

T.C.
MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ GÜZEL
SANATLAR ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANASANAT DALI
TEKSTİL VE MODA TASARIMI PROGRAMI

SANAYİ DEVRİMİ SONRASI İÇ MEKAN
TEKSTİL ÜRÜNLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ
VE YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLAR

(Yüksek Lisans Tezi)

Hazırlayan:

20190228001 Şilan GÖKER EKİZ

Danışman:

Prof. Gaye KIRLIDÖKME BELEN

İstanbul - 2023

T.C.

**MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ GÜZEL
SANATLAR ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANASANAT DALI
TEKSTİL VE MODA TASARIMI PROGRAMI**

**SANAYİ DEVRİMİ SONRASI İÇ MEKAN
TEKSTİL ÜRÜNLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ
VE YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLAR**

(Yüksek Lisans Tezi)

Hazırlayan:

20190228001 Şilan GÖKER EKİZ

Danışman:

Prof. Gaye KIRLIDÖKME BELEN

İstanbul - 2023

Bu tez, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü tez yazım kurallarına uygundur.

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü tez yazım klavuzuna uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel etik kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak gösterdiğimi,
- kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- ücret karşılığı başka kişilere yazdırmadığımı (dikte etme dışında), uygulamalarımı yaptırmadığımı,
- ve bu tezin herhangi bir bölümünü bu üniversite veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı

beyan ederim.

Şilan GÖKER EKİZ

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ 1

III

ÖZET..... 2

IV ABSTRACT

..... VI 1. GİRİŞ

... 1 2.

SANAYİ DEVRİMİ SONRASI İÇ MEKAN TEKSTİL ÜRÜNLERİNİN

TARİHSEL GELİŞİMİ..... 5

2.1. Sanayi Devrimi’ni Hazırlayan Etkenler ve Sonuçları 11

2.2. Sanayi Devrimi’nin Avrupa’da Tekstil Sektörüne Etkileri 17

2.2.1. Arts and Crafts Hareketi..... 20

2.2.2. Art Nouveau Hareketi 25

2.2.3. Bauhaus 35

2.2.4. Anni Albers 38

2.2.5. Gunta Stölzl..... 40

2.2.6. Otti Berger..... 44

2.2.7. Jack Lenor Larsen 46

2.3. Sanayi Devrimi’nin Türkiye’de Tekstil Sektörüne Etkileri 50

3. 1990’LI YILLAR VE SONRASINDA İÇ MEKAN TEKSTİL ÜRÜNLERİNDE YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLAR 58

3.1. 1990’lı Yıllar ve Sonrasında Avrupa’da İç Mekan Tekstil Tasarımlarında

Gerçekleşen Yenilikler 60

3.1.1. Hermes 65

3.1.2. Marks & Spencer..... 67

3.1.3. Rubelli 69

3.1.4. IKEA 71

3.1.5. Marimekko	76
3.1.6. Zara Home.....	80
3.1.7. H&M	84
3.2. 1990'lı Yıllar ve Sonrasında Türkiye'de İç Mekan Tekstil Tasarımlarında Gerçekleşen Yenilikler	88
3.2.1. Vakko Home	93
3.2.2. Zorlu Holding	95
3.2.3. Persan	98
3.2.4. Rıfat Özbek	100
3.2.5. Haremlique	102
3.2.6. English Home	104
3.2.7. Madame Coco	106
4. SONUÇ...	
112 KAYNAKLAR.....	
115 ÖZGEÇMİŞ	
.....	125
ÖNSÖZ	

Sanayi Devrimi'nden günümüze sürekli gelişen teknoloji; yaşam stilleri ve iç mekan tekstil tasarımına doğrudan etki etmiş ve iç mekan tekstil ürünleri endüstrisinin günümüzdeki konumunu şekillendirmiştir. Gelişen teknoloji ile artan üretim hacmi, yeni hammaddelerin keşfi ve değişen yaşam koşulları ile paralellik gösteren tüketim tercihleri, iç mekan tekstillerinin çeşitliliğini artırırken; üretici ve tüketicuyu daha işlevsel, estetik ve sürdürülebilir ürün arayışına yönlendirmiştir.

İnsanlığın bireysel ihtiyaçlarının ilk sıralarında yer alan tekstil ürünleri sayesinde iç mekanlarda konfor ve estetik sağlanmakla birlikte, yaşam alanlarını kişiselleştirme imkanı da sunulmaktadır. Gelişen teknoloji ve tasarım yaklaşımları ile işlevselliği artan iç mekan tekstilleri, kullanıcı ihtiyaçlarına uygun çözümler sunmaya devam etmektedir.

Bu çalışma ile Sanayi Devrimi sonrasında oluşan ve büyümeye devam eden iç mekan tekstil endüstrisi; tasarım, ürün geliştirme, üretim ve pazarlama süreçleri açısından

irdelenmeye çalışılmıştır. 18. yy.'ın ikinci yarısında başlayan ve günümüzde artık Birinci Sanayi Devrimi olarak adlandırılan köklü endüstri devrimi, bugün gelinen noktanın başlangıcını ve temellerini oluşturduğundan, bu döneme çalışmada daha geniş yer verilmiştir.

Lisans öğrenciliğimden itibaren, bilgisini, desteğini esirgemeyerek çalışmalarına büyük katkıda bulunan başta tez danışmanım Prof. Gaye Kırıldökme Belen olmak üzere, desteğini esirgemeyen bölüm hocalarıma, yaşamın her anında manevi desteğini her zaman hissettiğim sevgili eşim Oğuzcan Ekiz'e, deneyimlerini paylaşmaktan çekinmeyen dostum Mehmet Eren Erdoğan'a, ailem ve arkadaşlarıma en içten teşekkürlerimi sunarım.

Mayıs 2023

Şilan GÖKER EKİZ

SANAYİ DEVRİMİ SONRASI İÇ MEKAN TEKSTİL ÜRÜNLERİNİN

TARİHSEL GELİŞİMİ VE YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLAR

ÖZET

Günümüz tekstil sektörünün önemli alt kollarından biri olan iç mekan tekstillerinin, Sanayi Devrimi'nden günümüze kadar gelen gelişmeleri, bu gelişmelerin insan yaşantısına etkilerini ve alanda yapılan yenilikleri derlemeyi amaçlayan, 'Sanayi Devrimi Sonrası İç Mekan Tekstil Ürünlerinin Tarihsel Gelişimi Ve Yenilikçi Yaklaşımlar' başlıklı tez çalışmasında; değişen yaşam koşulları ve tüketici ihtiyaçlarına yönelik iç mekan tekstil ürünlerini geliştirme süreçleri incelenmiştir. Bu çalışma ile, iç mekan tekstil endüstrisinin tarihi, teknolojik ilerlemelerin etkisi ve yenilikçi yaklaşımların sektöre olan katkılarını ortaya çıkarmak hedeflenmiştir.

Üç bölümden oluşan bu çalışmanın birinci bölümünde; iç mekan tekstil ürünlerinin tanımı, tekstil endüstrisindeki yeri, çalışmanın amacı, kapsamı ve yöntemi açıklanmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde, Sanayi Devrimi'ni hazırlayan etkenler ile bu etkenlerin Avrupa ve Türkiye'deki tekstil sektörlerine etkileri incelenmektedir.

Sanayi Devrimi'nden günümüze üretim süreçlerinde ve teknolojiye yaşanan değişim ve gelişmelere bağlı olarak İkinci, Üçüncü, Dördüncü ve Beşinci Sanayi Devrimleri

incelenmiştir. Sanayi Devrimlerine bağlı olarak artan üretim verimliliği ile hızlı ve köklü bir değişime giren toplumların yaşam standartlarındaki değişim ve gelenekten kopuş sebebiyle ürün estetiğindeki standartlaşmanın kaçınılmaz sonucu olarak Avrupa ve Türkiye’de sanat ile endüstri arasındaki bağ arayışlarına dair bilgiler yer almaktadır. Üçüncü bölümde, 1990 yılı ve sonrasında iç mekan tekstil endüstrisinin Avrupa ve Türkiye’deki üretim, tasarım ve pazarlama alanlarındaki yenilikler detaylı bir şekilde irdelenmiş ve karşılaştırılmıştır. Alt bölümlerde ise alana katkı sağlamış marka ve tasarımcıların ürettikleri yenilikçi iç mekan tekstil ürün örnekleri üzerinde durulmuştur.

Sonuç olarak, ilk Sanayi Devrimi’nden günümüze yaşanan teknolojik gelişmelere bağlı olarak, iç mekan tekstil endüstrisinin mevcut durumu ve uluslararası pazardaki yeri; sanatsal gelişmeler, rekabet ortamı, işbirlikleri, sektörel organizasyonlar aracılığı ile Türkiye ve Avrupa’da gelişmeye ve genişlemeye devam etmektedir. Günümüz yaşam koşulları ve tüketici davranışları, tekstil endüstrisini yalnızca üretim amaçlı olmaktan ziyade, üretim süreçlerinin şeffaflığı, insan-çevre, kalite ve tasarım odaklı unsurları da önemsemeye yönlendirmektedir. İç mekan tekstil sektörünün, sanat ve zanaatin endüstri ile buluştuğu önemli bir alan olduğu gerçeği ile işbirliklerinin ve bilgi paylaşımlarının önemi, yapılan araştırmalar ile ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Tekstil, Ev Tekstili, Tasarım, Moda, Marka



HISTORICAL DEVELOPMENT OF INTERIOR TEXTILE PRODUCTS AND INNOVATIVE APPROACHES AFTER THE INDUSTRIAL REVOLUTION

ABSTRACT

It is aimed to compile the developments of interior textiles, one of the important subbranches of today's textile industry, from the Industrial Revolution to the present day, the effects of these developments on human life and the innovations made in the field in this thesis titled "Historical Development of Interior Textile Products and Innovative Approaches After the Industrial Revolution". The processes of developing interior textile products for changing living conditions and consumer needs are examined. With this study, it is aimed to reveal the history of the interior textile industry, the impact of technological advances and the contributions of innovative approaches to the sector.

In the first part of this study, which consists of three parts the definition of interior textile products, their place in the textile industry, the purpose, scope and method of the study have been tried to be explained. In the second part, the factors that prepared

the 1st Industrial Revolution and the effects of these factors on the textile sectors in Europe and Turkey are examined. The Industrial Revolutions 2.0, 3.0, 4.0 and 5.0 are examined depending on the changes and developments in production processes and technology from the 1st Industrial Revolution to the present. This study contains information about the search for a connection between art and industry in Europe and Turkey as an inevitable result of standardization in product aesthetics due to the change in living standards of societies that have undergone rapid and radical change with increasing production efficiency due to the Industrial Revolutions and the break from tradition. In the third chapter, innovations in the production, design and marketing areas of the interior textile industry in Europe and Turkey in 1990 and later are examined and compared in detail. In the subsections, examples of innovative interior textile products produced by brands and designers who have contributed to the field are emphasized.

As a result, depending on the technological developments since the first Industrial Revolution, the current status of the interior textile industry and its place in the international market, it continues to develop and expand in Turkey and Europe through artistic developments, competitive environment, collaborations and sectoral organizations. Today's living conditions and consumer behavior direct the textile industry to care about factors such as transparency of production processes, humanenvironment focus, quality and design focus, rather than just production purposes. The fact that the interior textile sector is an important area where art and craft meet the industry and the importance of collaborations and information sharing have been presented through research.

Key Words: Textile, Home Textile, Design, Fashion, Brand



1. GİRİŞ

Endüstrileşmenin itici gücünü oluşturan tekstil üretimi, yüzyıllardır çağının koşul ve ihtiyaçlarına uyum sağlayarak gelişmiştir. 18. yüzyılda, Birleşik Krallık'ta buharlı makinelerin keşfi ile başlayan makineleşme süreci tüm dünyayı etkisi altına alarak Birinci Sanayi Devrimi'nin gerçekleşmesini sağlamıştır. Bu bağlamda bu tez çalışmasının amacı, Sanayi Devrimleri ile Avrupa ve Türkiye'de yaşanan kitlesel değişimlerin yalnızca tekstil sektörü ve sektöre etkilerini incelemek değil; aynı zamanda makineleşme ile yaşanan kalıcı değişikliklerin insan ve insan yaşamına, üretim ve pazarlama süreçlerine etkilerini de araştırmaktır. Aynı zamanda Sanayi Devrimi'nden bu zamana yaşanan ve İkinci, Üçüncü, Dördüncü ve Beşinci Sanayi Devrimi olarak da adlandırılan teknolojik gelişmelerin sosyolojik ve psikolojik etkilerinin tüketici ihtiyaç ve beğenilerine nasıl yansıdığını iç mekan tekstilleri özelinde analiz ederek alana katkı sağlamaktır. İç mekan tekstil ürünlerinin Sanayi Devrimleri ve bu süreçteki gelişimini Avrupa ve Türkiye özelinde irdelemek olan bu çalışmada öncelikle iç mekan tekstillerinin tanımı ve sınıflandırılması yapılmıştır. Devamında Türkiye ve Avrupa'da sanayileşme ile birlikte yaşanan gelişmeler irdelenmiş, bu gelişmeleri takip eden süreçte ürün tasarım, üretim ve pazarlamasında yaşanan değişiklikler, bu değişimlerin öncüsü olan akım, okul, tasarımcı ve markalar konu edinilmiştir.

İç mekan tekstilleri; ev, ofis, otel, restoran ve diğer kapalı alanlarda, fonksiyonel ve dekoratif amaçlarla kullanılan tekstil ürünleridir. İç ve dış mekan ile kamusal alanlarda kullanılan tekstil ürünleri ve bunların tamamlayıcıları olan iç mekan tekstil aksesuarları, genel olarak dokuma ve örme teknikleri ile üretilen kumaşların üretim esnasında veya baskı teknikleri ile desenlendirildikleri, buna çoğu zaman çeşitli nakış ve aplike yöntemlerinin de dahil edildiği ürünlerdir. Kullanım alanlarına göre, yatak odası, banyo, mutfak, oturma mekanları ve dış mekanlarda kullanılan tekstil ürünleri olarak kategorize edilebilirler. Bu tanımla birlikte, birçok üretici firma ve kuruluşun farklı kaynaklarında, iç mekan tekstil ürünleri daha çok ürün bazında; perdelik ve döşemelik kumaşlar, tüller ve danteller, yatak örtüleri, yenidoğan tekstilleri, battaniyeler, yastık, yorgan ve uyku tulumları, havlu ve bornozlar, çeyizlik, masa örtüleri, halı ve kilimler gibi çeşitlendirilerek kategorize edilmiştir.

Üretildikleri materyallere göre ise Sanayi Devrimi öncesi bitkisel ve hayvansal liflerden elde edilip iki ana başlık ile kategorize edilebilen tekstil ürünlerine sanayileşmeyle birlikte, yıllar içinde, sentetik lifler ve rejenere lifler de eklenmiştir.

Pamuk, keten, kenevir, kapok, jüt, rami, sisal ve bambu gibi bitkisel liflerden üretilen tekstil ürünleri dayanıklılıkları ve nefes alabilirliği ile yüzyıllardır kullanılmaktadır. İpek, yün, alpaka, tiftik gibi hayvansal liflerden oluşturulmuş tekstil ürünleri ise günümüzde hala ısı kontrolü ve ses yalıtımı gibi özellikleri ile iç mekanlarda sıklıkla tercih edilmektedir. Sentetik ve rejenere lifler ise bilim insanlarının doğal liflerden yola çıkarak, doğal liflerin en iyi özelliklerini aktarmaya çalışarak geliştirdikleri liflerdir. Yüksek sıcaklık dayanımı bulunan ve paslanmaz çelik hammaddesinden üretilen lifler, pamuk benzeri olmasıyla bilinen ancak ıslandığında artan dayanıklılığı ve pamuktan daha pürüzsüz oluşu ile Tencel lifi, iç mekan tekstillerinde daha çok yatak takımlarında kullanılan Lyocell lifinden üretilen kumaşlar ise yıkamadan oluşan yıpranmalara karşı dayanıklı ve yumuşaktır. Teknoloji ile bir araya geldiğinde sentetik ve rejenere lifler, doğal liflerden kendisini birçok güçlü özellik ile ayırmaktadır. İç mekan tekstillerinde gittikçe önemi artan güç tutuşurluk, leke tutmazlık, sıvı geçirmezlik ve ısı kontrolü gibi çeşitli avantajlar sunmaktadırlar.

18. ve 19. Yüzyıllarda tekstil söktörünün, Sanayi Devrimi'nin etkilerini deneyimleyen ilk sektörlerden biri olması, bu sektörün Sanayi Devrimleri ile ilişkisini güçlendirmekte ve yukarıda söz edilen değişimler ile bağlantılı olarak bu ilişkinin beraberinde getirdiği gelişmeler belirgin bir değişime işaret etmektedir. Geniş bir perspektiften bakıldığında, sanayi devrimlerinin ürün tasarımı ve üretim alanındaki ilerleyişi, toplumun daha fazla giyim, gıda ve konfora erişmesini sağlamış gibi görünse de; bu süreç, zaman zaman, ürün estetiğine verilen değerin (özellikle Birinci Sanayi Devrimi'nden sonra) azalmasına da neden olmuştur. Sanayi Devrimi'ni izleyen zamanda hızla genişleyen kentlerin mimarisinde ve daha geniş ölçekli tekstil ürünlerinin üretiminin kısa sürede başarılmış olması, seri üretim ile erken tanışan mimari ve tekstil sektörlerinde ürün kalite ve estetiğinde düşüşe sebep olmuştur. Bu düşüşün sebepleri arasında, hızla artan talebi karşılayabilmek adına üretime öncelik verilmesi; el işçiliğinin yerine makine üretimine geçiş ve kişiselleştirilmiş tasarımların yerini alan hızlı üretimin getirdiği standartlaşma, ürün estetiği ve özgünlüğündeki düşüş olarak örneklendirilebilir. Bu olumsuz gelişmeler özellikle sanatçı ve

tasarımcıları derinden etkileyerek onları alternatif arayışlara yönlendirmiştir. Üretimde makineleşmenin kaçınılmaz sonucu olarak da bu alanlarda tasarım faaliyetlerinin erken örnekleri verilmiştir. Endüstrileşmenin tekdüzeliği karşısında el emeğine dayanan üretimi savunan Arts and Crafts ve Art Nouveau akımları, makineleşme ile düşen üretim kalitesinin, ancak geçmişin el sanatlarına dönmek ile yükseltilebileceğini savunarak ortaya çıkmışlardır.

‘...Özellikle İngiltere’de, eleştirmenler ve sanatçılar, sanayi devrimi sonucu el sanatlarında görülen gerilemeden büyük bir üzüntü duyuyorlar ve bir zamanlar büyük bir anlamı ve kendince soyluluğu olmuş süslemelerin, artık makineler tarafından yapılan ucuz ve adi kopyalarından nefret ediyorlardı. John Ruskin ve William Morris gibi kişiler, sanat ve zanaatlarda kapsamlı bir reformun hayalini kuruyorlardı. Onlar, ucuz seri üretimin yerini, dürüst ve anlamlı olan el işçiliğinin almasını istiyorlardı.’ (Gombrich, 1950)

Var oluşları itibariyle tasarım kavramına derinden bağlı olan tekstil ve mimari gibi sektörler için Arts and Crafts, Art Nouveau gibi akımlar önemli birer basamak halini almıştır. Bu akımların etkisi ve dünyaya katkısı Alman Bauhaus okulunun kurulmasıyla zirveye ulaşmıştır. Endüstrileşmenin itici gücünü de yanına alarak endüstri, sanat, zanaat ve estetiği bir araya getirerek yeni bir yaklaşım sunulmuştur. Bauhaus okulu öğrenci ve öğretmenleri, kendilerinden önceki akımların mirasını devralarak Bauhaus’un yenilikçi yaklaşımını dünyaya tanıtmış ve modern tasarımın temellerini atmışlardır.

Bauhaus öncülüğünde birçok okul diğer üretim alanlarıyla birlikte tekstil tasarımını da seri üretim açısından ele almıştır. Bu anlayışın devamında, II. Dünya Savaşı sonrasına rastlayan dönemde iç mekanlar için endüstride üretilen tekstillerde yeni yaklaşımlar sunulmuştur. Bu yeni yaklaşımların önemli temsilcileri Jack Lenor Larsen, Gunta Stözl, Anni Albers gibi sanatçılardır.

Dünya’da Sanayi Devrimi’ne bağlı olarak teknolojik gelişmeler birbiri ardına gelirken her devlet bu gelişmeleri aynı oranda takip edecek fırsatı yakalayamamıştır. Bu durum, 18. yüzyılda başlayıp 19. yüzyılda hız alan ilk Sanayi Devrimi’nden bu güne dünyadaki ülkeler açısından böyle devam etmektedir. Türkiye, coğrafi avantajlarına

rağmen Osmanlı İmparatorluğu'nun içinde bulunduğu siyasi kargaşalar ve geleneksel yapısının etkisi altında kalarak bu gelişmelere geç ayak uydurmuştur. Söz konusu gelişmeleri uygulayabilmek adına batılılaşma yönünde adımlar atılmışsa da, geleneklerine oldukça bağlı olan Osmanlı devleti için bu, yavaş ve zorlu bir süreç olmuştur. 18. yy.'ın ikinci yarısında İngiltere'de başlayıp Kuzey Avrupa ve Kuzey Amerika kıtalarına yayılan bu gelişmeler sonucu her alanda olduğu gibi iç mekan tekstil ürünlerine olan talep de giderek artmıştır. Bunun sebebi değişen yaşam koşulları ve moda olgusunun ticaret koşullarını değiştirmesi olarak değerlendirilebilir. Bütün sektörlerin, insanların yaşam kalitesini arttırmaya yönelik ürünleri pazara sunmaya zorlandığı bu süreçte; giyim, iç ve dış mekan tekstil ürünlerinde ürün grupları çeşitlenmiştir.

Bu çalışma kapsamında sanayileşmenin başladığı tarihten günümüze kadar olan süreçte, iç mekan tekstilleri açısından insan ihtiyaçlarının tekstil endüstrisinin gelişimine etkileri, geleneksel ve teknolojik üretim süreçlerinde yaşanan değişimler, iç mekan tekstil sektörünün dünyada kapladığı alanın önemi ve endüstriyel alanda bu gelişmelerin yol açtığı yenilik arayışlarının belirlenip alana etki eden tasarımcılar ve markalar irdelenmiştir. Sözü geçen tasarımcı ve markaların; AR-GE, üretim, tasarım ve pazarlama süreçlerindeki başarılarına odaklanılmış, bu isimlerin güncel moda eğilimlerinin belirlenmesindeki öncü rolleri kronolojik bir sıra içinde ele alınmıştır. İncelenen tez çalışmalarından farklı olarak Sanayi Devrimi'nin başlangıcından günümüzü kapsayan süreçte, Avrupa ve Türkiye'deki iç mekan tekstil tasarımcıları ve markaların alana kronolojik sıra ile katkıları; bu katkıların sosyolojik, psikolojik ve tarihsel etkileri konusunda kaynak araştırması, literatür tarama, veri toplama ve konu derlemesi yöntem olarak belirlenmiştir.

2. SANAYİ DEVRİMİ SONRASI İÇ MEKAN TEKSTİL ÜRÜNLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Buharlı makinelerin keşfi ile başlayan Sanayi Devrimi, üretim süreçlerinde yarattığı büyük etki ve verimlilik ile Modern Çağ olarak bahsettiğimiz yeni bir dönemin başlamasını sağlamıştır.

Artan üretim verimliliği sayesinde Sanayi Devrimi, toplumları hızlı ve köklü bir değişime sokmuştur. Yaşanan değişim ve gelişmelerin kaçınılmaz sonucu olarak sanat ve tasarımın yanı sıra tekstilden mimariye, mobilyadan dekorasyona kadar toplumu ve insanı ilgilendiren hemen her alanda değişimler söz konusu olmuştur. Bu nedenle Sanayi Devrimi sadece sanayi ile ilişkilendirilmeyip yaşamın her alanına olan etkisi ile irdelenen bir gelişmedir.

'Sanayileşmedeki ilerlemelerle birlikte makineler, buhar gücü ve sıkı denetim altındaki çok katlı fabrikalar ortaya çıkıyordu: İlk başlarda sadece daha büyük işletmeler ve biraz daha fazla iş bölümü vardı, sonra bir ara bazı makineler devreye girdi, arkasından su ve buhar gücü ve buna paralel olarak da daha kapsamlı bir makineleşme; böylece öyle bir aşamaya geliniyordu ki artık eski becerilerin çoğu füzuli, eski çalışma biçimi ise imkansız hale geliyordu.' (Shiner, 2001)

Genel adı ile Sanayi Devrimi, toplumları etkileyen büyük endüstriyel gelişmeleri ifade ediyor olsa da tarihsel olarak toplumların geçirmiş oldukları sanayileşme süreci, günümüze gelinen süreçte 6. aşamanın konuşulmaya başlandığı noktadadır.

Sanayi Devrimi, buharlı makinelerin on sekizinci yüzyıldaki icadı ile tüketim toplumundan üretim toplumuna geçişi ve tekstil endüstrisini önemli ölçüde etkileyen dönemi simgelemektedir. Endüstri 1.0 el zanaatları ve atölye tarzı işletmeciliğin yerini alan ve aynı zamanda insan ve hayvan gücüne/enerjisine dayalı üretimin yerine, su ve buhar gücüyle çalışan mekanik tezgahların üretime sokulduğu dönemi kapsar. (Aksoy, 2017) Bu dönemi takip eden süreçte hızla gelişim gösteren

teknoloji, elektrik enerjisinin üretim alanlarında kullanılmaya başlanması, çelik endüstrisindeki gelişmeler ve radyo gibi buluşların ortaya çıkması ile İkinci Sanayi Devrimi dönemi başlamıştır. Elektrik enerjisinin seri üretimde kullanılmaya başlanması ile İkinci Sanayi Devrimi, otomotiv gibi seri üretime ihtiyaç duyulan sanayilerin gelişimini hızlandırmıştır. Henry Ford bu dönemde yeni enerji türü elektriği üretimde kullanarak seri üretime geçişi gerçekleştirmiş ve Endüstri 2.0 döneminin sembolü olmuştur.(Aksoy, 2017) Radyo, uçak ve otomobil gibi icatlar sayesinde iletişim ve ulaşım alanlarında da büyük gelişmeler yaşanmıştır. Tüm bu gelişmelerin yanında kontrolsüz enerji kullanımı sebebiyle 1980'lere gelindiğinde

dünyada fosil yakıt tüketimi zirveye çıkmış, bu da ufukta bir iklim krizini göstermeye başlamıştır.

'20.yüzyılın ilk on yılında elektriğe dayalı iletişim, petrolle çalışan içten yanmalı motorla birleşerek İkinci Sanayi Devrimi'nin doğmasını sağladı. Fabrikaların elektriğe kavuşması, seri üretim çağını başlattı ki bunların en önemlisi arabalardı. Henry Ford, benzinli Model T arabasını üretmeye başlayarak toplumun zaman ve mekana uyumunu değiştirdi. Birdenbire milyonlarca insan atlarını ve at arabalarını otomobillerle değiştirmeye başladı. Benzine artan talebi karşılamak için yeni yeni gelişen petrol sanayisi, arama ve sondajlama işini hızlandırdı ve ABD dünyanın önde gelen petrol üreticisi haline geldi.'
(Rifkin, 2014, s.56)

İkinci Sanayi Devrimi döneminde aşırı hammadde kullanımına bağlı olarak baş göstermeye başlayan iklim krizi özellikle tekstil sektörünü yeni arayışlara zorlamıştır. Tekstil sektörü su kullanımı, atık su üretimi, kimyasal hammadde kullanımı gibi nedenlerle önemli çevresel etkileri olan ve dünya genelinde büyük bir hacme sahip olan endüstrilerdendir. Bu yönüyle yenilenebilir ve sürdürülebilir üretim modellerine geçiş konularının gündeme geldiği ilk sektörlerden biri de olmuştur.

Birinci ve İkinci Sanayi Devrimleri'nde olduğu gibi Üçüncü Sanayi Devrimi'nin geliş de kaçınılmaz ve toplumların yaşamında önemli etkileri olan bir dönem olmuştur. Dijitalleşmenin temellerinin atıldığı bu dönemde yenilenebilir enerjinin önemi artmış, sanayide otomasyon teknolojileri kullanılmaya başlanmış, internet sayesinde bilgi erişilebilirliği artmıştır. 'Bilişim çağı' olarak adlandırılan bu dönemde otomasyon teknolojisinin gelişmesine bağlı olarak robotik teknoloji de önemli ölçüde gelişme kaydetmiştir.

'Üçüncü Endüstri Devrimi ise, 1970'lerden 2010 yılına kadar süren dönem içerisinde üretimin otomasyonu ve sayısallaşması olarak tanımlanmaktadır. Yani aynı zamanda çeşitli alanlardaki teknoloji (bilgisayar, mikroelektronik, fiber optik, lazer) kadar bilimsel alanlardaki (telekomünikasyon, nükleer, biyotarım ve biyogenetik) ilerlemelerin üretimin yönünü ve biçimini etkilemesi olarak da bilinmektedir. Bu devrimde enerji kaynağı olarak yenilenemez kaynaklardaki

sıkıntılar ve çevresel kaygılarla, güneş ve rüzgâr gibi yenilenebilir enerji kaynakları olmuştur.’ (Davutoğlu, 2020)

1950’li yıllarda ilk bilgisayarın tanıtılması, otomasyon ve üç boyutlu yazıcıların geliştirilmesi gibi dijital gelişmeler yeni bir devrin, yani Üçüncü Sanayi Devrimi döneminin başlangıcı olmuştur. Hızla gelişen teknolojinin beraberinde başta otomotiv, tekstil, inşaat gibi sektörler gelişmiş, üretim insan elinden çok robotlar ve otomasyon sistemleri ile yapılır hale gelmiştir. Kısacası Üçüncü Sanayi Devrimi, üretimde dijitalleşme sonucu elektronik ve bilgi teknolojilerinin kullanımını ifade etmektedir. Yani işletmeler bilgi üretme, işlemeleştirme ve bilgi iletişim alanında sağladığı gelişmelerle, bir patlama geliştirerek zamanımızda ekonomik ve stratejik dengeleri değiştirecek nitelik kazanmıştır (Davutoğlu, 2020)

Sanayide ve tüm dünyada yaşanan gelişmelerin her biri birbirini etkilerken bütün sektörler sıklıkla tekstil sektörüne ihtiyaç duymaktadır. Tekstil sektörünün tüm sektörler için yerleşik bir yere sahip olması çeşitli faktörlere dayanmaktadır. Örneğin, uzay bilimleri, tıp, inşaat, ziraat ve otomotiv gibi birçok sektörde ihtiyaca yönelik temel malzeme üretiminin sağlandığı tekstil sektöründe, Üçüncü Sanayi Devrimi dönemine gelindiğinde ‘teknik tekstiller’ terimi ortaya çıkmıştır.

“Teknik tekstil deyince, ‘estetik ve dekoratif özelliklerinden ziyade, öncelikle teknik performansları ve fonksiyonel özellikleri için üretilen tekstil malzemeleri ve ürünleri’ anlaşılmaktadır. Özel olarak tasarlanan, herhangi bir üründe veya proses dahilinde veya yalnız başına belirli bir özelliği yerine getirmek amacıyla kullanılan malzemeler ‘teknik tekstil’ olarak tanımlanmaktadır.” (İTKİB Genel Sekreterliği Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi, 2008)

Teknik tekstillerin konuşulmaya başlandığı bu dönem ile birlikte sektörde yenilikler gün geçtikçe daha çok teşvik edilmiştir. Günümüzde yaşamın her alanında kullanılan akıllı tekstiller ve nanoteknoloji gibi ileri teknolojilerle tekstil sektörü çeşitlenmeye başlamıştır. Teknik tekstillerin yaşam alanlarındaki kullanımları ile dekoratif özelliklerinin yanında kumaşlar fonksiyonellikleri ile insan yaşamını kolaylaştırmaya başlamıştır. Nem kontrolü sağlayan nevresimler, yanmaz özelliği bulunan perdeler, leke tutmaz özellikteki koltuk kumaşları ve kan basıncını ölçen minder kılıfı gibi ürünler ev içi yaşam kalitesini arttırmaktaya devam etmektedir.

Hızla gelişen teknoloji, robotik sistemler ve hayatımıza giren yapay zeka kavramı ile Dördüncü Sanayi Devrimi yani Endüstri 4.0 terimi ilk olarak 2011 yılında, Almanya Hannover Fuarı'nda dile getirilmiştir. 'Nesnelerin interneti' olarak anılan bu gelişmiş yapı, yalnızca kendi kendini yönetebilen küçük ev aletleri, araçlar, akıllı ev sistemleri olarak değil, aynı zamanda kendi kendini yönetebilen fabrikaların dahi üretim yapabilmesine olanak sağlamaktadır.

‘Önceleri internet, insanları tüm dünyaya ve birbirine bağlayan bir ortam sunuyordu. Bugün ise Nesnelerin İnterneti’nden, yani cihazların başka cihazlarla iletişim kurarak hayatı kolaylaştırmasından söz ediyoruz. “Nesnelerin, yani cihazların fiziksel olarak birbirlerine ve fonksiyonel olarak internete bağlanması” şeklinde özetleyebileceğimiz bu sistem, günlük yaşantımızı kolaylaştırmak açısından büyük önem taşıyor. Örneğin akıllı ev teknolojileri, Nesnelerin İnterneti çözümüne dayanıyor. Buzdolabınız, eksik malzemeleri belirleyip cep telefonunuza mesaj gönderiyorsa, bunu Nesnelerin İnterneti sayesinde yapabiliyor.’ (Siemens Sanayi ve Ticaret A.Ş. “Endüstri 4.0 Yolunda, E-bülten)

Yapay zeka sayesinde dijitalleştirilebilen tasarım ve alışveriş deneyimleri ile tekstil sektöründe de önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Kullanıcıların yaşamlarını kolaylaştırırken medikal destek de sunan kişiselleştirilebilen ürünlere bir örnek olarak ‘horlama önleyici yastık’ verilebilir. Hanwei markasına ait yastığın tanıtımında internet sitesinden edindiğim bilgilere göre, yastığın içerisinde bulunan sensörler sayesinde kişi horlamaya başladığında yastığın içinde harekete geçen bölümler, başı hafifçe yana çevirerek kişinin horlamasını engellemekte ve kullanıcıya sağlıklı bir uyku deneyimi sunmakta. Ayrıca akıllı telefonlara bağlanabilen uygulaması sayesinde gece boyunca ne kadar verimli uyunduğu analiz edilirken kişinin karşılaşılabileceği olası hastalıklara karşı da bildirimler göndermektedir. (Resim 2.1.)

üzerine odaklanıldığını gözlemlemek mümkün olacaktır. Endüstri 5.0, insan zekasının bilişsel hesaplamayla uyum içinde çalışması ve bunun sonucunda insan/kullanıcı merkezli ürün ve hizmetlerin ortaya çıkması nedeniyle insan ve makine arasındaki işbirliğine odaklanmaktadır. (Aslam, vd., 2020:9)

Endüstri 4.0 ile birlikte hayatımıza giren kurgusal evren (metaverse) kavramı ile birlikte dijitalleşen dünyanın kişiselleştirilmesine giden yol açılmıştır. Metaverse; meta (ötesi) ve universe (evren) kelimelerinin birleşiminden oluşmakta, yani ‘evren ötesi’ anlamındadır. Kullanıcıların avatarlar ile birbirleriyle, özel yazılımlar aracılığıyla iletişim kurabildikleri, etkileşimde bulunabildikleri yeni nesil bir internet olarak ifade edilmektedir (Duan, vd., 2021:1)

Sanal ortamda yeni bir dünya, yaşam alanı yaratılıyor olduğu gerçeği gün geçtikçe daha alışılmaya başlanan bir kavram haline gelmiştir. Özellikle Covid-19 pandemisinin itici gücü ile yaygınlığını artırmayı başaran metaverse kavramı, gerçek dünyanın dijital yansıması olarak karşımıza çıkan bu durum, artırılmış gerçeklik uygulamaları, oyunlar, dijital müzik platformları, iş, eğitim, sağlık, konser, sanal müze gezintileri ve sanal defileler gibi pek çok alanda kullanım potansiyeline sahiptir. Bu yönü ile, özellikle sanal bir kamusal alan oluşturmayı vaat eden Metaverse’ün, vaat ettiği kamusal alanın sanal para birimleri de kripto para piyasasında işlem görmektedir. (Pazarlamasyon, 2022)

Endüstri 5.0 ile Zara, H&M, Gucci gibi tekstil sektöründen Metaverse evrenine hızla atılım yapan markaların sanal ürünlerini satın almak, yeni bir benlik oluşturma yönelimi haline gelmiştir. Aynı zamanda, sanal deneyimlerle somut alışveriş yapabilme imkânının da mümkün olduğu bu yeni dönemde, yaşam alanları için alınmak istenen ürünlerin evdeki konumu telefon yardımıyla ölçülebilmekte ve tahmini boyut, renk gözlemi yapılabilmektedir.

Dünya, Beşinci Sanayi Devrimi gelişmeleri ile yeni yeni tanışırken, 6. Sanayi Devrimi’nin zemini hazırlanmaktadır. Yapay zekanın duygusallaşmasının mümkün olup olmadığı tartışmaları ile birlikte, teknolojik gelişmeler insan-makine arasındaki bağı yeniden tanımlamaktadır. Sanayi Devrimlerinin etkisi altında dünyayı saran ekonomik ve teknolojik gelişmeler günümüzde Avrupa ve Türkiye’yi de kapsayan

önemli değişikliklere yol açmıştır. Birinci Sanayi Devrimi'nin başladığı yer olan Avrupa, gelişmelerin öncüsü olarak sanayileşme, makineleşme, dijitalleşme ve üretim süreçlerinde önemli ilerlemeler kaydetmiştir. Sanayi Devrimlerine Türkiye birçok sebepten dolayı geç adapte olmuş, modernleşme sürecine çok daha geç girmiştir. Bu gecikmenin en önemli sebeplerinden biri Osmanlı Devleti'nin kendi içinde yaşadığı iç karışıklıklar, çöküş dönemine girilmiş olması; bir diğeri ise eğitim ve teknolojik alt yapı eksikliğidir. Osmanlı Dönemi'nde ilk adımları atılan makineleşme süreci, Avrupalı şirketlerin tekstil fabrikalarına yaptıkları yatırımlar ile başlamıştır. Ancak asıl atılımlar bağımsızlığı her değer üzerinde gören Mustafa Kemal Atatürk ve Cumhuriyet dönemiyle birlikte yapılmıştır. 1930'lardan sonra Türkiye'nin sanayileşme politikaları ve Türkiyeli iş insanlarının da tekstil sektörüne yaptıkları yatırımlar sayesinde büyük sanayi tesisleri inşa edilen ve teknik eğitimlere verilen önem ile Türkiye; özellikle tekstil, otomotiv, gıda, kimya ve çelik gibi sektörlerde güçlü bir endüstriye sahiptir.

2.1. Sanayi Devrimini Hazırlayan Etkenler ve Sonuçları

Sanayi Devrimi, on sekizinci yüzyılda İngiltere'de buharlı makinelerin icadı ile başlamış, makineleşmiş endüstrinin hızlı üretimi ve biriken sermayenin etkisi ile on dokuzuncu yüzyıla gelindiğinde tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Sanayi Devrimi'ni içinde bulundurduğu 'devrim' terimiyle birlikte değerlendirdiğimizde, toplumda yaşanan ani ve köklü değişimi anlamak daha kolay olacaktır.

Kendisini etkileyen pek çok farklı disiplin açısından incelenen Sanayi Devrimi, ilk olarak demir-çelik ve tekstil sektöründe pamuklu dokumacılık alanında başlamış ve diğer sektörlerle yayılmıştır. Bu hızlı yayılma ülkelerin ekonomisinde hızlı, üretim yapısında köklü değişikliklere yol açmıştır. Tarımda da yaşanan gelişmeler sayesinde arazilerde daha az insana ihtiyaç duyulduğundan, köylerden kentlere göç başlamıştır. Bu göç dalgasıyla birlikte şehir yaşamında önemli değişiklikler yaşanmıştır. Toplumların sosyolojik, psikolojik ve ekonomik yapılarında yaşanan değişimler, yaşam standartlarında da gözle görülür yükselişi beraberinde getirmiştir.

Endüstriyellemenin öncesinde lüks sayılan kahve, şeker, çay gibi ürünler artık orta ve alt sınıflar için ulaşılabilir olmanın yanı sıra bir ihtiyaç haline gelmiştir. Hızlı nüfus artışına paralel olarak yaşam ömrünün uzaması, tüketimi arttırmış ve geniş çaplı

kaynak sömürülerine sebep olmuştur. Sömürgecilik baş göstermiş, küçük burjuva ve orta sınıf güçlenmiştir.

Sanayi Devrimi'nin büyük oranda etki ettiği ve gelişmelerin birbiri ardına geldiği sektör, tarım ve dolayısıyla tekstil sektörü olmuştur. Makineleşmenin ilk örnekleri olan iplik eğirme, jakarlı dokuma ve çırçır makinesi gibi makinelerin (Resim 2.2.) icadı ile tekstil üretimi büyük ölçüde hızlanmıştır.



Resim 2.2. İlk Çırçır Makinesi Örneklerinden. ²

Tekstilde endüstriyel üretim yöntemlerinin gelişmesini sağlayan en önemli buluşların başında 1733 yılında John Kay tarafından icat edilen dokuma mekiğidir. John Kay'ın, 'Flying Shuttle' (Resim 2.3.) adını verdiği düzenek ile atkı ipliği tezgahın bir ucundan diğer ucuna hızlı bir şekilde ilerleyen bir mekanizmaya sahipti ve bu sayede dokuma kumaş üretiminde çığır açan bir hızlanma gerçekleşti. Bu icat, tekstil üretiminde önemli bir dönüm noktası olarak kabul edilmiş, beraberinde daha fazla iplik ihtiyacını doğurmuştur. Hızlanan üretim ile açığa çıkan iplik ihtiyacı ise 1764 yılında, İngiliz mucit James Hargreaves'in bulduğu 'Spinning Jenny' yani iplik eğirme makinesi (Resim 2.4.) ile karşılanmıştır. Aynı anda birden fazla iplik eğirebilen bu makine sayesinde iplik üretimi hızlanmış, bu sayede el tezgahlarında eğrilen ipliklerin yarattığı iplik ihtiyacı karşılanmıştır.

² https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87%C4%B1r%C3%A7%C4%B1r_makinesi#/media/Dosya:Cotton_gin_EWM_2007.jpg Erişim Tarihi 06.04.2023



Resim 2.3. Flying Shuttle. ³



Resim 2.4. Spinning Jenny. ⁴

³

https://en.wikipedia.org/wiki/Flying_shuttle#/media/File:Gro%C3%9Fsch%C3%B6nau__muzeum_dama%C5%A1kov%C3%A9_a_smy%C4%8Dkov%C3%A9_tkaniny_7787.jpg Erişim Tarihi: 10.05.2023

⁴ https://en.wikipedia.org/wiki/Spinning_jenny#/media/File:Spinning_jenny.jpg Erişim Tarihi: 10.05.2023

Üretim yöntemleri ve makinelerinin hız kesmeden geliştiği bu dönemde her yeni icat yeni bir açığı doğurmuş, giderek hızlanan üretime karşılık tüketim aynı hızda ilerlemiştir. 1769 yılında Richard Arkwright tarafından ‘Water Frame’ adı verilen

dokuma makinesi icat edilmiş, Edmund Cartwright tarafından 1785 yılında icat edilen buharlı dokuma makinesi ve 1820 yılında geliştirilen ve su gücüyle çalışan dokuma makinesi Power Loom (Resim 2.5.) sayesinde dokuma fabrikalarında endüstrileşmenin ilk adımları atılmış; pamuk ve yünlü dokuma sanayinde gelişmeler sağlanmıştır.



Resim 2.5. Su Gücü İle Çalışan Dokuma Makinesi ‘Power Loom’.⁵

1793 yılında ‘Cotton Gin’ yani çırçır makinesi Eli Whitney tarafından icat edilmiş; pamuk liflerini kozasından ayırmaya yarayan bu icat sayesinde çok daha fazla oranda pamuk daha kısa sürede işlenip iplik haline getirilebilmiştir.

1801 yılına gelindiğinde tekstil üretimini bulunduğu noktadan çok daha ileri noktaya taşıyacak olan Joseph-Marie Jacquard tarafından ilk programlanabilir kart sistemli dokuma makinesi olan ‘Jacquard’ (Resim 2.6.) yani jakarlı dokuma tezgahı icat edilmiş, bu sayede girift desenli kumaşların üretiminde büyük kolaylık sağlanmıştır.

⁵ https://en.wikipedia.org/wiki/Power_loom#/media/File:Strickmaschine_im_Museum.JPG Erişim Tarihi:10.05.2023

Programlanabilir yapısı ile bu tezgah, sadece karmaşık yapıli desenleri daha hızlı dokumakla kalmamış, aynı zamanda elle üretime kıyasla daha az iş gücüne ihtiyaç duyulan bir tekstil üretimine de imkan sağlamıştır.

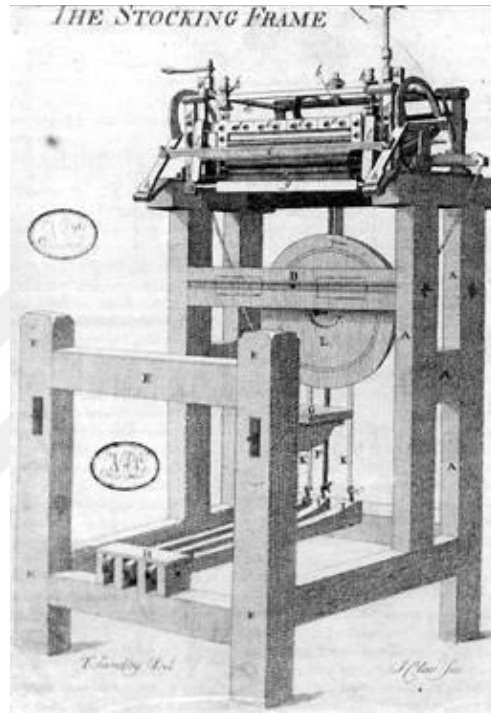


Resim 2.6. Joseph-Marie Jacquard Tarafından İcat Edilmiş Jakarlı Dokuma Tezgahı. ⁶

Dokuma kumaş üretiminde olduğu kadar örme kumaş üretiminde de büyük ölçüde mekanizasyon, fabrika üretimi ve teknolojik ilerleme kaydedilmiştir. Geliştirilen triko ve raşel makineler sayesinde karmaşık desenler çalışılabilmiş; farklı doku ve tuşelerde kumaşlar üretilmeye başlanmıştır.

⁶ <https://www.allonrobots.com/joseph-marie-jacquard/> Erişim Tarihi:06.04.2023

İlk çorap örgü makinesi (Resim 2.7.) 1589 yılında İngiliz William Lee tarafından tasarlanmıştır. Tekstil endüstrisinin makineleşmesindeki erken örneklerden biri olan bu makine; zamanla kumaş, nervür ve 1800’lü yıllara gelindiğinde dantel örebilen makineler halini alarak sürekli gelişim göstermiştir.



Resim 2.7. İlk Çorap Örgü Makinesi. ⁷

Örme makinelerinin hız ve hassasiyeti geliştikçe farklı kumaş türleri yüksek kalitede üretilmeye başlanmış, karmaşık desenler üretilmiş kurulan fabrikalar sayesinde büyük miktarlarda üretim yapılmıştır.

Makinelerin çalışma prensibi teknik olarak el örmeciliği ile benzerlik göstermekte, tek bir yönde hareket eden ipliğin birbiri içinden geçerek ilmeği oluşturması mantığına dayanmaktadır. Örmenin geniş boyutlu ve ıslık geçirgenliği kontrol edilebilen kumaş

üretimindeki en ekonomik ve hızlı yöntem olması, özellikle perde ve güneşlik üretiminde sıkça kullanılmasını sağlamaktadır.

Sanayi Devrimi'nde önemli yere sahip olan bu icatlar sayesinde seri üretime geçilen tekstil sektöründe üretim yöntemleri çeşitlenmiş, ürün kalitesi yükselmiş ve daha büyük ölçekli ürünler daha kısa zamanda üretilmeye başlanmıştır. Öncelikli olarak Avrupa'da başlayan bu gelişmeler, zamanla tüm dünyayı olduğu gibi Türkiye tekstil sektörünü de etkilemiş; üretim kapasitesi ve kalitesini artırarak sanayileşme yolunda önemli bir adım olmuştur.

2.2. Sanayi Devrimi'nin Avrupa'da Tekstil Sektörüne Etkileri

Birinci Sanayi Devrimi öncesi toplumlar, çoğunlukla tarım ve zanaat ile geçimini sağlayan; ürünlerin el emeğiyle evlerde üretildiği ve dolayısıyla küçük ekonomiye sahip toplumlardı. Sosyal yapılanmalar geniş aile, köy, küçük şehir devletleri gibi küçük yapılanmalar olduğu için henüz işçi sınıfı ve burjuva gibi toplumdaki ekonomik uçurumlar oluşmamış, sınıf farklılıkları belirginleşmemişti. Toplumun büyük çoğunluğunu oluşturan, tarım ve zanaatçılıkla geçimini sağlayan ve birkaç kuşağın bir arada yaşadığı aileler için gelenek olgusu, topluma uyum sağlamadaki önemli bir dayanak idi. Bu sebeptendir ki yıllar boyunca sanat ve zanaat arasındaki bağ, gelenek ile güçlenmiş ve ayakta durmayı başarmıştır. İlerleyen dönemlerde tasarımcılar estetik ve işlevselliği bir arada tutabilmek adına geleneksel yöntemleri kullanmış, bu yolla üretilen her ürün kültürel kimliğin oluşmasında ve geleceğe aktarılmasında büyük rol oynamışlardır. Yaşamın her alanındaki üretimleri geçmişten aldığı mirasla gerçekleştiren toplumlarda üretimdeki estetik detaylar kiliselerdeki mobilyalardan, mimariye, ev tekstilleri ve giysilere kadar büyük önem taşımaktaydı.

Sanayi Devrimi öncesi tekstil üretimi genellikle evlerde veya atölyelerde yapılmakta, yaşamın her alanında elde dokunmuş kumaşlar kullanılmaktaydı. Dokuma tezgahının icadından sonra ise dokuma ustaları ve ressamalar arasında önemli iş birlikleri yapılmış; ressamaların tasarladığı desenleri dokuyan ustalar yüksek kaliteli ve özgün kumaşlar üretmişlerdir. Dokumada kullanılan malzeme içeriği ise küreselleşmenin henüz başlamadığı dönemlerde jeopolitik konuma göre değişmekteydi. Özellikle İngiltere'de

yün ve keten gibi kumaşlar yayginken, Çin’de ipek ve Hindistan’da ise pamuklu kumaşların üretim ve kullanımı yaygındı.

Sanayileşme adımlarının atıldığı ilk ve en belirgin bölge olan Avrupa’da modern toplumun temelleri atılmış, burada başlayan sanayileşme süreci tüm dünyaya yayılarak tarım tabanlı toplumları, endüstriyel ve şehir merkezli bir yapıya doğru değiştirmiştir. Fabrikaların kurulması ile üretim süreçlerinde yaşanan radikal değişimler, üretimi hızlandırmıştır. Merkezileşen üretim sayesinde daha büyük ölçekli üretimin mümkün hale gelmesi, yerel üretim ve zanaatçılığın yerini fabrika üretiminin alması ile sonuçlanmıştır. Fabrikalaşma ile yükselen üretim hızı ile tüketici talebi doğru orantılı olmuş, bunun sonucunda ise sermaye birikimi artmış ve ekonomik büyüme hız kazanmıştır. Artan talebin karşılanması amacıyla oluşturulan yeni düzen beraberinde birçok problemi de getirmiştir. Bu problemlerden ilki kırsaldan kente çalışmak amacıyla gelmiş olan fabrika işçilerinin hayatlarındaki köklü değişiklikler olarak verilebilir. J. M. Roberts, Avrupa Tarihi kitabında şu sözlerle yer vermiştir:

‘Fabrika işçisinin tekdüze bir rutin içinde çalışmaktan dolayı yaşadığı düş kırıklığı, kişisel katılımının dışlanması, arka planda bir başkasının kârı için çalışma duygusunun bulunması; zanaatkârların dünyasının kaybolmasından dolayı büyük bir üzüntü duymanın yanında işçinin ürettiği ürüne yabancılaşmasının acısıyla birleşiyordu.’ (Roberts, 1996, s.453)

Bir diğer problem ise ürün estetiğinde yaşanan düşüş olmuştur. Standartlaşan üretim süreçleri sebebiyle ürün kalite ve estetiğindeki standartlaşma; sanat, özgünlük, estetik kaygı ve zanaati kısa bir süre içerisinde geri plana atmıştır. Endüstriyel üretimin hızlı tempodaki taleplerini karşılayabilmek adına yapılan tekdüze ve özgünlükten uzak tasarımlar sebebiyle, tekstil ürünleri örneğinde, kısa bir süre içerisinde birbirinin neredeyse aynısı olan ürünlerin piyasayı sarması ile sonuçlanmıştır. Geniş ölçekten bakıldığında bu problem, zaten her alanda sığağı sığağına değişikliklerin yaşandığı Avrupa’da toplumun estetik anlayışını da etkiler olmuştur. Gelişen teknoloji ve artan üretim hızının kaçınılmaz sonucu olarak daha önce benzeri görülmemiş çeşitlilikte ürün piyasaya sürülmüş, birbiri ardına gelen yenilikler sayesinde ürün kalitesi artmıştır. Ancak hızlı makineleşmenin geleneğe yabancılaşması da bir o kadar hızlı olmuş, artan üretim ve tüketim hızına yetişmek zorunda olan yapılaşma döneminin kendine özgü

bir üslubunun olmayışı, sektör fark etmeksizin her alanda tekdüzeliğe sebep olmuştur. Dokuma ustası olarak çalışan ustaların fabrikalarda makine operatörü olarak çalışmaya başlaması, seri üretimin hızı ile başa çıkamayan marangoz atölyelerinin fabrikalarla rekabet edememesi gibi sebeplerle gelenek ve zanaat her alanda saf dışı kalmış; E. H. Gombrich'in Sanatın Öyküsü kitabında 'gelenekten kopuş' olarak adlandırdığı bu dönem, toplumların yaşam ve çalışma koşullarını, estetik algılarını kökünden değiştirmiştir.

“Daha da kötüsü, sanayi devriminin gelmesiyle zanaatkârlıkta görülen gerileme, gelenekten yoksun yeni bir orta sınıfın doğuşu, “sanat” maskesi altında bir sürü kaba ve ucuz ürünün ortaya çıkması, toplumdaki beğenin gerilemesine yol açmıştı.” (Gombrich, 1950, s.502)

Makineleşme ile başlayan Modern Çağ sürecinde tasarım ve el sanatlarına bağlı kalmanın önemini vurgulamak amacıyla birçok akım başlamış; sanatçılar yeni bir tasarım ve sanat anlayışını gelişen teknolojiyle birlikte ele almayı hedeflemişlerdir. Böylece tekdüzeleşen ve özgünlükten uzaklaşan tasarım kolları için yeni bir üslup oluşturulabilecekti. Üslubun önemi konusundaki bu yeni farkındalık sayesinde birçok sanat okulu ve tasarımcı sonraki nesillere sanat ve endüstriyi birleştirebilmek adına binlerce eser miras bırakmışlardır. Geleneksel el işçiliğine dayalı üretimlerin önemini vurgulayacak birçok yeni akım ve bu akımları destekleyecek okulların açılması da bu sürecin önemli bir sonucu olarak görülebilir. Sözü geçen bu akım ve okulların döneme ve günümüze damga vuranları, Art Nouveau, Art Deco, Arts & Craft, Bauhaus'tur.

Bireyin kendisine ve topluma yabancılaştığı bu yeni dönemle bağ kurmanın ancak sanat ve el işçiliğinden geçtiğini savunan William Morris, Sanayi Devrimi ile gelen bu yeni döneme öncülük etmiştir. Sosyalist fikirlere sahip, Arts & Craft ve Art Nouveau akımlarının öncüsü Morris'in bakış açısı birçok sanatçı tarafından benimsenmiş, desteklenmiştir.

Yirminci yüzyıla gelindiğinde sanat ve endüstri arasındaki derin ayrımı ortadan kaldırmayı hedefleyen Bauhaus okulunun kurulması ise birçok farklı disiplini etkilemiş; tekstil, endüstriyel tasarım, mimari, mobilya tasarımı, grafik tasarımı gibi birçok alanda modernizmin temeli oluşmuştur. Tekstil sektörü örneğinde, sanatçılar

dokuma ustalarıyla birlikte çalışmış, tekstil ve dekorasyon desenlerinde tekrar özgünlük yakalanmış ve teknolojinin katkısı yok sayılmayan, yeni bir dönem başlamıştır. Bauhaus gibi sanat ve tasarım alanında eğitim veren okullar, alanında profesyonel ve döneme damgasını vuran birçok sanatçının yetişmesine olanak sağlamış; sanat ve zanaatın makineleşme ile arasındaki en önemli köprü olmuştur. Anni Albers, Gunta Stölzl, Otti Berger, Paul Klee, Jack Lenor Larsen gibi tasarım dünyasının önemli figürleri bahsi geçen bu isimlerin başında gelmektedir.

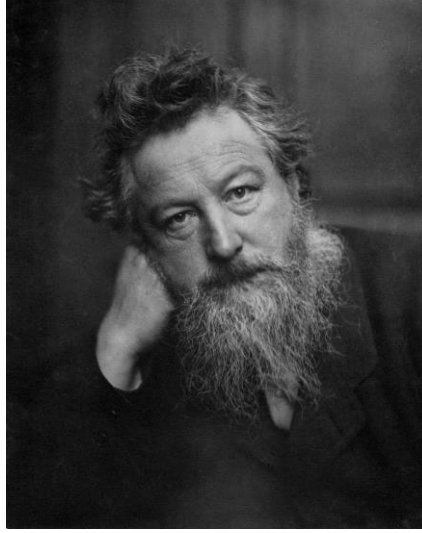
1880 yılında başlayan ve yaklaşık 30 yıl boyunca en parlak günlerini yaşayan *Arts and Craft* hareketi bahsedilen akımların başında gelir. Bu akımı takip eden yıllarda ev tekstilinin tarihi açısından büyük öneme sahip olan Art Nouveau akımı yaygınlaşmış ancak ağırlıklı olarak dekoratif nesnelerde ve lüks materyaller kullanılarak üretildiği için uzun süren bir rağbet görmemiştir.

1910'lu yıllara gelindiğinde ise özellikle tekstil alanındaki tasarım faaliyetlerine Bauhaus okulu öğretmen ve öğrencileri öncülük etmiş, işlevsel tasarımın sanatsal bakış açısı ve zanaatkar dokunuş ile birleştirilmesi sağlanmıştır. İlerleyen süreçte bağımsız tasarımcı, zanaatkar, yazılı ve görsel medyanın da etkisi ile tekstil sektörünün tüm alanlarını kapsayan (iç mekan tekstilleri, giyim, dekorasyon, vb.) gelişme ve yenilikler hız kesmeden devam etmektedir.

2.2.1. Arts and Craft Hareketi (1880-1920)

Sanayi Devrimi ile başlayan makineleşme ile ortaya çıkan ucuz ve estetik değerlerden uzak seri üretim mallarına karşı bir hareket olarak İngiltere'de ortaya çıkan Arts and Craft hareketi, geçmişin el sanatlarına dönmeyi amaçlamıştır.⁸ El sanatlarında görülen gerilemeden üzüntü duyan, hareketin önderi William Morris (Resim 2.8.) gibi sanatçılar, Viktoryan dönemin niteliksizliğini vurgulamış, geçmişin önemli değeri olan süsleme zanaatının makineler tarafından yapılan kopyalarına şiddetle karşı çıkmışlardır. Seri üretimin yerini el sanatlarının alması gerektiğini savunarak geleceğe yön veren, günümüzde dahi etkisini koruyan bir sanat hareketi başlatmışlardır.

⁸ https://tr.wikipedia.org/wiki/Arts_and_Crafts_ak%C4%B1m%C4%B1 Erişim Tarihi: 05.09.2023



Resim 2.8. William Morris.⁹

Akımın öncülerinden İngiliz yazar John Ruskin'e göre; yaratma özgürlüğü tüm insan mutluluğunun kaynağı; ruhsuz, tekdüze işler ise insanlığa karşı işlenmiş birer suçtur.

¹⁰ John Ruskin'in düşüncelerini benimseyen dönemin sanatçıları gibi William Morris de çağdaş toplumda, makinenin ortaya çıkışıyla karşılaşılacak sanat objesinin birden fazla ve çeşitte yapılmasının sanat olamayacağı ve gerçek sanat objesinin, sanatçı tarafından üretilmesi gerektiğini savunmuştur.¹¹ A. Clutton-Brock, William Morris kitabında Morris'in sanatsal yeteneğinin zamanla toplumu değiştirme çabasına dönüştüğünden bahseder.¹² Nitekim Morris, sanatsal bakış açısı ve somutlaştırdığı idealleri ile Arts&Crafts hareketine öncülük etmekte kalmamış; modernleşme ve endüstriyel üretim tekniklerinin benimsenmeye başlaması ile Art Nouveau'ya ve ardından Bauhaus'a giden yolları açmıştır. Bu bağlamda William Morris'i yalnızca estetiğe ve sanatsal yeteneğinin önemi ile değerlendirmemek, dönemin üretim koşullarının evrimini sağlayarak genel bakışta devrim yarattığını söylemek yerinde olacaktır.

⁹ https://en.wikipedia.org/wiki/William_Morris#/media/File:William_Morris_age_53.jpg Erişim Tarihi: 29.01.2023

¹⁰ William Morris, **Gelecekte Anılar**, Çev. Ekin Bodur, s.233

¹¹ Oğuz Dilmaç, **Tasarım Eğitimi Tarihi ve Willam Morris**, s.11

¹² A. Clutton-Brock, **William Morris** s.13

‘Oxford’da öğrenciyken “Gotik’in Doğası”yla bir tür dönüşüm yaşamış olan William Morris ise sadece saygın bir şair ve ressam değildi, aynı zamanda kendisini zanatın itibarını iade etmeye adanmıştı. Sonra kendi kendine dokumacılık, boyamacılık, vitray yapımı, duvar kağıdı ve tekstil tasarımı, seramik sırlama ve mücellitlik öğrenmiş birisiydi ve bütün bunların hepsini de öyle bir enerji ve başarıyla icra ediyordu ki çağdaşlarını hayrete düşürüyordu, bu sayede de Sanat ve Zanaat hareketinin onaylanmış lideri ünvanını aldı.’ (Shiner, 2001, s.358)

Zanaat ve sanatla ilgili olan her nesnenin bir bütün halinde, estetik değerlere sahip olması gerektiğini savunan Morris, yine aynı sebeplerden kendisi ve ailesi için sanatsal bakış açısına uygun bir ev yapmaya karar vermiş, bunun için dönemin ünlü mimarlarından Philip Webb ile anlaşmıştır. Kırmızı tuğlalar ile adının ‘Red House’ (Resim 2.9.) olarak anılmasını sağlayacak evi inşa ettirmiştir.



Resim 2.9. Red House. ¹³

¹³ https://en.wikipedia.org/wiki/Red_House,_Bexleyheath#/media/File:Philip_Webb's_Red_House_in_Upton.jpg

'Morris'in öncelikle içgüdüsel olarak sonra da ilke olarak, sanatta sevdiği her şey mimariyle bağlantılı ve mükemmelliğiyle ayırt ediliyordu. Morris, 'dekoratif sanatlar' olarak adlandırdığımız şeyde süslemeden daha fazlasını görüyordu. Onlar, gerçek mutluluğu temsil ediyorlardı, çünkü sanatçının ve onun için çalışanların gelişmesine izin veriyorlardı.' (Brock, 1914, s.564)

Red House'un iç mekan tasarımında mobilya, duvar kağıdı, vitraylar, tekstiller ve dekoratif unsurların tamamı William Morris tarafından tasarlanmış; zengin renk ve desenlerin el işçiliği ile üretilmiştir. (Resim 2.10., 2.11.) Bu açıdan Red House, Arts&Crafts hareketinin savunduğu bütün unsurların bir arada bulunduğu en önemli örneklerin başında gelmiş ve hareketin felsefesini anlatmanın en iyi yolu olmuştur.



Resim 2.10. Red House Çizim Odası. ¹⁴

Erişim Tarihi: 18.05.2023

¹⁴ https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/51/Drawing_Room_at_Red_House%2C_Lonson.jpg Erişim: 18.05.2023



Resim 2.11. Red House Camları. ¹⁵

Sanat ve tasarımın endüstrielleşmeden etkilenmemesi gerektiğine inanan Arts&Crafts hareketinin öncüleri, el sanatları ve malzemeye sadık kalarak işlevsel nesneleri aynı zamanda estetik yönden zenginleştirmeyi amaçlamıştır.

Doğadan alınan ilhamla, geleneksel tekniklere ve el sanatlarına yönelik çalışmaların artması gerektiğini savunan akımın sanatçıları yalnızca tekstil alanında değil, vitray,

halı, goblen, duvar kağıdı (Resim 2.12.), mobilya, kitap kapağı tasarımı ve tipografi, seramik, cam gibi çeşitli disiplinlerde eserler vermişlerdir. Morris'in mimariye verdiği önemle yapılarda da etkileri gözlemlenen Arts and Crafts hareketi, yapıların tasarımında doğal malzemelerin kullanımını teşvik etmiş, kendinden sonraki akımlara el sanatları ve zanaatin önemini hatırlatmıştır.

¹⁵ <https://www.renndesigns.com/blogs/inspiration/the-red-house-william-morris-in-his-element> Erişim: 18.05.2023



Resim 2.12. Morris'in Trellis Duvar Kağıdının Boydan Boya Kullanıldığı Standen House'daki Salon. ¹⁶

'1890'lar tekstil tasarımında sofistike oluşumların yaşandığı bir dönem olmuştur. Özellikle ev tekstillerinde doğa motiflerine, ayçiçeği ve zambaklara sıkça rastlanıyordu. Paletlerdeki renkler, açık ve kızıl kahve tonları, yosun yeşili ve sarı tonlarıdır. W. Morris, romantik İngiliz çiçeklerinin düz desenlerin ve doğal boyamaların kullanılmasının savunucusu olmuştur.' (Anscombe, 1996, s.184) (Resim 2.13., 2.14.)

¹⁶ <https://www.architecturaldigest.com/story/some-of-william-morris-finest-works-go-on-delightful-display-at-standen-house> Erişim Tarihi: 18.05.2023



Resim 2.13. William Morris – Strawberry Thief.¹⁷



Resim 2.14. William Morris – Tulip And Willow.¹⁸

20. yüzyıl sanatının biçimlenmesinde önemli bir yere sahip olan Arts&Crafts hareketi, giderek artan soyutlamaları ve dinamizmi ile Art Nouveau'ya zemin hazırlamıştır.

2.2.2. Art Nouveau Hareketi (1883-1914)

Fransızca'da '*Yeni Sanat*' anlamına gelen Art Nouveau hareketi zarif floral desenlerin çoğunlukla pastel tonlarında ön plana çıktığı; dekoratif süslemelerin organik formlar ve doğal motiflerle kullanıldığı bir sanat akımıdır. Bu hareketle, sanat ve tasarımın

¹⁷ <https://www.artsy.net/artwork/william-morris-1834-1896-the-strawberry-thief-flower-and-bird-pattern> Erişim Tarihi: 29.01.2023

¹⁸ https://en.wikipedia.org/wiki/William_Morris_textile_designs#/media/File:Morris_Tulip_and_Willow_1873.jpg Erişim Tarihi: 29.01.2023

yalnızca süsleme ve dekorasyondan ibaret olmadan, işlevsel ve estetik bir bütünlük içinde olması savunulmuştur.

Böylece, alternatif dekoratif biçim ve yapı arayışı içerisindeki Art Nouveau tasarımcıları birçok yeni ve modern kavramı içselleştirirken, Arts and Crafts tasarımcılarından farklı olarak seri üretimin ve diğer teknolojik gelişmelerin avantajlarını da benimsemişlerdir (Sparke ve Hodges, 1997). Art Nouveau, tekstilde olduğu kadar mimari, mobilya, mücevher, seramik, cam, metal işleri, grafik tasarım ve posterler gibi sanatın birçok farklı alanında etkili olmuş ve William Morris'in öncülüğünde büyük bir sanat ve tasarım hareketine dönüşmüştür.



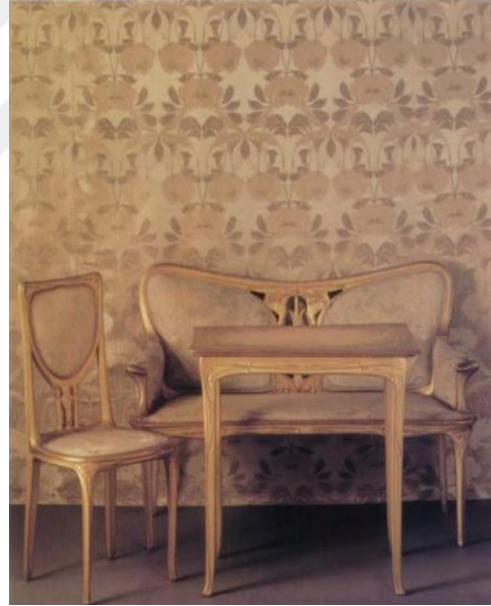
Resim 2.15. Brüksel’de Bulunan Art Nouveau Merdivenler – Tassel House.



Resim 2.16. Émile Gallé tarafından 1902 Yapımı Bank.



Resim 2.17. Paris'te Bulunan Art Nouveau Apartman Kapısı – Lavirotte Building.¹⁹



Resim 2.18. Georges de Feure, 1900 Tasarımı, İşlemeli Kayın Ağacı Mobilyalar, Dokuma İpek Duvar Kaplaması Önünde.²⁰

¹⁹ https://en.wikipedia.org/wiki/Art_Nouveau_in_Paris#/media/File:XDSC_7288-29-av-Rapp-paris-7.jpg Erişim Tarihi:19.05.2023 (Resim 2.15., 2.16. ve 2.17.)

²⁰ Lesley Jackson, Twentieth-Century Pattern Design, Princeton Architectural Place, 2007, s.26

Günümüz meslek okulları niteliğinde olup, William Morris tarafından kurulan, atölyemağaza mantığındaki *Morris&Co.* sayesinde William Morris'in bakış açısı birçok

sanatçı ve sanatsever tarafından benimsenmiştir. El sanatlarına dayalı ancak Arts&Crafts hareketine göre daha yenilikçi ve gelişen teknoloji avantajlarını da yanlarına alarak üretim yapan bu tasarımcı ve zanaatkarlar sayesinde yenilikçi perspektife sahip yeni sanat akımı ortaya çıkmış ve özellikle toplumun üst kesimlerince desteklenmiştir. Sanatçı ve mimarlar yeni malzemeler ve motif arayışına girmiş, dekoratif ve göze hoş gelen üretimin kaygısında olmuşlardır. Sanayi Devrimi sayesinde gelişen demir-çelik endüstrisinin sunduğu yeni olanaklardan faydalanan dönemin mimar ve tasarımcıları, demiri fonksiyonel olmasının yanında bir süsleme aracı olarak da kullanmış, yeni bir üslup ve süsleme biçimi yaratmışlardır. (Resim 2.19.)



Resim 2.19. Viyana'da Bulunan Majolika House Asansörü.²¹

²¹ <https://twitter.com/NouveauDeco/status/1398947722393231362/photo/1> Erişim Tarihi:13.05.2023

19. yüzyılın ikinci yarısından sonra İngiltere, William Morris ve kendisinden etkilenen bütün tasarımcılar sayesinde desen tasarımı alanında büyük bir devrim yaşamış, desen tasarımında sonu gelmeyen arayışlarla yeni biçimler geliştirilmiş, göz kamaştırıcı desenler büyük bir ustalıkla kompoze edilir olmuştur.

Art Nouveau akımına birçok tasarımcı ve marka, yapmış oldukları özgün ve dönemin estetiğini yansıtan tasarımlar ile katkı sağlamışlardır. Bunlardan en önemlisi İtalyan kumaş üreticisi ve tasarım stüdyosu olan Rubelli'dir.

Rubelli bünyesinde çalışan birçok tasarımcı, mobilya, ev dekorasyonu, iç mekan tekstil tasarımı gibi alanlarda; zarif bitki desenleri, organik motifler, zengin renkler ve kaliteli kumaş ve malzeme seçimleri ile genellikle lüks sayılabilecek iç dekorasyon projeleri yapmışlardır.



Resim 2.20. Viyana Rubelli Arşivi'nden Guido Cadorin'in Tasarımı Güvercin Temalı Kadife Kumaş. ²²

Rubelli arşivinin en eskisi sayılabilecek örneklerinden biri olan, 1902 yılında Kraliçe Margherita'nın özel siparişi ile yapılmış, mavi zemin üzeri papatyalarla süslenmiş olan kadife kumaş Art Nouveau tarzının dekoratif tarzını yansıtan iyi örneklerden biridir. (Resim 2.21.)

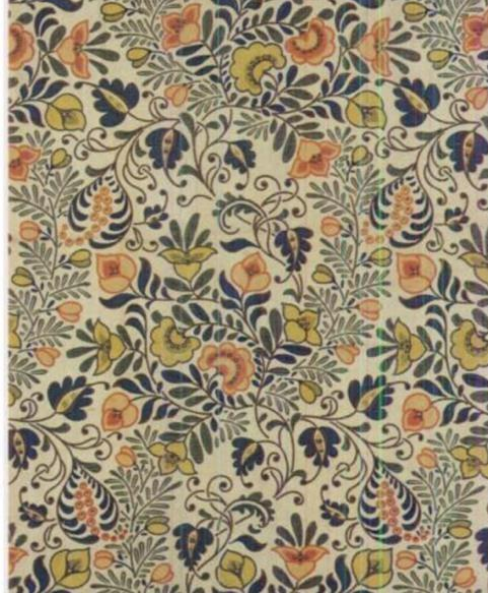


Resim 2.21. Rubelli Arşivi'nden Kraliçe Margherita'nın Özel Siparişi. ²³

Art Nouveau'nun temelinde İngiliz çiçeklerinden ilham alan desenler, zamanla William Morris'in derin desen ve illüstrasyon bilgisinden etkilenerek çeşitlenmiştir. Desenlerde, Hint, İran ve İtalyan motiflerinin etkisi açıkça gözlemlenir olmuştur (Resim 2.22., 2.23., 2.24.). Bu çeşitlilik sayesinde dönemin Morris&Co.'ya bağlı olan ve bağımsız tasarımcıları, farklı kültürlerin estetiklerine olan ilgiyi yansıtmış ve döneme yeni bir soluk getirmişlerdir.

²² https://www.artnouveau-net.eu/wp-content/uploads/2019/10/HL_Milan_2011_Campagnol.pdf Erişim Tarihi: 19.05.2023

²³ https://www.artnouveau-net.eu/wp-content/uploads/2019/10/HL_Milan_2011_Campagnol.pdf Erişim Tarihi: 19.05.2023



Resim 2.22. Lewis F. Day 1903 Yılı Tasarımı, İran Esintili Baskılı Keten Döşemelik Kumaş. ²⁴



Resim 2.23. Sidney Mawson 1906-7 Yılı Tasarımı, Hint Esintili, Metraj Baskılı Pamuklu Döşemelik Kumaş. ²⁵

²⁴ Lesley Jackson, Twentieth-Century Pattern Design, Princeton Architectural Place, 2007, s.26

²⁵ Lesley Jackson, Twentieth-Century Pattern Design, Princeton Architectural Place, 2007, s.26



Resim 2.24. Maurice Dufrene 1900 Yılı Tasarımı, İngiliz ve Fransız Esintili Duvar Kağıdı. ²⁶

Bu dönemdeki tasarımcılar floral desenlerindeki doğal formları oldukça başarılı bir şekilde işlemiş ve renklerin anlatım gücü ile desteklenmiştir. Tasarımların

uygulanması için seçilen kumaşlar genellikle müslinler, küçük narin krizantemlerle süslenmiş kretonlar ve döşemelik olarak tasarlanmış kadifelerdir. (Resim 2.25., 2.26.)

²⁶ Lesley Jackson, Twentieth-Century Pattern Design, Princeton Architectural Place, 2007, s.26



Resim 2.25. William Morris- Willow Bough Duvar Kağıdı Tasarımı. ²⁷



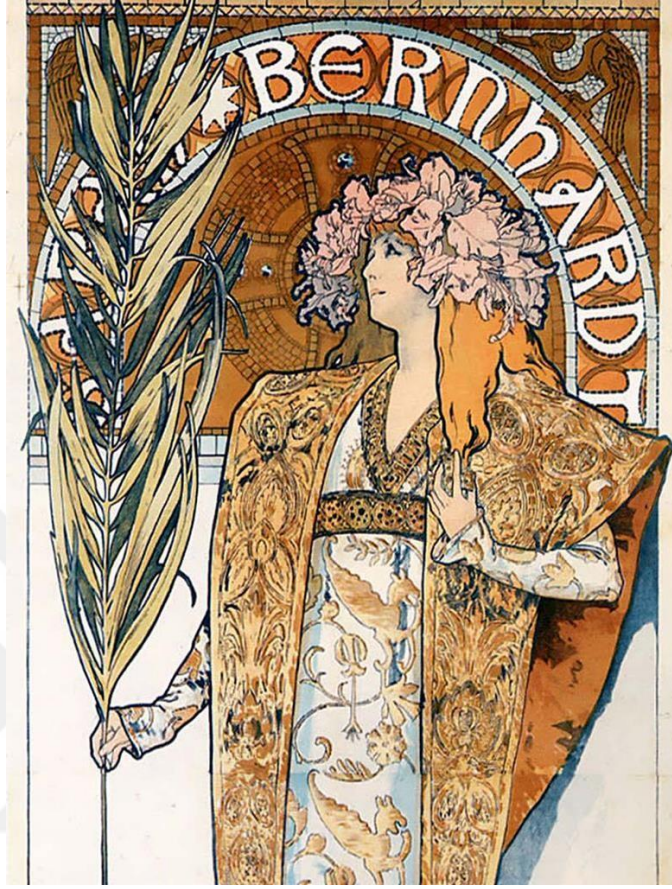
Resim 2.26. Walter Crane – Swan, Rush and Iris Duvar Kağıdı Tasarımı. ²⁸

Taş baskı afiş ve kitap resimleme sanatı da dönemin etkilediği disiplinlerden olmuştur. Poster sanatında, sıklıkla doğa ve kadın figürlerini (Resim 2.27.) şeftali tonları ile bir

²⁷ <https://collections.vam.ac.uk/item/O78227/willow-bough-wallpaper-morris-william/> Erişim Tarihi : 03.02.2023

²⁸ https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Swan_and_Rush_and_Iris_wallpaper_Walter_Crane.jpg Erişim Tarihi: 03.02.23

arada kullanan Çek sanatçı Alphonse Mucha, Art Nouveau hareketinin öne çıkmasında önemli bir rol oynamıştır.



Resim 2.27. Alphonse Mucha – Tiyatro Afişi.²⁸

Avrupa ile eş zamanlı olarak Osmanlı Dönemi Türkiye'sini de etkileyen Art Nouveau akımı, Osmanlı'nın gelenekçi yapısı sebebi ile mimari ile sınırlı kalmış demek mümkündür. Özellikle İstanbul ve çevresinde mimari yansımaların önemli örneklerinden, Beyoğlu Asmalımescit'te bulunan Botter Apartmanı (Resim 2.28., 2.29.) 19.yüzyıl Art Nouveau mimari üslubunun en önemli eserleri arasında kabul görür. İstanbul'da Art Nouveau tarzında inşa edilmiş ilk bina olma özelliğini taşıyan yapı, cephesinde bulunan tüm dekoratif biçimler ile, Art Nouveau figürlü bezemenin genel özelliklerini yansıtmaktadır.

²⁸ <https://oggito.com/icerikler/mucha-nin-afis-tasarimlari-nasil-art-nouveau-nun-yuzu-oldu/64204> Erişim Tarihi: 13.05.2023



Resim 2.28. Botter Apartmanı.



Resim 2.29. Botter Apartmanının İçerden Görüntüsü.²⁹

Sanatın ve tasarımın toplumun geniş kitlelerine ulaşması gerektiğinin savunan bir akım olarak sosyalist bir bakış açısı ile yola çıkan Art Nouveau, günlük yaşamı güzelleştiren sanatın önemini vurgulamıştır. Ancak zamanla el emeği ile yapılan ürünlerin endüstriyelleşen piyasaya göre pahalılaşması sebebiyle endüstriye yenilmiş ve zengin koleksiyoncular tarafından ilgi gören bir sanat akımı haline gelmiştir. Zamanla aşırı süslü ve abartılı olarak nitelendirilmeye başlanan Art Nouveau akımının popüleritesi

²⁹ <https://iyikigormusum.com/botter-apartmani-gercek-bir-apartmanda-yasamis-hayali-bir-ailenin-romani> Erişim Tarihi 12.05.2023

azalmış ve 1910-1930 tarihlerinde yerini daha sade çizgi ve formlara sahip olan Art Deco akımına bırakmıştır.

2.2.3. Bauhaus

Bauhaus, Almanca ‘Bau’ (inşa etmek) ve ‘Haus’ (ev) anlamına gelen kelimelerin birleşiminden oluşmuş, modernist tasarımın gelişiminde çok önemli bir rol oynayan sanat ve tasarım okuludur. (Resim 2.30.) 1919 senesinde, Weimar Güzel Sanatlar Okulu ile Sanat ve Zanaat Okul’larının birleştirilmesi ve devamı niteliğinde, Walter Gropius tarafından kurulmuştur. Okulun açılışında okunmak üzere Gropius tarafından kaleme alınmış olan manifestoda, okulun temel felsefesi ve amaçları açıklanmakta; sanat ve zanaatin ayrımını kaldırıp sanatçıların ustalıkla birleştirilmesi gerektiği belirtilir:

‘Mimarlar, heykeltıraşlar, ressamalar, hepimiz zanaatlara dönmeliyiz. ... Sanatçıyla zanaatçı arasında özde hiçbir fark yoktur. Sanatçı yüce bir zanaatçıdır. İradesinin denetleyemediği zamanlar olan nadir esinlenme anlarında tanrının lütfuyla çalışması sanat şekline bürünebilir. Fakat her sanatçı zanaatında ehil olmalıdır. Yaratıcı hayal gücünün kaynaklarından biri de burasıdır. Gelin, zanaatçıyla sanatçı arasında küstah bir bağ oluşturan sınıf ayrımlarının olmadığı yeni bir zanaatçılar loncası kuralım. El ele vererek yeni bir gelecek bina edelim.’ (Naylor, 1968)



Resim 2.30. Bauhaus, Dessau, 1933.³⁰

Faaliyet gösterdiği süre zarfında işlevselliği ve endüstriyel üretimi öne çıkaran bir yaklaşım sergileyen okul, modern sanat ve tasarımın merkezi haline gelmiştir. Gülay Atalayer'in Bauhaus: Modernleşmenin Tasarımı isimli kitabında bulunan, Bauhaus'un tasarım anlayışına değindiği sözleri şu şekildedir:

'Sanat kendinden öncekileri reddederek başlar; zaman içinde ne olduğunu ortaya koyar. Dolayısıyla kendinden önce gelenden farklı bir şey ortaya koymak zorundadır. Bauhaus anlayışı bu anlamda kendinden öncekiyle çok farklı bir gelişim göstermiştir ve Sanayi Devrimi'nin ortaya çıkardığı üretim anlayışının, estetik yaratıcılıkla bütünleşmiş sanat ve eğitim öngörüsüdür. Bu nedenle bugüne dek uzanan bir anlayıştan, düşünme sisteminden söz edebiliyoruz.' (Atalayer, 2019)

Bauhaus'ta tekstil tasarımı ve dokuma dersleri (Resim 2.31.), okulun kurulduğu günden itibaren önemli bir yer tutmuştur. Birçok farklı dokuma tekniği öğretilmiş; öğrenciler perdeler, kilimler ve yüksek kaliteli tekstil ürünleri tasarlamışlardır. İşlevsel objelerin tasarımında geometrik şekiller, temel renkler (beyaz, siyah, gri) ve sade

³⁰ https://de.wikipedia.org/wiki/Bauhaus_Dessau#/media/Datei:6265_Dessau.JPG Erişim Tarihi: 03.02.2023

formlar kullanılarak minimalist bir bakış açısı ile tasarımda yüksek kalite hedeflenmiştir.



Resim 2.31. Bauhaus Dokuma Atölyesinde Öğrenciler. ³¹

‘Bauhaus dokumaları incelendiğinde hemen fark edilen şey, dokuma eyleminin kendi (doğal yapısı) olanaklarından oluşan her türlü farklılığı yaratan doku oyunlarının sistematik gelişim olgusudur. Eğitim felsefesinin, görmek ve görmeyi geliştirmek üzerine kurulduğu anlaşılmaktadır.’ (Atalayer, 2019)

Birçok ünlü tekstil tasarımcısı yetiştiren Bauhaus’un mezunları okulda öğretmen olarak hizmet vererek tekstil tasarımı alanına büyük katkıda bulunmuşlardır. İç mekan tekstil ürünlerine yeni yaklaşımlar ile katkı sağlayan en önemli isimler Anni Albers, Gunta Stölzl, Otti Berger, Benita Koch-Otte gibi isimlerdir. Ayrıca Anni Albers ve Marianne Strengell gibi birçok Bauhaus mezunu tasarımcı ile işbirliği yapan ve Bauhaus okulunun öğretilerinden çokça etkilenen Amerikalı tasarımcı Jack Lenor Larsen, bu alana önemli katkıları bulunan bir diğer isimdir.

³¹ https://germanhistorydocs.ghi-dc.org/images/2007_13.13.jpg Erişim Tarihi: 12.05.2023

Bauhaus'un ana felsefesi olan sanat ve endüstri arasındaki ayrımı kaldırma çabasının sonucu olarak gelineen noktada, tasarımcı, endüstri ve teknolojiyi zorlayıcı bir konumda olarak sanatı toplum için kullanışlı bir hale getirmiştir.

Bauhaus'un tasarım ve modern sanat eğitimindeki başarısı, sanat eğitimi veren birçok kurumu etkilemiş; sanat ve endüstrinin bir araya geldiği, birçok disiplini içinde barındıran Bauhaus ekolünde okullar açılmıştır. 1982 yılında Marmara Üniversitesi bünyesine katılan Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksekokulu, ülkemizde Bauhaus ekolünün devamı niteliğinde eğitim vermeye devam eden önemli okullardan biridir. Öğrencilere farklı disiplinlerde tasarım ve sanat becerilerinin kazandırılması hedeflenen okulda birçok Alman öğretim görevlisi görev almıştır.



2.2.4. Anni Albers (1899-1994)

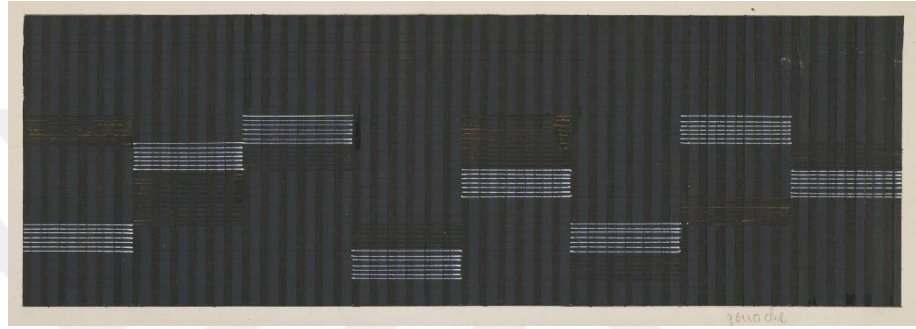
Modern sanatın ve tekstil tasarımının en önemli figürlerinden biri olarak görülen Anni Albers (Resim 2.32.) özellikle dokuma alanına verdiği katkılar ile adından çokça söz ettirmiştir.



Resim 2.32. Anni Albers. ³²

Mezunu olduğu Bauhaus okulunda dokuma atölyesinin sorumlusu olarak dönemin sınırlarını zorlayan ilk kadın eğitimcilerden olmuştur.

1933 yılında okulun Nazi yönetimince kapatılmasının ardından Amerika'ya yerleşen Albers, tekstil tasarımında kumaşların fonksiyonel özelliklerini keşfeden çalışmalara imza atmıştır. Bu çalışmalardan en önemlisi pamuk ve selofandan üretilen ve sesi emip ışığı yansıtan bir tiyatro perdesidir. (Resim 2.33.)

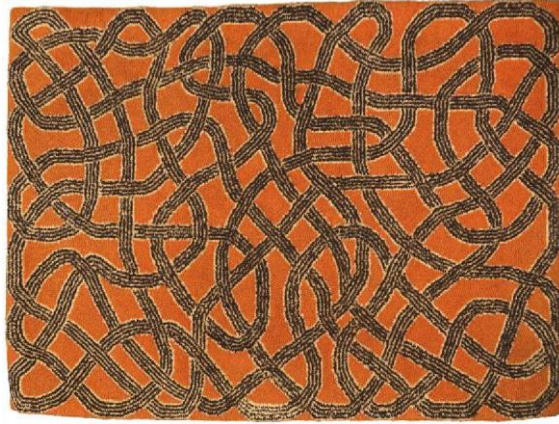


Resim 2.33. Anni Albers'in Tasarladığı Tiyatro Perdesi. ³³

Dokuma sanatında keskin hatlı çalışmaları ile kendine özgü bir görsel dil oluşturan Albers, duvar kilimleri ile sanatta geometrik soyutlama akımına (Resim 2.34.,2.35.) büyük katkıda bulundu. Amerika'da bulunduğu zaman içerisinde büyük firmalar ile çalıştı ve 1949'da Museum of Modern Art'ta kişisel sergisi olan ilk kadın tasarımcı oldu.

³² <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-bauhaus-master-anni-albers> Erişim Tarihi: 06.06.2023

³³ <https://www.moma.org/collection/works/3486> Erişim Tarihi: 04.02.2023



Resim 2.34. Anni Albers.³⁴



Resim 2.35. Anni Albers.³⁵

2.2.5. Gunta Stölzl (1897-1983)

Bauhaus Okulu tekstil bölümünün tek kadın ustası olarak kabul edilen Gunta Stölzl (Resim 2.36.), dokuma atölyesinin gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır. Stölzl liderliğinde olan dokuma atölyesi, estetik ve işlevsel tekstiller üreterek okulun en

³⁴ <https://www.nytimes.com/2018/10/08/arts/tate-modern-anni-albers-retrospective.html> Erişim Tarihi: 10.05.2023

³⁵ <https://www.theguardian.com/artanddesign/2019/jan/18/anni-albers-intersecting> Erişim Tarihi: 04.02.2023

başarılı ve yenilikçi atölyesi haline gelmiştir. Modern dokuma sanatına, Bauhaus'un minimalist tarzı, yenilikçi dokuma teknikleri ve materyaller ile büyük katkı sağlamıştır. (Resim 2.37., 2.38.)



Resim 2.36. Gunta Stölzl.³⁶

Stölzl'ün liderliğinde tekstil atölyesinden çıkan tekstil ürünleri, Bauhaus mimarisine uygun şekilde tasarlanan iç mekanlarda kullanılmıştır. Çalışmalarında ve verdiği eğitimlerinde Bauhaus öğretilerine bağlı kalsa da yenilikçi materyal kullanımları ve deneysel dokuma teknikleri arayışlarında dört temel unsur üzerinden tasarımlarını dokular ile çeşitlendirmiştir.

'Stölzl'e göre üretimi etkileyen dört faktör vardır: (i) yalnızca belirli bir yüzeyde serbest bir düzenle yapılan serbest örgü yapısı, (ii) üç boyutlu hatta heykelsi yüzey meydana getiren birbirine kenetlenmiş iplik çeşitliliği, (iii) parlak ve matlaştırılarak belirginleştirilen renk yumuşatmaları, (iv) karakteristik özelliklerde kullanımı kısıtlayan malzeme çeşitliliği. Bauhaus öğretilerine bağlı kalsa da yenilikçi materyaller ve dokuma tekniklerinde deneysel arayışlara bu

dört faktör üzerinden çeşitlemelerle dokuyu tasarımlarında artırarak kullanmıştır.' (Gürcüm ve Öneş, 2017)

³⁶ <https://www.gan-rugs.com/en/gan-woman-day-2019/> Erişim Tarihi: 04.02.2023



Resim 2.37. Gunta Stölzl Duvar Halısı Tasarımı.³⁷



Resim 2.38. Gunta Stölzl Püsküllü Batteniye Tasarımı.³⁸

³⁷ <https://venetianred.wordpress.com/2009/10/31/gunta-stolzl-master-weaver-of-the-bauhaus/> Erişim Tarihi: 31.05.2023

³⁸ Banu Hatice Gürcüm, Ayçin Öneş, Bauhaus'ta Bir Dokuma Ustası, Gunta Stölzl Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, a51, s.415

Kendisi gibi Bauhaus'ta eğitim görmüş ve modernist bir mimar, tasarımcı ve mobilya tasarımcısı olan Marcel Breuer ile Bauhaus ruhunu oldukça etkili bir şekilde anlatan 'Afrika Sandalyesi'ni (Resim 2.39.) tasarladılar. Sandalyenin oturak ve sırt kısmını dokuma çerçevesi olarak kullanıp dokuyan Stölzl, 7 Ocak 1964 yılında yazdığı bir mektupta bu sandalye için şu sözleri kullanmıştır:

'İlk kez birlikte çalıştık. Kumaşı ben ürettim. Çözgüyü doğrudan çerçevedeki deliklerden geçirip gerdim ve dokuyu sandalyenin kendisine dokudum... formlar özgürce icat edildi ve tekrarlar olmadan...' (Gürcüm ve Öneş, 2017)



Resim 2.39. Afrika Sandalyesi. ³⁹

³⁹ <https://www.guntastolzl.org/Works/Bauhaus-Weimar-1919-1925/Chairs-with-Marcel-Breuer/i-P9n46KJ/A>

Kompozisyonunda tekrara dayanmayarak pano desen mantığında, doğaçlama şekilde dokunmuş ve dokumayla uyumlu bir şekilde boyanmış olan ahşap kısımları ile Afrika Sandalyesi, Bauhaus'un erken dönem işlerinin önemli bir örneğidir.

Bauhaus Weimar'da geçirdiği zaman için kullandığı sözleri ile Stölzl'ün çağın getirilerini takip etmekteki ve profesyonel çalışmalarına aktarmaktaki yeteneğini gözler önüne serer niteliktedir:

'Yeni bir yaşam tarzına uygun, çağdaş ilgiye sahip canlılar yaratmak istedik. Önümüzde büyük bir deney potansiyeli vardı. Hayal dünyamızı tanımlamak, deneyimlerimizi malzeme, ritim, orantı, renk, biçim üzerinden şekillendirmek esastı.' (Muller, 2009)

Yaşamı boyunca birçok karma ve kişisel sergiye (Resim 2.40.) katılan Stölzl'ün tasarımları oldukça ilgi görmüş; ölümünden sonra eserleri müzelerde, tasarım okullarında sergilenmeye devam etmiştir.



Resim 2.40. Gunta Stölzl'e Ait 5 Metre Uzunluğundaki Dokuma Halı. ⁴⁰

2.2.6. Otti Berger (1898-1944)

1931 yılında Gunta Stölzl dokuma atölyesinin koordinatörü olduğu görevini bırakınca pozisyonu Berger (Resim 2.41.) devralmıştır. Modernist sanat anlayışı ve geleneksel el sanatları arasındaki bağlantıyı kurmayı başarmış olması ile Bauhaus'ta bulunduğu süre içerisinde dokuma atölyesinin en yaratıcı üyelerinden biri olarak anılmıştır.



Resim 2.41. Otti Berger ⁴¹

İç mekan tekstilleri için yapmış olduğu dokuma desenlerinde (Resim 2.42., 2.43.) genellikle geometrik formlar ve sade renk paletlerini kullanmış ve örgü tasarımlarında doku açısından zengin tasarımlar yaratmıştır. Dekoratif ve figüratif dokumayı kesin bir kararlılıkla reddeden Berger, sanatın ve kumaş tasarımının, araştırma ve malzemenin sınırlarını ortaya çıkarma işi olduğuna inanmıştır. Geleneksel olanın sanat olamayacağına dair inancı ile 'yeni olan'ın arayışında olmuş; Bauhaus tiyatrosu için kostüm ve sahne tasarımları hazırlamış, iç mekan tekstillerinde kullanıma yönelik

⁴⁰ <https://www.guntastolzl.org/Exhibitions/Exhibitions/Empty-3/i-PVkwHj6/A> Erişim Tarihi:10.05.2023

⁴¹ <https://insidersoutsidersfestival.org/event/torn-threads-aspects-of-the-life-and-work-of-textile-designer-ottiberger/> Erişim Tarihi:31.05.2023

bütün ürün gruplarında kumaş tasarımlarına imza atarak multidisipliner çalışmalara sahip olduğunu göstermiştir.



Resim 2.42. Otti Berger.⁴²



Resim 2.43. Otti Berger.⁴³

Tekstil tasarımında malzeme ve teknik arayışlarındaki kaygısı sayesinde kumaşların dokunsal önemleri üzerinde dikkat çeken çalışmaları, bugün bile tekstil tasarımında aynı öneme sahiptir. Bauhaus'un multidisipliner yaklaşımı ile öğrencilerin yalnızca sanatsal becerilerini değil, insani olarak da kendilerini yeniden keşfetmelerini hedeflediğine inanan Otti Berger, Bauhaus'un ruhunu kendi dünya görüşü ile

⁴² https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Book_MET_DP368819.jpg Erişim Tarihi:31.05.2023

⁴³ <https://olastudio.co.uk/ourjournal/five-inspirational-bauhaus-women> Erişim Tarihi:31.05.2023

anlamlandırmayı ve aktarmayı başarmış, dönemin en önemli kadın tekstil tasarımcılarından olmuştur.

‘Kişi sanatçıya dönüşmek için sanatçı olmalıdır ve kişi zaten sanatçıysa, Bauhaus’a gelir, ve Bauhaus’un görevi insanı tekrar o “sanatçı” yapmaktır.’
(Muller, 2009)

Nazi Almanyası’nın yükselişi ile birlikte okuldan ayrılıp Polonya’ya kaçmak zorunda kalan Berger, orada tutuklanarak Auschwitz toplama kampına gönderilmiş ve 1944 yılında Auschwitz’de yaşamını yitirmiştir.

2.2.7. Jack Lenor Larsen (1927-2020)

Modern kumaş tasarımcılarının öncülerinden olarak kabul edilen Larsen (Resim 2.44.), kariyeri boyunca modernist mimari ve mobilyalara uygun kumaş desenleri ve materyalleri geliştirmesi ile dikkat çekmiştir.

1945 yılında University of Washington’da mimarlık okuyan Larsen, eğitim hayatına daha yakın ve kişisel bulduğu iç mimarlık ve tekstil tasarımında devam etmiştir. Rhode Island School of Design ve Cranbrook Academy of Art gibi prestijli okullarda sanat eğitimi alan Larsen, Cranbrook Academy of Art’ta yüksek lisansını yaparken Marianne Strengell gibi tekstil tasarım hareketinin gelişmesinde önemli rol oynayan öğretmenlerden atölye dersleri almıştır.



Resim 2.44. Jack Lenor Larsen.⁴⁴

Çalışmalarında Cranbrook stilini benimseyen Larsen, çözgü ipliklerini farklı renk ve dokularda seçerek deneysel tekstil tasarımlarına imza atmış; ortaya çıkan bu yeni efekt ve desenler ‘Larsen Stili’ olarak anılmaya başlamıştır. Larsen, Arline M. Fish ile 2004

yılında yapmış olduğu röportajında Larsen Stilinin ortaya çıkışını şu sözlerle aktarmıştır:

“Marianne Strengell’den öğrendiğim Cranbrook stiline farklı karakterde ve dokuda çok sayıda çözgü ipliği karıştırılıyordu. Otomatik tezgahta dokuduğumuzda bunu yapardık ve genellikle sıra tahar kullanırdık. Taharın hepsini karıştırıp sonra gelişi güzel tekrarlar yaptım. Dokuduklarım çimenler, ağaç kabukları v.s. gibi görünüyordu. Sık sık yaptığımız bu dokumalar ‘Larsen stili’ haline geldi. Normal dokumacılar bunları yapmazken benim ekibim her şeyi yapmaya hevesliydi ve böylece otomatik tezgahlarda kısa olan bazen boyadığımız çözgülerle el dokumalarını taklit ettik.” (Fisch, 2004)

Larsen, 50’li yılların başından itibaren tekstil ve dokuma alanında yaptığı çalışmaları ile adını duyurmayı başarmış, erken gelen başarıları sayesinde 1952 yılında Larsen Incorporated Tasarım Stüdyosu’nu kurmuştur. Yüksek kaliteli kumaşlar ve tekstil

⁴⁴

<https://kdrshowrooms.com/blog/minneapolis-grand-opening-celebration/jack-lenor-larsen-at-kdr-designersshowrooms-minneapolis-2012/> Erişim Tarihi:31.05.2023

ürünleri üretmeyi amaçlayan stüdyo, modern tasarım hareketinde önemli bir rol oynamıştır. (Resim 2.45.)



Resim 2.45. Larsen Design Studio İmzalı Ev Tekstil Dekorasyonu. ⁴⁵

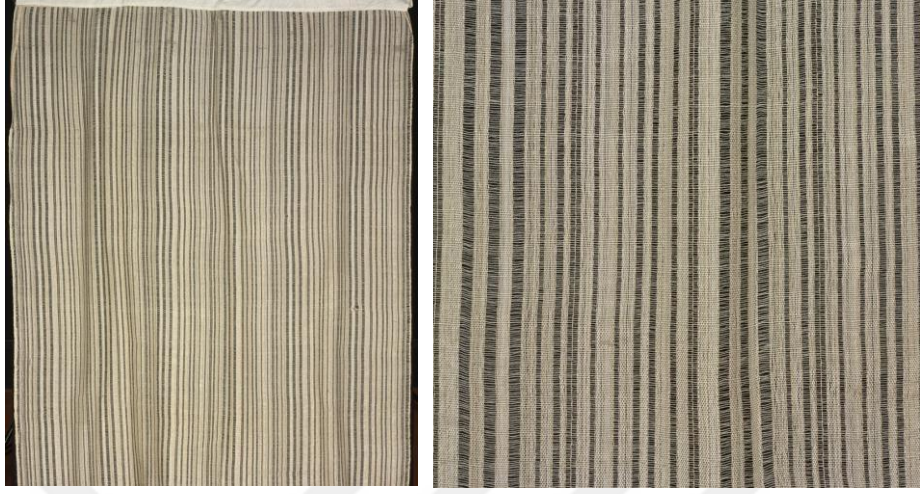
Dönemin gelişen teknolojik koşullarını göz ardı etmeyen Larsen, aynı zamanda geleneksel boyama, dokuma, baskı alanlarına ait araştırmalarına devam etmiş, yaptığı seyahatlerinde zanaatkarlar ile bağlarını güçlendirmiştir. Yaptığı araştırmalardan edindiği baskı, boyama bilgilerini kullanarak stüdyosunda birlikte çalıştığı tasarımcılar ile geleceğe yön vermiş, avant-garde olarak bilinen kumaşların üretilmesini sağlamışlardır.

Larsen, 1958 yılına gelindiğinde Larsen Incorporated Tasarım Stüdyosu'nun yurtdışında çalıştığı firmaların tasarım ve üretimi konusunda eş güdümlü ilerleyebilmesi için 'Larsen Design Studio'yu kurdu.

Larsen Design Studio kurulduktan kısa bir süre sonra büyük işlere ve başarılarla imza atmıştır. Bunların başında New York'ta bulunan modernist gökdelen Lever House

⁴⁵ <http://www.willyfabrics.com/larsen/> Erişim Tarihi: 31.05.2023

gelir. Larsen, Lever House için yüksek kaliteli iç mekan dokuları, perdeler, halılar ve mobilyalar tasarladı (Resim 2.46.).



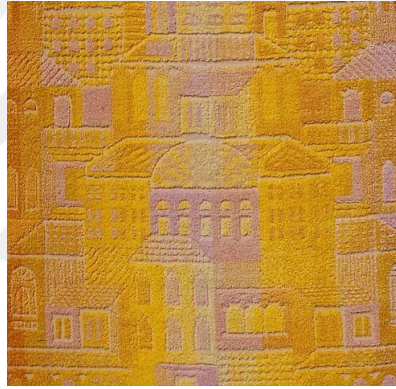
Resim 2.46. Jack Lenor Larsen – Lever House Lobisi İçin Perde Tasarımı.⁴⁶

Çeşitli iç mekan tasarımlarına bir örnek de 1958 yılında Pan American Airlines için hazırlanan uçak döşemesiydi (Resim 2.47.). Bu tasarım daha önce uçak iç mekan tasarımında yapılmayan bir yenilikti ve o dönemde hava yolculuğunda yeni bir eğilim yaratarak iç mekan tekstil tasarımında bir devrim olarak nitelendirildi.

⁴⁶ <https://risdmuseum.org/art-design/collection/casement-textile-lever-house-lobby-2007945> Erişim Tarihi: 31.05.2023



Resim 2.47. Jack Lenor Larsen – Pan American Airlines Döşemelik Kumaş Tasarımı.⁴⁷



Resim 2.48. Jack Lenor Larsen – Kumaş Tasarımı.⁴⁸

Hamilton, 1998 yılında yayınladığı makalesinde Larsen'i ve onun mimari bilgisiyle harmanladığı iç mekan tekstil tasarımcılığını şu sözlerle anlatır:

“Mimarlık geçmişi ve teknolojiye olan ilgisiyle, o dönemde çağdaş ticari kumaş tasarımında neredeyse hiç yapılmayan yenilikçi ve modernist yaklaşımlarla ün kazandı... Modern mobilya ve koltuklara ya da panoramik büyük pencerelere perde olarak uygulanacak uygun kumaşlar neredeyse hiç yokken Larsen bu ihtiyaçlar için güçlü bir pazar yaratacaktı.” (Hamilton, 1998)

⁴⁷ <https://textilesocietyofamerica.org/programs/fellows/jack-lenor-larsen> Erişim Tarihi :31.05.2023

⁴⁸ <https://textilesocietyofamerica.org/programs/fellows/jack-lenor-larsen> Erişim Tarihi :31.05.2023

Bireysel çalışmaları ve Larsen Stüdyosu tasarımcılarıyla olduğu kadar, alanında başarılı birçok tasarımcı ile de iş birliği yapan Larsen, bu iş birliklerinden doğan tasarımlar ile zamanına ve günümüze damga vuran birçok tasarımın altına imza atmıştır. Bunlardan en önemlileri modern mobilya tasarımının en ünlü isimlerinden Pierre Paulin'in 60'lı yıllarda tasarladığı ve 'oturulan heykeller' (Resim 2.49.) olarak bilinen koltukların kumaş tasarımlarıdır.



Resim 2.49. Pierre Paulin & Jack Lenor Larsen – Ribbon Sandalye ve 'Momentum' Serisinden Kumaş.⁴⁹

Larsen, iç mimari, tekstil tasarımı ve el sanatları alanında yapmış olduğu çalışmaları ile kariyeri boyunca birçok önemli ödül kazanmış; eserleri saygın müzelerin kalıcı koleksiyonlarında yer almıştır. Aynı zamanda yapmış olduğu duvar kağıtları, mobilya ve kumaş tasarımları birçok televizyon şovu ve filmde yer almış; Hollywood dünyası Larsen'in özgün ve cesur desenleri ile süslenmiştir. Modern tasarım dünyasına sayısız eser veren, bitmeyen araştırma-geliştirme isteği ile sanata ve moda yön veren bir isim olmuştur.

2.3. Sanayi Devrimi'nin Türkiye'de Tekstil Sektörüne Etkileri

Sanayi Devrimi'nin etkilerinin tüm dünyaya yayılması ve ülkelerin bu yeniliklere uyum sağlama süreci birbirlerinden farklı olmuştur. Osmanlı İmparatorluğu'nun son

⁴⁹ <https://www.design-market.co/97454-vintage-ribbon-chair-momentum-fabric-from-jack-lenor-larsen-by-pierre-paulin-for-artifort-.html?redirected=true> Erişim Tarihi: 31.05.2023

dönemlerine denk gelen 19. yüzyılın sonlarına doğru, İngilizlerin Türkiye’de fabrikalar kurması ile başlayan makineleşme süreci; ekonomik, politik, coğrafi konum ve eğitim yetersizliği gibi sebeplerden gecikmeli yaşanmıştır.

Çöküş dönemindeki Osmanlı İmparatorluğu, Avrupa’daki gelişmelere geç cevap vermiş, ancak Tanzimat hareketiyle sanayileşme sürecine başlayabilmiştir. Sözcük anlamı olarak ‘düzenlemeler, reformlar’ anlamına gelen Tanzimat Fermânı ile Osmanlı İmparatorluğu; ekonomi, hukuk, askeriye, eğitim, sanat ve sanayi alanlarında yenilikler dönemine girmiştir.

Modernleşme sürecinin yapı taşlarından biri olan eğitim alanında yapılan yeniliklerden en önemlileri; Batılı tarzda eğitim veren üniversitelerin, kız ve erkek öğretmen okullarının ve devlet memurlarının yetiştirilmesi amacıyla okulların açılması olmuştur. Bir diğer önemli gelişme ise üniversitedeki öğrenci ve öğretmenlerin batılı eğitim tarzını benimseyebilmeleri, Avrupa’nın modernleşme sürecini; sanatsal, bilimsel ve teknolojik gelişmelerin takibi için yurt dışına devlet teşviki ile gitmelerini sağlamak olmuştur.

Türk sanatında ‘Yenileşme/Batılılaşma dönemi’ olarak adlandırılan bu yeni dönemde batı teknikleri kullanılarak geliştirilen resim, heykel ve mimari gibi alanlarda dönüşüm yaşanmıştır. Okullarda Avrupa dilleri öğretilmeye başlanmış, yabancı dillerdeki kitaplar Türkçeye çevrilmiş, geleneksel Osmanlı mimarisine uyarlanan Batılı üslup, teknik ve malzemeler ile mimaride yeni bir döneme geçilmiş; Beylerbeyi Sarayı Dolmabahçe Sarayı ve Maçka Palas gibi önemli yapılar Batılı üslup ile biçimlenmiştir.

Batı tekniklerini kullanarak Türkiye resim sanatının yenilenmesinin öncülerinden biri olan Osman Hamdi Bey, 1882’de İstanbul Arkeoloji Müzesi’ni kurmuş ve 29 yıl müdürlüğünü yapmıştır. Arkeolog, müzeci, ressam ve belediye başkanı olan Osman Hamdi Bey, Türkiye resim sanatına Mimosalı Kadın, Kaplumbağa Terbiyecisi, Gezintide Kadınlar gibi önemli eserleri miras bırakmış olan ilk Türk ressamlardan biridir. 1882 yılında padişah II.Abdülhamit tarafından Türkiye’nin ilk güzel sanatlar okulu olan ve günümüzde Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi adı ile eğitim vermeye devam eden ‘Sanayi-i Nefise Mektebi’nin müdürlüğü ile görevlendirilmiştir. Okul binasının Mimar Vallaury ile tasarlanmasından, binanın inşasına ve akademik

kadronun kurulmasına kadar her adımda büyük emeği geçen Osman Hamdi, okulu batı standartlarına uygun hale getirmek için büyük çaba sarf etmiştir.

Osmanlı İmparatorluğu'nun ilk sanat ve mimarlık yüksekokulu olarak 1883 yılında eğitime başlayan kurum, Paris Güzel Sanatlar Okulu'nu örnek alarak kurulmuş; mimarlık, resim, heykeltıraşlık, hakkaklık ve sanat bölümleri ile eğitim vermeye başlamıştır. Cumhuriyet dönemine kadar okulda eğitim gören öğrenciler erkek ve çoğunluğu gayri-müslim olmuştur. Cumhuriyet dönemi ile birlikte 1926 yılında kız ve erkek öğrenciler birlikte eğitim görmeye başlamış; yabancı hocaların yerini Türk öğretmenler almaya başlamıştır. (Wikipedia, 2023)

Modern Türkiye sanatının gelişmesine büyük katkıları olan, yetiştirdiği sanatçılar ile Türkiye kültürüne yeni bir ivme kazandırıp, modern dünya ile entegrasyonu sağlayan okul Türkiye'nin modernleşme sürecinde önemli bir yere sahip olmuştur.

Çoğunlukla bilim ve teknolojiadaki gelişmelere dayanan Sanayi Devrimi'nin Türkiye'deki ilerleyişine ivme kazandırmak amacıyla eğitim alanında yapılan bir başka faaliyet ise sanayi mektepleri ve sanayi atölyelerinin açılması olmuştur. Bu okullar Avrupa'daki meslek okulları ile benzerlik göstermiş; denizcilik, tersane, tarım ve hayvancılık gibi alanlarda sanayi ve zanaat eğitimleri vermiştir.

Mühendishane-i Bahr-i Hümayun, III. Mustafa zamanında tersane ve donanmanın geliştirilmesi amacıyla açılmış ilk teknik okul olma özelliğini taşır. Bu okul sayesinde savunma sanayi ve ulaştırma alanlarında önemli adımlar atılmıştır. İstanbul Teknik Üniversitesi ve Deniz Harp Okulu bu kurumun içinden ayrılarak eğitime günümüzde de devam etmektedir.

Osmanlı Devleti'nin Avrupa'da yaşanan gelişmeleri yakalayabilmek adına attığı bir diğer adım ise yabancı uzmanların davet edilmesi olmuştur. Alanında uzman kişiler istihdam edilmiş; askeriye, mühendislik, tıp, modern sanat gibi alanlarda bilgi açığını doldurmak istenmiştir.

Başlangıçta devlet eliyle kurulması planlanan sanayileşme süreci, Birleşik Krallık ile yapılan Balta Limanı Ticaret Anlaşması'yla dışa bağımlılığı artırmış, sonuç Osmanlı'nın aleyhine ilerlemiştir.

Cumhuriyet sonrası dönem Türkiye toprakları adına önemli bir sanayileşme sürecine girilen dönemi işaret eder. Ülkenin sanayileşmesi için yeni stratejilerin belirlendiği, çeşitli fabrikaların kurulup otomasyon ve robotik sistemlerin kullanılmaya başlandığı, eğitime verilen önemin artması ve teknik eğitimin geliştirilmesi gibi yeni adımlarının atıldığı bu dönemde, Türkiye ekonomisinin büyük ölçüde sanayiye dayalı olması hedeflenmiştir.

Sanayileşmenin gerçekleşmesi için atılan adımlardan biri 1923 yılında gerçekleştirilen İzmir İktisat Kongresi'dir. Türkiye'nin ekonomik bağımsızlık hedefinin nasıl gerçekleştirileceğine dair konular üzerinde durulan kongrede, özel teşebbüslere kredi sağlayacak devlet bankalarının kurulması, üretimin el işçiliği ve atölyelerden fabrika ve büyük işletmelere geçirilmesi ve ülkenin dış rekabete dayanıklı hale getirilmesi için sanayileşmenin bütün olarak kurulması gerektiği, yabancı tekelinden kaçınılması ve emekçilere amente değil, işçi denmesine karar verilmiştir.

Türkiye ekonomik bağımsızlığının güçlenmesindeki en büyük adım 1924 yılında Mustafa Kemal Atatürk'ün Türkiye İş Bankası'nı kurması olmuştur. Çiftçilere tarım kredisi verilerek özellikle tarım sektörünün gelişmesi sağlanmış, küçük işletmelere kredi imkanı sunarak üretimin artırılması hedeflenmiştir.

1930'lu yıllara gelindiğinde Dünya Ekonomik Buhranı'nın da etkisi ile finansman sıkıntısı yaşayan özel sektör firmalarına destek amaçlı kurulan Sümerbank ise özellikle büyümekte olan tekstil sanayii için önemli bir rol oynamıştır.

1933 yılında sanayi bankası olarak kurulan Sümerbank Türkiye'nin ekonomik gelişimine önemli katkılarda bulunmuştur. Özellikle tekstil sektörüne öncülük eden banka, yurt genelinde yerel ürün kullanımını artırma amacı ile daha sonra ayakkabı, halı, çimento, demir-çelik, kağıt ve selüloz tesislerini de bünyesinde toplayarak sanayinin birçok alanında yatırımlar yapılmasını sağlamış ve bu sayede işsizlik sorununa önemli derecede çözüm olmuştur.

Türkiye'nin tekstil sektörü ile dünya pazarına açılmasını sağlayan Sümerbank kumaş ve desenleri hem iç hem de dış piyasada büyük ilgi görmüştür. İlk basma fabrikası 1937 yılında Nazilli'de açılmış; Anadolu'da yerli üretim kumaşlarla moda devrimi olmuştur. Dönemin eşitleyici unsuru olarak görülen Sümerbank kumaşları, toplumun

farklı ekonomik, sosyal ve kültür düzeyindeki pek çok hanede (Resim 2.50.) var olmuştur. (Manifold.press, 2023)



Resim 2.50. Sümerbank Çiçek Desenli Basma Elbiseleri İle Bir Grup Kadın (1940'lı yıllar).⁵⁰

Bünyesinde çalışan pek çok tasarımcı ve ressamın oluşturduğu özgün ve kaliteli kumaşlarda çalışılan desenler; çiçek, geleneksel süsleme ve figürleri, Osmanlı mimarisi ve sanatını içermektedir. (Resim 2.51.)



Resim 2.51. Çiçekli Sümerbank Deseni.⁵¹

⁵⁰ <https://manifold.press/bir-donemin-toplumsal-esitleyicisi-sumerbank> Erişim Tarihi: 07.05.2023

⁵¹ <https://www.basmafistan.com/product-page/s%C3%BCmerbank-%C3%A7ift-en-pamuklu-kuma%C5%9F-3> Erişim Tarihi: 07.05.2023

Türk ev tekstil sektörünün uluslararası alanda tanınmasını sağlayan yüksek kaliteli yatak örtüleri, nevresim takımları, perdeler, masa örtüleri, havlu ve bornoz setleri, özgün desenleri ile dikkat çekmiştir. (Resim 2.52.)



Resim 2.52. Sümerbank Hereke Halısı – Lalezar Model. ⁵²

Sümerbank zamanla tekstil tasarımcılarının eğitildiği önemli bir meslek okuluna dönüşmüş; bünyesinde çalışan tasarımcılar karakteristik, özgün ve teknik yönü kuvvetli desenler tasarlamışlardır. Hazır giyim ve ev tekstili konusunda oldukça hızlı ve sağlam adımlar atan Sümerbank, kendi giyim markasını yaratmış, Kız Meslek Enstitüleri ortaklığı ile defileler düzenlemiş, uluslararası fuarlara katılmıştır.

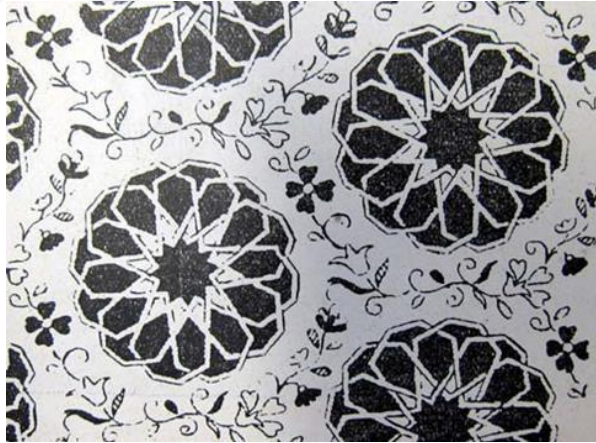
Geleneksel motifleri ustaca işleyen tasarımcılardan en önemlisi Müzeyyen Nalbantoğlu'dur (Resim 2.53.). Makineleşmiş seri üretim için desen tasarımları yapan Nalbantoğlu, 1942'de Perihan Tuğrul tarafından Ülkü dergisinde bir kurum çalışanı olarak tanıtılan ilk kadın tasarımcıdır. Sümerbank Nazilli fabrikasında çalışırken tasarladığı ilk motif (Resim 2.53), 'eski milli yadigâr' olarak değinilen çalışmalarına

⁵² <https://www.vivense.com/el-dokuma-sumerbank-hereke-halisi-lalezar-model-200x300-cm-modeli.html> Erişim Tarihi:07.05.2023

örnek olarak sunulmaktadır. (Tuğrul, 1942:22)



Resim 2.53. Müzeyyen Nalbantoğlu.⁵³



Resim 2.54. Müzeyyen Nalbantoğlu'na Ait Bir Motif Örneği.⁵⁵

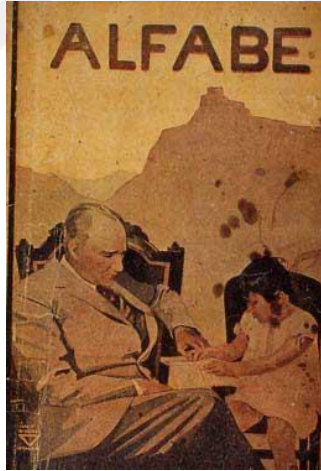
Sümerbank ve birçok devlet kurumunun kurumsal kimliğinin oluşmasında en önemli rolü üstlenmiş olan, Türkiye grafik sanatının kurucusu olarak kabul edilen isim ise İhap Hulusi Görey'dir (Resim 2.55.). Yerli malı kullanımının önemini vurgulandığı afiş

⁵³ <https://www.egeyedonus.com/blog/icerik/sumerbank-2> Erişim Tarihi:08.05.2023 ⁵⁵
<https://www.egeyedonus.com/blog/icerik/sumerbank-2> Erişim Tarihi:08.05.2023

(Resim 2.56.), Atatürk'ün isteği üzerine Alfabe kitabının kapağı, Sümerbank logosu gibi birçok kurumsal kimlik çalışması yapmış, 1935 yılında Türkiye'nin ilk grafik tasarım sergisini açmış ve kariyerinin başından itibaren usta tasarımcı olarak kabul görmüştür.



Resim 2.55. İhap Hulusi Görey.⁵⁴



Resim 2.56. Alfabe Kitap Kapağı Tasarımı.⁵⁵

Sanayiye yapılan yatırımların sonucu olarak ortaya çıkan işgücü açığı, nitelikli tasarımcı ve teknikerlerin yetiştirilmesine duyulan ihtiyacı artırmıştır. Tekstil sektörüne yeniliklerin, nitelikli işgücünün yetiştirilmesi amacıyla özellikle kız meslek

⁵⁴ https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0hap_Hulusi_G%C3%B6rey Erişim Tarihi:08.05.2023

⁵⁵ https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0hap_Hulusi_G%C3%B6rey Erişim Tarihi:08.05.2023

liseleri, sanat akademileri ve teknik okullar kurulmuştur. Marmara, İstanbul Teknik Üniversitesi ve Güzel Sanatlar Akademisi gibi okulların mezunları, hazır giyim ve ev tekstili sektörlerine önemli katkılar sağlamışlardır.

Modernleşmenin ilk adımlarının atıldığı Cumhuriyet'in bu ilk dönemlerinde, sanayide yaşanan gelişmeler, nitelikli çalışan yetiştirilmesi ve yeni malzemelerin keşfi ile ustaçarak ilişkileri yerini akademik eğitime bırakmıştır.

3. 1990'LI YILLAR VE SONRASINDA İÇ MEKAN TEKSTİL ÜRÜNLERİNDE YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLAR

İnsanlık tarihinin önemli dönüm noktalarından olan Sanayi Devrimi sonrası modern çağda, endüstriyel ve teknolojik gelişmeler hız kesmeden devam etmiş ve özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısı ile ivmesi artan bilgisayar ve otomasyon teknolojileri sayesinde büyük bir dönüşüm gerçekleşmiştir. Üçüncü Sanayi Devrimi olarak adlandırılan bu dönemde, sözü geçen ilerlemeler sayesinde, önceki yüzyıllara göre, bilgi erişimi ve paylaşımı kolaylaşmış, elektronik ortamda yapılan ticaret faaliyetleri gün geçtikçe hızlanmıştır. Kısacası üretim süreçlerindeki mekanizasyon artıkça ekonomik büyüme ve refah artmıştır. Ancak tüm bu olumlu gelişmelerin yanında toplumların sosyal, kültürel, ekonomik yapılarında ciddi değişimler yaşanmış; gelir eşitsizliği, üretim faaliyetlerinin artmasından kaynaklı çevresel sorunlar artmış, kentleşme ve işçi sömürsü sorunları meydana gelmiştir.

Seri üretim sayesinde artan çeşitlilik, erişilebilirlik ve yenilik arayışına bağlı olarak estetik ve fonksiyonel özelliklere sahip olan ürünlere verilen önem artmıştır. Diğer yandan değişen yaşam şartları, beraberinde yeni ihtiyaçları doğurmuş; bu ihtiyaçların karşılanması için başta tekstil sektörü olmak üzere birbiri ardına yenilikler gerçekleştirilmiştir.

Fabrikalarda çalışmaya başlayan insanlar daha dayanıklı ve işlevsel giysilere ihtiyaç duymuş, hazır giyim endüstrisinin ortaya çıkması ile tüketici çeşitli ve daha ekonomik giyim seçeneklerine ulaşabilmiş, gelişen sağlık, spor, eğlence, askeri ve savunma sektörleri, beraberinde medikal ve akıllı tekstillere duyulan ihtiyacı getirmiştir. Aynı

zamanda gelişen iletişim teknolojileri ve küreselleşme ile birlikte, bölümde konu edineceğim moda faktörünün tüketici üzerindeki etkisi büyük ölçüde artmıştır.

Dünya genelindeki tüm moda eğilimlerini takip edebiliyor konuma gelmek, tüketicinin yalnızca giyim tercihlerini değiştirmekle kalmamıştır, modayı bir yaşam stili olarak düşünmeyi gerekli kılmıştır. Bu sebeple günümüz tüketici tercihlerini saç ve makyaj, sağlık ve güzellik eğilimleri ve ev eşyasına dayalı eğilim duyarlılığı gibi yaşamın tüm alanlarındaki etkisi ile irdelemek gerekecektir.

Endüstri toplumuna geçişimizle birlikte artan çift gelirli hane sayısı, sosyal medya fenomenleri ve ‘influencer’ olarak nitelendirilen öncü sosyal medya kullanıcılarına olan güven ve takip etme ihtiyacı, Covid-19 pandemisi ile eve kapanan insanların artık eskiye nazaran ev tekstiline daha çok önem veriyor olması, dünyanın çeşitli kültürlerine ait özel gün ve haftalarda yaşanan ev dekorasyon popülaritesi ev tekstili sektörüne olan talebin ve pazarda rekabetin artmasını sağlayan başlıca faktörlerdendir.

Her buluşun bir başka buluşun tetikleyicisi ve geliştiricisi olduğu gerçeğinden yola çıkarak, çevre ve insan odaklı yeniliklerin, insanların yaşam tarzlarını ve ihtiyaçlarını değiştiriyor olması kaçınılmazdır. Bu ihtiyaçları karşılayabilmek adına ‘inovasyon’ kelimesi markaların ve tasarımcıların varlıklarını sürdürebilmeleri açısından önem kazanmaktadır.

Diğer yandan dış kaynak kullanımı ve dağıtım, pazarlama stratejileri ile ürünlerini daha geniş bir kitleye ulaştırmak için adım atan Avrupalı üreticiler, pazarlama faaliyetlerine odaklanarak marka bilinirliğini artırma amacıyla önemli stratejiler izlemektedirler.

‘Avrupa ev tekstili sektörü, teknolojik olarak oldukça gelişmiş olarak kabul edilmektedir. AB'deki üreticiler, yüksek tasarım içeriğine sahip yüksek değerli ürünlere odaklanır; pazarın üst segmentlerine tedarik sağlayarak küresel ölçekte ihracat yapmakta ve temel ürünleri düşük maliyetli ülkelerden temin etmektedirler. Stratejileri, verimlilikte bir artışa ve ürün yelpazesinin genişlemesine yol açmıştır.’ (Das, 2018)

Dış kaynak kullanımı stratejileri sayesinde daha düşük maliyetlerle yerel ihtiyaçlara uygun ürün yelpazesine sahip üreticiler, yerel ve dünya genelindeki tüketici taleplerine daha iyi yanıt verebilmektedir.

Oldukça rekabetçi olan bu alanda üreticiler; moda eğilimlerine uygun koleksiyonlar çıkarmak, marka bilinirliğini sağlamak ve devam ettirebilmek adına yerelde ve dünya genelinde pazarlama stratejilerini geliştirmek ve görünür kılmak, tüketicinin artan fiyat bilincini karşılayabilmek adına fiyat-performans dengesine uygun stratejiler geliştirmek, estetik ve tasarım değeri olan ve çevre bilinci yüksek, enerji ve su tasarrufu sağlayan üretim süreçleri ile stratejilerini geliştirmektedirler.

3.1. 1990'lı Yıllar ve Sonrasında Avrupa'da İç Mekan Tekstil Tasarımlarında Gerçekleşen Yenilikler

Modern çağın başlaması ile her sektörün olduğu gibi tekstil sektörü de Üçüncü Sanayi Devrimi'nin etkisiyle odağına teknoloji ve dijitalleşmeyi almış bir endüstri haline gelmiştir. Değişen dünya ile tüketici davranışlarında gözlemlenen değişiklik, kişiselleştirilmiş ve özgünlük vadeden ürün beklentisidir. Geçmişe göre çok daha hızlı akan yaşantımız, üretici ve markaları farklı pazarları analiz etmeye ve bu analizlerin sonucunda artan talebi ve tüketici ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına hızlı aksiyon almaları yönünde itici güç haline getirmiştir.

'Günümüz tekstil tüketicilerinin ellerinde artık markaların koleksiyonlarına göz atmak, renk seçeneklerini ya da beden denemelerini sanal olarak görüntülemek ve var olan sınırsız seçenek arasında gidip gelirken tekrar görüntüleyebilmek için veriyi saklamak gibi avantajlar sağlayan kullanışlı araçlar mevcuttur. Tabletler, akıllı telefonlar ve ekranlardan okunabilen sayısallaştırılmış verilere dönüştürülen ürün görselleri ve sanal numuneleri, eski perakendecilik ve satış süreçlerinin değiştirilmesine sebep olmaktadır.' (Yılmaz, 2022)

Avrupa iç mekân tekstil tasarımında 1990 yılı sonrası özellikle sürdürülebilirlik ve fonksiyonelliğe odaklanan yenilikler gerçekleşmiş, yeni ve eski markalar, tasarımcılar ve üreticiler, dijitalleşen dünyaya ayak uydurabilmek ve oluşan her yeni ihtiyaca çözüm sunabilmek adına çalışmalar yapmışlardır.

Bu çalışmalara verilebilecek başlıca örnekler; dijitalleşen baskı teknikleri, özel kaplamalardaki fonksiyonel özelliklerin artırılması, geri dönüştürülebilen malzeme kullanımı ve işleme teknik ve teknolojilerindeki gelişmeler olarak sunulabilir.

Elbette, tüm bu yenilik arayışlarının arkasında olan önemli marka ve tasarımcılar, Avrupa ve Türkiye’de, tüketici ihtiyaçlarına cevap verebilmek adına gerek hikayeleri, marka kimlikleri gerekse de tasarımcılarının yüzleri ile rekabet eder durumdadırlar.

Tüm bu rekabet faktörleri tüketici davranışları üzerinde etki etmektedir.

‘Tüketim maddeleri, özellikle Sanayi Devrimi’’nden sonra kültür endüstrisinin vazgeçilmez bir hammaddesi haline gelmiş, tüketen bireyler kendi varoluşsal biçimlerini, tüketimden geçerek keşfetmeye başlamıştır.’ (Baban, 2010)

Kimi tüketiciler kendilerini farklı ve özel hissettikleri markaları tercih ederek ulaşılması zor olan markalardan alışveriş yapmakta ve kendisini toplumun geri kalanından ayrı bir şekilde konumlandırmaktadır. Tüketicilerin marka tercihlerini etkileyen en önemli faktörler sosyal hayat, reklamlar, moda eğilimleri ve marka kimliği olarak düşünebiliriz.

Avrupa özelinde bu markaların tüketici davranışlarındaki etkilerinin, pazara katkılarının ve mevcut operasyonlarını daha verimli hale getirebilmelerinin incelenebilirliği sayesinde üzerinde durulması gereken iç mekan tekstil tasarımcı ve markaları; Hermes, Marks and Spencer, Rubelli, Ikea, Marimekko, Zara Home ve H&M gibi isimlerdir. Sözü geçen köklü marka ve isimler, dünyada sahip oldukları yüksek mağaza sayıları ve güncel ürünleri ile ev tekstili sektörüne yön vermektedirler. Ev tekstili sektörünün küreselleşen dünyada sürekli gelişmesini ve operasyonların daha verimli hale gelmesi için düzenlenen fuarlara örnek olarak Heimtex, Proposte ve MoOD gibi fuarlar üzerinde durulabilir. Bu fuarlar, sektördeki yeniliklerin ve gelecek moda eğilimlerinin belirlenmesinde dünyada önemli bir rol oynamaktadırlar.

Ayrıca yenilikçi ve sürdürülebilir yaklaşımlar sunarak sektöre katkıda bulunan birçok marka ve tasarımcı, çevre ve insan odaklı üretimleri ile insan hayatını kolaylaştırmayı ve daha sürdürülebilir bir gelecek kurmayı hedeflemektedir. Küçük yenilikçi yaklaşımlarla yaşamı kolaylaştıran ürünlere örnek olarak Crane&Canopy markasının,

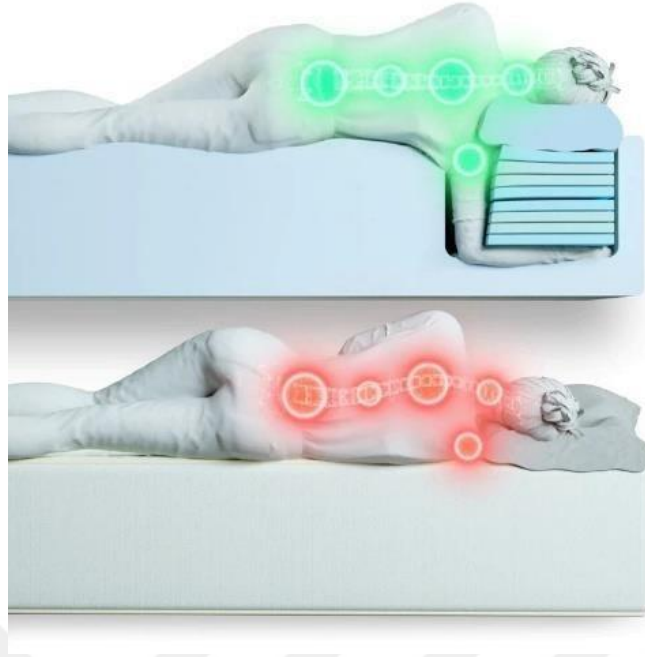
yorgan ve nevresimi birbirine bağlamaya yardımcı köşe bağları verilebilir (Resim 3.1.). Dört köşede bulunan bu köşe bağları ve gizli fermuarlı kapaması sayesinde, yorganın nevresim içerisinde sabit kalması sağlanmakta; kullanım öncesi ve sonrasında yatağı mükemmel şekilde düzenlemeyi hızlandırıp kolaylaştırmaktadır.



Resim 3.1. Crane&Canopy Nevresim Takımı. ⁵⁶

Yan yatış sırasında omurgayı hizalamak amacı ile tasarlanmış olan Sonu Sleep markasına ait, yastık kısmı boşluklu olan şilte tasarımı ise daha rahat bir uyku deneyimi sunmaktadır. (Resim 3.2.) Bu yenilikçi şilte tasarımı, daha iyi nefes almayı sağlamakta ve kas, sinirler üzerindeki baskıyı azaltmaktadır. (Resim 3.3.)

⁵⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=9P0u083sJKE> Erişim Tarihi: 18.08.2023



Resim 3.2. Sonu Sleep Omurga Destekleyen Şilte.⁵⁷



Resim 3.3. Sonu Sleep Omurga Destekleyen Şilte.⁵⁸

⁵⁷ <https://sonusleep.com/pages/innovations> Erişim Tarihi: 19.08.2023

⁵⁸ <https://sonusleep.com/products/sonu-sleep-system> Erişim Tarihi: 19.08.2023

Fonksiyonel ev tekstil yeniliklerine bir başka örnek ise pencere pervazlarına kolayca takılıp çıkartılabilen mıknatıslar ile karartma perdesi olarak da kullanılabilen, korniş/askı gerektirmeyen perdeler, dışarıya bakan kısmına yerleştirilmiş solar paneller sayesinde elektrik üretimi sağlayan perdelerdir.

Sürdürülebilirlik, ileri dönüşüm ve geri dönüşüm konularında da ev tekstili sektörüne önemli katkılar sağlayan tasarımcı ve markalara, Nathalie Spencer tarafından ananas yapraklarından elde edilmiş doğal lif ile üretilmiş yatak örtüsü, Fernando Laposse tarafından, sisal yapraklarından elde edilmiş lifler ile oluşturulan bank tasarımları (Resim 3.4.) ve bulunduğu nemli ortam sebebi ile küflenip kısa sürede değiştirilmesi gereken, polyester hammaddelerden üretilmiş duş perdelerinin yerine biyolojik olarak çözünebilen ve toksik kimyasal yaymayan küfe karşı dirençli duş perdelerinin üretilmeye başlanması önemli adımlardır.



Resim 3.4. Fernando Laposse Tasarımı Bank. ⁵⁹

⁵⁹ <https://www.fernandolaposse.com/projects/the-dogs/> Erişim Tarihi: 01.06.2023

Kaliteli ve estetik tasarımları ile ev tekstili sektöründe önemli bir konuma sahip olan Christian Fischbacher örneğinde, deniz tabanından toplanmış pet şişelerden dönüşümle tasarlanmış perdeler (Resim 3.5.), geri dönüştürülmüş hammaddeler ile üretilmiş halı gibi birçok ürün grubunda uzun ömürlü sürdürülebilirlik prensipleri uygulanmaktadır. Avrupa’da 20. yüzyılda öne çıkan ve iç mekan tekstilleri alanında öncü olan bazı markalara sırasıyla çalışmamızda yer vermek istedim. Bu markalardan ilki 1837 yılında kurulmuş olan Hermes’tir.



Resim 3.5. Christian Fischbacher Geri Dönüştürülmüş Pet Şişelerden Perde Tasarımı. ⁶⁰

3.1.1. Hermes

Fransız moda ve lüks yaşam markası olan Hermes, 1837 yılında, İkinci Sanayi Devrimi’ne yaklaşılın dönemde kurulmuş derin köklere sahip bir markadır. Markanın resmi internet sitesinde belirtildiğine göre, 45 ülkede 300 mağazaya sahiptir. İlk olarak binicilik aksesuar tasarımlarıyla kurulan marka, zaman içerisinde ürün yelpazesini giyim ve iç mekan tekstillerine kadar genişletmiştir. Sıkıca kontrolden geçen ve kalitesinde standardı olan marka, kendi atölyelerinde üretimlerini yapmaktadır. Aksesuar ve ev tekstilindeki ikonik ürünleri ile bilinmekte olan

⁶⁰ <https://www.fischbacher.com/en/benu-net-14645-515> Erişim Tarihi:01.06.2023

markanın ikonikleşen ürünlerine ‘Birkin’ çantası ve ‘Avalon’ battaniyesi örnek verilebilir.



Resim 3.6. Hermes Avalon Battaniye. ⁶¹

Dört köşesinde ve ortasında ‘H’ desenine sahip olan battaniye, marka kimliğini yaşatan bir sembol olarak görülmektedir. Battaniye %90 merinos ve %10 kaşmir içeriği ile kalite ve lüks hissiyatını öne çıkarmaktadır.

Lüks marka kimliği ile Hermes, üründen çok yaşam tarzı ve moda satan bir markadır. İç mekan tekstil kategorisinde kırlent, battaniye, havlu ve dekoratif deri ürünler; dış mekan tekstil ürün kategorisini ise plaj havlusu, plaj matı ve yastıkları gibi ürünlerle desteklemektedir.

⁶¹ <https://www.hermes.com/us/en/product/avalon-throw-blanket-H102668Mv52/>



Resim 3.7. Hermes Plaj Matı.⁶²

Kendisi gibi lüks moda ve yaşam tarzı markaları ve kuruluşlarla yaptığı iş birlikleri ile tüketiciye sunduğu özel koleksiyonlar sunmaktadır. Bu iş birlikleri sayesinde rekabet avantajlarını genişleten marka, farklı müşteri kitlelerine ulaşmayı hedefleyerek, yeni pazarlarda marka görünürlüğü artırmaktadır.

Hermes, kullandığı gerçek deriler ile tepki çeken bir markadır. Bu da marka için malzeme geri dönüşüm ve yeniden değerlendirebilme konularını önemli hale getirmektedir. Kullanılmış eski çanta ve deri aksesuarlara, yenileme ve onarım hizmetini sunarak ya da ikinci el satış hizmeti vererek müşterilerini sürdürülebilir bir döngüye davet etmektedir.

⁶² [https://assets.hermes.com/is/image/hermesproduct/103458M%2003_worn_2?a=a&size=3000,3000&extend=0,0,0,0&align=0,0&\\$product_item_grid_g\\$=&wid=400&hei=400](https://assets.hermes.com/is/image/hermesproduct/103458M%2003_worn_2?a=a&size=3000,3000&extend=0,0,0,0&align=0,0&$product_item_grid_g$=&wid=400&hei=400) Erişim Tarihi: 23.05.2023

3.1.2. Marks&Spencer

Marks and Spencer markası, İkinci Sanayi Devrimi sürerken, 1884 yılında İngiltere’de kurulmuş olan bir perakende şirkettir. Çeşitli ürünlerin satıldığı küçük bir tezgah ile başlayan firmanın öyküsü, günümüzde yüksek kalite standartlarına uygun, müşteri memnuniyeti odaklı stratejisi ile küresel olarak tanınan ve güven duyulan bir marka konumundadır.

1986 yılında ilk ev tekstili koleksiyonunu (Resim 3.8.) tanıtan marka, 20. yüzyıl boyunca hızla büyümüş ve giyim, ev tekstili, gıda ve diğer birçok ürün kategorisinde alanında öncü rol oynamıştır. Bu sayede kişisel ve ev halkı olarak tüketicinin her ihtiyacını karşılayan bir marka olma özelliğine sahiptir.

Ev tekstili sektöründeki başarıları sayesinde sektöre ev tekstili kategorisini kazandıran markaların başında gelen M&S, ev tekstili marka ve mağazalarının açılmasına öncü olmuştur.



Resim 3.8. Marks and Spencer – İlk Ev Tekstil Koleksiyon Lansmanı.⁶³

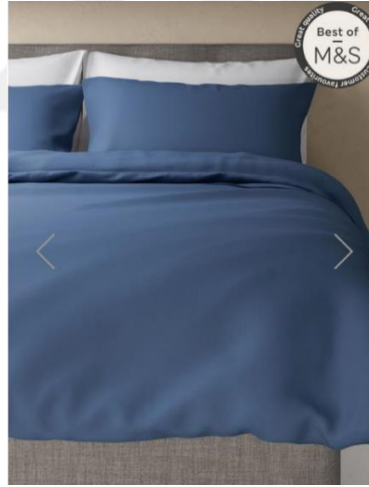
Sürdürülebilirlik konusunda 2007 yılında başlattıkları ‘Plan A’ sürdürülebilirlik planı ile, tedarik zinciri ve atık yönetimi, toplumsal sorumluluk, şeffaflık ve raporlama,

⁶³ <https://archive.marksandspencer.com/timeline/the-ms-story/> Erişim Tarihi: 21.05.2023

iklim değişikliği ve karbon ayak izini azaltma gibi konuları ele almıştır. Bu kapsamda sürdürülebilirlik konusunu merkezlerine alarak etik üretime odaklanmış olan firma, dünyanın en sürdürülebilir büyük perakendecisi olma hedefindedir.

Ev tekstili kategorisinde, organik pamuk, saf mısır pamuğu, saf keten gibi doğal hammaddeler kullanarak üretilen kumaşları akıllı kumaş teknolojileri ile donatmaktadır. Bu akıllı kumaş teknolojileri, çeşitli fonksiyonlar sunarak anti alerjenik, daha uzun süre kalıcı renk, ısı korunumu ve nemi buharlaştırıp ısının dışarı çıkmasına olanak sağlayan kumaşlar ve akıllı kumandalı elektrikli battaniyeler üretmekte, tketiciciye konforlu ve fonksiyonel bir deneyim sunmayı hedeflemektedir.

şekil hafızalı ve antialerjik yastık seçenekleri ve ayrıca antialerjik yatak koruyucu ve su geçirmez yatak setleri ile tüketicilerin medikal ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik ürün geliştirmeler yapmaktadır.



Resim 3.9. Saf Mısır Pamuğundan retilmiş, Staynew Kumaş Teknolojisi Sayesinde Daha Uzun Süre Kalıcı Renk Sağlayan Nevresim Takımı rneği. ⁶⁴

Ürettikleri iki kontrol kumandalı ve piyasadaki çoğu emsaline karşın, makinede yıkama özelliğine sahip olan elektrikli battaniye, aşır ısınma korumasına sahip

⁶⁴ https://www.marksandspencer.com.tr/ev-gri-saf-egyptian-cotton-yorgan-kilifi-5642406656/?integration_color=SLATE%20BLUE Erişim Tarihi: 21.05.2023

olması ile tüketicinin ihtiyacını karşılar, oluşabilecek tehlikelere karşı da koruma sağlamaktadır.

3.1.3. Rubelli

1897 yılında, İkinci Sanayi Devrimi döneminde, Venedik'te temelleri atılan marka köklü bir geçmişe sahip olmasının yanında kaliteli ve zarif kumaşlarıyla bilinen bir tekstil markasıdır. İlk başlarda ipek kumaş ticaretinde büyük başarı sağlayan firma, günümüzde kadife ve goblenleri ile de geniş ürün yelpazesi sunmaktadır.

Dünya çapında ünlü tasarımcı ve markalar ile iş birliği yaparak, teknolojik gelişmeleri takip edip modernizasyon sürecine zamanında giren marka küresel çapta üretimler yapmaktadır. Günümüzde geleneksel el dokuması ve moda eğilimlerini takip ederek oluşturduğu koleksiyonlar ile lüks oteller, tiyatrolar, lüks evler ve prestijli projeler için iç mekan tekstilleri üretmektedir.

Köklü bir tarihe sahip olan firma, 1987 yılında bir cruise gemisi için teknik kumaşlar üretmiş ve ertesi yıllarda ünlü tiyatro ve müzelerin restorasyonlarında kullanılmak üzere tekstil restorasyonlarına imza atmıştır.

2009 yılında İtalyan giyim markası Giorgio Armani ile yapmış olduğu iş ortaklığı sayesinde Armani'nin moda endüstrisindeki prestiji ve Rubelli'nin tekstil uzmanlığı birleşmiş oldu. (Resim 3.10.) Her iki marka da küresel pazarda bu iş ortaklığından faydalı çıkarak iç mekan tekstil tasarımında büyük başarı elde etmiş ve ortaklıklarını hala sürdürmektedirler.



Resim 3.10. Armani/Casa.⁶⁵

‘Rubelli evi, sürdürülebilirlik ve çevreye saygı temalarıyla ilgili olarak uzun zamandan beri adım adım zenginleşen ve yeni eylemler, üretimler ve “buluşlar” ile zenginleşmeye devam eden bir yolculuğa çıktı.’ (Rubelli, 2023) sözleri ile sürdürülebilirlik konusundaki çalışmalarına dikkat çekmek isteyen marka, dayanıklı ve kaliteli üretim yaparak, uzun kullanım ömrüne sahip kumaşlar yapmayı ilke edinmiştir. Üretim atıklarından geri dönüşümle hammadde elde etmekte, biyokaynaklı ve çevre dostu viskon kumaş üretmekte; Oeko-Tex sertifikasına sahip (insan sağlığına zararlı maddeler içermediği onaylanmış) ve GreenGuard sertifikasına sahip (çevreye zararlı madde salmadığı onaylanmış) kumaş üretimleri yapmaktadır.

Aynı zamanda iç mekan tekstillerinin önemli bir kategorisi olan akustik paneller ile iç mekanlarda ses yalıtımı ve akustik performansı artırmaya yönelik üretimler yapmakta ve kullandıldığı mekana estetik açıdan değer katmaktadır. (Resim 3.11.)



⁶⁵ <https://www.armani.com/en-us/experience/armani-casa/salone-del-mobile-2023> Erişim Tarihi: 21.05.2023

Resim 3.11. Rubelli Akustik Panelleri.⁶⁶

Büyük moda devleri ve genç tasarımcılarla sayısız iş birliğine imza atan Rubelli'nin, genç tasarımcılar Nava+Arosio ile yapmış olduğu iş birliğinden doğan Pila-47 isimli koltuk, tamamen el yapımı ve şık ancak sıra dışı bir görünüme sahiptir. (Resim 3.12.)



Resim 3.12. Pila-47 Koltuk Tasarımı.⁶⁷

Marka, 1897 yılından günümüze, saraylara, lüks konut, otel ve prestijli projelere özgün ve yüksek kaliteli kumaş tasarımları yapmıştır. İtalyan zanaati ve modernist yapısı ile Rubelli, iç mekan tekstil endüstrisinde öncü rol üstlenmektedir.

3.1.4. IKEA

Dünyadaki en meşhur ev dekorasyon markalarından biri olan İsveç kökenli IKEA, Üçüncü Sanayi Devrimi'nin başlangıç yılları olan 1943 yılından bugüne pratik ve işlevsel olan ürünleri uygun fiyatlarla tüketiciyle buluşturması ile bilinmektedir.

Markanın resmi internet sitesinde belirtildiğine göre, 406 mağazaya sahiptir. Daha iyi bir günlük yaşam yaratmak amacı ile yolan çıkan ve gündelik problemlere pratik

⁶⁶ <https://www.rubelli.com/fr/cloud-acoustic-20001?variant=3347> Erişim Tarihi: 21.05.2023

⁶⁷ <https://www.rubelli.com/fr/designer/nava-arosio>

çözümler bulması ve tasarımlarındaki yenilikçi yaklaşımı ile marka, geri dönüşümlü malzeme kullanımı, enerji verimliliği gibi sürdürülebilirlik ilkelerini benimsemiştir.

Farklı tarz ve ihtiyaçlara yönelik geniş ürün yelpazesini mix&match, montaj kolaylığı ve modüler sistemler ile donatarak tüketiciye kişiselleştirilmiş bir deneyim

sunmaktadır. Standartlaştırılmış modellerinde uyguladığı modüler sistemleri sayesinde tüketici aldığı ürün üzerinde yıllar geçse de ekleme ve güncelleme yapabilmektedir. Bu sayede uzun ömürlü ve kullanıcı dostu dekorasyon sağlanmaktadır.

‘Başta basit olan varsayım, çoğu yaşam yeri malzemesinin - tahta, plastic, etnik hasır işi, krom kaplılar ve dev yer minderleri – modern orta sınıfın yaşam biçimine kabul edilebilir bir arka plan yaratmak için mümkün olan tüm kombinasyonları bir şekilde birleştirip ve eşlemektir. Bundan beri bu konsept İsveçli firma IKEA tarafından daha büyük bir kitleye pazarlanmaktadır.’ (Lucie-Smith, 1993)

Sürdürülebilirlik, çevre ve insan odaklı üretimleri ile dikkat çeken markanın ürün açıklamalarında bulundurduğu ‘malzeme ve çevreye duyarlılık’ bölümünde 2030 yılına kadar, ürünlerindeki tüm malzemelerin geri dönüştürülebilir veya yenilenebilir olmasını hedeflediklerini belirtmişlerdir.

Aynı açıklamalara ek olarak, ev tekstili kategorilerindeki ürünlerinde, hammaddelerin daha az kimyasal gübre ve ilaç kullanılarak yetiştirildiği ve klorsuz bir şekilde beyazlatıldığı bilgileri de yer almaktadır.

Ürünlerinin hemen hepsini koleksiyon mantığında oluşturan marka, örneğin, aynı desene ait nevresim takımı ve masa örtüsünü birlikte tüketiciye sunmaktadır. Bu sayede yaşam alanlarında bir bütünlük görmek isteyen ya da tarzlarına özgü dokunuşlar yapmak isteyen tüketiciye ulaşmaktadır.

Ev tekstili kategorisinde yaşam alanlarına getirdiği yenilikler ile IKEA, alanında öncü konumunu sürdürmektedir. Akla ilk gelen örnek olan GUNRID adını verdikleri akıllı perde, kirli havayı temiz havaya dönüştürmek için doğal güneş enerjisini kullanır. Perde,

mineral bazlı özel kaplaması sayesinde havadaki kirleticileri güneş ışığı ile etkileşime geçirerek parçalayabilmektedir. Ayrıca %100 geri dönüştürülmüş pet şişelerden üretilmiştir. Elektrikli hava temizleyicilerin kullanacağı enerji miktarı ve temizlenmesi gereken filtresi düşünüldüğünde; bu perde yenilikçi, sürdürülebilir ve pratikliği ile ortam hijyenini sağlamakta önemli bir üründür.

Ev tekstilleri ile yaşamı kolaylaştırmaya yönelik bir diğer ürünleri olan yatak soğutma pedi, nemi emen ve serin tutan özelliği ile yaz aylarında konforlu bir uyku deneyimi sunmaktadır. Ürün ayrıca buzlukta bekletilebilir ve makinede yıkanabilir yapıdadır.



Resim 3.13. İkea Yatak Soğutma Pedi.⁶⁸

Ayrıca mobilya ve yaşam alanlarında temizliği kolaylaştırmak adına kolay çıkarılıp takılabilen sandalye ve minder kılıfları, bebek alt değiştirme ped ve kılıfları, iç kısmı plastik kaplamaya sahip, neme karşı dayanıklı çamaşır torbaları, hassas giysilerin yıkama esnasında zarar görme riskini azaltmak amacıyla tasarlanmış çamaşır yıkama torba ve fileleri markanın yaşamı kolaylaştırmak adına tasarladığı yenilikçi ürünlerdendir.

⁶⁸ <https://www.ikea.com.tr/urun/rexbegonia-60x80-cm-sogutma-pedi-50522177> Erişim Tarihi: 23.05.2023

⁷¹ <https://mgmt.ikea.com.cy/en/products/baby-children/baby/changing-tables-nursing/vadra-cover-forbabycaremat-puppy-pattern-48x74-cm/80526386/> Erişim Tarihi: 23.05.2023



Resim 3.14. Bebek Alt Değişirme Ped ve Kılıfı ⁷¹



Resim 3.15. Çıkarılabilen Minder Kılıfı. ⁶⁹

Hem hijyenik hem de fonksiyonel özellikleri bir arada bulunduran yatak alezleri, vücut ısını korurken yatak şiltesinin temiz kalmasını sağlayarak yatak ömrünü uzatırlar. Ayrıca kılıfı çıkarılarak yıkanabilen yatak üretimi de mevcuttur. Hava dolaşımına izin

⁶⁹ <https://mgmt.ikea.com.cy/en/products/textiles/chair-pads/elsebet-chair-pad/90412450> Erişim Tarihi: 23.05.2023

veren doğal hindistan cevizi liflerinden yapılmış yatak katmanları sayesinde hijyenik ve konforlu bir uyku deneyimi sunar.

IKEA'nın çocuk koleksiyonlarına ait ahşap yatak karyolalarına uyumlu yatak tenteleri ile çocuklar için oyun ve mahremiyet alanı sağlamak hedeflenmiştir. Ayrıca üretilen malzemelerde kimyasal madde içermeyen ve geri dönüştürülmüş malzemeden üretilmesi ile çevre ve insan duyarlılığı sağlanmaktadır. Çocuk oyun alanları için özel tasarlanmış, leke tutmayan, yumuşak ve dayanıklı halı ve kilimler de yaşamı kolaylaştıran ürünleri arasındadır.



Resim 3.16. Denizaltı Temalı Erkek Çocuk Yatak Tentesi⁷⁰

⁷⁰ <https://www.ikea.com.tr/urun/kura-mavi-yatak-tentesi-40528448> Erişim Tarihi: 23.05.2023



Resim 3.17. Alışveriş Temalı Kız Çocuk Yatak Tentesi.⁷¹

Ikea, çevre dostu ve pratik ürün çözümleri ile tüketiciye sağlıklı ve yaşanabilir bir mekan deneyimi sunmayı amaçlamaktadır. İhtiyaca göre özelleştirilebilen modüler sistemleri, enerji tasarrufu sağlayan çeşitli ürünleri ve atık miktarını azaltmaya yönelik politikalarıyla çevre ve insan odaklı bir şirket olarak bilinmektedir.

Tasarım sürecini bir işbirliği olarak gören marka, Marimekko gibi örnek verilebilecek büyük tasarımcılar ile işbirlikleri yapmasının yanısıra dünyanın çeşitli yerlerinden tasarımcılar, zanaatkarlar ve genç yetenekler ile çalışmaktadır. Ortaya çıkan ürünlerin tasarım süreçleri ve arkasındaki tasarımcıların eserleri konusunda da

oldukça şeffaf bir yaklaşım sergilemektedir. Buna en yakın örnek, Tufjord isminin verildiği kumaş kaplamalı yatak başlığıdır. Tasarımcı, bu yatak başlığının tasarım sürecindeki düşüncelerini şu sözlerle aktarmıştır:

*"TUFJORD'u tasarladığımda, rahatlığı ve yumuşaklığı en üst düzeye çıkarmak ve yatakta kucaklayıcı bir his yaratmak istedim. Kavisli yatak başlığı, okumak, sarılmak veya uzun bir günün ardından dinlenmek gibi koza anları için تنها bir alan yaratır. Şekilli metal ayaklar ve yumuşak, güzel döşeme, yatağa karakteristik bir görünüm kazandırıyor."*⁷²

⁷¹ <https://www.ikea.com.tr/urun/kura-beyaz-cok-renkli-yatak-tentesi-20506145> Erişim Tarihi: 23.05.2023

⁷² <https://www.ikea.com/us/en/rooms/living-room/how-to/in-the-minds-of-ikea-designerspuba858f160> Erişim Tarihi: 20.08.2023

Tasarımın hikayesini tasarımcısı ile birlikte tanıtma fikri, müşterinin satın aldığı ya da alacağı ürün ile daha derin bir bağ kurmasını sağlarken marka sadakatini artırabilecek bir yaklaşımdır. Bu yönü ile, tasarımcının markaların ardındaki görünmeyen yüz olmaktan çıkmışlardır. Tüm bu marka, tasarımcı işbirlikleri sayesinde Marimekko-Ikea ya da tasarımcı hikeleri örneklerinde olduğu gibi marka ve müşteri arasındaki bağ güçlendirilmekte, markalar ve tasarımcılar birbirlerine değer katmaktadırlar.

3.1.5. Marimekko

İkinci Sanayi Devrimi döneminde, 1951 yılında Finlandiya’da Viljo ve Armi Ratia tarafından kurulan marka; tekstil tasarımında farklı bir yaklaşım belirledi ve desen tasarımlarında doğadan aldığı ilham ve tarihsel dekoratif motifler kullanarak, fonksiyonel, basit ve renkli tasarımları ile öne çıkmaya başladı.

1951 yılında ilk kumaş koleksiyonunu tanıtan marka, kuruluşundan kısa bir süre sonra adını uluslararası alanda duyurmayı başardı. Marimekko’yu özgün kılan özelliklerin başında modayı bir yaşam biçimi olarak görmesi ve ev tekstili, giyim, dekorasyon alanlarına benzersiz bir bakış açısı getirmesi gelir.

Markanın ünlü tasarımlarının altına imzasını atan birçok yetenekli tasarımcısı olmuştur. En ikoniği ‘Unikko’ (Resim 3.18., 3.19.) ve ‘Kivet’ (Resim 3.20.) desenleri, tasarımcı Maija Isola tarafından; ‘Siirtolapuutarha (Resim 3.21.) ise Maija Louekari

tarafından tasarlanmış ve bu desenler giyimden ev tekstiline birçok ürün grubunda kullanılmışlardır.



Resim 3.18. İkonik Unikko Deseni- 1964. ⁷³



Resim 3.19. Unikko Nevresim Takımı. ⁷⁴

⁷³ <https://nordika.co/producto/marimekko-unikko-rojo-metro-de-tela-de-algodon/> Erişim Tarihi :02.06.2023

⁷⁴ <https://www.obedthompson.net/products/marimekko-unikko-cotton-red-comfortersheet-bonus-set1975726.html> Erişim Tarihi:02.06.2023



Resim 3.20. Kivet Koltuk Minderi.⁷⁵



Resim 3.21. Sirtolapuutarha Kirlent Kılıfı.⁷⁶

Koleksiyonlarındaki tekstil ürünlerini keten ve pamuklu kumaş baskılarla hazırlayan firma; yenilikçi, özgün ve cesur tasarımları ile günümüzde hala popülerliğini korumaktadır.

⁷⁵ https://www.marimekko.com/com_en/kivet-seat-cushioncotton-beige-070446-888 Erişim Tarihi: 02.06.2023

⁷⁶ https://www.marimekko.com/com_en/pieni-siirtolapuutarha-cushion-cover-50x50-cm-white-green-068371160 Erişim Tarihi: 02.06.2023

Uluslararası alanda belirgin bir yere sahip olması sayesinde Converse, H&M, Adidas, Uniqlo, IKEA (Resim 3.22., 3.23., 3.24.) gibi birbirinden farklı ürün grubundan dev markalarla işbirliği yapmıştır.



Resim 3.22. IKEA x Marimekko Baskılı Duş Perde Tasarımı.⁷⁷



Resim 3.23. IKEA x Marimekko Baskılı Sauna ve Kirlent Kılıfı.⁷⁸

⁷⁷ <https://chatelaine.com/home-decor/ikea-marimekko-bastua-collection-2023/> Erişim Tarihi:02.06.2023

⁷⁸ <https://hypebeast.com/jp/2023/2/ikea-marimekko-bastua-collection> Erişim:02.06.2023



Resim 3.24. IKEA x Marimekko Baskılı Yer Minderi. ⁷⁹

Günümüzde sürdürülebilirlik ve etik üretim konularında da öne çıkmayı başarmış olan marka; çevre bilinci yüksek, stil sahibi ve duyarlı tüketicilerin tercih ettiği bir marka olarak adını her geçen gün daha fazla duyurmaktadır.

3.1.6. Zara Home

Günümüzde moda ve tekstil ticaretinin büyük bir kısmını elinde bulunduran Inditex Grup'un önemli bir parçası olan Zara Home, ilk mağazasını Üçüncü Sanayi Devrimi dönemi olan 2003 yılında İspanya'da açmış ve Zara markasının moda perakendeciliğindeki başarısını ev tekstiline taşımıştır. Geniş ürün yelpazesıyla 'moda, kim olduğumuz kadar nasıl yaşadığımızdır.' (Inditex, 2023) sözünden yola çıkan marka, evimizin dekorasyonunda hayat tarzımızı ifade etmenin önemini vurgulamaktadır. Güçlü, zamansız ve modern seçenekler sunan marka, uluslararası alanda varlık göstermektedir.

Her sezon çıkardığı yeni koleksiyonları sezonun tek koleksiyonu olarak görmektense bir başlangıç verisi olarak görmeyi tercih eden Zara ve Zara Home; güncel moda eğilimlerine yön verecek olacak olan ve satış başarısından tam emin olmadığı denemeleri olup 'question mark' olarak adlandırılabilen ürünlerin satış verilerine göre,

⁷⁹ <https://www.modernliving.jp/products/goods/g42852493/ikea-marimekko-sauna/> Erişim Tarihi:02.06.2023

devam eden sezonlarda tasarımlar üzerinde ufak güncellemeler yapmaktadır. Bu sayede hem müşteri ihtiyacını karşılamakta hem de üretimini kâr odaklı yapabilmektedir. Geniş ürün yelpazesi ile; yatak takımları, havlular, perde ve

döşemelik kumaşlar, halı, ev dekorasyonu, mobilya ve diğer ev tekstili ürünleri ile stil sahibi mekanlar yaratmayı hedeflemektedir.

Pratiklik ve işlevselliği ön planda tutan ürünleri başarılı bir şekilde moda eğilimlerine uygulayan Zara Home, güçlü teknik özelliklere sahip ürünler çıkarmakta ve tüm bu yönleriyle piyasada öncü konumdadır.



Resim 3.25. Zara Home Şönil Çiçek İşlemeli Yorgan.⁸⁰

Dekoratif ev tekstili ürünleri kadar fonksiyonel ve medikal anlamda da geniş bir yelpaze sunan marka, yan uyumayı sevenler için 3 bölümlü yastık üretmiştir. Bu yastığın ortası kuş tüyü, iki yanı mikrofiber dolgu ile kaplanmış, orta sertliktedir. Yine

⁸⁰ <https://www.zarahome.com/tr/cicek-islemeli-yorgan-140112005?categoryId=1020116653&colorId=524&ct=true> Erişim Tarihi: 22.05.2023

viskoelastik taneli yastık, hipoalerjenik ve toz akar önleyici özellikleri bulunan yastıklar ile uyku kalitesini artırmaya yönelik üretimler yapmaktadır.

Zara Home, 2023 yılı koleksiyonu ile ekmek mayalama bezi, çift saplı ekmek torbası, gramaj cetveli bulunan un ve tuz torbası gibi doğal hammaddelerden üretilmiş; gıda

ile temasa uygun tekstil ürünlerini pazara sürerek, ev tekstillerinin fonksiyonel kullanım alanlarına yönelik yenilikler sunmaktadır.



Resim 3.26. Ekmek Mayalama Bezi. ⁸¹

⁸¹ <https://www.zarahome.com/tr/ekmek-mayalama-bezi-147226026?categoryId=1020261501&colorId=712&ct=true> Erişim Tarihi: 22.05.2023



Resim 3.27. Pamuklu Tuz Torbası.⁸²



Resim 3.28. Çift Saplı Ekmek Torbası.⁸³

⁸² <https://www.zarahome.com/tr/pamuklu-tuz-torbasi-147227019?categoryId=1020261501&colorId=712&ct=true> Erişim Tarihi: 22.05.2023

⁸³ <https://www.zarahome.com/tr/cift-sapli-ekmek-torbasi-147229019?categoryId=1020261501&colorId=712&ct=true> Erişim Tarihi: 22.05.2023

Ayrıca marka, tekstil, seramik, cam, ahşap, ev kokuları gibi tüm kategorilerindeki ürünleri koleksiyon mantığında pazara sunarak yaşam alanlarının bütünlük içerisinde olmasını sağlamaktadır. Aynı tasarım dilini koruyarak farklı kategorilerdeki ürünlerin bir araya gelmesini sağlayan marka, stil sahibi bir dekorasyon deneyimi sunmayı hedeflemektedir.

Kendisi gibi güçlü markalarla yaptığı iş birlikleri ile Zara Home, farklı tarz ve moda eğilimlerine hitap eden iç mekan tekstilleri ve dekorasyon ürünleri üreterek, tüketiciye çeşitlilik sunmayı hedeflemektedir. Bu iş birlikteliklerine en güncel olarak verilebilecek örnek, 2014 yılında kurulmuş olan Cabana Dergisi ile yapılanıdır. (Resim 3.29.) Ev tekstillerinin ağırlıkta olduğu bu koleksiyonda, Zara Home müşterisinin görmeye çok da alışık olmadığı canlılıkta renk ve dokular koleksiyona dahil edilmiş ve farklı hedef kitlelerine hitap edilmiştir.



Resim 3.29. Zara Home X Cabana.⁸⁴

Ayrıca sunduğu koleksiyonlarda mümkün kıldığı mix&match konsepti sayesinde, tüketicie geniş bir seçme olanağı sunarak alışveriş deneyimini kişiselleştirme imkanı sunmaktadır. Farklı stil ve konseptleri bir araya getirmekte özgür olan müşteriler kendi tarzlarını yansıtmakla kalmayıp, dekorasyonlarında kullandıkları farklı stiller sayesinde yaşam alanlarında sürekli yeni ve farklı bir görünüm sağlayabilmektedirler.

Hızlı üretim, geniş ürün yelpazesi, online alışveriş imkânı, fonksiyonel ve güncel moda eğilimlerini takip eden çağdaş tasarımları ile Zara Home markası, uluslararası alanda en çok tercih edilen markalardan biri olmayı başarmıştır.

3.1.5. H&M HOME

Dünyaca ünlü hızlı giyim markası olan H&M'in ev tekstili ve dekorasyonu alanında faaliyet gösteren alt markası olan H&M Home, markanın resmi internet sitesinde belirtildiğine göre, 32'si konsept mağaza olmak üzere toplamda 399 adet mağazada faaliyet göstermektedir. Özellikle sürdürülebilirlik ve etik üretim konularına

odaklanmış, bu konuda mağazalarında ve üretim tesislerindeki süreçlerde çeşitli adımlar atmakta olan bir markadır.

H&M'in moda ve moda eğilimleri konusundaki uzmanlığını iç mekana taşıyan marka; kaliteli, modern ve stil sahibi ürünlerin uygun fiyatlar ile tüketicie sunmayı hedefleyen markanın piyasada en çok öne çıktığı özelliği, sürdürülebilirlik ve etik konularında sektörde öncü konumda olmasıdır.

Farklı ürün kategorilerinde sunduğu ürünleri sürdürülebilir, geri dönüştürülmüş veya organik hammaddeler ile üretip aynı zamanda mağazalarında başlattığı kampanyaları ile müşterilerini geri dönüşüm seferberliğine davet etmiştir. 2013 yılında başlatılan tekstil ürünü toplama girişimleri ile 2020 yılında 18.800 ton ürün toplamış ve bunlar geri dönüşüme kazandırılmıştır.

⁸⁴ <https://www.zarahome.com/tr/stories/cabana-x-zara-home-c1020514063.html> Erişim Tarihi: 22.05.2023

Başlattığı sosyal sorumluluk projeleri ile ürünlerin zanaatkarları ile tüketiciyi buluşturmayı ve dünyanın çeşitli yerlerinde kadın istihdamını artırmayı hedeflemektedir. Örne, dokuma gibi kurslarda yetişen profesyonel kadın zanaatkarların, H&M gibi markalar için yerel üretimler yapmaları ve finansal bağımsızlıklarını elde etmeleri hedefleniyor. (Resim 3.30.)



Resim 3.30. H&M Koleksiyonundan Örgü Rattan Tepsi ve Hindistanlı Zanaatkarı. ⁸⁵

Geri dönüştürülmüş pamuk ve tekstil atıklarından üretilen kilim, kırlent kılıfı, battaniye ve keçe çamaşır sepeti gibi ürünler ile ev tekstil sektöründe sürdürülebilirlik açısından önemli adımlar atmaktadır.

⁸⁵ https://www2.hm.com/tr_tr/home/surdurulebilirlik/hm-home-meet-the-maker.html Erişim Tarihi: 22.05.2023



Resim 3.31. Püskül Detaylı Kilim.⁸⁶



Resim 3.32. Pamuklu Tüfte Kirlent Kılıfı.⁹⁰

⁸⁶ https://www2.hm.com/tr_tr/productpage.1121109001.html Erişim Tarihi: 22.05.2023 ⁹⁰
https://www2.hm.com/tr_tr/productpage.1024350001.html Erişim Tarihi: 22.05.2023



Resim 3.33. Battaniye. ⁸⁷



Resim 3.34. Kirli sepeti. ⁸⁸

Çeşitli ürün yelpazesindeki kaliteli ev tekstili ürünlerini uygun fiyatlara satarak ev tekstili endüstrisindeki rekabetçi konumunu güçlendirmiştir. Bu sayede güncel moda eğilimlerini kaçırmak istemeyen geniş bir tüketici kitlesine sahip olan marka, çevre dostu ve etik yaklaşımı ile yerini sağlamlaştırmaktadır.

⁸⁷ https://www2.hm.com/tr_tr/productpage.1045193001.html Erişim Tarihi: 22.05.2023

⁸⁸ https://www2.hm.com/tr_tr/productpage.1088447001.html Erişim Tarihi: 22.05.2023

3.2. 1990'lı Yıllar ve Sonrasında Türkiye'de İç Mekan Tekstil Tasarımlarında Gerçekleşen Yenilikler

Türkiye, sanayileşme hareketlerinden günümüze uluslararası tekstil ticaretinde büyük gelişmeler kaydeden bir ülkedir. 90'lı yıllar itibariyle, geleneksel Türk el sanatları ile gelen kültürel miras, verimli topraklar ve ucuz iş gücü, ülkeyi yabancı tekstil yatırımcıları için cazip hale getirmiştir. Öncelikli gelişmelerin giyim sektöründe kaydedildiği bu süreçte uluslararası standartlara uyumlu üretim yapma kabiliyeti gelişmiştir.

Günümüz ev tekstili sektöründe markalaşmaya geline bu yolda, en önemli pazar alanı güçlü bir gelenek olan çeyiz hazırlığıdır. Türkiye'nin bulunduğu topraklarda çeyiz hazırlığı geleneğine sahip olmak; zengin bir kültürel mirasın yansımasıdır. Bu geleneğe sahip olmak, birçok kültürün etkileşiminden doğan zengin, kaliteli ve asırlar boyu birbirine aktarılan özgün estetik değerlerin bir arada gelişmesini sağlamaktadır.

Çeyiz hazırlığı, evlilik sürecinin önemli bir parçası olarak değer gören ve günümüzde eskiye nazaran azalsa da hala varlığını sürdüren bir gelenektir. Hazırlanış süresi ve şekli geçmişten günümüze değişiklik gösterse de bugün ev tekstili sektöründe geldiğimiz noktanın yapı taşlarındandır.

Geçmişte ev tekstili çeyizlerinin hazırlığı, el emeği olarak, genellikle gelinin ailesi tarafından yapılmaktaydı. Hem gelin hem de yakın kadın akrabalar tarafından yıllar boyunca özel olarak dokunan ve nakış işlemleri yapılan ev tekstilleri, evlenme çağına gelen kız çocuğu evleninceye kadar biriktirilirdi. Özel nakışlarda bezenmiş yatak ve nevresim takımları, havlular, masa örtüleri, danteller, yorgan ve kırlentler, perde ve cibinlikler hazırlanır, çeyiz sandığı oluşturulurdu.

Çeyiz hazırlığı süreci her zaman aile eşrafi tarafından yapılmaz, çeyiz sandığına konulmak üzere özel yapılmış ürünlerin satın alındığı da olurdu. Geleneksel el işçiliğini ve dokuma tekniklerini profesyonel anlamda yapan ve hazırladıkları çeyizlik ürünleri ev ev gezerek tanıtan, bu sayede kendi ev ekonomisine katkı sağlayan kadınlara 'bohçacı' denirdi. Bohçacı kadınlar, genellikle kendi mahalle ve köylerinde tanınan, güvenilir kişiler olur; geleneksel kadın buluşmalarına katılıp ürünlerini

sergileyerek satış yapardı. Yine aynı kadın buluşmaları, kadınlar için yalnızca bir sosyal aktivite değil; birbirleri ile ürün modeli, desen, motif ve yeni örgü tekniklerini paylaştıkları etkinlikler olurdu. Tüm bu kültürel etkinlikler yalnızca geleneksel el sanatlarını yaşatmakla kalmamış, toplumun özgün ve güncel moda eğilimlerini yaratıp kendi yenilikçi ve yaratıcı dünyasını kurmasını da sağlamıştır.

Zamanla değişen ekonomik koşullar ve küreselleşme 90'lı yıllara gelindiğinde tüketici taleplerini ve alışveriş alışkanlıklarını değiştirmeye başlamıştır. Kadınların çalışma hayatında daha aktif olmaları, çeyiz hazırlığı için profesyonel hizmet almayı tercih etmelerine sebep olmuştur. Ev tekstili mefruşatına olan talebin artmasıyla, 'çeyizci' olarak da bilinen mefruşat dükkanları açılmaya başlamıştır. Çeyiz hazırlığında olan gelinlerin ve anne adaylarının ev tekstili ürünlerine ihtiyaç duyan tüketicilerin tekstile dair tüm ihtiyaçlarını bulabildikleri bu dükkanlarda makine ve el emeği ile hazırlanmış olan ürünleri bulmak mümkün hale gelmiştir. Bu sayede çeyiz hazırlık süreci ve iç mekan tekstilleri temini ile ilgili süreç zamanla pratikleşmiştir.

Genel olarak ev tekstili olarak da adlandırılan iç mekan tekstillerinde geline bu noktayı Türkiye kültürel mirasının bir kazanımı olarak görmek mümkündür. Ev tekstili sektöründeki markalaşma ve fabrikalaşma süreci giyim sektörünün gerisinden gelse de giderek artan talep sayesinde geçmişin çeyiz hazırlığındaki ev buluşmaları yerini zamanla bohçacı kadınlara, mefruşat dükkanlarına, mağaza içi ev tekstili bölümlerine ve nihayetinde ev tekstil markalarındaki özelleşmeye bırakmıştır.

Giyim endüstrisindeki hızlı büyüme ve bilgi birikimi sayesinde ev tekstili sektöründe kısa sürede gelişme kaydedilmiştir. Dinamik yapısı, nitelikli tasarımcı ve teknik çalışanların yetiştirilmesi ve hızla geliştirilmiş teknik donanım, sektördeki nitelikli iş gücünün artmasını sağlamakla birlikte uluslararası alanda da görünürlük sağlamıştır.

Üretim ve tasarım süreçlerindeki deneyim ile doyum noktasına ulaşmanın sonucunda Türkiye, kendi markalarını oluşturarak uluslararası pazarda yer almaya başlamıştır. Yüksek kalite standartlarına rekabetçi fiyatlarla ulaşabiliyor olmak, dünyanın her yerinde Türkiye tekstil sektörünü öncelikli konuma getirmiştir.

'Giyim sektörünün elde ettiği deneyimlerden yararlanarak çok kısa sürede ihracatımızda önemli bir yere gelmiş olan Türk Ev Tekstili Sektörü; uluslararası ticarete varlığını sürdürebilmesi için tasarım açısından bir fark yaratmak zorundadır.' (Yıldırım, 2007)

Ülkemiz tekstil sektöründe yaşanan tüm bu gelişmelerin itici gücü olarak; üretimde teknolojiye, estetiğe ve ürün kalitesine verilen önem artmıştır. Araştırma ve geliştirmeye verilen önemin yanında teknolojiyi etkin bir şekilde kullanabilecek ve bu konuda düşünce üretip tasarımları ile dünya çapında fark yaratabilecek tasarımcılar sayesinde yüksek estetik değerlere sahip üretimler yapılması hedeflenmiştir.

Bu bağlamda donanımlı iş insanları, tasarımcıları ve teknolojik yatırımlara sahip Türkiye ev tekstili sektörü, dünyaya adını duyurmayı başarmıştır. Yenilikçi markalaşma adımları ve sürekli kendini geliştiren üretilere ek olarak, uluslararası pazarda geniş kitlelere yayılmayı sağlayan işbirlikleri yapmış; çevre ve insan odaklı üretimler aracılığıyla sürdürülebilirlik konusunda önemli adımlar atmışlardır. Türkiye ev tekstili sektörünün markalaşması ve uluslararası pazardaki değerini korumasını sağlayan öncü marka ve tasarımcılar; sektöre istikrarlı katkıları, yenilikçi yaklaşımları ve farklı segmentlere hitap ediyor olmaları göz önüne alınarak seçilmiş, kronolojik sıra ile; Vakko Home, Zorlu Holding, Persan, Rıfat Özbek, Haremlique, English Home ve Madame Coco gibi markalardır. Bu markaların seçilme nedenleri, Türkiye ev tekstili sektörüne yapmış oldukları önemli katkılardır. Örneğin, Vakko Home aksesuar ürün grubu ile sektöre giriş yapmış olsa da zamanla giyim ve ev tekstili ürün gruplarında da önemli adımlar atmıştır. Türkiye'nin ilk konsept ve lüks tüketim ürünleri mağazalarını açan, ilk defa kendi çikolatasını üreterek döneme damgasını vuran ve ülkede çikolata kültürünü temellendiren öncü bir markadır. (Vakko, 2023) Bu yönü ile Vakko Home, Türkiye tekstil ve ev tekstili sektörünün mağazalaşma yolundaki köklü ve öncü marka olarak bu tezde konu edinilmiştir. Yine Zorlu Holding de Vakko Home gibi birçok yeniliğe öncülük eden ve yalnızca ev tekstilinde değil, Türkiye ekonomisine birçok sektörde katkı sağlayan bir firmadır. Türkiye'de ilk kez 220 cm ebatında nevresim ve çarşaf üretmiş olan Zorlu Holding bünyesindeki TAÇ markası, geniş bir tüketici kitlesine hitap etmekte ve günümüzde hala yenilikçi yaklaşımları ile ev tekstili sektörüne önemli katkılarda bulunmaktadır. Persan markasının bu tez için konu

edinilmesindeki en önemli detaylardan biri, kişiye özel tasarım ve üretim yapabilme kapasitesi ve yüksek kalitedeki üretimi ile Türkiye ev tekstili sektöründeki öncü rolüdür. Geleneksel motifleri ustaca kullanmasının yanısıra alt markaları ile güncel moda eğilimlerini de takip ederek geniş bir tüketici kitlesine hitap edebilmeyi başarmış bir firmadır. Konu edilen bir diğer önemli isim olan Yastık by Rıfat Özbek, Türkiye'nin iç mekan tekstil aksesuarları özelinde ilk yastık tasarım markası olma özelliğini taşımaktadır.. El dokuması kumaşların belirli bir temada ve sınırlı sayıda koleksiyonlar halinde üretilmesi ile Yastık by Rıfat Özbek, Türkiye ev tekstili sektörünün tasarım gücünü uluslararası alanda tanıtmakta ve sürdürmektedir. İncelenmiş olan bir diğer marka Haremlique ise, sınırlı sayıda üretilen lüks nevresim ve iç mekan tekstil ürünleri ile Türkiye ev tekstili sektörünü dünyaya tanıtmayı amaçlayan bir kadın girişim markası özelliğini taşımaktadır. Türkiye'nin zengin tarihi ve coğrafyasını koleksiyon isimleri ve detayları ile tüketici ile buluşturmayı hedefleyen marka üst segment kitleye hitap etmektedir. English Home ve Madame Coco markaları da hem geniş bir tüketici kitlesine hitap etmeleri hem de mağaza yaygınlık ve ürün yelpazesinin çeşitliliği ile diğer markalardan ayrılmaktadırlar. Özellikle English Home'un getirdiği Mix&Match alışveriş seçeneği ile tüketicilere farklı ürünleri bir araya getirme ve kendi stilini yaratma olanağı sunmuş olan marka, bu satış yeniliği ile Türkiye ev tekstili sektörü için önemli bir adım atmıştır. Tüketicilere çeşitlilik ve kişiselleştirilebilen alışveriş deneyimi sunan bu iki marka, hem iç pazarda hem de uluslararası alanda yaygın mağaza ağı ve bilinirlikleri sayesinde sektörde öne çıkmaktadırlar.

Çalışmanın bu bölümünde, Türkiye ev tekstili ve kumaş imalatında öne çıkan firma ve sektördeki son yenilikleri inceleyebilmek adına yaptığım araştırmalarda özellikle yatak kumaşları ile uluslararası alanda adını duyurmayı başarmış Aydın Tekstil örneği verilebilir. Modern çağın teknolojisini kumaşla birleştirerek insan yaşamını kolaylaştırmayı hedefleyen markanın özellikle yatak kumaşlarındaki yeniliklerle bilinmektedir. Uyku ortamında bulunan toksinlerden vücudun korunmasını sağlayan ve antimikrobiyal özellikler içeren 'Beautybent' serisine ait yatak kumaşı cildi yenilemeye yardımcı olurken, G32 serisine ait yatak kumaşı ise içeriğindeki negatif iyon özelliği sayesinde tüketicinin cildinde Anti-aging etkisi yaratıp hücre yenilemeye yardımcı olmaktadır. Bu özelliği ile G32 serisi kumaşlar, kanser hastalıklarının tedavi sürecine de rehabilitasyon etkisi yapmakta ve bağışıklık sistemini desteklemektedir.

Yenilikçi tekstil ürünleri ile tüketicinin hemen her ihtiyacını karşılamaya yönelik ürünler yaratan Aydın markasına ait diğer önemli yenilikler ise, Antimosquito serisi ile sivrisineklerin ortamdaki uzaklaştırılmasını sağlayan yatak kumaşı, içeriğindeki aloevera özleri sayesinde cilt gençleştirmeye yardımcı yatak kumaşı, vücut ısını dengelemeye ve kas ağrılarını azaltan yapısı ile uyurken doğal iyileşme sağlayan yatak kumaşları ve kendisini ışık enerjisi ile kir ve lekelerden arındıran koltuk kumaşı, evcil hayvanlardan kaynaklı alerjenleri yok etmeye yardımcı koltuk kumaşı ve topraklama etkisi yaratan halı gibi birçok yenilikçi ürünlerdir.

Marka, entegre üretim tesislerinde keşfetmeye devam ettikleri yenilikçi ürünler ile tüketici ihtiyaç ve konforunu sağlamaya devam etmektedir. İnsan ve çevre odaklı imalat yöntemleri ile günlük hayatı iyileştirme amacındadır.

Adı geçen ve sektöre önemli katkıları olan marka, tasarımcı ve üreticilerimiz sayesinde Türkiye, ev tekstili sektöründe uluslararası pazarda önemli ihracat rakamlarına ulaşmış ve uluslararası pazarda emin adımlarla ilerlemektedir. Türkiye İhracatçıları Meclisi (TIM)'in verilerine göre, teknik tekstil sektörümüz; 2020 yılı sonunda 2,7 milyar dolar değerinde ihracatla Cumhuriyet tarihi rekorunu kırmıştır. 2020 yılında ev tekstili ihracatımız ise 1,8 milyar dolar değerinde gerçekleşmiştir.⁸⁹

Ev tekstili ihracatımız ülkeler bazında incelendiğinde ise Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü'nün Ev Tekstili Sektör Raporu verilerine göre, 2021 yılında %17,0'lık bir pay ile Almanya olduğu görülmektedir. Almanya'yı sırası ile ABD, Fransa, İngiltere ve İtalya izlemektedir. Bu verilerle birlikte önceki senelere kıyasla ihracatımızda ciddi artışın yaşandığı ülkeler de bulunmaktadır:

‘İlk 20 ülkeye yapılan ihracat toplam ev tekstili ihracatımızın %76,8’ini oluştururken, İsrail (%75,0 artış oranı) ve Çek Cumhuriyeti’ne (%73,4 artış oranı) yapılan ev tekstili ihracatındaki dramatik artış dikkat çekmektedir.’⁹⁰

⁸⁹ https://tim.org.tr/files/downloads/Ihracat1000/2020/%C4%B0lk1000_ihracatci_2020.pdf Erişim Tarihi: 28.08.2023

⁹⁰ <https://ticaret.gov.tr/data/5b87000813b8761450e18d7b/Ev%20Tekstili%20Raporu.pdf> Erişim Tarihi: 28.08.2023

Türkiye Ev Tekstil Sektörü, incelenen raporlardaki somut veriler ile de görülmüştür ki Avrupa’da ve küresel alanda ev tekstili ihracatının belirgin bir payına sahiptir. Bu paya sahip olmak, eğitim, tasarım, AR-GE, üretim ve pazarlama gibi önemli adımların

atılması sayesinde olmuştur. Ülkemizde iç mekan tekstil ürünleri alanında sözü geçen markaları alt başlıklar halinde kronolojik olarak incelemek, markaların sektördeki konumlarını ve sektöre sağladıkları katkıları daha iyi anlamamıza yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Kurum ve marka bilgileri resmi internet sitelerinden edinilen bilgiler ışığında derlenmiştir.

3.2.1. Vakko Home

1934 yılında İkinci Sanayi Devrimi döneminde kurulan Vakko, Türkiye’nin önde gelen moda ve perakende markalarındandır. Aksesuar, giyim ve el yapımı eşarp satışlarıyla çıkılan yolda Türkiye’nin ilk ve en büyük mağazasını açan marka, bu anlamda modern mağazacılığın temelini atmıştır. Değişim sürecindeki Türkiye’nin giyim kuşamının modernleşmesine ve gelişimine önemli katkılarda bulunması ile

Türkiye’ye ‘moda’ kavramının gelmesine öncülük etmiştir. Bunu, dünya moda eğilimlerini Türkiye’nin geleneksel yapısı ile harmanlayarak tüketiciye sunmuştur.

Kurulan ilk mağaza ile hız kesmeden büyüyen ve yeniliklerle adından söz ettiren marka; Türkiye’nin ilk müşteri hizmetleri servisini sunan, ilk renkli reklamları yayınlayan, çikolata üreten, kayak ve yelken yarışları düzenleyen ilk moda markasıdır. Yenilikçi yapısı ile kültür ve eğitim konularına odaklanmış, yaratıcı defileler ve iş birlikleri kurarak mağazacılık ve marka kimliğini güçlendirmiştir.

Yüksek kalite standartlarındaki şapka ve eşarp satışı ile başlayan marka, zamanla ürün yelpazesini genişletmiştir. Yeni açılan mağazalarında ev dekorasyonu, ev tekstili, kozmetik ve gıda gibi bölümleri de ekleyerek büyümeye devam etmiş ve geniş bir müşteri tabanına hitap etmeyi hedeflemiştir.

Moda ve perakendedeki başarısını ev tekstili ve dekorasyona da aktaran Vakko, özgün ev tekstili tasarımlarını yüksek kalitede üreterek mağazalarında satışa sundu. Hacmi

gittikçe artan ev tekstili ve dekorasyon bölümü, Üçüncü Sanayi Devrimi'nin sonlarına gelindiğinde, 2009 yılında kurulan Vakko Home bünyesine taşındı. (Resim 3.35.)



Resim 3.35. Vakko Home. ⁹¹

Vakko Home, yaşam alanlarına dair her ürün grubunun bulunabileceği bir konsept yaratmıştır. Yüksek su emici, yüzde yüz pamuktan üretilmiş havlu ve bornoz takımları, yüzde yüz keten ve yüzde yüz pamuk supima saten nevresim takımları, masa örtüsü, birbirleri ile kombinlenebilir, dekoratif yastık ve kırlent seçenekleri, kaşmir battaniye ve koltuk şalları, mobilya, dekoratif tekne aksesuar ve tekstilleri ile iç mekana yönelik; halı, kilim ve su geçirmez, leke tutmaz özellikleri bulunan mobilya takımları ile üretilen dış mekan ürünleri ile uzun ömürlü ve yüksek kaliteli deneyim sunmaktadır.

⁹¹ <https://www.vakko.com/home/> Erişim Tarihi: 25.05.2023



Resim 3.36. Vakko Home Dekoratif Kirlentler. ⁹²



Resim 3.37. Vakko Home Nevresim Takımı. ⁹³

Vakko Home, iç ve dış mekanlar için oluşturduğu geniş ürün yelpazesi ile kısa sürede beğeni toplamış, Türkiye ev tekstilinin mağazacılık yolunda ilerlemesinde yol gösterici olmuştur. Bununla birlikte, satışa sunulan şık ve lüks ev tekstili ürünlerinin hedef kitlesinin üst ve üst orta gelir seviyesine ait tüketiciler olduğunu belirtmek önemlidir. Bu durum, sektörde orta ve alt gelir seviyesine ait tüketiciye hitap edecek marka ihtiyacını doğurmuştur.

⁹² <https://www.vakko.com/home/> Erişim Tarihi:26.05.2023

⁹³ <https://www.vakko.com/home/> Erişim Tarihi:26.05.2023

3.2.2. Zorlu Holding

İkinci Sanayi Devrimi dönemini kapsayan süreçte, 1953 yılında iki dokuma tezgahı ile küçük bir işletme olarak Mehmet Zorlu tarafından kurulan Zorlu Holding, kısa sürede üretim bandını genişleterek ev tekstilinin her alanında üretim yapmaya başlamıştır. Ev tekstili alanında Zorluteks Tekstil ismi ile faaliyet gösteren Zorlu Holding'in temelleri tekstil sektörü ile atılmış olsa da enerji, elektronik ve beyaz eşya, yatırım ve gayrimenkul gibi birçok farklı sektörde faaliyet göstermektedir.

Kuruluşundan bugüne tekstil alanında birçok yeniliğe imza atan Zorluteks Tekstil, 'Avrupa'nın en büyük entegre polyester iplik ve pamuklu ev tekstil üreticisi'(Zorlu, 2023) konumunda olması ile Türkiye'nin iplik ihtiyacının büyük bir bölümünü karşılamaktadır. Tekstilde sürdürülebilirlik, geri dönüşüm ve akıllı tekstillerin her

alanında çalışmalar gerçekleştiren Zorluteks Tekstil, ürünlerini Taç ve Linens gibi uzman alt markalarının bünyesinde satışa sunmaktadır.

Zorlu Tekstil Grubu'nun en büyük markası konumunda olan TAÇ markası 1973 yılında masa örtüsü ve nevresim üretimi ile faaliyete geçmiş ve 'Türkiye'de ilk kez 220 cm ebatında emprime nevresim ve çarşaf üretmiştir.' (Zorlu, 2023) Doksanlı yıllara gelindiğinde ilk AR-GE ve desen tasarım departmanlarını kuran TAÇ, tasarımın öneminin arttığı ve tüketici beklentilerinin değiştiği bir dönemde sektörde öncü rol üstlenmiştir.

Zorlu Tekstil Grubu'nun en büyük markası olan TAÇ, nevresim, yatak örtüsü, battaniye, havlu, mutfak tekstilleri, dekoratif tekstil ürünleri, perde ve bu ürün gruplarının çoğunu kapsayan lisanslı ürünleri ile geniş bir ürün yelpazesine sahiptir.

AR-GE ve desen tasarım departmanlarının kurulmasıyla birlikte, daha yenilikçi ve özgün ürünler sunan marka, geniş ürün yelpazesi ile uluslararası alanda tanınan bir marka haline gelmiştir. Ürünlerini yüksek kalite standartlarında üreten marka, yenilikçi ürünler geliştirerek tüketicinin yaşamını kolaylaştırmayı hedeflemektedir. Teknolojiyi

yakından takip ederek üretimine başarılı bir şekilde entegre edebilen markanın, 2020 Faaliyet Raporu'nda belirtildiği üzere, 2011 yılında faaliyete geçirdikleri dijital baskı makinesi ile Türkiye'de ilk defa 3,2 metre eninde kumaşa baskı yapabilen marka olmuştur. (Zorlu Holding 2020, Faaliyet Raporu) Yine aynı raporda belirtildiği üzere; Taç, Linens ve Valeron markaları ile Zorlu Tekstil Grubu, yurt dışında toplamda 72 ülkede; yurt içinde ise 23 şehirde mağaza, satış noktası ve fabrika satış mağazalarında faaliyet göstermektedir.

Teknolojiye sürekli yatırım yapmakta olan Zorlu Tekstil Grubu, birçok yenilikçi ve yaşamı kolaylaştıran ürün geliştirmektedir. Örneğin, aydınlatma ve gün ışığı ile kendini temizleyen kumaşların kullanıldığı Taç Inova serisi kumaş ve stor perdeler, blackout (karartma) özellikli perdeler, lavanta kokusu yayan perdeler, led ışıklı perdeler ve Ion Therapy koleksiyonu ile pozitif bir uyku deneyimi sunan nevresim takımları, sıvı geçirmez, terletmez ve anti-alerjik alez gibi çeşitlendirilebilen yenilikçi ev tekstili ürünleri, tüketicinin yaşamını kolaylaştırmakta ve değişen yaşam koşullarında farklı ihtiyaçlara çözüm olmaktadır.

Geri dönüştürülmüş pamuk iplikleri ve pet şişelerden üretilmiş Reborn serisi yorgan (Resim 3.38.), nevresim seti ve perdeler, sürdürülebilir tüketimi desteklemek ve doğal kaynakları korumak adına önemli bir adımdır.



Resim 3.38. Geri Dönüştürülmüş Pamuk İpliklerinden Reborn Serisi Yorgan Seti. ⁹⁴

Bebek ve çocuk uyku setlerindeki ürünlerini %100 doğal pamuktan üretmekte ve uyku güvenliğini sağlayacak kenar koruyucuları (Resim 3.39) bu setlere dahil etmektedir.

⁹⁴ <https://www.tac.com.tr/p/48570/tac-jersey-yorgan-seti-natura-ck-kapicin> Erişim Tarihi: 31.05.2023



Resim 3.39. Kenar Koruma Bandı İçeren Bebek Uyku Seti. ⁹⁵

2004 yılında kendi mağazaları ile doğrudan hizmet vermeye başlayan TAÇ markası, beş yıl içerisinde Türkiye ve yurtdışındaki mağaza sayısını 600’ün üstüne çıkarabilmiş lider ev tekstili markalarından biridir. Akıllı tekstiller, nano teknoloji ve sürdürülebilirlik konularına önemli yatırımlar yaparken ve fark yaratan ürünlerini güncel moda eğilimlerine uygun tasarımlar ile tüketici ile buluşturmaktadır.

Zorlu Tekstil Grubu bünyesinde 2000 yılında kurulan ve Türkiye’nin yurtdışına açılan ilk ev tekstili markası olması ile Linens, ev tekstili ve dekoratif ürün gruplarında geniş ürün yelpazesine sahiptir. Özellikle bebek ürün gruplarında dikiş ve iç malzemeye verilen önem sayesinde, sıcaklık değişimlerine karşı vücudu koruyan ve hassas ciltlere sahip bebekler için sağlıklı uyku deneyimi sunan ürünler geliştirmektedir. İç dolguda kullanılan bambu elyafı sayesinde sıcak ve soğuk havalarda vücut ısısının dengelenmesini sağlayan bambu yorganlar ise alerji oluşumunu engellemeye yardımcıdır.

Zorlu Tekstil Grubuna ait, Linens’in üst segment markası olarak ev tekstili pazarında tüm dünyaya adını duyurmuş olan Valeron markası ise ABD, Uzak Doğu, Orta Doğu ve Avrupa genelinde birçok ülkede satış yapmakta olan bir markadır.

⁹⁵ <https://www.tac.com.tr/p/29814/tac-garden-bebek-uyku-seti> Erişim Tarihi :01.06.2023

Tüm alt markaları ile, kurulduğu günden bugüne, Türkiye ev tekstil sektöründeki liderlik konumunu koruyan Zorlu Tekstil Grubu, yenilikçi ürünlerin geliştirilmesi ve kalite standartlarının yükseltilmesine büyük önem vermekte ve bu sayede uluslararası alanda bilinirliğe ve tedarik hacmine sahip bir markadır.

3.2.3. Persan

1975 yılında, Üçüncü Sanayi Devrimi döneminde, Sultanhamam'da manifaturacı dükkanı olarak açılan marka, Tarabya, Dokumacı, Diva ve 2011 yılında yaratılan Piculet gibi alt markaları ile Türkiye ve 26 ülkede perde ve ev tekstili alanında hizmet veren bir markadır.⁹⁶

Tasarım, dikiş, nakış ve dijital baskı atölyelerindeki gelişmiş teknoloji ile geniş bir üretim yelpazesine sahip olan marka, ev tekstilinde Türkiye'nin öncü markalarından biridir. Ayrıca duvar kağıdı, stor perde, motorlu perde sistemleri, antibakteriyel ve su itici özellikli kumaş üretimleri ile değişen moda eğilimleri ve ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

Klasik tarzda olduğu kadar modern, spor tarzlarda iç mekan, dış mekan perde, döşemelik, halı, kırlent kılıfı gibi ürünleri koleksiyon mantığında hazırladığı gibi

Persan Halı mağazasında kişiye özel boyut ve tasarımlarda halı üretimi de yapmaktadır. Bu yönü ile Persan, kişiselleştirilebilen ve ihtiyaca yönelik ürünlerini yüksek ürün ve malzeme kalitesinde sunan yenilikçi bir marka konumundadır. (Resim 3.40.)

⁹⁶ <https://www.persan.com.tr/satis-noktalari> Erişim Tarihi:28.08.2023



Resim 3.40. Persan Ürün Grupları.⁹⁷

Piculet markasına ait puf, koltuk şalı, kırlent ve perde gibi ürün gruplarında ise klasikten uzak, daha canlı renk ve desenlerin yer alması ile markanın, daha genç ve yenilikçi müşteri kitlesine ulaşmayı hedeflediği çıkarımında bulunulabilir. (Resim 3.41.)



Resim 3.41. Piculet Ürün Grupları.⁹⁸

Geleneksel motiflerle olan yakınlığı ile Persan markası, etnik desenler ve kaliteli işçiliği ile öne çıkmaktadır. Türkiye ev tekstili sektöründe geleneksel motiflerin ustaca uygulandığı modern yorumlamalar ile markalaşmış olan Persan gibi markalar ile sektöre bireysel tasarımları ile önemli katkılarda bulunan Rıfat Özbek, Haremlique

⁹⁷ <https://www.persan.com.tr/koleksiyon/persan-hali> Erişim Tarihi:19.08.2023

⁹⁸ <https://www.piculet.com/kareli-ponponlu-mint-kirlent> Erişim Tarihi:19.08.2023

gibi isimler sayesinde Türkiye ev tekstili kültürü ve sektörü, uluslararası alanda tanınmaktadır.

3.2.4. Rıfat Özbek

Rıfat Özbek, uluslararası alanda birçok kez ‘yılın tasarımcısı’ ödülüne layık görülen, özgün giysi ve kostüm tasarımları ile dünyanın en önemli sergilerinde yer almış; Madonna, Kylie Minogue ve Sarah-Jessica Parker gibi birçok ünlü müşterisi olan Türk moda tasarımcısıdır. Moda tasarımındaki uzun tecrübe ve başarılarını 2005 yılında kendisi gibi tasarımcı olan Erdal Karaman ile kurdukları YASTIK by Rıfat Özbek markasına taşımıştır.



Resim 3.42. YASTIK by Rıfat Özbek.⁹⁹

Sınırlı sayıda üretilen her bir yastık, el dokuması kumaş ve nakışlar kullanılıp kuş tüyü ve taze lavanta çiçeği ile doldurulmaktadır. Tekli ve ikili setler halinde satışa sunulan yastıklar birbirleri ile kombinlenebilir renklerle tasarlanmış geleneksel ve çağdaş desenlerden oluşmaktadır. Bu açıdan bakıldığında Rıfat Özbek yastıkları, geleneksel ve çağdaş tarzı ustaca bir araya getirerek, özgün, şık ve lüks yaşam alanları yaratmaya olanak sunmaktadır.

⁹⁹ <https://yastikbyrifatozbek.com/> Erişim Tarihi: 30.05.2023



Resim 3.43. YASTIK by Rifat Özbek. ¹⁰⁰

Modernize edilmiş ikat, el dokuması kumaşlardan patchwork ve suzani dokuma kumaşların kullanıldığı yastık kılıfları, el emeği nakış ve oyalar ile zenginleştirilmektedir. Satın alınan her bir yastığın yanında hediye edilen ya da set halinde satın alınabilen mini lavanta keseleri, Türkiye topraklarındaki bir diğer geleneği de yaşatmayı amaçlamaktadır.



Resim 3.44. YASTIK by Rifat Özbek, Mini Lavanta Keseleri.

¹⁰⁰ <https://yastikbyrifatozbek.com/> Erişim Tarihi:30.05.2023



Resim 3.45. YASTIK by Rıfat Özbek, 8x10cm Ebatında Mini Lavanta Kesesi. ¹⁰¹

YASTIK by Rıfat Özbek markası, dünya çapındaki bilinirliği ile Paris, Atina, Venedik, New York gibi Avrupa'nın önemli şehirlerindeki ünlü mağazalara toptan satış yapmakta; Todhunter Earle, John Stefanidis gibi ünlü mimarlar ile yüksek profilli projeler üzerine çalışmaktadır.

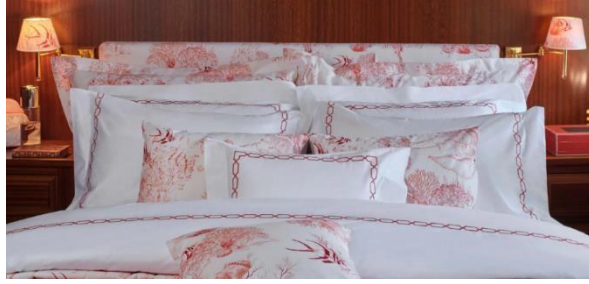
Rıfat Özbek'in giyimde olduğu kadar, ev tekstili ve iç mekan tasarımındaki başarıları; Türkiye'nin zengin kültürü ve kaliteli üretim alt yapısını tüm dünyaya sergilemiştir. Dünyanın her yerinde, Rıfat Özbek imzası ile tasarlanmış, lüks mekanlar ve iç mekan tekstil ürünleri sayesinde, tüketiciye yalnızca kaliteli ve güncel ürün değil; hikayesi olan, çağdaş ve zarif bir yaşam stili deneyimi sunulmaktadır.

3.2.5. Haremlique İstanbul

Üçüncü Sanayi Devrimi'nin sonlarına denk gelen süreçte, 2007 yılında Caroline N. Koç ve tasarımcı N. Banu Yentür tarafından kurulan marka ev tekstili, kişiye özel

¹⁰¹ https://yastikbyrifatozbek.com/products/lavender-mini-sachet-5?_pos=186&_sid=475e649f5&_ss=r&variant=7102249402419 Erişim Tarihi: 30.05.2023

Üretim ve 2011 yılında kurulan plaj giyim alt markası ‘Haremlique à la mer’ ile yüksek kalitede üretim yapmaktadır. (Resim 3.46.)



Resim 3.46. Haremlique Nevresim Takımı. ¹⁰²

Lüks nevresim ve iç mekan tekstilleri ile dünyaya Türkiye ev tekstillini tanıtmayı hedefleyen marka sınırlı sayıda üretim yapmaktadır. Yatak ve banyo takımları, sofra grubu tekstilleri ile güncel moda eēilimlerini takip eden marka, Türkiye’nin zengin tarihi ve coērafiyasından esinlenmektedir. İstanbul’un semtlerinden, nazar boncuēundan, Pier Loti ve Topkapı Sarayı gibi tarihi mekanlardan esinlenerek yapılmış olan desenleri ile aynı isimleri taşıyan ürünleri satışa sunmaktadırlar. (Resim 3.47.)



Resim 3.47. Hasbahçe Jakarlı Nevresim Takımı. ¹⁰³

¹⁰² https://www.haremlique.com/products/aegean-sea-dekoratif-yastik-kilifi-mercan?pr_prod_strat=copurchase&pr_rec_id=461d70813&pr_rec_pid=7952667050239&pr_ref_pid=7952666951935&pr_seq=uniform Erişim Tarihi: 19.08.2023

¹⁰³ <https://www.haremlique.com/collections/yatak-odasi-takimlari/products/hasbahce-jakarli-volanliyastik-kilifi?> Erişim Tarihi: 19.08.2023

Haremlique markası, yaşam alanlarında kumaş, desen, kalıp ve baskı kalitesi ile sınırlı sayıda üretim yaparak evlerde rahatlık ve lüksü biraraya getirmeyi hedeflemektedir. Ancak daha geniş bir tüketici kitlesinin ihtiyaç duyduğu geniş fiyat aralığına sahip ürünleri ile English Home ve Madame Coco gibi markalar, rahatlığı ve güncel ürünleri tüketici ile buluşturmayı hedeflemektedir.

3.2.6. English Home

Doksanlı yılların sonunda, Üçüncü Sanayi Devrimi döneminde, İlhan Tanacı tarafından kurulan ve 2008 yılında Aydın Holding bünyesine geçen English Home sayesinde Türkiye tekstil sektörüne ev tekstili iş modeli kazandırılmıştır. Perakendenin ev tekstili alanındaki eksikliğini doldurmak amacı ile yeni bir marka stratejisine geçen marka, stratejisinin temellerini yalnızca kendi mağazalarında satış yapmak ve yurtdışına açılmak amacı ile kurmuş ve hızlı bir markalaşma sürecine girmiştir. 2023 Mayıs ayı itibari ile dünya genelinde 400’den fazla fiziki mağaza ve e-ticaret kanalları ile hizmet vermektedir.

İngiliz Country tarzındaki marka konseptini güçlü bir şekilde sürdüren English Home, ev tekstiline ‘fast fashion’ anlayışını getirmiş; her gelir seviyesinden tüketiciye sunduğu yeniliklerle moda ve yaşam stilini bir araya getirebilme fırsatını sunmuştur.

Ev tekstili sektöründe alışılmış kuralları yıkıp, satın alımda müşteriye çeşitli olanaklar sunan marka, tüketiciye satın alma deneyimini kişiselleştirme imkanı vermiştir. Bu bağlamda, özellikle nevresim takımlarında başlattıkları mix&match seçenekleri ile tüketici, farklı renk ve desen kombinasyonlarını seçiyor ve kendi tarzını oluşturabiliyor olmuştur. Güçlü bir satış stratejisi olarak görülebilecek bu adım, tüketiciye daha fazla yastık, çarşaf ve nevresim satılmasını sağlamıştır.



Resim 3.48. English Home Mix&Match Yatak Ürün Grupları. ¹⁰⁸

¹⁰⁸ Yazarın kendi fotoğraf arşivinden

Yatak odası tekstil gruplarında olduğu gibi diğer ürün gruplarında da birbiri ile kombinlenebilir farklı ürünleri koleksiyonlara dahil edilmiş, tüketiciye yaşam alanını dilediği gibi özelleştirme imkanı sunulmuştur. Mix&match konseptine uygun masa örtüleri, kırlentler, nevresim takımları, mutfak ve banyo tekstilleri gibi ürün gruplarının kombinlenebilir olması sayesinde yaşam alanının tümünde uyumlu bir görünüm elde edilebilir olmuştur.



Resim 3.49. Exotic Line Koleksiyonuna Ait Mutfak Havlusu. ¹⁰⁴

¹⁰⁴ <https://www.englishhome.com/exotic-palm-pamuk-kurulama-bezi-30x50-cm-koyu-mavi/> Erişim Tarihi:26.05.2023



Resim 3.50. Exotic Line Koleksiyonuna Ait Masa Örtüsü. ¹⁰⁵



Resim 3.51. Exotic Line Koleksiyonuna Ait Alışveriş Çantası. ¹⁰⁶

Ev tekstili perakendeciğinin bugünkü konumunda çok önemli yer tutan özel gün ve sezonlara ait ürünleri koleksiyon dahiline ekleyip yaşam alanlarında sezonun ruhunu yansıtacak tematik ve güncel moda ürünlerini sunarak tüketicinin yaşam alanlarındaki güncelliği korumalarını sağlamaktadır. Yılbaşı, sevgililer günü, anneler günü, ramazan

¹⁰⁵ <https://www.englishhome.com/exotic-palm-polyester-masa-ortusu-150x200-cm-yesil/> Erişim Tarihi:

26.05.2023

¹⁰⁶ <https://www.englishhome.com/exotic-palm-alisveris-cantasi-545x38-cm-turuncu/> Erişim Tarihi:26.05.2023

sofraları gibi özel günler ve mevsimlerin ruhunu yansıtacak tematik dekoratif ürünleri, nevresim takımları, plaj havluları, mutfak ve banyo tekstilleri üreterek mağazalarında güncelliği sürdürmektedir.

Ürün yelpazesindeki genişlik ile bir evin ve yaşam alanının hemen her ihtiyacının karşılanabileceği English Home markası, geleneksel çeyiz hazırlığı, ev kurma ve yaşam alanının dekorasyonunda önemli bir kaynak potansiyelindedir.

3.2.7. Madame Coco

Daha önce de English Home’u kurmuş olan İlhan Tanacı tarafından Dördüncü Sanayi Devrimi’nin başlangıç yılı olan 2011 yılında kurulmuş olan Madame Coco, Fransız çizgileri ve renk uyumundan ilhamla tasarlanan ürünlerini; ulaşılabilirlik ve yüksek kalite standartlarını koruyarak tüketici ile buluşturmayı hedeflemektedir. Ev tekstili

alanında dünya markası olma vizyonu ile çalışmalar yürüten marka, globaldeki fiziki ve e-ticaret kanallarındaki mağazalarında birçok yenilik ve yatırım yapmaktadır.

‘Kurulduğu günden bu yana odağına müşteri memnuniyetini alan marka, 2019’da A.L.F.A. Awards’da ev tekstili kategorisinde “Müşteri Deneyimini En İyi Yöneten Marka Ödülü”nü kazanmıştır. Madame Coco, dünyanın en prestijli pazarlama ve reklam etkinliği yarışması olan 2022 Effie Ödülleri’nde “Ev Tekstili- Züccaciye” kategorisinde Bronz Ödül’ü kazanmıştır. Madame Coco 2022 yılında, En Yenilikçi Müşteri Hizmetleri kategorisinde Bronz Stevie Ödül’ü almıştır. Dünyanın önde gelen araştırma şirketi Nielsen’in hazırladığı 2019 Marka Bilinirlik Araştırması ve FutureBrightGroup tarafından 2021 yılında yapılan Bilinirlik ve Marka Sağlığı Araştırması’na göre ise Madame Coco, Türkiye’de ev tekstili ve dekorasyon alanında akla gelen ilk marka olmuştur. Aynı araştırma sonuçlarına göre Madame Coco; en çok alışveriş yapılan, en çok tavsiye edilen, en çok beğenilen marka olarak da birinci sırada yer almıştır.’

(Minnetoğlu, 2022)

Türkiye ve globaldeki bu başarılarını dünya çapında tanınan bir marka olma hedefine yönelik çalışmalarıyla sürdüren Madame Coco, 2023 Mayıs ayı itibarı ile 19 ülkede 373 mağaza ve e-ticaret kanalları ile faaliyet göstermektedir.

Ev tekstili kategorisinde, yatak örtüleri, nevresim takımları, banyo aksesuarları, bornoz ve havlu takımları, mutfak ve sofrta tekstilleri, perde, halı, mobilya ve dekoratif yastıklar gibi geniş bir ürün yelpazesine sahiptir. Değişen sezonlara ve güncel moda eğilimlerine uygun ürünlerin yanında fonksiyonel ve yaşamı kolaylaştırmaya yönelik ürünleri de koleksiyonlarına dahil etmektedir.

Teknoloji ve tekstilin bir araya geldiği ürünleri ile antialerjenik, leke tutmayan ve su geçirmez özellikleri bulunan, nefes alan ve terletmeyen özelliğe sahip çarşaf ve nevresim takımları, yatak ve yastık alezleri ile sağlıklı ve konforlu bir uyku ortamı yaratmak hedeflenmektedir.

Çeyiz geleneğinin devamı olarak tüketicinin ihtiyacını karşılamayı hedefleyen bir marka olarak, e-ticarete ve fiziki mağazalarında ‘Çeyiz Seti’ kategorisine yer vermektedir. Değişen yaşam koşullarında pratik çözümler arayan tüketicilere özel setler hazırlamaktadır. Bu setler, yatak odası, banyo ve mutfak tekstilleri olarak kategorize edilmiş olup zengin içeriklere sahiptir.

Çeyiz setlerine örnek vermek gerekirse; içeriğinde, yatak odası setlerinde nevresim, çarşaf, çerçeve nakışlı yastık kılıfı, uyku yastık kılıfı, yatak örtüsü, kırlent ve dolgulu süs yastığı bulunmaktadır.



Resim 3.52. Madame Coco Yatak Odası Çeyiz Seti.¹⁰⁷

Yaşamı kolaylaştıran ürünlere bir diğer örnek ise kurutma bezi askısına sahip mutfak önlüğüdür. Alışılmış olarak mutfak önlüklerinde bulunan cebin yanına eklenmiş bant, küçük ama yenilikçi bir yaklaşımı temsil etmektedir.

¹⁰⁷ <https://www.madamecoco.com/dory-10-parca-ceyiz-seti-dugs0000000006-190/> Erişim Tarihi: 30.05.2023



Resim 3.53. Madame Coco Mutfak Önlüğü.¹⁰⁸

Birçok markada bulunabilecek çeşitli desen ve boyutlara sahip PVC masa örtüleri, yaşamı kolaylaştıran, fonksiyonel bir tekstil ürünüdür. Bu masa örtüleri, su geçirmez, dayanıklı, leke tutmayan ve kolay temizlenebilir özellikleri ile bilinmektedirler. Ayrıca, kaydırmaz tabanlı halı ve kilim, depolanan ürünlerin görülmesini sağlayan fileli hurç, düzenleyici amaçlı kullanılabilecek dekoratif sepet ve kutular da tüketicilere estetik görünümü koruyarak konforlu bir yaşam alanı kurma imkanı sunmaktadır.

Yaşam alanları için müşteri ihtiyaç ve beklentilerini karşılama hedefi ile farklı ürün kategorilerinde hizmet veren marka, Türkiye ev tekstili sektörünün gelişmesinde ve dünyaya yayılmasında öncü rol oynamaktadır.

Türkiye, sözü geçen öncü markalar, tekstil sektörüne yapılan yatırımlar, zengin kültürel miras, hammadde üretimini sağlayacak elverişli topraklar ve bilinçlenen tüketicisi sayesinde; iç ve dış piyasada ev tekstili denildiğinde akla ilk gelen ülkelerden biridir. Rekabet gücü ve pazar payı yüksek bir endüstri olan ev tekstilinde hızlı bir

¹⁰⁸ <https://www.madamecoco.com/fiori-mutfak-onlugu-mut-01-169/> Erişim Tarihi: 30.05.2023

şekilde sanayileşmekte ve üretimdeki başarısını yetiştirdiği iyi eğitilmiş tasarımcı ve teknik çalışanları ile ileriye taşımaktadır.

‘Türkiye’de tekstil sektörünün gelişip, teknoloji ve kalite olarak uluslararası standartları yakalaması, yeni rekabet koşullarının tasarım yönünde olacağını gündeme getirmiştir. Dolayısıyla daha önceleri piyasada bir tekrar sanatçısı olarak iş gören tasarımcı artık olabildiğince üretken olup, markalaşmaya yardımcı olma konusunda büyük misyon yüklenmiştir. Artık tekstil tasarımından öte, kendini diğer sosyal alanlarda da geliştirmek ve daha fazla yorum yaparak, ön sezili davranmak durumundadır.’ (Yıldırım, 2007)

Uluslararası standartlara uygun ürünlerin tasarlanıp pazarlanmasında tasarımcıya düşen bu büyük görev, Türkiye'nin uluslararası pazarlarda daha büyük bir pay almasına olanak tanırken, aynı zamanda ülkenin tekstil sanayindeki inovasyon ve yaratıcılığını teşvik etmektedir. İç mekan tekstillerindeki markalaşma sürecinde çok yeni olmasına rağmen uluslararası pazarda kaliteli ürünleri rekabetçi fiyatlar ile sunan Türkiye ev tekstili sektörü, markalaşmaya gidilen yolda dünyadaki gelişmeleri yakından takip etmekte, geniş kültürel mirası ile geleneksel ve modern yaklaşımın arasındaki dengeyi sağlamaktadır. Başka bir deyişle, ülkemizin sahip olduğu kültürel miras, teknolojik alt yapıyla güçlendirilmekte ve giderek hacmi artan bir şekilde küreselleşmektedir.

Doksanlı yıllardan günümüze geline bu noktada, Türkiye iç mekan tekstil sektörü, uluslararası kalite standartlarını yakalamış; üretimde son teknoloji ve kalifiye iş gücü sağlama konusunda bilinçlenmiştir. Bu bağlamda, teknik yeterliği sağlamış olan Türkiye için, iç mekan tekstil sektöründe tasarımın ve tasarımcının rolü, artan tüketici taleplerine uyum sağlama ve markalaşmaya gidilen yolda önemli bir faktör haline gelmiştir.

İç mekan tekstillerinde yeni ancak önemli bir role sahip olan Türkiye'nin; verimli toprakları sayesinde kaliteli pamuk ve diğer doğal elyaflara sahip olması, genişleyen üretim kapasitesi, gelişen üretim uzmanlığı, artmaya devam eden pazarlama ve teknoloji yatırımları ile rekabetçi bir üretim çeşitliliği sunmaktadır. Tüm bu gelişmeler ışığında Türkiye, dünya ev tekstili ihracatında önemli bir konuma sahiptir.

Bununla birlikte, teknolojik yatırımların ve gelişmelerin çok daha erken dönemde yaşandığı Avrupa’da kalite standartları daha erken dönemde gelişmiştir. Endüstrileşmeyle birlikte kentsel yaşama daha erken adapte olan Avrupa ülkelerinde, kalite ve tasarım anlamındaki standardizasyon çok daha erken zamanda sağlanmış ve gün geçtikçe geliştirilmeye devam etmiştir. Avrupa ev tekstili sektörü, yatırımlarını üretimden çok yenilikçi üretime odaklamış olmasını, üretimini Türkiye gibi yüksek kalite standartlarına sahip ülkelere yaptırmasına borçludur. Sektördeki rekabet gücünü, yenilikçi ve fonksiyonel tasarımlar üzerine yoğunlaştıran Avrupalı iç mekan tekstil tasarımcı ve markalarında markalaşmanın önemi çok daha erken fark edilmiştir. Avrupa iç mekan tekstil sektöründe marka kimliklerinin belirlenmesinde öncelikli olarak ele alınan konu, etik ve adil ticaret, sürdürülebilirlik ve yaşamı kolaylaştıran yeniliklerin keşfidir.

Özellikle Covid-19 pandemisi sonrası AR-GE faaliyetlerini hızlandıran Avrupalı firmalar, artan tüketici ihtiyacını karşılamaya yönelik akıllı tekstiller üreterek tekstillerin işlevselliğine ilişkin güçlü adımlar atmaktadırlar. Akıllı ev tekstilleri ve beraberinde getirdiği konfor hakkında artan tüketici bilinci, tekstil ürünlerinin mimarideki konumunu yalıtım ve konstrüksiyon malzemesi olarak güçlendirmesi, ürün portföyünün çeşitlendirilmesi ve Avrupa konut sektöründeki gelişmeler sayesinde Avrupa ev tekstil pazarı büyümeye devam etmektedir.

4. SONUÇ

Sanayi Devrimi’nden günümüzü kapsayan süreçte üretim yöntemlerinin ve kapasitesinin gelişmesi, artan teknolojik yatırımlar, değişen yaşam standartları ve bu gelişmelerin beraberinde getirdiği yenilik arayışı; dünyayı ve insana dair her şeyi değiştirmiştir. Özellikle İkinci ve Üçüncü Sanayi Devrimleri ile birlikte üretimin dijitalleşmesi, beraberinde seri üretim sürecinin tekdüzeleşmesini getirmiştir. Bu sebeple tüketici; daha yeni, işlevsel, estetik, özgün ve kaliteli ürün arayışına girmiştir.

Makineleşmenin ürün kalite ve estetiğinde yarattığı olumsuz etkilere paralel olarak sanat ve zanaatin önemi tekrar ortaya çıkmıştır. Seri üretimin tekdüzeliği karşısında değeri yeniden keşfedilen sanat ve zanaatin üretim süreçlerine, teknolojinin dahil edilmesi sayesinde tüm sektörlerde önemli bir dönüşüm sürecine girilmiştir. Sanayi Devrimi'nin ilk etkilerinin görüldüğü tekstil endüstrisi, bu dönüşüm sürecinin erken örneklerinin verildiği sektördür. İkinci bölümde değinmiş olduğum seri üretim ve küreselleşme sayesinde daha kısa sürede daha geniş ölçekli üretimin yapılabilmesi ve odağın üretime çevrilmiş olması, tekstil sektörünün önemli alt dallarından biri olan iç mekan tekstillerinde, sanat ve zanaatin teknoloji ile birleştiği önemli örneklerin verilmesini sağlamıştır. Üretimdeki bu artış, uluslararası rekabetin belirleyici faktörlerini iki temel unsur olarak öne çıkarmıştır: ürün kalitesi ve tasarım.

Hızlı moda anlayışı sebebiyle ürün yaşam süresi kısalmış, tasarımın niteliği ve yeniliği ön plana çıkmaya başlamıştır. Seri üretimde yaşanan bu değişimler; marka ve üreticilerin ürün geliştirme, günümüz ve geleceğin ihtiyaçlarını doğru analiz edip moda eğilimlerini hızlıca ön görebilme ve uygulayabilme yolunda itici güç olmuştur. Teknoloji ve yeniliklerin öneminin gittikçe arttığı bu noktada, Dördüncü Sanayi Devrimi ile birlikte metaverse gibi dijital platformlar diğer tüm sektörlerde olduğu gibi tekstil ve moda sektörüne de yeni yaratıcı alanlar sunmuştur. Sanat ve zanaatin dönüşümünü destekleyen ve hızlandıran bir potansiyele sahip olan metaverse, tekstil ve moda sektöründe büyük bir etki yaratmıştır. Tüketiciler için alışverişi daha etkili ve yenilikçi bir hale getiren metaverse dünyası, aynı zamanda kişiselleştirilebilen alışveriş deneyimi sunmaktadır. Tekstil sektörünün rekabetçi yapısını destekler pozisyondaki metaverse deneyimi; yaratıcılığın ve hayal gücünün sınırlarını zorlayarak tasarımcı, üretici ve tüketici ile birlikte sanat ve zanaatin dijital dünyada yeniden şekillenmesini sağlamaktadır. Aynı zamanda, arttırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojilerinin ev tekstili sektörü için kullanılmaya başlanacağı öngörüsünde bulunmak da mümkün. Bu teknolojiler sayesinde tüketicilerin ev tekstili ürünlerini sanal ortamda inceleme ve hatta kendi tasarımlarını yaratma şansı sunulacak, bu da özellikle online alışverişlerin daha bilinçli bir şekilde yapılmasını sağlayacaktır. Sadece bu adım bile tasarım, üretim, paketlenme ve kargo aşamalarından oluşan yüksek karbon ayak izi sorununun azaltılmasını sağlayabilir. Fiziksel üretimin daha bilinçli yapıldığı, daha sürdürülebilir

bir alternatif olarak dijital ortamın tercih edildiği bir gelecek, sektörün ekolojik sorumluluklarını da yerine getirmesine yardımcı olacaktır.

Tekstil sektörünün yıllar içerisindeki değişimi ve metaverse gibi yeni dijital teknolojilerin etkisi ile sadece üretim ve tasarım süreçleri değişmemiştir. Bu değişim, eş zamanlı olarak, küreselleşen dünyada sektörün uluslararası dinamiklerini de yeniden şekillendirmiştir. Söz konusu dönüşüm Avrupa ve Türkiye gibi önemli tekstil üreticilerini farklı yönleriyle incelemeyi gerekli kılmıştır. Bu bağlamda, tasarım ve üretimin Avrupa ve Türkiye bazında detaylandırılmasından çıkan sonuçlara göre, Avrupa ülkeleri üretim maliyetlerini düşürmek amacı ile, genellikle ucuz işgücü maliyetleri olan ülkelerde üretimlerini sağlamaktadırlar. Var olan teknolojik imkanlarını ve yatırımlarını, AR-GE, pazarlama, tasarım, sürdürülebilirlik ve kalitekontrol gibi daha katma değerli işler ile gerçekleştirmeye odaklanmıştır. Günümüzde teknolojik altyapısını dünya standartlarına yükseltmeyi başarmış, jeopolitik konumu ve verimli toprakları ile ülkemiz, tekstil sektöründe dünya çapında aktif bir oyuncudur. 90'lı yıllar itibari ile üretim kapasitesi ve hammadde potansiyelini, yetiştirmiş olduğu nitelikli tasarımcı ve teknik iş gücü ile birleştirerek global pazarlarda rekabetçi konumunu sürdürmektedir.

18. yüzyıldan günümüze önemli adımların atıldığı tasarım faaliyetleri ve teknolojik gelişmeler sayesinde kaliteli ve iyi tasarlanmış ürünlere olan artan tüketici talebi karşılanabilmektedir. AR-GE faaliyetleri yürüten firmaların artışı, insanların çevre dostu ve gelişmiş ürünlere yönelik artan talebi, sosyal medya, marka bilinirliği, pazarlama ve iş birliği stratejilerinin yükselişi ile, ev tekstili pazarının büyümeye devam edeceği çıkarımını yapmak mümkündür. Yakın gelecekte, artan yenilikçi yaklaşımlar sayesinde iç mekan tekstillerinde fonksiyonelliğe ek olarak sürdürülebilirlik, nano teknoloji ve dijital baskı gibi alanlara daha fazla yatırım yapılması beklenmektedir. Bu sayede, sayısı giderek artmakta olan, tekstillerin işlevselliği, estetiği ve çevresel etkilerini önemseyen tüketici ihtiyacı karşılanabilecektir.

Bütün bunlara ek olarak tekstilin bir yaşam stili olarak hayatımızdaki konumunun irdelendiği üçüncü bölümde, marka ve tasarımcı kimlikleri ile tüketici arasındaki bağın

güçlenmeye devam edeceği öngörülebilir. İç mekan tekstilleri, evin bir eşyası olmaktan çok, kişiselleştirilebilir ve yaşamı kolaylaştıran özellikleri ile tüketicinin ruhunu ve yaşam tarzını yansıtan bir unsur olarak varolmaktadır. Tüketici beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına çeşitli yöntemler aracılığıyla tüketici ile bağ kurmayı hedeflemiş olan markaların geliştirdikleri yenilikler, bir diğer yeniliğe kapıları açmaktadır. Devam eden yenilik ve gelişim sürecinde, tasarımcı ve markalar pazarlama, ürün geliştirme stratejilerini bu doğrultuda planlamaktadırlar.

Bu kapsamda Sanayi Devrimi'nden günümüze, iç mekan tekstil sektöründe tasarım, teknoloji, toplumsal olaylar ve tüketici beklentilerinin bir araya geldiği dönüşüm süreci, birbirlerine bağlı olarak sürekli devam etmek durumundadır. Kaliteli, fonksiyonel, estetik, yüksek çevre bilinci ile üretilmiş olan iç mekan tekstillerine olan talebin artması ile marka ve tasarımcılar yönlendirilmekte ve birbirlerini etkilemeye, beslemeye devam etmektedirler.

Çalışmanın kapsamı olan Sanayi Devrimi'nden günümüze kadarki süreç literatür taraması, veri toplama ve konu derlemesi yöntemleriyle incelendiğinde iç mekân tekstil sektörünün dünyada kapladığı önemin artacağı öngörüsü yapılabilir. Çalışmanın amacı, bu öngörüye geleceğin şekillendireceği teknolojik gelişmeleri de göz önüne alarak tasarımcı ve markaların ürün geliştirme, AR-GE, sürdürülebilirlik, etik ticaret, yenilikçi üretim prensiplerine daha fazla yatırım yapacaklarının altını çizmektir. Bu bağlamda sektörün, teknolojik gelişmeleri takip ederek tüketici ihtiyacını karşılarken, önemi giderek artan enerji verimliliği, sürdürülebilirlik, çevre dostu ürün kullanımı gibi prensipler ile sektörün geleceğini şekillendirecek olan yeni nesillerin yetişmesi için eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarına daha fazla önem vermesi gerekmektedir.

KAYNAKLAR

Aksoy, S., (2017), *Değişen teknolojiler ve Endüstri 4.0: Endüstri 4.0'ı*

Anlamaya Dair Bir Giriş, SAV Katkı Dergisi, 4(1)

Anscombe, I. (1996). *Arts and Crafts Style*. Londra: Phaidon Press.

- Artun, A., & Aliçavuşoğlu, E.** (2009). *Bauhaus: Modernleşmenin Tasarımı*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Baban, E.** (2010). *İkon Markaların Tüketici Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi: Lüks Markalara Yönelik Araştırma* (Doktora tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>
- Brock, A.C.** (2007). *William Morris*. New York: Parkstone Press.
- Das, S.** (2018). *Performance of Home Textiles*. Yeni Delhi: Woodhead Publishing India
- Davutoğlu, N., A.** (2020). *Üçüncü ve Dördüncü Sanayi Devrimleri Arasındaki Temel ve Sistemik Farklılıkların Determinist Bir Yaklaşımla Analizi*, Management and Political Sciences Review, 2(1), 177-178.
- Duan, H., Li, J., Fan, S., Lin, Z., Wu, X., ve Cai, W.** (2021). "Metaverse For Social Good: A University Campus Prototype, <https://arxiv.org/pdf/2108.08985.pdf> s.1.
- Gombrich, H.** (1950). *Sanatın Öyküsü* (16. Baskı). (E. Erduran, Ö. Erduran, Çev.) İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Gürcüm, B. H., & Öneş, A.** (2017). Bauhaus'ta Bir Dokuma Ustası: Gunta Stölz. *Journal of International Social Research*, 10(51). 414-415.
- İTKİB Genel Sekreterliği Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi** (2008). Türkiye’de ve Dünya’da Teknik Tekstiller Üzerine Genel ve Güncel Bilgiler
- Lucie-Smith, E.** (1993). *Furniture: A Concise History*. Londra: Thames & Hudson.
- Müller, U., & Radewaldt, I.** (2019). *Bauhaus Women*. Münih: Elisabeth Sandmann Verlag.
- Naylor, G.** (1968). *The Bauhaus*. Londra: Studio Vista.
- Pazarlamasyon** (2022), <https://www.pazarlamasyon.com/metaverse-neleridegistirecek> Erişim Tarihi:22.08.2023

Rifkin, J. (2014), *Üçüncü Sanayi Devrimi: Yanal Güç Enerjiyi, Ekonomiyi ve Dünyayı Nasıl Dönüştürüyor?* (P. Sıral, M. Başekim, Çev.), İstanbul: İletişim.

Roberts, J.M. (1996), *Avrupa Tarihi*, (F. Aytuna, Çev.) İstanbul: İnkılâp, 2009.

Shiner, L. (2001). *Sanatın İcadı Bir Kültür Tarihi*. (İ. Türkmen, Çev.), İstanbul: Ayrıntı.

Siemens Sanayi ve Ticaret A.Ş. “Endüstri 4.0 Yolunda” ,
<https://doczz.biz.tr/doc/272960/end%C3%BCstri-4.0-yolunda---e> Erişim
 Tarihi:21.08.2023

Tuğrul, P., (1942). Okuldan Fabrikaya, *Ülkü Milli Kültür Dergisi*, 27, 22

Wikipedia Sanâyi-i Nefise Mektebi,
https://tr.wikipedia.org/wiki/San%C3%A2yii_Nef%C3%AEse_Mektebi , Erişim
 Tarihi: 11.09.2023

Vakko (2023) <https://www.vakko.com/vakko-hakkinda-tarihce/>

Yıldırım, L. (2007). *Günümüz ev tekstili tasarımı etkileyen faktörlerin saptanması ve Türk ev tekstilindeki durumu* (Sanatta yeterlilik tezi) Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>

Yılmaz, P. (2022) *Dijitalleşen Tekstil Üretimi ve Tüketimine Genel Bakış, Tasarım Açısından Dijital Tekstil Baskıcılığı*. (Sanatta yeterlilik tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>

Zorlu (2023) <https://www.zorlu.com.tr/tr/bizi-taniyin/tarihce>

GÖRSEL KAYNAKLAR

Resim 2.1.: https://hwsensor-com.translate.goog/others/smart-anti-snorepillow.html?&&x=x&keyword&matchtype&creative&device=c&18265763651=18265763651&target&placement&gclid=CjwKCAjwloynBhBbEiwAGY25dCwkrzFUsc7FQfLrjMVqQtK5sVXXkpobyC2Rw-1a1_Vm0_nSDzurNBocPlMQAvD_BwE&_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=tr&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=wapp Erişim Tarihi: 21.08.2023 **Resim 2.2.:**

https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87%C4%B1r%C3%A7%C4%B1r_makinesi#/media/Dosya:Cotton_gin_EWM_2007.jpg Erişim Tarihi 06.04.2023 **Resim 2.3.:**

https://en.wikipedia.org/wiki/Flying_shuttle#/media/File:Gro%C3%9Fsch%C3%B6nau_-

[_muzeum_dama%C5%A1kov%C3%A9_a_smy%C4%8Dkov%C3%A9_tkaniny_7787.jpg](#) Erişim Tarihi: 10.05.2023 **Resim 2.4.:**

https://en.wikipedia.org/wiki/Spinning_jenny#/media/File:Spinning_jenny.jpg

Erişim Tarihi: 10.05.2023 **Resim 2.5.:**

https://en.wikipedia.org/wiki/Power_loom#/media/File:Strickmaschine_im_Museum.JPG Erişim Tarihi:10.05.2023

Resim 2.6.: <https://www.allonrobots.com/joseph-marie-jacquard/> Erişim Tarihi:06.04.2023 **Resim**

2.7.:

<https://www.sussexvt.k12.de.us/science/The%20History%20of%20the%20World%201500-1899/William%20Lee.htm> Erişim Tarihi: 17.05.2023 **Resim 2.8.:**

https://en.wikipedia.org/wiki/William_Morris#/media/File:William_Morris_age_53.jpg Erişim Tarihi: 29.01.2023

Resim 2.9.:

https://en.wikipedia.org/wiki/Red_House,_Bexleyheath#/media/File:Philip_Webb's_Red_House_in_Upton.jpg Erişim Tarihi: 18.05.2023 **Resim**

2.10.:

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/51/Drawing_Room_at_Red_House%2C_Lonson.jpg Erişim Tarihi: 18.05.2023

Resim 2.11.: <https://www.renndesigns.com/blogs/inspiration/the-red-house-williammorris-in-his-element> Erişim Tarihi: 18.05.2023

Resim 2.12.: <https://www.architecturaldigest.com/story/some-of-william-morrissfinest-works-go-on-delightful-display-at-standen-house> Erişim Tarihi:

18.05.2023 **Resim 2.13.:** <https://www.artsy.net/artwork/william-morris-1834-1896-thestrawberry-thief-flower-and-bird-pattern> Erişim Tarihi: 29.01.2023 **Resim 2.14.:**

https://en.wikipedia.org/wiki/William_Morris_textile_designs#/media/File:Morris_Tulip_and_Willow_1873.jpg Erişim Tarihi: 29.01.2023 **Resim 2.15.:**

https://en.wikipedia.org/wiki/Art_Nouveau#/media/File:Tassel_House_stairway.JPG

- Erişim Tarihi: 10.05.2023 **Resim 2.16.:**
[https://en.wikipedia.org/wiki/File:Banquette_aux_ombelles_\(mus%C3%A9_de_l'Ecole_de_Nancy\)_ \(7979231788\).jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/File:Banquette_aux_ombelles_(mus%C3%A9_de_l'Ecole_de_Nancy)_ (7979231788).jpg) Erişim Tarihi:19.05.2023 **Resim 2.17.:**
https://en.wikipedia.org/wiki/Art_Nouveau_in_Paris#/media/File:XDSC_7288-29av-Rapp-paris-7.jpg Erişim Tarihi:19.05.2023
- Resim 2.18.:** Jackson, L., Twenty Century Pattern Design, s.26 **Resim 2.19.:**
<https://twitter.com/NouveauDeco/status/1398947722393231362/photo/1> Erişim Tarihi:13.05.2023
- Resim 2.20.:** https://www.artnouveau-net.eu/wpcontent/uploads/2019/10/HL_Milan_2011_Campagnol.pdf Erişim Tarihi: 19.05.2023 **Resim 2.21.:** https://www.artnouveau-net.eu/wpcontent/uploads/2019/10/HL_Milan_2011_Campagnol.pdf Erişim Tarihi: 19.05.2023
- Resim 2.22.:** Lesley Jackson, Twentieth-Century Pattern Design, Princeton Architectural Place, 2007, s.26
- Resim 2.23.:** Lesley Jackson, Twentieth-Century Pattern Design, Princeton Architectural Place, 2007, s.26
- Resim 2.24.:** Lesley Jackson, Twentieth-Century Pattern Design, Princeton Architectural Place, 2007, s.26
- Resim 2.25.:** <https://collections.vam.ac.uk/item/O78227/willow-bough-wallpapermorris-william/> Erişim Tarihi : 03.02.2023 **Resim 2.26.:**
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Swan_and_Rush_and_Iris_wallpaper_Walter_Crane.jpg Erişim Tarihi: 03.02.23
- Resim 2.27.:** <https://oggito.com/icerikler/mucha-nin-afis-tasarimlari-nasil-artnouveau-nun-yuzu-oldu/64204> Erişim Tarihi: 13.05.2023
- Resim 2.28.:** <https://iyikigormusum.com/botter-apartmani-gercek-bir-apartmandayasamis-hayali-bir-ailenin-romani> Erişim Tarihi 12.05.2023
- Resim 2.29.:** <https://iyikigormusum.com/botter-apartmani-gercek-bir-apartmandayasamis-hayali-bir-ailenin-romani> Erişim Tarihi 12.05.2023 **Resim 2.30.:**
https://de.wikipedia.org/wiki/Bauhaus_Dessau#/media/Datei:6265_Dessau.JPG Erişim Tarihi: 03.02.2023
- Resim 2.31.:** https://germanhistorydocs.ghi-dc.org/images/2007_13.13.jpg Erişim

Tarihi: 12.05.2023

Resim 2.32.: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-bauhaus-master-anni-albers>

Resim 2.33.: <https://www.moma.org/collection/works/3486> Erişim Tarihi:

04.02.2023

Resim 2.34.: <https://www.nytimes.com/2018/10/08/arts/tate-modern-anni-albersretrospective.html> Erişim Tarihi: 10.05.2023

Resim 2.35.: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2019/jan/18/anni-albersintersecting> Erişim Tarihi: 04.02.2023

Resim 2.36.: <https://www.gan-rugs.com/en/gan-woman-day-2019/> Erişim Tarihi: 04.02.2023

Resim 2.37.: <https://venetianred.wordpress.com/2009/10/31/gunta-stolzl-masterweaver-of-the-bauhaus/> Erişim Tarihi: 31.05.2023

Resim 2.38.: Banu Hatice Gürcüm, Ayçin Öneş, Bauhaus'ta Bir Dokuma Ustası, Gunta Stölzl Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, a51, s.415

Resim 2.39.: <https://www.guntastolzl.org/Works/Bauhaus-Weimar-1919-1925/Chairs-with-Marcel-Breuer/i-P9n46KJ/A> Erişim Tarihi: 10.05.2023

Resim 2.40.: <https://www.guntastolzl.org/Exhibitions/Exhibitions/Empty-3/i-PVkwHj6/A> Erişim Tarihi: 10.05.2023

Resim 2.41.: <https://insidersoutsidersfestival.org/event/torn-threads-aspects-of-the-life-and-work-of-textile-designer-otti-berger/> Erişim Tarihi: 31.05.2023

Resim 2.42.: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Book_MET_DP368819.jpg Erişim Tarihi: 31.05.2023

Resim 2.43.: <https://olastudio.co.uk/ourjournal/five-inspirational-bauhaus-women> Erişim Tarihi: 31.05.2023

Resim 2.44.: <https://kdrshowrooms.com/blog/minneapolis-grand-openingcelebration/jack-lenor-larsen-at-kdr-designer-showrooms-minneapolis-2012/> Erişim Tarihi: 31.05.2023

Resim 2.45.: <http://www.willyfabrics.com/larsen/> Erişim Tarihi: 31.05.2023

Resim 2.46.: <https://risdmuseum.org/art-design/collection/casement-textile-leverhouse-lobby-2007945> Erişim Tarihi: 31.05.2023

Resim 2.47.: <https://textilesocietyofamerica.org/programs/fellows/jack-lenor-larsen> Erişim Tarihi: 31.05.2023

Resim 2.48.: <https://textilesocietyofamerica.org/programs/fellows/jack-lenor-larsen>

Erişim Tarihi: 31.05.2023

Resim 2.49.: <https://www.design-market.co/97454-vintage-ribbon-chair-momentumfabric-from-jack-lenor-larsen-by-pierre-paulin-for-artifort-.html?redirected=true>

Erişim Tarihi: 31.05.2023

Resim 2.50.: <https://manifold.press/bir-donemin-toplumsal-esitleyicisi-sumerbank>

Erişim Tarihi: 07.05.2023

Resim 2.51.: <https://www.basmafistan.com/product-page/s%C3%BCmerbank-%C3%A7ift-en-pamuklu-kuma%C5%9F-3> Erişim Tarihi :07.05.2023

Resim 2.52.: <https://www.vivense.com/el-dokuma-sumerbank-hereke-halisi-lalezarmodel-200x300-cm-modeli.html> Erişim Tarihi: 07.05.2023

Resim 2.53.: <https://www.egeyedonus.com/blog/icerik/sumerbank-2> Erişim Tarihi: 08.05.2023

Resim 2.54.: <https://www.egeyedonus.com/blog/icerik/sumerbank-2> Erişim Tarihi: 08.05.2023

Resim 2.55.: https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0hap_Hulusi_G%C3%B6rey Erişim Tarihi: 08.05.2023

Resim 2.56.: https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0hap_Hulusi_G%C3%B6rey Erişim Tarihi: 08.05.2023

Resim 3.1.: <https://www.youtube.com/watch?v=9P0u083sJKE> Erişim Tarihi: 18.08.2023

Resim 3.2.: <https://sonusleep.com/pages/innovations> Erişim Tarihi: 19.08.2023 **Resim**

3.3.: <https://sonusleep.com/products/sonu-sleep-system> Erişim Tarihi: 19.08.2023

Resim 3.4.: <https://www.fernandolaposse.com/projects/the-dogs/> Erişim Tarihi: 01.06.2023

Resim 3.5.: <https://www.fischbacher.com/en/benu-net-14645-515> Erişim Tarihi: 01.06.2023

Resim 3.6.: <https://www.hermes.com/us/en/product/avalon-throw-blanket-H102668Mv52/> Erişim Tarihi: 23.05.2023 **Resim**

3.7.:

[https://assets.hermes.com/is/image/hermesproduct/103458M%2003_worn_2?a=a&size=3000,3000&extend=0,0,0,0&align=0,0&\\$product_item_grid_g\\$=&wid=400&hei=400](https://assets.hermes.com/is/image/hermesproduct/103458M%2003_worn_2?a=a&size=3000,3000&extend=0,0,0,0&align=0,0&$product_item_grid_g$=&wid=400&hei=400) Erişim Tarihi: 23.05.2023

Resim 3.8.: <https://archive.marksandspencer.com/timeline/the-ms-story/> Erişim Tarihi: 21.05.2023

Resim 3.9.: https://www.marksandspencer.com.tr/ev-gri-saf-egyptian-cotton-yorgankilifi-5642406656/?integration_color=SLATE%20BLUE Erişim Tarihi: 21.05.2023

Resim 3.10.: <https://www.armani.com/en-us/experience/armani-casa/salone-delmobile-2023> Erişim Tarihi: 21.05.2023

Resim 3.11.: <https://www.rubelli.com/fr/cloud-acoustic-20001?variant=3347> Erişim Tarihi: 21.05.2023

Resim 3.12.: <https://www.rubelli.com/en/history> Erişim Tarihi: 22.05.2023

Resim 3.13.: <https://www.ikea.com.tr/urun/rexbegonia-60x80-cm-sogutma-pedi-50522177> Erişim Tarihi: 23.05.2023

Resim 3.14.: <https://mgmt.ikea.com.cy/en/products/baby-children/baby/changingtables-nursing/vadra-cover-for-babycare-mat-puppy-pattern-48x74-cm/80526386/> Erişim Tarihi: 23.05.2023

Resim 3.15.: <https://mgmt.ikea.com.cy/en/products/textiles/chair-pads/elsebet-chairpad/90412450> Erişim Tarihi: 23.05.2023

Resim 3.16.: <https://www.ikea.com.tr/urun/kura-mavi-yatak-tentesi-40528448> Erişim Tarihi: 23.05.2023

Resim 3.17.: <https://www.ikea.com.tr/urun/kura-beyaz-cok-renkli-yatak-tentesi-20506145> Erişim Tarihi: 23.05.2023

Resim 3.18.: <https://nordika.co/producto/marimekko-unikko-rojo-metro-de-tela-dealgodon/> Erişim Tarihi: 02.06.2023

Resim 3.19.: <https://www.obedthompson.net/products/marimekko-unikko-cottonred-comfortersheet-bonus-set-1975726.html> Erişim Tarihi: 02.06.2023

Resim 3.20.: https://www.marimekko.com/com_en/kivet-seat-cushioncotton-beige-070446-888 Erişim Tarihi: 02.06.2023

Resim 3.21.: https://www.marimekko.com/com_en/pieni-siirtolapuutarha-cushioncover-50x50-cm-white-green-068371-160 Erişim Tarihi: 02.06.2023

Resim 3.22.: <https://chatelaine.com/home-decor/ikea-marimekko-bastua-collection-2023/> Erişim Tarihi: 02.06.2023

Resim 3.23.: <https://hypebeast.com/jp/2023/2/ikea-marimekko-bastua-collection>
Erişim Tarihi: 02.06.2023

Resim 3.24.: <https://www.modernliving.jp/products/goods/g42852493/ikeamarimekko-sauna/>
Erişim Tarihi: 02.06.2023

Resim 3.25.: <https://www.zarahome.com/tr/cicek-islemeli-yorganl40112005?categoryId=1020116653&colorId=524&ct=true> Erişim Tarihi: 22.05.2023

Resim 3.26.: <https://www.zarahome.com/tr/ekmek-mayalama-bezi-147226026?categoryId=1020261501&colorId=712&ct=true> Erişim Tarihi: 22.5.2023

Resim 3.27.: <https://www.zarahome.com/tr/pamuklu-tuz-torbasil47227019?categoryId=1020261501&colorId=712&ct=true> Erişim Tarihi: 22.05.2023

Resim 3.28.: <https://www.zarahome.com/tr/cift-sapli-ekmek-torbasil47229019?categoryId=1020261501&colorId=712&ct=true> Erişim Tarihi: 22.05.2023

Resim 3.29.: <https://www.zarahome.com/tr/stories/cabana-x-zarahomec1020514063.html> Erişim Tarihi: 22.05.2023

Resim 3.30.: https://www2.hm.com/tr_tr/home/surdurulebilirlik/hm-home-meet-themaker.html Erişim Tarihi: 22.05.2023

Resim 3.31.: https://www2.hm.com/tr_tr/productpage.1121109001.html Erişim Tarihi: 22.05.2023

Resim 3.32.: https://www2.hm.com/tr_tr/productpage.1024350001.html Erişim Tarihi: 22.05.2023

Resim 3.33.: https://www2.hm.com/tr_tr/productpage.1045193001.html Erişim Tarihi: 22.05.2023

Resim 3.34.: https://www2.hm.com/tr_tr/productpage.1088447001.html Erişim Tarihi: 22.05.2023

Resim 3.35.: <https://www.vakko.com/home/> Erişim Tarihi: 25.05.2023

Resim 3.36.: <https://www.vakko.com/home/> Erişim Tarihi: 26.05.2023

Resim 3.37.: <https://www.vakko.com/home/> Erişim Tarihi: 26.05.2023 **Resim**

3.38.: <https://www.tac.com.tr/p/48570/tac-jersey-yorgan-seti-natura-ckkapticin>
Erişim Tarihi: 31.05.2023

Resim 3.39.: <https://www.tac.com.tr/p/29814/tac-garden-bebek-uyku-seti> Erişim
Tarihi: 01.06.2023

Resim 3.40.: <https://www.persan.com.tr/koleksiyon/persan-hali> Erişim
Tarihi:19.08.2023

Resim 3.41.: <https://www.piculet.com/kareli-ponponlu-mint-kirlent> Erişim
Tarihi:19.08.2023

Resim 3.42.: <https://yastikbyrifatozbek.com/> Erişim Tarihi:30.05.2023

Resim 3.43.: <https://yastikbyrifatozbek.com/> Erişim Tarihi:30.05.2023

Resim 3.44.: https://yastikbyrifatozbek.com/products/lavender-mini-sachet-5?_pos=186&_sid=475e649f5&_ss=r&variant=7102249402419 Erişim Tarihi:
30.05.2023

Resim 3.45.: https://yastikbyrifatozbek.com/products/lavender-mini-sachet-5?_pos=186&_sid=475e649f5&_ss=r&variant=7102249402419 Erişim Tarihi:
30.05.2023

Resim 3.46.: https://www.haremlique.com/products/aegean-sea-dekoratif-yastikkilifi-mercan?pr_prod_strat=copurchase&pr_rec_id=461d70813&pr_rec_pid=7952667050239&pr_ref_pid=7952666951935&pr_seq=uniform Erişim Tarihi: 19.08.2023 **Resim**

3.47.: <https://www.haremlique.com/collections/yatak-odasi-takimlari/products/hasbahce-jakarli-volanli-yastik-kilifi>? Erişim Tarihi:29.08.2023

Resim 3.48.: Görsel Şilan Göker Ekiz'e aittir.

Resim 3.49.: <https://www.englishhome.com/exotic-palm-pamuk-kurulama-bezi-30x50-cm-koyu-mavi/> Erişim Tarihi: 26.05.2023

Resim 3.50.: <https://www.englishhome.com/exotic-palm-polyester-masa-ortusu-150x200-cm-yesil/> Erişim Tarihi: 26.05.2023

Resim 3.51.: <https://www.englishhome.com/exotic-palm-alisveris-cantasi-545x38cm-turuncu/> Erişim Tarihi:26.05.2023

Resim 3.52.: <https://www.madamecoco.com/dory-10-parca-ceyiz-setidugs0000000006-190/> Erişim Tarihi: 30.05.2023

Resim 3.53.: <https://www.madamecoco.com/fiori-mutfak-onlugu-mut-01-169/> Erişim
Tarihi: 30.05.2023

ÖZGEÇMİŞ

2013-2018 yılında Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü'nde lisans eğitimini aldı. 2016 yılında Erasmus Değişim Programı ile Fransa, Paris'e bulunan École Nationale Supérieure Des Arts Décoratifs - Design Textile et Matière bölümünde eğitim gördü. 2019 yılında Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü'nde yüksek lisans eğitimine başladı. 2019-2022 yılları arasında Lc Waikiki firmasında grafik/metraj desen tasarımcısı olarak görev yaptı. 2022 yılı itibari ile serbest olarak Avrupa ve Türkiye pazarındaki firmalara grafik, metraj desen ve illüstrasyon koleksiyonları hazırlamaktadır.