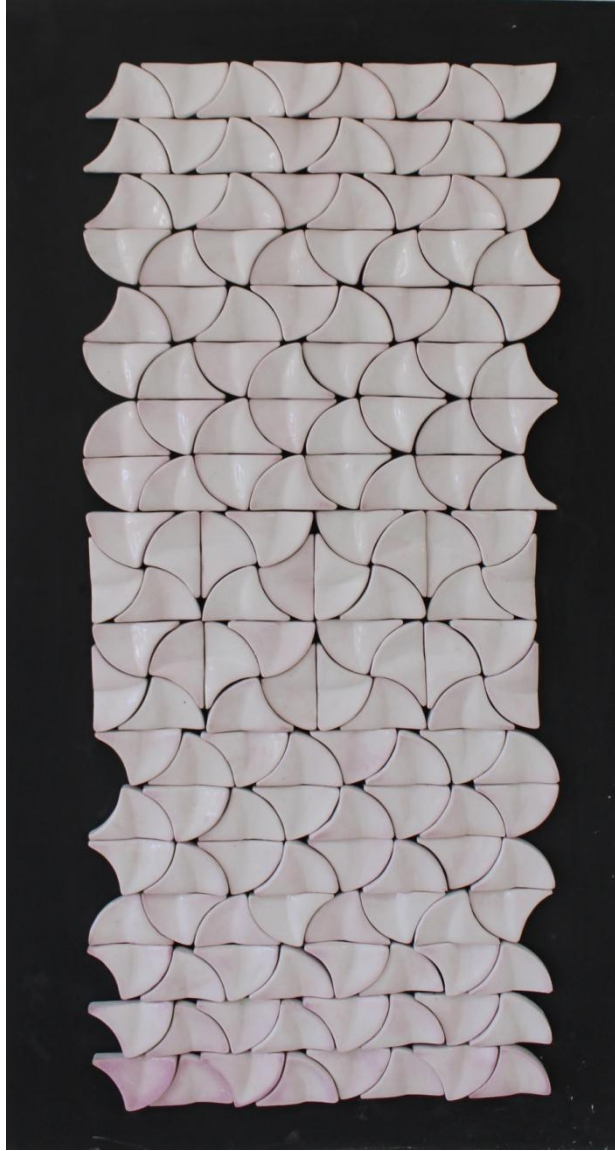


Resim 36: Kesme Tahtası

4.2.10. Duvar Çalışması:

Baştaki bölümlerde de belirtildiği gibi kişi tek ve özel olmak ister ve sahip olduğu nesnelere de bunun altını çizmek eğilimindedir. Seri üretim ürünler bu kaygıyı kişiselleştirilebilir ürünler ile bertaraf etmeğe çalışırlar.

Bu çalışmada işte tüm bu kaygılara yönelik üretilmiş kullanıcılarına farklı dizilim imkanları ile kişiselleştirilebilirlik sağlayan bir duvar çalışmasıdır.



Resim 37: Duvar Çalışması

SONUÇ

Bu çalışma boyunca insanların etraflarındaki objeler ile kurdukları ilişki ve bunların boyutları incelenmiştir. Nasıl ki insan anlaşılması zor, yaşadığı coğrafyaya, eğitim durumuna, etnik kökenine, karakterine, cinsiyetine, inancına göre farklılık gösteriyor ise etraflarındaki nesnelere ile kurduğu ilişkiler de bunun gibi çok çeşitli ve anlaşılması güçtür. Ancak tüm insanoğlundaki ortak olan özellik temel yaşam itkileri olarak basite indirildiğinde tüm davranışsal nedenleri de aynı şekilde basitçe ortaya dökülmektedir. Evet kişi sahip olduğu lüks ürünler ya da pahalı sanat eserleri ile prestij sahibi olur, evet kişi bakmaktan haz aldığı nesnelere karşısında hedonik itkilere kapılır, evet kişi beğendiği nesnelere sahip olmak ister fakat en temelde kişi tek ve özel olmak ister. Bir ortamda ya da bir kişi için ‘en’ olmak ister. Sonsuz ya da *iktidar* olmak ister. Ve de yaptığı ve sahip olduğu her şeyle buna ulaşmak ister.

Blau: Bir insanın başkaları üzerinde iktidara sahip olmaktan aldığı tatmin, başkalarının bu iktidara tabi olmanın doğurduğu mahrumiyete katlanmalarını gerektirir;[...] Bireyler birbirleriyle, ortak çıkarları olduğu için ahbablık ederler. Ama, ille de hepsi eşit fayda sağlamaz, ne de fayda sağlamanın maliyetini eşit paylaşırlar...(Akt: Douglas, Isharwood,1999, s.78)

Bu çalışmada eşyanın yan anlamları üzerine durulmuştur. Bununla birlikte ‘sanat eseri olarak kurgulanan ve yapılan bir objenin sanatsal değeri ancak sahiplenilene kadardır’ şeklindeki görüş kapsamında sanat objeleri de yan anlamları açısından değerlendirilmeğe alınmıştır.. Bir izleyici galeriden evine beğendiği eser ile dönüp bunu salonuna yerleştirdiği anda artık onun işlevsel de bazı özellikleri vardır. Dekorasyonun bir parçasıdır, evdeki bir eşyadır. Öyleyse bu objeyi yine estetik bulduğumuz için diğerlerinin arasından seçtiğimiz limonluktan ayıran nedir? Tek oluşu mu? Maddi değerinde ki üstünlük mü? Diğer yandan yukarıdaki bölümlerde de bahsedildiği gibi bir nesneden aldığımız estetik haz işlevinden bağımsız olarak ilerlemektedir.”Sanat eserinin “tapınma” değeri, Yeniçağda, “güzellik” değeriyle yer değiştirir. Tekniğin olanaklarıyla üretildiği çağdaki kopyada ise “sergileme” değeri öne çıkar”(Su, 2013, s.94).

Bir diğer kişisel çıkarım ise çevremizde gördüğümüzde etkilendiğimiz objeler ne yazık ki kendi elimizden çıktığında aynı hayranlığı hissettirmemektedir. Bunun belki de bir nedeni; bu objelerin diğer insanlar ile paylaşılması ve artık kişiye özel olmamalarından

ileri gelmektedir. Yani kişi tıpkı karşı cins ile kurduğu ilişkiye benzer bir ilişki kurmakta ürettiği nesnelere. Kafamda tasarladığım şekliyle bana heyecan veren fikir, form yaratılıp insanlarla paylaşıldığında aynı zamanda benden kopmuş da olmaktadır. Bu bir yabancılaşmadan ziyade kamulaşmadan ileri gelmektedir. Bir başkasının da eşit derecede beğendiği nesne benim için artık o kadar etkileyici değildir. Ancak bunu popüler/yaygın olan ürünler karşısındaki geri adımdan ayırmak gerekir. Kişi *genellikle* toplumdaki kendini ayırmak adına popüler/yaygın olan ürünlerden uzaklaşmaktadır. Çünkü bu ürünleri kullanmak bizi de diğer insanlar gibi yapmaktadır. Artık bir özelliğimiz diğerlerinden bir ayrıcalık ya da üstünlüğümüz yoktur ve bu durum insan davranışının başka bir biçimidir. Ancak baştaki durumda asıl sorun nesne ile kurulmuş daha derin kişisel bir bağlantıdan kaynaklanmaktadır. Bir yandan kişinin kendi yaptığı bir şey karşısında huşu duyması ancak kibirli bir karakter gerektirir diğer yandan kişiyi en çok heyecandıran belki de asla gerçekleştirmediği ya da kimseyle paylaşmadığı en gizli fantezileridir. Yani bir tasarımcı ya da sanatçı olarak *heykelsilikleri* ile etkileyecek ürünler yapma fikri burada kişisel tatmin anlamında kendini çürüten ve hayal kırıklığı getiren bir durumdur. Diğer yandan kişinin objeyle olan ilişkisi kişisel çıkar anlamında sonsuz yaşam, iktidar ve cinsellikle (dişil ve eril yanlar ve bunların kendi aralarındaki ilişkisi) bağdaştırılmıştır. Bu hayatın tüm alanlarına yansıtılmıştır. En temel itkilere biri olarak tüm davranışların temeline indirgenmiştir.

Buradaki diğer bir eleştiri bir eşya olarak endüstriyel metotla üretilmeye yönelik tasarlanmış ürünlerin gerçekleştirilmesindeki mükemmellikten uzaklıktır. Ancak eğer bu ürünler bir galeride stantlar üzerinde sergilenen ise makinede üretilmiş fabrikasyon ürünlerden beklenecek mükemmelliğin bu formlar üzerinde de olması ancak negatif bir etkidir. Bir galeri ile züccaciye dükkânının stantlarını birbirinden ayıran bir özellik de el yapımı ürünler sergilemesidir. Ayrıca bu formlar ancak fikrin somutlaştırılması ve anlatılması yolunda görselleştirme için yapılmış tasarlardan, form arayışlarından öte değildirler. Bugün nasıl bir enstalasyon (düzenleme/yerleştirme) karşısında uygulamanın mükemmelliği (yani ustalık kısmı, rötuş ya da montaj noktalarının saklanması gibi) - eğer sanatçı böyle bir yöntem seçmediyse- beklenmiyorsa bu ürünler karşısında da benzer bir beklenti içerisine girilmemesi gerekmektedir.

Ayrıca eşyanın sergilenmesi çok da yeni bir durum değil, evlerimizdeki vitrinler ile yüzyılları aşan bir gelenektir. Vitrinlerin korumak ya da saklamanın ötesinde sergileme özelliği göstermesi buradaki ürünlerin yine prestij (güzellikleri açısından da) nesnelere olarak kullanıldığını kanıtlar niteliktedir. Sıradan insan çok öncelerden beri incelikle üretilmiş kullanım nesnelere sanat ve tasarım arasında bir yerde konumlandırmıştır.

Bu çalışmanın amacı sanat objelerinin değerini azaltmak ya da işlevsel nesnelere de en az onlar kadar sanatsal bir değere sahip olduğunu kanıtlamak değil, bazı nesnelere bunlar arasında kendilerine yeni bir değer alanı açtığını vurgulamak ve kişinin bunlarla kurduğu ilişki ve bunun temellerinin anlaşılması konusunda akıl yürütmektir. Bu fikirlerin üç boyuta dönüşmesinde seçilen malzeme olarak seramik, farklı şekillendirme yöntemleri kullanılarak malzemeye özgü üstünlük ve estetik sunumları ile hedeflenen amaca diğer sanat dalları ile karşılaştırıldığında ayrı bir değer katacak ölçüde katkı sağlamaktadır.

Seramiğin ayırt edici yönlerini de ortaya koyması bakımından “eşyanın” anlamlarını inceleyen bu çalışmanın bir kaynak olması umulmaktadır.

KAYNAKÇA

- Arpacı, M. (Bahar 2010). Kaos, Khora, Beden ve Ötesine: Derrida, Foucault, Deleuze. *Cogito*. 62, 135,149.
- Arslan, A. (2001).*Felsefeye Giriş*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Arnheim, R. (2012).*Görsel Düşünme* (Rahmi Ögdül, Çev). İstanbul: Metis Yayınları.(1969).
- Asatekin, M. (1997). *Endüstri Tasarımında Ürün- Kullanıcı İlişkileri*. Ankara:ODTÜ Mimarlık Fakültesi Yayını 97.01.
- Barnard, M. (2010). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür* (M. Yılmaz, Ed.). Ankara: Ütopya Yayınları. (1998)
- Barthes, R. (2012). *Göstergebilimsel Serüven* (M. Rifat, S. Rifat, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.(1985).
- Berger, J. (2013). *Görme Biçimleri*. (Yurdanur Salman. Çev.). İstanbul: Metis Yayınları. (1972).
- Bergil, M. S. (1993). *Doğada/Bilimde/Sanatta Altın Oran*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Bilgin, N. (1991). *Eşya ve İnsan*. İstanbul: Gündoğan Yayınları.
- Cilliers,P.(Bahar 2010). Karmaşıklık, Yapıbozumu ve Görecilik(Şeyda Öztürk, Çev.).*Cogito*.62,100-114
- Culler,J.(2008). *Barthes*.(Hakan Gür, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.(1983).
- Biol,G(2006).Modern Mimarlığın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi. *Megaron, Mimarlar Odası Balıkesir Şubesi Dergisi*, Ekim, 3-16.
- Devrim, M. (Kasım 2002). Zanaatın Son Çılgılığı. *Art Decor*. 92, 138-144.

- Douglas,M, Isherwood, (1999).B. *Tüketimin Antropolojisi* (E. Attila, Çev.). Ankara: Dost Yayınları .(1996).
- Eagleton, T. (2004). *Estetiğin İdeolojisi* (B. Gözkan, Çev.). Ankara: Doruk Yayıncılık.
- Erdem,S. (1963). *Modern Sanat*. İstanbul: Kültür Kitabevi.
- Ergüven, M. (Güz 1996). Sembol ve Psikanaliz: Ölüler Adası. *Cogito*. 9,193-199.
- Foster, H(2004).*Tasarım ve Suç*. (E. Gen, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.(2002).
- Hançerlioğlu, O. (Kasım 2000). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Heskett, j. (2013). *Tasarım* (E. Uzun, Çev.). Ankara:Dost Kitapevi Yayınları.(2002).
- Işık Tüneri, F.(2005). Dresser'ın Tasarım Devrimi. *XXI*.30,48-50.
- İpşiroğlu,N. İpşiroğlu, M. *Sanatta Devrim*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.(2011).
- Kagan,S.M. (2008). *Estetik ve Sanat Notları* (A. Çalışlar, Çev.). İzmir: Karakalem Kitapevi. (1974).
- Kapucu, B. (Mart 1995). Arts&Crafts Hareketi. *Art Decor*.24,80-88.
- Kapucu, B. (Temmuz-Ağustos 1995). Art Déco Tarzı. *Art Decor*. 28-29, 18-19, 119-123.
- Kapucu, B. (Mayıs 1996).Philippe Starck. *Art Decor*, 38,1 42-147.
- Kütahneçi, M. (Kış 2006). Kültürde Bakış. *Cogito*. 49,145-155.
- Leppert ,Richard.(2009). *Sanatta Anlamların Görüntüsü: İmgelerin Toplumsal İşlevi* (İ. Türkmen, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.(2002).
- Miskeveyh, İ.(Kış 2006). Benlik Üzerine.(A. Sait Aykut, Çev.). *Cogito*. 49,19-28.
- Rifat,M. (2009).*Göstergebilimin ABC'si*. İstanbul: Say Yayınları.
- Robinson, K.(Bahar 2010). Karmaşıklık Metafiziğine Doğru.(Elis Simson, Çev.). *Cogito*. 62,115-134.

Sartre,J,P. (Nisan 2010). *Varlık ve Hiçlik* (T. Ilgaz, G. Çankaya Eksen, Çev.). İstanbul: İthaki Yayınları. (1905-1980).

Sena, C. (1972). *Estetik: Sanat ve Güzelliğin Felsefesi*. İstanbul: Remzi Kitapevi.

Shiner, L. (2004).*Sanatın İcadı: Bir Kültür Tarihi*(İ.Türkmen, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (1934).

Sözen, M. ,Tanyeli, U(2005). *Sanat Kavram ve Terimler Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitapevi.

Su, S. (2013). *Çağdaş Sanatın Felsefi Söylemi*. İstanbul: Profil Yayıncılık.

Tekelioğlu, O. (2003). *Foucault Sosyolojisi*. İstanbul: Alfa Aktüel Kitapevi.

Tez, Z. (1995). *Doğa Karşısında Pratik ve Teknik Uğraşı*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Tunalı, İ. (1997), Sanayi, İnsan ve Sanat. (Z. Gençaydın Hz.). 5. *Ulusal Sanat Sempozyumu: Sanayi ve Sanat* (74-80). Ankara: Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları.

Ulusoy, M. D. (2005). *Sanatın Sosyal Sınırları*. Ankara: Ütopya Yayınları.

Venturi,R.(Ocak 1991). *Mimarlıkta Karmaşıklık ve Çelişki* (Serpil Merzi Özaloğlu, Çev.). Ankara: Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı Yayınları.(1966).

Yaylalı,H(Şubat 2000). Tasarımda Modernizm. *Art Decor*, 83, 78-85.

Yılmaz, M. (2004). *Sanatın Felsefesi Felsefenin Sanatı* (N.Özüaydın, Çev.). Ankara: Ütopya Yayınları.

Elektronik Kaynaklar

Cognition and Xenodochy:Maslow's Hierarchy of Needs and Need Levels.(t.y.). Erişim: 19,03,2014, <http://www.xenodochy.org/ex/lists/maslow.html>

Tezler

Aslan, P.Ş. (2010). *Çağdaş Sanatta Nesne Ve Kişisel Uygulamalar*. Sanatta Yeterlik Çalışması, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Bingöl, B. (2008). *Mekan-Seramik İlişkisinde Plastik Sanatlar Ve Dekorasyon Kavramlarının İncelenmesi*. Sanatta Yeterlik Çalışması, Hacettepe Üniversitesi, Ankara

Savaş, U.T. (2004). *Endüstri Ürünü Nesneden Sanat Formuna*. Sanatta Yeterlik Çalışması, Hacettepe Üniversitesi, Ankara

Susamoğlu, F. (2004). *Sanatta Endüstriyel Nesne Ve Seramik Malzeme İle Yeniden Kurgulanması*. Yüksek Lisans Çalışması, Hacettepe Üniversitesi, Ankara

Uluslan, U.(2007). *Endüstri Ürünleri Tasarımında Sosyal Statü-Ürün Etkileşimi*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.