

T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

MEKÂNDA KİTSCH KAVRAMI: MODA VE ENSTALASYON

SÜMEYYE KÖKCEN
YÜKSEK LİSANS TEZİ
MİMARLIK ANABİLİM DALI

GEBZE
2023

T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

MEKÂNDA KİTSCH KAVRAMI: MODA VE
ENSTALASYON

SÜMEYYE KÖKCEN
YÜKSEK LİSANS TEZİ
MİMARLIK ANABİLİM DALI

DANIŞMANI
DR. ÖĞR. ÜYESİ SEDEF ÖZÇELİK

GEBZE
2023

T.R.
GEBZE TECHNICAL UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF NATURAL AND APPLIED
SCIENCES

THE NOTION OF KITSCH FOR SPACE:
FASHION AND INSTALLATION

SÜMEYYE KÖKCEN
A THESIS SUBMITTED FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE
DEPARTMENT OF ARCHITECTURE

THESIS SUPERVISOR
ASST. PROF. DR. SEDEF ÖZÇELİK

GEBZE

2023

GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ	YÜKSEK LİSANS JÜRİ ONAY FORMU
----------------------------------	--------------------------------------

GTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 09/02/2023 tarih ve 2023/13 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından 02/06/2023 tarihinde tez savunma sınavı yapılan Sümeyye KÖKCEN' in tez çalışması Mimarlık Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE

(TEZ DANIŞMANI) : Dr. Öğr. Üye. Sedef ÖZÇELİK

ÜYE

: Dr. Öğr. Üye. Can BOYACIOĞLU

ÜYE

: Dr. Öğr. Üye. Betül ORBEY

ONAY

Gebze Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun
...../...../..... tarih ve/..... sayılı kararı.

İMZA/MÜHÜR

ÖZET

Beden ve mekân arasındaki ilişki, çok katmanlı ve çok boyutlu bir örüntü ile kodlanmaktadır. Mekân, beden ile bütünsel bir ilişki kurmaktadır. Oluşan ilişki mekânın ürettiği temsilin, fiziksel mekândan ve mesafeden bağımsız olarak bedenle bir araya gelmesini sağlamaktadır. Bu durum bir etkileşim kurma olanağı sağlamaktadır. Mekân-beden diyalektiği; hatta kamusal mekânın performatif ergonomi yaklaşımı, modern mimarlığın idealize kurgusuyla ilişkilendirilebilmektedir. Tüketim ve eğlence yapılarını içeren bu kamusal mekânlar; lunaparklar, açık pazar yerleri, pavyonlar ve defile mekânları olarak örneklendirilebilmektedir. Gündelik yaşantımızda, kendiliğinden kurgulanan mekânsal etkileşim, insan ve çevre ilişkilerini de etkilemektedir. Hem kolektif hem de bireysel bedeni ve performatif ergonomi ilkelerini içinde barındıran 21. yy mekânları, özgürleşen çoğul eylemleri bir arada bulundurmaktadır. Bu mekânlar keskin sınırların eridiği uzamlar olarak tanımlanabilir. Beden ve mekân arasındaki analogi üzerine deneyimlenen sanatı ortaya koyarak “mekân-nesne-beden” ilişkisini araştırmak amaçlanmaktadır. Bu anlamda enstalasyon, sanat ve teori arasında yer alan bir pratik olarak; kültürel ve mimari çalışmaların merkezinde yer alan konuları sorgulamak, sorunsallaştırmak veya değerlendirmek için zemin oluşturmaktadır. Bu doğrultuda tez iki farklı perspektiften yürütülmektedir. Birinci perspektifte, mimarlık alanında faaliyet gösteren isimler ve markalar üzerinden moda ve mekân ilişkisini incelenirken, ikinci perspektifte moda alanında faaliyet gösteren tasarımcıların çalışmaları ele alınarak mekân ve beden ilişkisine odaklanılmaktadır. Kitsch, post modern söylemler ve enstatif mekân tasarımları mekânın üretimi ve moda başlığı altında kategorize edilerek 2000 sonrası dönemi içine alan milenyum çağından örnekler üzerinden incelenmektedir. Bu bağlamda mekan ve enstalasyon fenomenolojik çağrışımlarıyla birlikte ele alınmakta ve kolektif bağlamda yorumlanmaktadır. Bu tezdeki enstalasyon ve defile örnekleri, tasarım süreçlerinde bedenin alternatif anlayışlarını ve davranışlarını keşfetmek için kullanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Enstalasyon, Mekân-Beden, Deneyim, Defile Mekânı, Kitsch.

SUMMARY

The relationship between body and space is coded with a multi-layered and multidimensional pattern. Space contacts a holistic relationship with the body. This relationship enables to come together with the body and representation produced by the space, regardless of physical space and distance. This circumstance provides an opportunity to interact. Dialectic of body-space, even the performative ergonomic approach of public space, can be associated with the idealized setup of modern architecture. These public spaces, which include consumption and entertainment structures, can be exemplified as parks, open market places, pavillions and fashion show venues. In our daily life, the spatial interaction that is constructed spontaneously also affects human and environmental relations. 21st century spaces that include both the collective and individual body and the principles of performative ergonomics combine liberating plural actions. These spaces can be defined as spaces where sharp boundaries melt. It is aimed to investigate the "space-object-body" relationship by revealing the experienced art on the analogy between body and space. In this sense, installation as a practice between art and theory creates a basis for questioning, problematizing or evaluating the issues that are at the center of cultural and architectural studies. In this direction, the thesis is carried out from two different perspectives. In the first perspective, while examining the relationship between fashion and space through the names and brands operating in the field of architecture, In the second perspective, the work of designers operating in the field of fashion is handled and the relationship between space and body is focused. Kitsch, post-modern discourses and installation space designs are analyzed by categorizing them under the title of production of space and fashion through examples from the millennium era, including the post-2000 period. In this context, space and installation are handled with their phenomenological connotations and interpreted in a collective context. The installation and fashion show examples in this thesis are used to explore alternative understandings and behaviors of the body in design processes.

Keywords: Installation, Space-Body, Experience, Fashion Show, Kitsch.

TEŞEKKÜR

En başta sevgili ailem; annem Selime KÖKCEN, babam Zeki KÖKCEN, abim Mehmet KÖKCEN, yengem Nihal KÖKCEN, kardeşim Yasirhan KÖKCEN ve en küçük üyemiz canım yeğenim Zeyd Umeyr KÖKCEN'e her zaman yanımda oldukları için çok teşekkür ederim.

Sonrasında, yüksek lisans eğitimimde ve akademik hayatımda desteğini ve yardımlarını hiçbir zaman esirgemeyip bilgisi ile bu çalışmanın oluşmasının yolunu açan danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Sedef ÖZÇELİK'e, lisans hayatımda tanıdığım, bize hep en doğru yolu gösteren hep en güzel hislerle yanımda olan ve her koşulda desteğini hissettiğimiz canım lisans danışmanım Doç. Dr. Aysun Ferrah GÜNER'e,

Bütün çalışmam boyunca yanımda olan, bilgi ve birikimlerini benimle paylaşan canım arkadaşlarım, Çisem Nur DEMİRCİ, Hatice Dilara ÇİMEN, Yağmur POLAT ve Kübra TORLAK'a göstermiş olduğu desteklerinden dolayı çok teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZET	v
SUMMARY	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi
TABLolar DİZİNİ	xiii
1. GİRİŞ	1
1.1. Tezin Amacı, Katkısı Ve İçeriği	1
1.2. Metodoloji	8
2. MEKÂNIN ÜRETİMİ VE MODA	10
2.1. Mekân Ve Enstalasyon	18
2.1.1. Defile Mekânı Ve Mimarlık	23
2.2. Var Olmanın Sanatı: Beden Ve Enstalasyon	27
2.2.1. Post-Modern Sonrasına Ait “Post” Söylemler	31
3. ENSTALASYON, MEKÂN VE MODA KAVRAMLARININ MİMARLIK ÜZERİNDEN OKUNMASI	40
3.1. Kitsch Kavramı	42
4. METODOLOJİ	48
5. KİTSCH, MODA VE ENSTALASYON KAVRAMLARININ ÖRNEK OLAYLAR ÜZERİNDEN TARTIŞILMASI	51
5.1. Mekânın Enstalatif Karakterini Kullanan Tasarımlar	55
5.2. Post-Dijital Dönemde Moda ve Mekân Tasarımı	66
5.3. Mekânın Post Yapısal Okuması	73
6. SONUÇ	85
KAYNAKLAR	88
ÖZGEÇMİŞ	94
EKLER	95

SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

Simgeler ve Açıklamalar

Kısaltmalar

3D	:	Üç Boyutlu
İY	:	İlkbahar-Yaz
OMA	:	Office for Metropolitan Architecture
SK	:	Sonbahar-Kış



ŞEKİLLER DİZİNİ

<u>Sekil No:</u>	<u>Sayfa</u>
1.1: Tezin haritalanması.	1
1.2: Guangzhou Opera Binası, Guangzhou, Guangdong, Çin.	3
1.3: Guangzhou Opera Binası, Guangzhou, Guangdong, Çin.	4
1.4: Slavın Evi, Greg Lynn.	6
1.5: Paco Rabanne elbisesi, 1967.	7
1.6: Tez akış şeması.	8
2.1: Mekân temsili.	20
2.2: Elina Salo.	24
2.3: Leonardo da Vinci'nin Vitruvius Adamı.	32
5.1: PRADA SK21.	57
5.2: PRADA SK21, Rem Koolhaas-Prada işbirliği kırmızı kürklü dikdörtgen oda tasarımı.	58
5.3: PRADA SK10, Rem Koolhaas-Prada işbirliği.	59
5.4: PRADA SK21, Rem KOOLHAAS-Prada işbirliği defile mekânı tasarımı.	59
5.5: PRADA SK21, Rem KOOLHAAS-Prada işbirliği pembe sıvalı altıgen oda.	60
5.6: PRADA SK10, Rem KOOLHAAS-Prada işbirliği.	62
5.7: PRADA SK10, Rem KOOLHAAS-Prada işbirliği.	63
5.8: PRADA SK10, Rem KOOLHAAS-Prada işbirliği.	64
5.9: Moschino İlkbahar-Yaz 2021, Koşulsuz İpler.	67
5.10: Moschino İlkbahar-Yaz 2021, Koşulsuz İpler.	68
5.11: Iris Van Herpen, SK18, “SYNTOPIA”.	69
5.12: Iris Van Herpen, SK18, “SYNTOPIA”.	71
5.13: Iris Van Herpen, SK19, “HYPNOSIS”.	72
5.14: Hüseyin Çağlayan SK2000, Sözlerden Sonra, sandalye kılıflarının elbiseye dönüşmesi.	76
5.15: Hüseyin Çağlayan SK2000, Sözlerden Sonra, orta sehpanın eteğe dönüşmesi.	77
5.16: Hüseyin Çağlayan SK2000, Sözlerden Sonra, sandalye kılıflarının elbiseye, sandalyenin valize dönüşmesi.	78

5.17	Chanel İY18 Koleksiyonu, Grand Palais.	80
5.18	Chanel İY18 Koleksiyonu, Grand Palais.	81
5.19	CHANEL SK14, Süpermarket.	82
5.20	CHANEL SK14, Süpermarket.	83



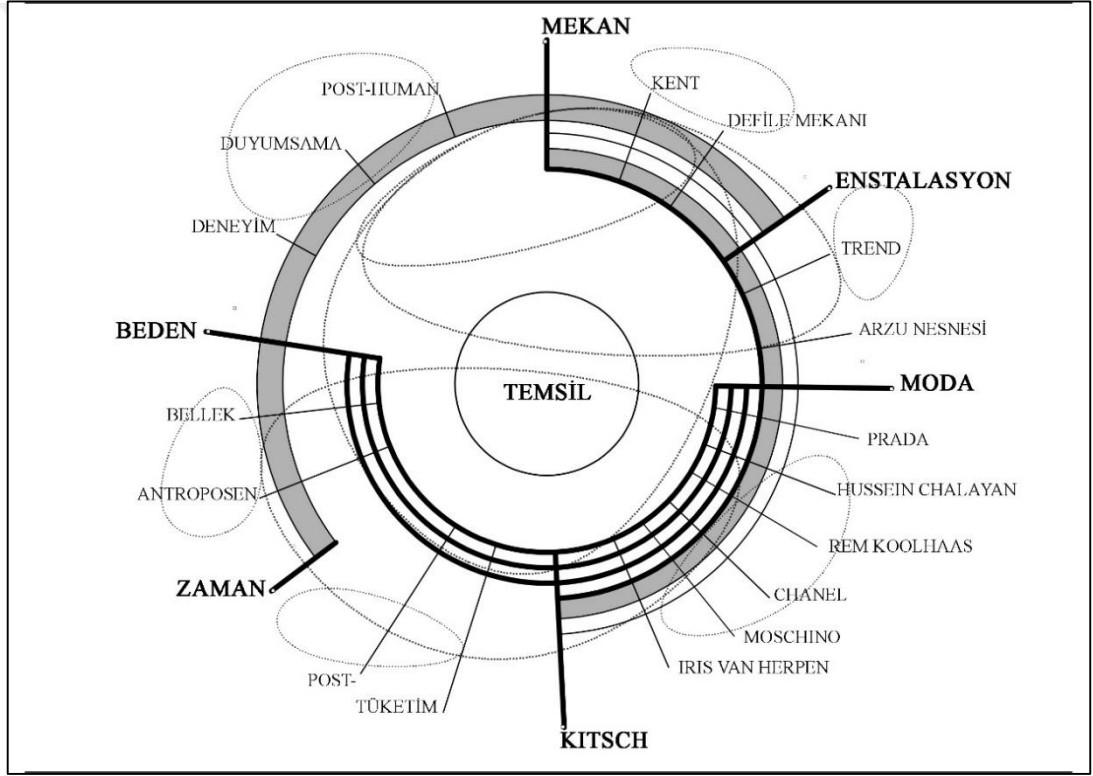
TABLÖLAR DİZİNİ

<u>Tablo No:</u>		<u>Sayfa</u>
2.1:	Post-Modern dönem ve defile mekânının ortak nitelikleri.	26
2.2:	Post-Hüman Enstalasyon ilişkisi.	36
3.1:	Kitsch, enstalasyon ve moda arasındaki ilişki.	40
3.2:	Kitsch ile enstalasyon arasındaki ilişki.	41
3.3:	Tasarım değerlendirme boyutları açısından kitsch ve kalite arasındaki ilişki.	43
3.4:	Kitsch değerlendirme kriterleri.	44
5.1:	Defile mekânları ve değerlendirme kriterleri arasındaki ilişki.	51

1. GİRİŞ

1.1. Tezin Amacı, Katkısı ve İçeriği

Yirminci yüzyıl, zaman dilimi olarak her yönden gelenekselden kopuşun gerçekleştiği, bütün disiplinlerin kavram ve anlamlarının yeniden sorgulandığı ve kurgulandığı; aynı anda hem en yaratıcı hem de en yıkıcı olayların gerçekleştiği bir dönemi ifade etmektedir. Her gün yeniden tanımlanan öznel ve nesnel değer yargıları geniş çapta davranışsal ve algısal dönüşümlere neden olmaktadır. Fikirler, ürünler, imajlar ve teknolojiler; teknolojinin gelişmesi ile birlikte iletişimin kolaylaşması ve yaygınlaşması ile kitleleri doğrudan etkilemektedir.



Şekil 1.1: Tezin haritalanması.

Tezin başlığı “Mekânda Kitsch Kavramı: Moda ve Enstalasyon ”dur. Bu başlık içerisinde yer alan kavramların bütünü, birbirleriyle olan ilişkileri bağlamında içerikte var olan diğer kavramlar ile birlikte ele alınmaktadır. Bu tez döngüsel bir düşüncüyü ortaya koymaktadır. Bu yüzden tezin haritalamasını buna referans verecek şekilde kurgulanmaktadır. Karşılaşmaların yaratıcılığı etkilediği düşüncesini ortaya koyarak bu tezde aynı kavramlara, farklı başlıklar altında tekrar tekrar değinilmektedir. Bu

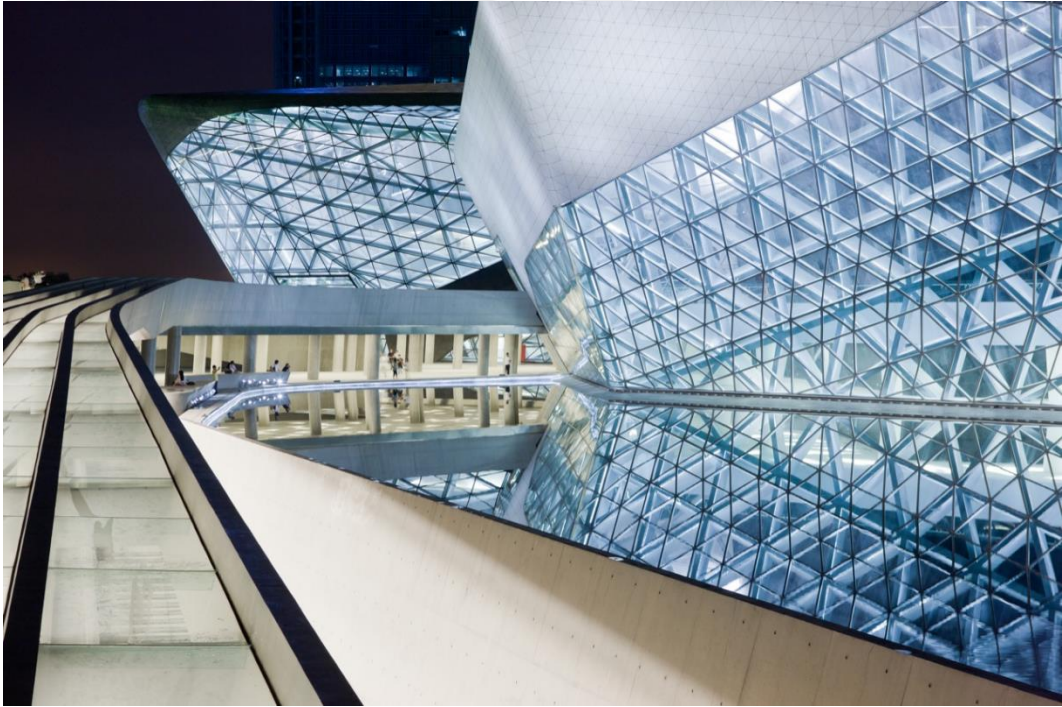
sayede bilginin üretim sürecindeki bağlantı ilişkisel ve eleştirel olmaktadır. Bu sebeple kendi iç dinamiklerinde tartışılan ve sonunda bütün hepsinin birer temsil biçimi olduğu ve bu temsiller çerçevesindeki ilişkilerle şekillenen bir tez ortaya çıkmaktadır. Tasarım sürecinin holistik yapısı mimari temsil sürecine ve dolayısıyla bu teze de yansıtılmaktadır. Mimari temsilin epistemolojisi ve ontolojisi karşılaşmalar aracılığıyla tartışılmakta ve sorgulanmaktadır. Bu karşılaşmalar modacıların tasarladığı nesneler ve defile mekânları üzerinden; tasarımla, kavramla ve mekânla karşılaşma şeklindedir. Bu durum tezde mimari temsilin irdelenmesinde hem de tez metninin yazımında bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Araştırmanın çerçevesini ve kavramlarını daha iyi ifade edebilmek amacıyla tezin genel strüktürü diyagram olarak aktarılmıştır (Şekil 1.1) [Kökçen, S.]. Bu haritalamada tez metni içerisindeki kavramların nasıl artiküle olduğu gözlemlenmektedir. Bu artikülasyon süreci kavramların birbiri arasındaki sekanslarından kaynaklı olarak lineer bir süreç olmamaktadır. Bazı kavramlara, farklı kavramlar birlikteliğinde tekrar tekrar geri dönlmektedir. Haritalamada tez metninin kavramlarının ilişkisi gösterilmeye çalışılmaktadır.

Bu çalışmada, mekân tüm fenomenolojik çağrışımlarıyla birlikte ele alınmaktadır. Enstalasyon aracılığı ile bir etkileşim ortamı olarak dönüşen mekân, yaşanan deneyim aracılığı ile dinamik bir biçimde tekrar ifade bulmaktadır. Bu araştırma beden ve mekân arasındaki analogi üzerinden deneyimlenen mekâna “mekân-nesne-beden” ilişkisi ekseninde odaklanmaktadır. Araştırmaya iki farklı perspektiften bakılmaktadır. Bu kategoriler mimarlık moda arakesitinde faaliyet gösteren, söylem üreten isimleri ve markaları kapsamaktadır. Bu kapsamda tasarımcıların 2000 ve sonrası döneme ait Milenyum çağı olarak adlandırdığımız dönemdeki çalışmaları incelenmektedir. Bu bağlamda bakıldığında:

- Mimarlık Arakesitinden Moda ve Mekân:

Bu kategoride yer alan mimarlar, moda markaları için mağaza ve defile mekânları tasarlamaktadır. Moda endüstrisiyle işbirliği yapan mimarlar; moda ve mimarlık arasındaki etkileşimi daha da ileriye taşıyarak, farklı disiplinler arasında bir köprü oluşturmaktadır. Bu işbirliği sayesinde, moda endüstrisi ve mimarlık arasında ortak bir dil ve estetik anlayışı geliştirmektedir. Ayrıca, moda etkinlikleri, defile mekânları ve mağazalarının tasarımı, mimarların moda endüstrisindeki rolünü arttırmaktadır. Bu bağlamda, moda markalarının vitrin tasarımları, defile mekânları ve

mağaza içi düzenlemeleri gibi alanlarda, mimarların tasarım becerileri büyük bir önem taşımaktadır. Moda endüstrisiyle işbirliği yapan mimarlar arasında; Rem Koolhaas, David Chipperfield, Daniel Libeskind, ve Herzog & de Meuron gibi ünlü isimler yer almaktadır. Bu mimarlar, moda dünyasındaki tasarım anlayışını mimari projelere yansıtarak farklı bir estetik oluşturmaktadırlar. Moda ilhamlı mimarlar arasında, özellikle 20. yüzyılın son dönemlerinde, Zaha Hadid, Frank Gehry, Jean Nouvel ve Bernard Tschumi gibi ünlü isimler yer almaktadır. Örneğin, Zaha Hadid, moda tasarımcıları gibi kumaşı ve dikişi bir araç olarak kullanmış ve buna paralel olarak, mimaride de katmanlı ve organik formlarla çalışmıştır. Bu yaklaşımı, Hadid'in tasarladığı pek çok yapıda açıkça görülebilmektedir. Guangzhou Opera House ve London Aquatics Centre projelerinde ve daha birçok projesinde organik formlara ve akışkan hatlara yer vermektedir.



Şekil 1.2: Guangzhou Opera Binası, Guangzhou, Guangdong, Çin.

Hadid'in Guangzhou opera binası projesi, Güney Çin'deki en büyük gösteri merkezi haline gelen ve 2010 yılında açılan bir yapıdır (Şekil 1.2) [Web 1, 2011]. Bina, nehir vadisi ve akarsudaki çakıl taşlarından esinlenilmiş olup, şehrin kültür merkezindeki Pearl Nehri kenarında bu alanı tamamlayıcı nitelikte tasarlanmıştır. Guangzhou Operası'nın tasarımı özellikle nehir vadilerinden ve bunların erozyonla nasıl dönüştürüldüğünden etkilenerek kütle, iki büyük kayayı andıran bir form

konsepti üzerine geliştirilmiştir. Binanın iç mekânları da dış mekânları ile uyumlu bir şekilde akıcı ve organik bir geometriye sahiptir. İçeriye aktarılan kıvrımlı çizgiler, Opera Binası içindeki bölgeleri tanımlamaktadır. Şekil 1.3’de görülen sirkülasyon alanı için hem içeride hem de dışarıda dramatik kanyonlar, lobiler ve kafeler kurgulanarak, şeffaf alanlardan doğal ışığın binanın derinliklerine nüfuz etmesine izin verilmiştir [Web 1, 2011]. Farklı öğeler ve farklı seviyeler arasındaki yumuşak geçişler, bu manzara analogisini devam ettirmektedir [Web 2, 2011].



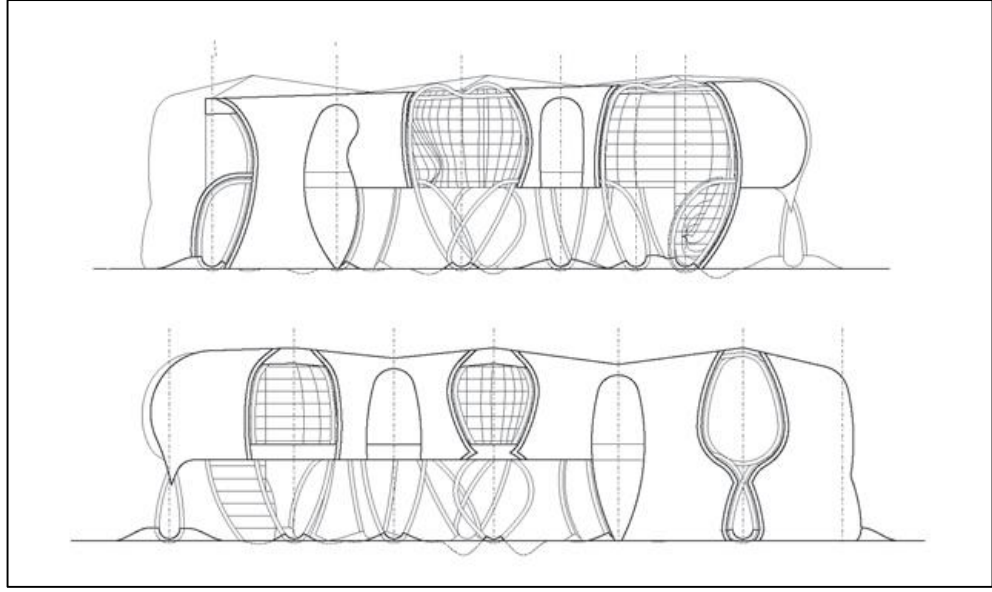
Şekil 1.3: Guangzhou Opera Binası, Guangzhou, Guangdong, Çin.

- Moda Arakesitinden Mekân ve Beden

Moda endüstrisi ve mimarlık arasındaki bağlantı, ikisinin de insan bedenine ve mekâna yönelik tasarım süreçlerini içermesinden kaynaklanmaktadır. "The Fashion of Architecture" kitabında [Quinn, 2003], moda endüstrisi ve mimarlık arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları ele alırken, bu iki alandaki iş birliğinin yaratıcılık açısından ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır. Aynı zamanda Quinn [2003], mimarının moda üzerindeki etkisini ve modanın mimari üzerindeki etkisini incelemektedir. Örneğin, bina yapımında kullanılan esnek metaller, membran yapılar, hafif camlar ve plastikler podyuma sızmakta ve yeni kumaş gelişmelerine yol açmaktadır. Bu kumaşlar, giysilerin hem barınak hem de kıyafet olarak işlev gören giyilebilir 'konutlar' haline gelmesini sağlamaktadır. Aynı zamanda, mimarlar da

geleneksel terzilikten aldıkları pilili, zımbalı, kesikli ve drape edilmiş teknikleri kullanarak esnek, etkileşimli, şişirilebilir ve hatta taşınabilir binalar tasarlamaktadır. Moda tasarımcıları ve mimarlar, malzemeleri kullanma ve biçim verme konusunda benzer yaklaşımlar benimsemektedirler. Moda endüstrisi ve mimarlık arasındaki iş birliği, moda perakendecilerinin müşteri deneyimini iyileştirmelerine yardımcı olurken, mimarların da daha geniş bir kitleye ulaşmalarını sağlamaktadır. Ayrıca, moda ve mimarlık arasındaki iş birliğine dair birçok örnek sunulabilmektedir. Örneğin, Alexander McQueen'in moda defileleri, mimari unsurların kullanımıyla bilinirken, Zaha Hadid'in mağaza tasarımları da moda markaları için milenyum çağında moda-mimarlık işbirliğini gösteren örnekler arasında sayılabilmektedir. Örneğin, Hüseyin Çağlayan, moda ve mimarlık alanlarında önde gelen bir tasarımcıdır. Tasarımlarında, mimari unsurları ve ilham kaynaklarını kullanarak moda tasarımlarında yenilikçi ve deneysel bir yaklaşım benimsemektedir. Koleksiyonlarında moda ve mekân arasındaki ilişkiyi vurgulamak için farklı malzemeler, formlar ve renkler kullanır. Örneğin, 2000 yılında yaptığı bir koleksiyonda, beton bloklarla kaplı elbiseler tasarlamıştır. Bu elbiseler, şehir mekânının sertliğini ve soğukluğunu yansıtmaktadır[Crewe, 2017]. Giderek artan bir şekilde, yeni teknolojilerin ve malzemelerin yardımıyla, her biri doku, biçim ve hacmi yeni ve merak uyandıran şekillerde sağlayan ortak teknikler geliştirebilmekte ve genellikle geleneksel orantı ve biçim fikirlerini karıştıran şekiller ve silüetler sunmaktadır. Her iki disiplindeki yeni şekiller birbiri içinde yankı bulmaktadır [Fausch, 1996].

Lynn, bilgisayar destekli tasarım ve üretim yöntemlerini kullanan bir mimar ve teorisyendir. Slavin evi projesi, Lynn'in Embryological House (Embriyolojik Ev) adlı araştırma projesinin bir parçasıdır (Şekil 1.4) [Web 3, 2006]. Bu proje, mimari formu genetik algoritmalarla üretmek için animasyon yazılımlarından yararlanmaktadır [Lynn, 2000]. Lynn'in amacı, temel bir formdan (primitive) türetilen sınırsız varyasyonlara sahip evler tasarlamak ve üretmektir. Bu sayede, her biri benzersiz olan ürünlerin seri üretimini sağlamayı hedeflemektedir [Keller, 2012].



Şekil 1.4: Slavina Evi, Greg LYNN.

Slavina evi projesinde, Lynn'in temel formu Le Corbusier'in Maison Domino adlı tipolojisidir. Bu tipoloji, modernist evin temel öğelerini (kolonlar, kirişler, serbest plan, serbest cephe ve çatı bahçesi) içermektedir. Lynn, bu tipolojiyi MicroStation yazılımıyla parametrik olarak değiştirerek farklı geometriler elde etmektedir. Sonra bu geometrileri Maya yazılımıyla yumuşak ve akışkan yüzeylere dönüştürmektedir [Web 4, 2017]. Böylece, modernist evin sert ve dikdörtgen formunu organik ve dinamik bir forma dönüştürmektedir. Lynn'in tasarım kriterleri arasında estetik, malzeme, yapı ve mekân gibi unsurlar bulunmaktadır. Estetik olarak, Lynn otomotiv ve havacılık endüstrilerinden ilham almakta ve yüzeylerdeki işleme izlerini görünür bırakmaktadır [Lynn, 2000]. Malzeme olarak, farklı malzemelerin kombinasyonunu kullanmaktadır. Slavina evi projesinin dış cephesinde metalik kumaşlar ve beton bloklar kullanmıştır [Web 4, 2017]. Kullandığı metalik kumaşlar ve birleşim detayları ise 1960'ların Paco Rabanne elbisesini anımsatmaktadır (Şekil 1.5) [Web 5, 2020].



Şekil 1.5: Paco Rabanne elbisesi, 1967.

Çalışma kapsamında kolektif beden ile kesintisiz duyarlı ilişkiyi içeren mekânlar, yirmi birinci yüzyıl yerleştirme mekânlarında sıklıkla karşılaştığımız kısa sürede karşı tarafa bir duygu-durum olarak yansıtılmasını içeren çoklu duyum deneyimi çalışmanın altlığını oluşturmaktadır. Çoklu duyum deneyimi günümüz mekânının, içerisinde bulundurduğu bedeni pasif durumundan çıkardığı, bedenin devingen, kendi performansına sahip, duyarlı nitelikleri barındırdığı ve dinamik etkileri ile var olduğu, biçimlendiği hatta insan bedeninin aktive edilerek daha duyarlı nitelikli bir tanıma doğru evirildiğini ifade etmektedir [Adıgüzel Özbek, 2018]. Mekân, beden, zaman parametrelerini esas alarak fiziksel olarak var olmayan temsil mekânlarını enstalasyonlar üzerinden parçadan (giysi, kumaş, örtü vb.) bütüne ontolojik olarak her ögenin kolektif bağlamıyla yorumlanarak özgün bir temsil bulmak ve içkinleşerek mana kazanması amaçlanmaktadır.

yirmi yıl, milenyum çağı olarak ifade edilen dönem, içinde gerçekleştirilen defile şovlarının kitsch okumasını içeren mekân ve bedeni odak noktasına alan tasarımcı ve markalar seçilmiştir. Nitel araştırma yöntemleri yapılan literatür okuması ve içerik örnek analizlerle desteklenmiş, moda ve mimarlık alanlarına yönelik gözlemlerle zenginleştirilmiştir. Mekânın post-modern söylem içerisindeki kentsel ekseninde, mekânı kavramak üzerine farklı bir söylem üreterek; beden duyum deneyiminin farklı algı noktaları sayesinde mekân deneyiminin birey üzerindeki etkisi, tasarımın irdelenmesi, karmaşık nedensellik içeren durumların değerlendirilmesi ve analizi çalışmanın yöntemini oluşturmaktadır.



2. MEKÂNIN ÜRETİMİ ve MODA

Mekânın üretimi, modern ve post modern dönemlerde farklı estetik normlar ve kültürel eğilimler tarafından şekillenmiştir. Kitsch, geleneksel normlar sistemini yıkan veya farklı kültürlerin bileşenlerini gelişigüzel birleştiren bir karışım olarak ortaya çıkmaktadır[Tanyeli, 1990]. Örneğin, Rize'deki çay bardağı anıtı, kitsch ve post modern bir mekân üretimidir. Çünkü hem yerel kültürün simgesi olan çay bardağını abartılı bir şekilde sunmaktadır, hem de mimari mekâna uygun olmayan bir estetik yaratmaktadır. Bu anlamda, kitsch kavramı mekânın üretiminde hem yozlaşmanın hem de yeniden yorumlamanın bir aracı olabilmektedir. Bu bağlamda mekânın üretimi temelinde sosyal ve kültürel pratiklerin mekânsal ortamları nasıl şekillendirdiğini ve mekânların da sosyal ve kültürel pratikleri nasıl etkilediğini inceleyen bir kavram olarak ele alınmaktadır. [Lefebvre, 1991]. Mekân üretimi kavramını postmodernizm ve kitsch üzerinden ele alındığında, postmodernizm, geleneksel sanat anlayışlarını sorgulayan ve modernizmin eleştirisini yapan bir düşünce akımıdır. Postmodernizm, gerçeklik ve anlam konularında sübjektifliği vurgularken, mekânın sadece fiziksel bir varlık olmadığını, aynı zamanda toplumsal ve kültürel bir yapı olduğunu savunmaktadır. Mekân artık tek bir tipolojiyle ya da anlamdan bağımsız olarak değerlendirilemez; tam tersine, farklı toplumsal referanslardan, tarihi referanslardan ve kişisel tercihlerden etkilenmektedir. Bu da mekânların karmaşık ve çeşitli bir görünüm kazanmasına yol açmaktadır. Kitsch estetiği ise, mekânın üretiminde önemli bir rol oynamaktadır. Kitsch, gösterişli, yapay ve ticari bir estetik anlayışı temsil etmektedir. Ticaret ve tüketim kültürüyle sıkı bir ilişkisi olan kitsch, postmodernizmle birleştiğinde mekânların yapaylık, gösteriş ve albeniyle şekillendiği ortamlara dönüşmektedir. Turistik bölgelerdeki tematik mekânlar, alışveriş merkezlerindeki dekoratif unsurlar veya postmodern mimarinin abartılı binaları gibi örnekler, kitsch estetiğinin mekânın üretimindeki rolünü göstermektedir. Bu perspektiften postmodernizm ve kitsch estetiği, mekânın üretiminde karmaşık bir ilişki içindedir. Mekânın üretimi aynı zamanda moda aracılığıyla mekânlara estetik ve stil katmayı içermektedir. Bir mekânın atmosferi ve tasarımı da moda anlayışından etkilenmekte ve mekânın kendisini ifade etmesini sağlamaktadır. Moda, mekânlarda aynı zamanda sosyal ve kültürel bir ifade biçimidir. Mekânların dönüşebilirliği ve yeniden yapılandırılabilirliği üzerinde de bir temsil sağlamaktadır. Mekân ise, özelinde geniş

kapsamlı bir tanıma sahip olan çok yönlü bir kavramdır. Sadece fiziksel boyutlarıyla değil, aynı zamanda sosyal, kültürel ve duygusal anlamlarıyla da ilişkilidir. Mekânlar, insanların kimliklerini ifade etmelerine, etkileşimde bulunmalarına, etkinliklerini gerçekleştirmelerine ve toplumun kolektif belleğini yansıtmalarına olanak tanımaktadır. Mekân, içinde bulunduğumuz ve yaşadığımız dünyanın bir parçasıdır. Mimarlık mekân üzerinden söylem üretme sanatıdır. Mimarlıkta mekân kavramı, gözlemcinin algılayabileceği biçimde sınırlandırılmış uzay parçasıdır[Web 6, 2022]. Uzay parçası olan mekânın oluşturabilmesi için, her yönden kesin engellerle sınırlanmış olan mutlağın olmaması gerekmektedir. Mekânın sınırları olarak bahsedilen olgu, fiziksel, görsel, işitsel veya dokunsal olarak algılanabilmektedir. Mekânın sınırları aynı zamanda mekâna anlam veren ve onu diğer uzay parçalarından ayıran öğeler olmaktadır. Mekân; yer, boşluk, hacim, çevre, coğrafya ve mimari ile ilişki kurmaktadır. Bu sayede mekânın tanımlanmasında farklı disiplinlerin biraradalığı ve bu disiplinlerin mekâna yaklaşımlarındaki farklılıklar mekânın gelişimine olanak vermektedir. Örneğin felsefede, mekân, nesnelerin konumunu ve hareketini açıklamak için kullanılan bir kavram olarak kullanılırken mimarlıkta "mekân" kavramı en temel anlamıyla, insanların faaliyetlerini gerçekleştirdikleri, içinde bulundukları, kullandıkları fiziksel alanları ifade etmektedir. Bununla birlikte mimarlık üzerinden aktarılan diğer mekân tanımlarında ise mekân, insan etkileşimi için oluşturulan ve bir işlevi yerine getirmek üzere tasarlanan fiziksel bir alan olarak tanımlanabilmektedir. Bu tanıma göre mekân, bir amaca hizmet etmek üzere tasarlanmış bir yapıdır. Aynı zamanda tasarlanan mekân algılanmak ve algılatmakta istenmektedir ve mekânın algılanması da çeşitli duyularla ilgilidir. Görsel, işitsel, dokunsal ve koku gibi duyular mekânın tanımlanmasında rol oynamaktadır. Mekân, duygusal deneyimler ve algılamalar yoluyla insanlarla etkileşim kuran ve insanlara bir kimlik ve karakter kazandıran fiziksel bir varlık olarak da tanımlanabilmektedir.

Edebiyattaki kullanımına göre mekân, sinestezi üzerinden de okunur ve bu yöntem sadece edebiyat dalında kullanılmaktadır. Edebiyat, mekânı sadece olayın geçtiği yer değil, aynı zamanda olayı kuran, anlamlandıran ve zenginleştiren bir unsurdur [Şimşek, Balkan, Koca, 2022]. Edebiyatta mekânın duygusal deneyimlerle ilişkisi, mekânın algılanmasında duyuların rolüyle bağlantı kurulması mekânın sinestezik olarak tasvir edilmesiyle de ortaya çıkmaktadır. Bu tanıma göre mekân, insanlar arasındaki etkileşimleri ve insan davranışlarını etkileyen unsurları içeren bir alan olarak düşünülmektedir. Aynı zamanda mekânın duygusal deneyim ilişkisi,

mekânın insan davranışı üzerindeki etkisi hem psikolojik hem de sosyolojik açılarından da incelenebilmektedir. Mekânın psikolojik etkisi, mekânın insanların algılarını, duygularını, tutumlarını ve davranışlarını nasıl değiştirdiğiyle ilgili olarak, sosyolojik etkisi ise mekânın insanların toplumsal rollerini, kimliklerini, değer yargılarını ve iletişim biçimlerini nasıl belirlediğiyle ilgili olabilmektedir. Mekân fenomenolojik açıdan da ele alınmaktadır. Fenomenolojik olarak mimarlıkta mekân tanımı, mekânın insan deneyimindeki varoluşsal niteliklerini vurgulamaktadır. Fenomenoloji, bir nesnenin doğası hakkında bilgi edinmek için duyuşsal deneyime odaklanan bir felsefi yaklaşımdır. Mimarlıkta fenomenoloji ise, mimarlığı sadece teknik ve estetik bir uygulama olarak değil, insanın mekânla kurduğu duyuşsal, duygusal ve anlamsal bir ilişki olarak ele alır. Mekânın insanın bedeni, zihni ve ruhuyla nasıl etkileşim içinde olduğunu, mekânın insanın varoluşunu nasıl etkilediğini ve mekânın insanın hayal gücüne nasıl hitap ettiğini araştırır ve mekânın deneyimsel niteliklerine odaklanmaktadır. Bu yaklaşıma göre, mekân, insanların içinde hareket ettikleri, hissettikleri ve deneyimledikleri bir alandır. Mekânın öznel deneyimleri, bireyin algısal, duygusal ve psikolojik hallerini etkilemektedir. Bachelard, mekânı hayal gücü ve duygusal bağlantılarla ilgili olarak tanımlamaktadır [Bachelard, 2018]. Ona göre, mekân, insanların hayal dünyasında yer edinen, belleklerinde canlanan ve duygusal olarak anlamlandırdıkları bir olgudur. Christian Norberg-Schulz mekân tanımını, insanın mekânla kurduğu ilişkiyi ve mekânın insanın varoluşunu nasıl etkilediğini açıklamak için “Genius Loci (yerin ruhu)” kavramını kullanmaktadır. Norberg-Schulz'a göre, her mekânın kendine özgü bir karakteri ve atmosferi vardır ve bu mekânın ruhudur [Schulz,1971]. Mekânın ruhu, mekânın fiziksel özellikleri, tarihi, kültürel bağlamı, insan deneyimi ve hayal gücü tarafından belirlenmektedir. Norberg-Schulz' un mekân tanımı, mimarlığı sadece teknik ve estetik bir uygulama olarak değil, insanın mekânla kurduğu duyuşsal, duygusal ve anlamsal bir ilişki olarak ele almaktadır [Usta,2020]. Schulz'a göre aynı zamanda mekân kavramı soyut bir ifade iken, yer; doku, renk, malzeme, şekil ve ışığı bütünleştiren tüm somut formları ifade etmektedir [Schulz,1971]. Mekânı deneyimlenme sürecinde, bireyler mekânı belirli nitelikleriyle algılamaktadır. Mekân olgusunu sağlayan parametreler ise bireyin mekânlar arası ilişki kurabilmesine ve bu perspektifte kendi sınırlarını tanımlayabilmesine bağlıdır. Bu kapsamda fiziksel parametreler hareket olarak kabul edilmektedir. Mekânı deneyimleme yöntemi olarak hareket, mekânın anlamını tamamlanmaktadır. Bu durumu ise Zevi, mimarlığın mekân yaratımındaki temel yaklaşımı olarak kabul

etmektedir. Mimarlık, strüktür ve yapı sistemlerinin nicel parametreler -genişlik, yükseklik, uzunluk- gibi salt bir üç boyuta sahip mekânlardan ibaret değildir. Aksine mimarlık, yaratılan hacimde bedenin hareket ile oluşturduğu mekân olarak açıklamaktadır [Zevi, 2015]. Mekân kavramı birçok bilim dalında farklı şekillerde ve birbirleri ile ilişki olacak şekilde açıklanmıştır. Mekân kavramlarında ortak olarak alınan durum mekânın insan üzerinden algılaması ve mekânın sınırlanmasına bağlı olarak değişken gösterebilme halidir. Her toplumun ve kültürün mekân anlayışı ve kullanımı farklıdır. Mekân, sosyal ve kültürel pratiklerin ürünü olduğu kadar, onları etkileyen bir faktör olarak da varlık bulmaktadır. Çünkü mekân aynı zamanda tarihsel ve siyasal süreçlerden de etkilenmektedir. Bu süreçler mekânın üretimini, kapitalist sistem içinde değişen ve kendi mekânsal değerini ölçen bir süreç olarak yorumlanmasını sağlamaktadır. Bu perspektifsel bağlamda ilk ele alınması gereken disiplin mekân ve moda arasındaki değişim ve dönüşümün incelenmesidir. Bu anlamda ilk etapta farklı disiplinlerde yer bulan mekân ve moda apiorinde değişim ve dönüşümü barındırmaktadır. Mekân, kapitalist bir sistemde, sadece fiziksel bir varlık değil, aynı zamanda ekonomik, sosyal ve kültürel ilişkilerin sonucu olarak şekillenen ve değişen bir kavramdır. Moda ise kapitalist sistemin en önemli tüketim araçlarından biridir ve mekân ile yakın bir ilişki içindedir. Moda, hem mekânı etkilemekte hem de mekân tarafından etkilenerek kendi de bir dönüşüm geçirmektedir. Moda, mekânı etkilemektedir. Moda endüstrisi, kapitalist sistemin ihtiyaçlarına göre mekân üretmekte, mekânı dönüştürmekte ve yok etmektedir. Mekân bağlamından ele alındığında ise mekân, hem fiziksel hem de sembolik olarak moda endüstrisinin gücünü ve etkisini yansıtmaktadır. Mekânın ruhu, atmosferi ve kimliği de moda tüketicilerinin duygularını ve hayal güçlerini harekete geçirmektedir. Bu şekilde mekân ve moda arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Mekân ve moda arasındaki bu ilişki, kapitalist sistemin dinamikleriyle sürekli olarak yeniden tanımlanmakta ve yeniden üretilmektedir.

Moda kavramı, belli bir dönemde toplumsal beğeni veya talep gören herhangi bir şeydir. Moda genellikle giyim üzerinden ifade oluşturmakla ilişkilendirilse de, insana dair her alanı kapsayan bir olgudur. Moda, değişimi ve farklılığı ifade etmektedir. Geleneksel toplumlarda kendine yer bulamayan moda, değişmeye inanan ve değişme yoluna girmiş toplumlarda ortaya çıkmaktadır [Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim, 2018]. Çünkü moda, ekonomik, sosyal, kültürel ve politik faktörlere bağlı olarak kendinin ilk halinden daha farklı bir şekilde varlık olması için gelişmektedir.

Moda, insanların güzel ve çekici olma, kişiliklerini ve stillerini yansıtmaya ihtiyacını karşılamaktadır [Ertürk, 2011]. Moda, kuramlar üzerinden açıklanmaktadır ve Moda kuramları, moda olgusunu ve moda değişimini açıklamaya çalışan teorik yaklaşımlardır. Moda tüketicilerinin, tasarımcılarının ve endüstrisinin davranışlarını, tercihlerini ve etkileşimlerini anlamak için farklı disiplinlerden yararlanır [Ertürk, 2011]. Moda_kuramları beş temel kurama sahip olsa da genel olarak üç grupta toplanmaktadır. Bunlar:

- Toplumsal-Psikolojik Kuramlar,
- Ekonomik Kuramlar
- Sistem Kuramları.

Toplumsal-psikolojik kuramlar, moda davranışının bireysel ve toplumsal psikolojik nedenlerini incelerken, ekonomik kuramlar, moda davranışının ekonomik nedenlerini ve sonuçlarını sistem kuramları ise, moda davranışının bir sistem olarak nasıl işlediğini ve nasıl etkileşimde bulunduğunu incelemektedir [Ertürk, 2011]. Bu kuramlar çerçevesinde moda olarak bahsettiğimiz şey, sadece kişisel bir ifade şekli olmaktan öte, aynı zamanda fiziksel bir temsil biçiminin kendisi olarak bulunmaktadır. Moda kendi başına insan bedeninde bir etkiye sahiptir. Hem bedeni dış görünüşünü üzerinden direkt olarak bir değişim oluşmasını sağlarken hem de giydiğimiz kıyafetler üzerinden bedenın şeklini ve boyutunda farklılıklar barındırarak dönüşüm oluşturur. Bunun yanı sıra moda, barındırdığı aksesuarlar tarafından da değişim oluşturabilmektedir ve bu sayede bedenimizin fiziksel temsiliinde önemli bir rolü bulunmaktadır. Bu anlamda moda, belirli bir zamanda ve yerde, genellikle fiziksel temsile referans veren; giyim, aksesuar, makyaj ve saç tarzı gibi unsurları içeren, bir toplumun bireyleri tarafından kabul edilen ve benimsenen giyim tarzı veya tarzlarıdır. Moda aynı zamanda, bedenimizin fiziksel temsiliindeki değişikliklerin bir göstergesi olarak da görülebilmektedir ve bir dönemin belirli bir tarzını yansıtır ve genellikle popüler olan şeylerin bir araya gelmesiyle de anlam kazanmaktadır. Moda aynı zamanda mekân ile de bir yakın bir ilişki içinde bulunmaktadır. Çünkü her ikisi de insan davranışı ve kültürel etkileşimlerin sonucu olarak kendilerini ve etkileşimde oldukları her bir varlığı değiştirir ve bu değişimin bir yansıması olarak görülmektedirler. Moda, insanların giyim tarzları, aksesuarları, renkleri ve desenleri gibi birçok faktörü içermektedir. Bu faktörler, giyilen kıyafetlerin tasarımından,

malzemelerine kadar her şeyi etkilemektedir. Mekân tasarımı da, moda gibi insanların tarzlarını ve tercihlerini yansıtabilmektedir. Mekânın moda ile kurduğu ilişki çok yönlüdür ve birkaç açıdan ele alınmaktadır. Öncelikle, moda ve mekân, her ikisi de insan davranışlarına ve kültürel pratiklere ilişkin birer alan olarak düşünülmektedir. İkisi de zaman, mekân ve toplumsal yapılarla ilişkili olarak kendilerini yenileyen, dönüştüren ve yansıtan alanlardır. Ayrıca, moda ve mekân, kendilerini ifade etme, kimlik oluşturma ve gösteriş yapma gibi amaçlarla kullanılan alanlardır. Bu açıdan moda ve mekân arasında doğrusal açıdan ilişki bir bağlam bulunmaktadır. Moda, tasarımı ile insan bedenini çevrelerken, mekân da bedeninin yaşadığı mekânı kuşatmaktadır. Bu iki disiplin, tasarım sürecinde insan ve mekân faktörünü ortaklaşa ele alır ve birbirlerinden ilham almaktadır [Gezer, 2007]. Moda ve mimari arasındaki mekân ilişkisi, yaratıcı bir şekilde kullanılabilir. Moda ve mimarinin birbirinden ilham alan, birbirini tamamlayan, birbirine meydan okuyan, sınırlarını genişleten, zorlayan, birbirinin sorunlarını çözen ve ihtiyaçları dâhilinde fırsatlarını değerlendiren tasarımları üretilebilmektedir [Tavşan; Sönmez 2018]. Bu bağlam üzerinden moda defileleri de, tasarımcıların tasarımlarını sergilediği özel etkinlikler olarak ele alınıp mekânın sadece moda için kullanıldığı ve moda için değişen ve aynı zamanda birlikte gelişim gösterdikleri örnekler olarak açıklanabilmektedir.

Moda ve mekân ilişkisi, tasarım ve estetik kriterine dayalı eğitim veren mimarlık, iç mimarlık, moda, tekstil, sahne tasarımı ve benzeri alanlar arasında sürekli bir etkileşim hâkimdir. Moda tasarımı insan bedenini çevrelerken, mimarlık insan bedeninin yaşadığı mekânı kuşatmaktadır. Bu nedenle, moda tasarımcıları sıklıkla mimari unsurlardan ilham almakta ve defilelerini mimari mekânlarda sergilemektedirler. Mimarlık ve moda arasındaki ilişki, her iki disiplinin de insan ölçeği, estetik değerler ve yaratıcılık kavramlarına dayanmasıyla çok eskiye dayanmaktadır. Bu ilişkiyi kronolojik olarak sınıflandırmak için üç dönem önerilebilmektedir:

- Antik Dönem
- Ortaçağ Dönemi
- Modern Dönem

Antik dönemde, mimarlık ve moda arasındaki ilişki daha çok kültürel ve inançsal unsurlara bağlı olarak gelişmektedir. Örneğin Antik Yunan'da mimari yapılar ve

giysiler, tanrılara yaklaşmak için ideal güzelliği yansıtmaya çalışmaktadır. Bu dönemde moda ve mekân ilişkisi, kültürel ve coğrafi özelliklere bağlı olarak gelişmiştir. Antik Yunan ve Roma'da mimarlık ve moda arasında uyumlu bir ilişki bulunmaktadır. Mimarlıkta kullanılan sütunlar, kemerler, frizler gibi unsurlar moda tasarımlarında detaylarda da görülmüştür [Tavşan; Sönmez, 20]. Antik Mısır'da ise mimari yapılar ve giysiler, firavunların gücünü ve ölümsüzlüğünü simgelemiştir [Küre, 2021]. Ortaçağ döneminde, mimarlık ve moda arasındaki ilişki daha çok dönemin sanat akımlarından etkilenmiştir. Örneğin Gotik dönemde mimaride sivri kemerler, kuleler ve vitraylar kullanılırken modada da sivri burunlu ayakkabılar, uzun kollu elbiseler ve şapkalar görülmektedir. Barok dönemde ise mimaride abartılı süslemeler, eğriler ve ışık oyunları kullanılırken modada da volanlar, drapeler, kabarıklıklar ve gösterişli aksesuarlar tercih edilmektedir [Küre, 2021]. Modern dönemde ise mimarlık ve moda arasındaki ilişki daha çok teknolojik gelişmelerden ve yeni akımlardan kaynaklanmaktadır. Örneğin modernist mimaride işlevsellik, sadelik ve geometrik formlar ön plana çıkarken modada da minimalizm, geometrik desenler ve tarafsız renkler hâkim olmaktadır. Dekonstrüktivist mimaride ise yapıların parçalanması, çarpıtılması ve yeniden birleştirilmesi gibi yöntemler kullanılırken modada da kesimlerde, dikişlerde ve malzemelerde benzer teknikler uygulanmaktadır.

Her ne kadar moda ve mimarlık arasında uyumlu ve birbirini besleyen bir ilişki oluşturulmuş olsada bazı durumlarda uyumsuz bir ilişki vardır. Bunlar ise; moda ve mimari farklı zamanlarda farklı akımları takip etmesi, farklı fonksiyonlara hizmet etmesi, farklı malzemeler kullanabilmesidir. Ancak bu uyumsuzluklar her zaman olumsuz bir sonuç doğurmamaktadır. Bazen bu farklı ilerleyiş moda ve mimarinin birbirlerinden ilham alarak yeni tasarımlar yaratabilme olanağı sağlamaktadır. Bu nedenle moda ve mimarinin uyumsuzluğu da bir tasarım fırsatı olarak varlık göstermektedir [Güldür, Bayram, 2016]. Moda ve mekân arasındaki ilişkiye farklı perspektiflerden yaklaşan düşünürler, mekân dinamikleri üzerinden de fikir farklılıklarını oluşturmaktadırlar. Simmel moda ve mekânı toplumsal etkileşim ve farklılaşma açısından ele almaktadır. Simmel'e göre moda, bireylerin hem taklit hem de ayırım yapma ihtiyacının bir sonucudur. Moda, bireylerin toplumsal sınıflara göre kendilerini ifade etmelerine ve diğerlerinden farklılaşmalarına olanak sağlamaktadır. Moda aynı zamanda toplumsal değişimin ve yeniliğin bir göstergesidir. Simmel, moda ile mekân arasında da bir ilişki kurmaktadır. Simmel'e göre mekân, bireylerin yaşadıkları çevreye uyum sağlamalarını ve kendilerini geliştirmelerini etkilemektedir

[Simmel, 1957]. Benjamin [1993] moda ve mekânı modernite ve kapitalizm eleştirisi açısından ele almaktadır. Benjamin'e göre moda, tüketim kültürünün bir aracıdır ve bireyleri sürekli yenilik peşinde koşmaya teşvik etmektedir. Moda, bireylerin özgünlüklerini ve kimliklerini yitirmelerine ve kitle kültürüne uyum sağlamalarına neden olmaktadır. Benjamin, moda ile mekân arasında da bir bağlantı kurmaktadır. Benjamin'e göre mekân, modern şehirlerde bireylerin yaşadıkları çevreyi anlamlandırmalarını ve deneyimlemelerini etkilemektedir. Mekân, bireylerin algılarını ve davranışlarını da şekillendirmektedir [Benjamin, 1993].

“Işıl ısl, çeşitli renklerle boyanmış bir boşluğun içinde yaşamıyoruz, aksine birbirine asla indirgenemeyecek olan ve üst üste konulamayan mevkiler ifade eden bir ilişkiler bütünü çerçevesinde yaşıyoruz [Foucault,2000] .”

Moda, kent yaşamının getirdiği çeşitlilik ve hız karşısında bireylerin hem farklılaşma hem de uyum sağlama ihtiyacını karşılamaktadır. Mekân ise kentlilerin sosyalleşme ve kültürel üretim alanıdır. Moda, kent yaşamının yarattığı yabancılaşma ve melankoli karşısında bireylerin hem kaçış hem de direniş aracıdır. Mekân ise kentlilerin tarihsel bellek ve kolektif deneyim alanıdır. Bu ilişkinin bir sonucu olarak ortaya çıkan kitsch ise, sanatın ve kültürün değer yitirmesi ve kalitesizleşmesi anlamına gelmektedir. Mimarlık moda arakesitinde üretim yapan mimarlar arasında sayılabilecek Marc Augé, globalleşme ve kitlesel üretim kavramları üzerinden ele almıştır ve mimarlık açısından ele alırken, kentlerde ortaya çıkan "non-places" (yersiz yerler) kavramını geliştirmiştir. Augé'ye göre non-places, havaalanları, süpermarketler, otobanlar gibi kent yaşamının getirdiği yeni yapı türleridir. Bu yapılar, yerelliğe ve empatik bütünlüğe sahip olmayan, kimlikten ve tarihten yoksun, standartlaşmış ve değiştirilemez mekânlardır [Ediz, Erbil, & Akıncıtürk,2010]. Augé, bu mekânların insan ilişkilerini yüzeyselleştirdiğini ve bireyselleştirdiğini savunmaktadır. Augé'nin non-places kavramı, mimarlıkta yer ve kimlik sorunlarını tartışmaya açmaktadır. Augé'nin eleştirilerine karşın, bazı mimarlar globalleşme ve kitlesel üretim kavramlarını mimarlıkta yaratıcı bir şekilde kullanmaktadır [Aytis, Ozcam 2019]. Örneğin, Rem Koolhaas, havaalanları gibi non-places'i "junkspace" (çöp mekân) olarak adlandırırken, bunların da birer kültürel ürün olduğunu ve mimarlık için yeni olanaklar sunduğunu ileri sürmektedir. Koolhaas, globalleşmenin getirdiği çeşitlilik ve karmaşıklıkla mimarlığa yansıtmaya çalışmakta ve bu yönüyle

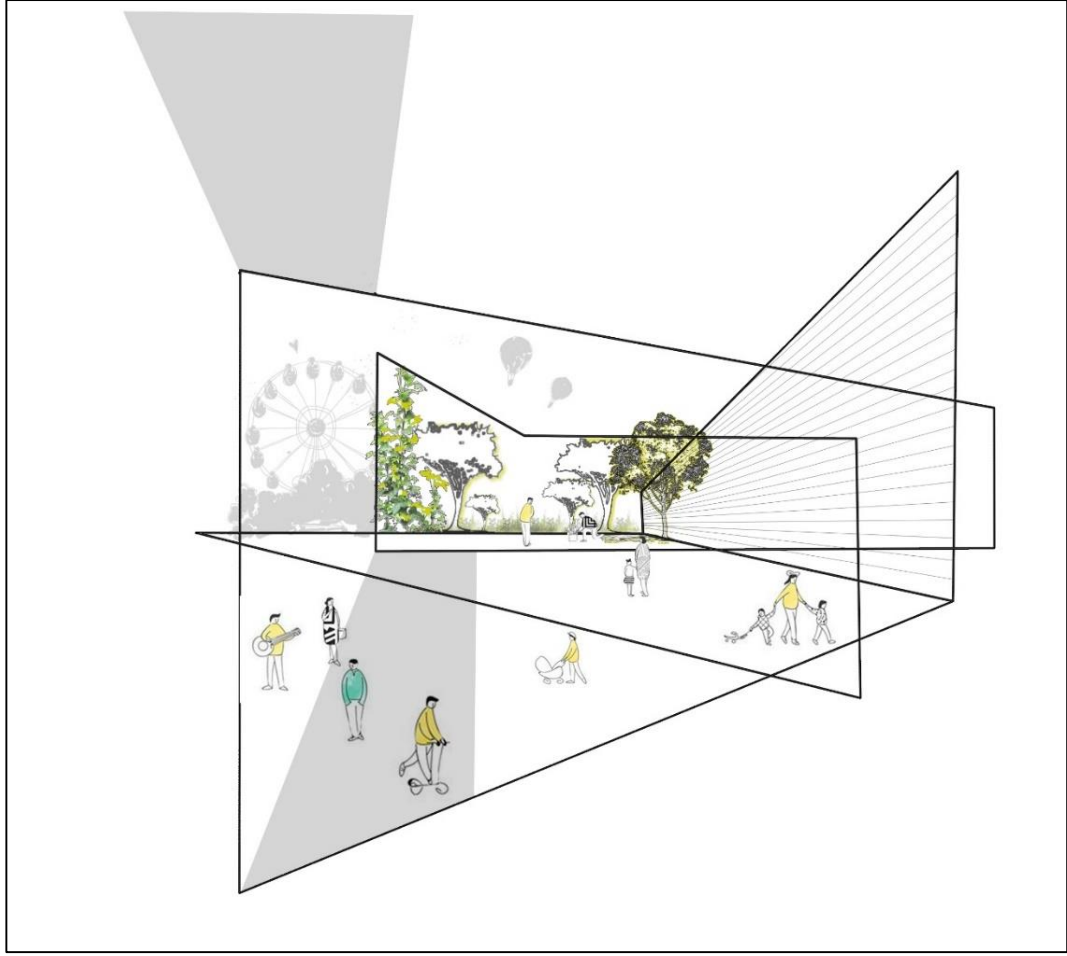
Rem Koolhaas şehir ve mimarının postmodern dönüşümüne dikkat çekmektedir [Ediz, Erbil, & Akıncıtürk,2010].

Tüm bu düşünceler üzerinden mekânın moda ve tüketim toplumunun mekân üzerinden etkisi yorumlandığında moda, insanların giyim kuşam, yaşam tarzı ve kimlik ifadesi gibi alanlarda tercihlerini belirleyen bir kavramdır. Tüketim toplumu ise, insanların ihtiyaçlarından çok arzularına yönelik tüketim yapmalarını sağlayan bir sistemdir. Bu iki kavramın mekânın üretimindeki etkisi, mekânın hem bir meta hem de bir sembol olarak tasarlanması ve kullanılması şeklinde ortaya çıkmaktadır. Mekân üretimi süreçleri, tüketim dinamiklerinin etkisinde kalarak moda akımlarına uygun mekânlar yaratmakta ve bu mekânlar üzerinden de sembolik anlamlar yüklemektedir. Bu durum, hem mekânın niteliğini hem de insanların mekânla olan ilişkisini değiştirmektedir. Bu ilişki mekânda enstalasyon üzerinden kurulabilmektedir.

2.1. Mekân ve Enstalasyon

Tarih boyunca pek çok noktada mimari, sanat ve moda, her disiplinin aynı anda ilham verdiği, birbirini teşvik ettiği ve birbiriyle rekabet ettiği simbiyotik bir ilişkiyi paylaşmaktadır. Yirminci yüzyıldan itibaren, sanatçılar, modacılar ve mimarlar arasındaki işbirlikleri, tasarım, sanat ve moda dünyası arasındaki sınırın yaratıcı bir şekilde bulanıklaştığı noktaya kadar bu bağlantıyı pekiştirmektedir. Her iki disiplindeki ortak nokta insan bedenidir. Her iki alanın da birincil amacı ise insanı korumak ve ardından teknolojinin sürekli gelişimi nedeniyle değişebilecek sosyal eğilimleri izleyerek estetik normlara ulaşmaktır. Günümüzdeki ortak söylemlerinden bir diğeri ise, mimarlık ve moda arasındaki trend olanı üretmekteki etkileşim olmaktadır. Moda ve mimarlık arasındaki simbiyotik ilişki ise günümüzde birçok çalışmanın konusu olmaktadır. Bazı araştırmalar onları paralel dünyalar olarak kabul ederken, diğerleri birbiriyle bağlantılı olduklarını kanıtlamaktadır. Genel olarak, mimari ve modanın birçok ortak kaynağı sayılabilmektedir. Bunlar; sanat, bilim, doğa, teknoloji ve insan bedeni olarak nitelendirilebilmektedir. Bununla birlikte, genellikle bir alanın diğerinin kaynağı olduğu ve mantıksal görünür bir ilişki içinde birbirlerini destekledikleri görülmektedir. Mimari moda sektörüne, moda ise mimarlığa ilham vermektedir. Birçok mimar, modanın belirlediği trendleri(renk, doku, desen vb.) takip etmektedir. Aynı şekilde modada kimi zaman inşa edilen mimari yapıları kendine

referans olarak koleksiyon tasarlayabilmektedir. Böylece her iki disiplinde modern insanın modern bir ortamda figürüne, şekline ve yerine atıfta bulunmaktadır. Mimarlık alanındaki yaratıcılık, yalnızca uygulamaya değil, aynı zamanda modern insanın estetik ihtiyaçlarına da uyum sağlayan sosyal, kültürel olaylar ve değişimlerle yakından bağlantılıdır. Mimarlık ve moda tasarımı, yaşam ve sosyal olayların etkileşiminin ortak prizması, çağdaş kültürel, ekonomik ve tarihsel faktörlerin etkisi altında şekillenen yaratıcılık standartlarına eşit derecede karşılık gelen görsel semboller aracılığıyla görülebilmektedir. Bu noktada mekân; sözlük anlamıyla belli bir kütle ve hacime sahip olan, üzerinde bireylerin eylemlerini sürdürülebildikleri boşluk olarak tanımlanmaktadır. Aynı kavrama Heidegger üzerinden baktığımızda ise mekânı; “Dasein” kavramı ile birlikte açıklamaktadır. Almancada varoluş anlamına gelen Dasein kavramını Heidegger insan varlığına atfetmektedir. Bu noktadan sonra onun için mekân; statik olarak nicel değerlerle ifade edilen uzayda bir boşluk olarak değil, bedenle etkileşime geçerek, karşılıklı ilişkinin yaşandığı ve deneyimle birlikte dönüşen bir yaşam olarak anlaşılmaktadır [Heidegger, 2019]. Kendi yaşamsal sürekliliğini sağlayan her tür beden, kendi koşulları içinde ait olduğu mekânı yeniden üretmektedir. Bu bağlamda organik bir bütün olarak birey - mekân ilişkisi mekânsal ve algısal olarak birbirini karşılıklı olarak var etmektedir. Mekânsal yaratım, boyutlarını ölçtüğümüz, kendimizle kaldığımız, kendimizi görülen ya da terk edilmiş bulduğumuz anda bir yerin kimliğini, belleğini var eder. Bellek ontik varlığı içerisinde, kendi sınırlarını yeniden üreten, devam eden şekilde var olan durumun, mekânın görülen sınırlarının ötesine geçmektedir [Dombaycı&Doğru, 2019]. Şekil 2.1’de bedensel deneyiminin bellekte dondurulması ve mekânın yeniden katlanması karmaşıklık ve çelişki içeren, insanoğlunun yaşantısına derinden etki eden mekânın, salt görünür olandan kurtularak tüm yaşantının birbirine görünmez bağlar ile bağlı olduğu bir temsil üzerinden gösterilmektedir [Kökçen, S.].



Şekil 2.1: Mekân temsili.

Artık mekân, yalnızca somut ve mutlak olarak nitelendirilebilen bir şey değildir. Bu noktadan sonra mekân, özvarlığını tanımladığımız ve tamamladığımız, durağan ve basit olmayan, oluş içeren aktif bir kavramdır. Gerçek bir yere ihtiyaç olmayan, insan varlığı ile var olabilen, her bir bireyin kendi zihninde yolunu bulduğu bir yer olmaktadır. Sanattaki mekânsal keşifler, insanın algısal deneyimine ve bu şekilde ortaya çıkan kavramsal bilgilere dayalı “deneyimlenen sanat” çalışmalarına kadar genişletilmektedir. Sonrasında ise bu yapılan bu çalışmalar “enstalasyon” (yerleştirme) olarak tanımlanmaktadır [Moran, 2003]. Enstalasyon kelimesi; kurulum, düzenleme, kurma, yerleştirme gibi anlamlara gelmektedirki bununla birlikte kimi yerlerde yerleştirme sanatı olarak da ifade edilmektedir [Chilvers, Graves-Smith, 2009]. Belirli bir sanat biçimi için terminolojik olarak enstalasyon kavramı oldukça yakın bir zamanda kullanılmaya başlanılmıştır. Oxford İngilizce Sözlüğü tarafından belgelendiği şekliyle ilk kullanımı 1969 yılındadır [Oxford English Dictionary, 2006]. Bu bağlamda, tarih öncesinden beri var olduğu iddia edilen ancak 20. yy ortalarına

kadar ayrı bir kategori olarak görülmeyen bir sanat biçimine atıfta bulunularak varlığını sürdürmekteydi. Allan Kaprow, 1958'de "Çevre" terimini, dönüştürülmüş iç mekânlarını tanımlamak için kullandı ve bu daha sonra "proje sanatı" ve "geçici sanat" gibi terimlere katıldı [Kaprow, 2003]. Bununla birlikte yazar Stallabrass; yerleştirme sanatının 1960'lı yıllarda, genellikle sanatçılar tarafından yönetilen ve yeni kurulan alternatif mekânlarda var olduğundan bahsetmektedir. Yerleştirme sanatının ise o dönemde genellikle Çevre Sanatı olarak adlandırılmış olduğunu ifade etmektedir [Stallabrass, 2016]. Bu noktada enstalasyon/ çevre sanatı, çerçeveli odak noktalarını "nötr" bir duvara kaydırmak veya izole edilmiş nesneleri (kelimenin tam anlamıyla) bir kaide üzerinde sergilemek yerine daha geniş bir duysal deneyimi hesaba katmaktadır. Bu, mekân ve zamanın kartezyen düalizmden ayrılması, "sanat" ile "yaşam" arasındaki çizginin çözülmesini ima etmektedir. Kaprow, "sanata" farklı bir kanaldan bakarsak ve doğanın kendisini bir model veya çıkış noktası olarak alırsak, sıradan yaşamın duysal şeylerinden farklı bir sanat türü yani enstalasyon tasarlayabileceğimizi belirtmektedir [Kaprow, 2003]. Enstalasyonlar, izleyiciyi katılımcı kılmaktadır. Moda ise belirli bir zamanda popüler olan giyim tarzlarına ve trendlere verilen isimdir. Moda, genellikle değişken ve geçici bir olgudur ve toplumsal, kültürel ve tarihsel faktörlerden etkilenmektedir. Husserl [1997], fenomenoloji adını verdiği felsefi yöntemle, insan bilincinin mekânı nasıl algıladığını ve anlamlandırdığını araştırmıştır. Husserl'in [1997] fenomenolojik yaklaşımı, enstalasyon sanatında da etkili olmuş ve sanatçıların mekânı hem bir malzeme hem de bir anlam kaynağı olarak kullanmalarına olanak sağlamıştır.

Enstalasyon sergilenen bir nesneyi kullanılarak ya da nesneye ait bir imaj çağrıştırılarak başka bir mekâna ait düşsel bir atmosfer oluşturmak ya da teknolojik yöntemlerle oluşturulmuş sanal / zenginleştirilmiş gerçeklik ortamları ile izleyicilere farklı ve alışık olunmayan bir deneyim yaşatmaktadır [Karagöz, 2012]. Venturi [1977], postmodern mimarlık akımının öncülerinden biri olarak, mekânın karmaşık, çeşitli ve ironik bir kavram olduğunu ileri sürmüştür. Venturi'nin postmodern yaklaşımı, enstalasyon sanatında da yansımakta ve sanatçıların mekânı hem bir iletişim hem de bir ifade aracı olarak kullanmalarına olanak sağlamaktadır. Somut biçimiyle beden, mekânın içerisinde ölçülebilir ve zamana ait bir gerçeklik olarak ifade edilebilirken, enstalasyon ile olan öznel etkileşiminde sonsuz alternatifler bulundurmaktadır. Enstalasyon kendi uzamsal uzantısını yaratırken, mimari onun fenomenolojik ve deneyimsel olan bedensel geleceğini tasarlamaktadır. Bu noktada

beden, bilincin edimselleşmiş, kimlik bulduğu bir öncül olarak incelenebilmektedir. Kendi bütünlüğü kapsamında mekân, nesne ve beden arasındaki sınır yok olarak bir iç-içe olma hali sunmaktadır. Öyleki iç olma hali karşıtı olan dış ile birlikte algılanmaya başlamakta ve bu karşıt dikotomonin birlikte varoluşu sonucunda ise deneyim ortaya çıkmaktadır. Deneyim; beraberinde eşzamanlı olarak hareket ve bellek kavramlarını da getirmektedir. Zihin ve eylemin, birbirinden ayrıldığı ya da birbirinin yerine koyulduğu bir anlayış yerine holistik kavrayışa yönelen birlikteliğe referans vermektedir. Mekânın, insanın her deneyimi her deneyimimizin sonunda yeniden oluşacak bir yere doğru evrildiği ve bu evrilişin başa dönerek sürekli devam ettiği bir düzen ve her bir canlı için yeni, başka bir yerin ötekileşmesinden söz edilebilmektedir. Mekânlar, insanların içinde yer aldığı alanı, kendisi için kurduğu tinsel dünyayı yansıtmaktadır. Mekân bu nedenle insana bağlı bir gerçeklik olarak varlık kazanırken, derinlemesine bir dünya görüşüne yaslanmaktadır. Mekân, toplumun değişimine paralel olarak değişebilen, çeşitli anlamlarla ve ruhla yüklü devingen bir varlıktır.

Özne bedensel bir varlık olarak mekânın içinde olmak yerine; mekân soyut bir kurulum olarak bireyin zihninde bir var oluşa dönüşmektedir. Bu noktada yerleştirme (enstalasyon), deneyim ile düşünmek arasında bir bağ kurmaktadır. Kurduğu bu bağ ile enstalasyon, izleyiciyi de içerisine alarak bir algı oluşturmaya çalışmaktadır. Böylelikle enstalasyon etkileşime geçtiği her bir beden ile farklı birliktelikler yakalama olanağı bulmaktadır. Sanatçı kendi yorumunu yapmakta ve dile getirmek istediğine odaklanmaktadır. Ancak kurgulanan temsil, izleyici ile farklı renkler edinebilmekte, dinamikleşebilmektedir. Bu varoluş bireyin kendisini çevreleyen mekânını tanımasına, anlamlandırmasına ve kendini bu mekânda konumlandırmasına olanak vermektedir. Kitsch alanda bir konum değişikliği, hareket, bireyin davranışa karşılık gelmektedir ve bu davranış; niyetler, tepkiler ve ihtiyaçları içermektedir.

Bir sanat eserini sadece bakıp, görerek algılarız ve gördüklerimizin, yaşadıklarımızın, bilgi birikimimizin etkisi ile o eser karşısında bir takım yorumlar yaparak onun mekânına dâhil olmamıza neden olmaktadır. Bu durumda mekân durağan, devinimsiz ya da ölü bir şey olarak varlık göstermemektedir. Aksine; devingen, öznel, canlı ve zamansal olarak evirilen bir şey olarak kabul edilmektedir. Değişken, bedensel, canlı ve akışkan bir şey olarak durmaksızın dönüşümünü sürdürmektedir ve başka mekânlarla başka temsiller üretmeye olanak sağlamaktadır. Modernist estetiğin karşı anlatısı haline gelen post-modern sanat, bir tasarım stratejisi belirleyerek geçmiş dönemlerin sanat eserlerini eleştirilerinin bir parçası haline

getirmektedir. Bu noktada enstalasyon söz konusu çözümlemeye temel oluşturmaktadır. Mekân ile varlık arasındaki ilişkinin kavramsal boyutudur. Tek bir mekânın fiziksel sınırlarının ötesine geçerek, sınırları karşılıklı olarak belirlenmiş ve eşzamanlılığa dayalı bir yerleştirme sanatıdır.

Mekânsal tasarım, gösterinin kaç kişilik olacağı, içecekler ve kanepelerle dolu gösterişli bir giriş mi yoksa sade bir antre mi olacağını belirlemektedir. Bu kadar tekrar eden sezonluk programla (temel olarak yeni giysilerle dolaşan insanların onbir dakikalık bir gösterisi), sonunda kendilerini tahliye etmeleri beklenmektedir. Ancak çağdaş kültürün amansız arayışı ve moda şovunun formatına meydan okumak için devam eden çabalar sayesinde projeler ilgi çekici ve taze kalmaya devam etmektedir. Koleksiyonlar ve mekân, parçalarının toplamından daha fazlasını üretmek için birlikte çalışmaktadır. Danto'ya göre, enstalasyon sanatçıların tercih ettikleri malzeme ve kullandıkları mekan sonsuz olmakla birlikte, sanatçılar sürekli yeni şeyler düşünme ve üretme amacı beslemektedirler [Danto, 2010]. Enstalasyon sanatı, seyircinin katılımıyla birlikte deneyimlenen ve aynı zamanda birden fazla disiplinden de etkilenen bir eylem olmaktadır.

Bu anlamda bu mekânların tasarımı, tarihsel referansları araştıran, malzeme ve sembolizm üzerine oynayan, moda ve mimarlık dünyalarını durmaksızın yenileyen bir Gesamtkunstwerk'tir. Richard Wagner tarafından ortaya konulan kavram, operada devrim niteliğindeki gelişmelere sebep olan ve sinema alanını da etkileyen bir teoriyi ifade etmektedir. Gesamtkunstwerk, bütünlüklü sanat eseri anlamına gelmektedir [Web 7, 2021]. Bu teori, şiirin, müziğin, dramının ve sahne üzerinde bulunan her bir nesnenin aynı düzlemde estetize edilmesiyle birlikte mükemmel ve tamamlanmış sanat eserine ulaşılacağını savunmaktadır.

2.1.1. Defile Mekânı ve Mimarlık

Defile, moda tasarımının sahne sanatları ile birleştiği bir performans sanatıdır. Defile mekânı, bir moda tasarımcısının koleksiyonunu sergilediği, izleyicilerin ve basın ilgisini çekmeye çalıştığı, aynı zamanda bir sanatsal ifade aracı olan bir alandır. Modanın tanımı, yüksek kültüre ait olduğunu vurgulasa da endüstrileşen hazır giyim üretimi, giyim çeşitliliğini toplumun her katmanına yayarak modanın demokratikleşmesi kavramını oluşturmuştur. Giyim 16. yüzyıla kadar gelenekten

etkilense de 17. yüzyılda sosyal aktivitede öncü rol oynayan orta sınıfın başlattığı moda hareketlerinden etkilenmiştir. 19. yüzyılın ortalarına gelindiğinde ise dikiş makinesinin icadı, hazır giyim endüstrisinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Aynı zamanda terzilik sektörünün kurallarını eleştiren ve değiştiren İngiliz Charles Frederick Worth, tasarladığı kıyafetleri kendi tarzında müşteri kitlesine ilk sunan moda tasarımcısı olmuştur. Worth tasarladığı kıyafetlerin altına imzasını atmaya başlayınca giyim kişisel bir ifade haline gelmiş ve sanatsal bir önem kazanmıştır. Sanatta var olan; izleyici, yaratıcı ve yapıt üçgeni ilk kez modada estetik zevkle birlikte ortaya çıkmış, moda ve sanatın kesişiminde yeni bir başlangıca sebep olmuştur [Bilgen, 2002, s. 18]. Amerikalı perakendeciler 1900'lerin başında moda şovu konseptini ithal ettiler ve ilk Amerikan defilesi muhtemelen 1903'te Ehrlich Brothers'ın New York City mağazasında gerçekleşti [Fortini, 2006]. 1910'a gelindiğinde, Manhattan ve Philadelphia'daki Wanamaker's gibi büyük mağazalar da defileler düzenlemekteydi. Bu resmi sunumların popülaritesi arttıkça, 1918 yılında moda evleri defilelerin gerçekleşmesi için sabit tarihler belirledi. Bu olaylar, özellikle moda evlerinin hatlarını yabancı alıcılara planlaması ve tanıtması için yılda iki kez gerçekleşmekteydi. Pist gösterileri, ilk başladıklarında genellikle büyük mağazalarda veya otellerde yapılmaktaydı. Çoğu zaman, bu gösteriler teatraldı, anlatılarla sunuldu ve bir tema (örneğin Paris, Çin veya Rus) etrafında organize edilmekteydi. Bu şovlar, yüzyılın ortalarında büyük bir popülariteye sahipti ve bazen binlerce müşteriyi ve meraklıyı kendine çekmekteydi [Fortini, 2006].



Şekil 2.2: Elina Salo.

Şekil 2.2’de Finlandiyalı aktris Eline Salo’nun 1958 Helsinki Botanik Bahçesi’ndeki bir defilede Vuokko Nurmesniemi tarafından tasarlanan kıyafetleri sunarkenki fotoğrafı yer almaktadır [Web 8, 2022]. Tasarlanan bu mekânlar, mimarlıkla yakından ilişkilidir; çünkü mekânın tasarımı, koleksiyonun teması, tarzı ve mesajıyla uyumlu olmaktadır. Mimarlık, defile mekânını hem bir fonksiyon hem de bir anlam kaynağı olarak kullanmaktadır. Bu anlamda defile mekânı hem izleyicilerin görsel algısını yönlendiren hem de tasarımcının yaratıcılığını destekleyen bir unsur olarak kurgulanmaktadır. Defile mekânı ve mimarlık arasındaki ilişki, moda endüstrisinin gelişimiyle birlikte daha da önem kazanmıştır. Defile mekânı artık sadece bir sunum alanı değil, aynı zamanda bir marka kimliği, bir pazarlama stratejisi ve bir kültürel etkileşim alanı olarak ifade edilebilmektedir. Son yıllarda ise, moda şovları, genellikle daha yüksek maliyetlerle gelen genişleyen setler de dâhil olmak üzere, en iyi markaların çoğu için giderek daha ayrıntılı hale gelmektedir [Murrow, 2012]. Enstalasyon ve defile şovları arasında güçlü bir paralellik vardır. Her ikisi de kendisini çevreleyen duysal / anlatısal deneyime hemen kapılması ve izleyici olarak bir dereceye kadar kendi kimliğini koruması beklenen bir izleyiciye oynanmaktadır. Bu haliyle her iki kavramda bir tür tiyatro oyununa referans vermektedir. Fakat geleneksel tiyatro seyircisi, dışarıdan oturmak ve yaratılmış bir deneyimi yaşamak için geldiklerini unutmaz; enstalasyon ve defile sanatının alamet-i farikası, hâlâ bir sergi ortamında olduğunun farkında olan ve mekanın yeni evrenini geçici olarak keşfeden meraklı ve hevesli izleyici olmuştur. Sanatçı ve eleştirmen İlya Kabakov [1995] "Total Enstalasyon" adlı derslerinin girişinde bu temel olgudan bahsetmektedir:

“[Kişi] aynı anda hem bir 'kurban' hem de bir izleyicidir; bir yandan enstalasyonu inceler ve değerlendirirken, diğer yandan kendisinde ortaya çıkan çağrışımları, anımsamaları takip eder[;] bütünsel yanılmanın yoğun atmosferinin üstesinden gelir [Kabakov, 1995].”

Burada enstalasyon sanatı, gözlemcinin gözlemlediği şeye dahil olmasına daha önce görülmemiş bir önem atfetmektedir. Bunun sebebi izleyicinin defile mekânına beraberinde getirdiği beklentiler ve sosyal alışkanlıklardır. Bu alışkanlıklar deneyimlenen bu yeni ortama girdikten sonra ya uygulanmak ya da reddedilmek üzere onunla birlikte kalmaktadır. Televizyon ve video bir şekilde sürükleyici deneyimler sunar, ancak geçen zamanın ritmi ve görüntülerin düzenlenmesi üzerindeki amansız

kontrolleri, kişisel bir izleme deneyimini engellemektedir. Nihayetinde, bir izleyicinin eseri deneyimlerken emin olabileceği tek şey, kendi düşünceleri ve önyargıları ile mekân ve zamanın temel kurallarıdır. Geri kalan her şey sanatçının elleriyle şekillendirilebilmektedir. Bu anlamda çalışmaların çoğu, bu iki yaratıcı disiplin arasında giderek daha verimli hale gelen bir diyalogdan elde edilebilecek potansiyeli ortaya çıkararak, mimari ve moda hakkında geleneksel düşünme biçimlerine meydan okumaktadır. Her iki alanda da yeni nesil tasarımcılar, binaların ve giysilerin doğasını dönüştürmek için birbirlerinin biçimlerini ve stratejilerini uyarlamının ve benimsemenin her zamankinden daha ustaca yollarını geliştirmeye hazırlanmaktadır. Giysi silüetleri ve detayları için ilham neredeyse her mimari kaynaktan bulunabilir. Burada interaktif medya, moda tasarımcısının mimariyi ve onun farklı yönlerini tanıması açısından çok önemlidir. Tasarımcı mimariyi incelediğinde, bir binanın beklenmedik bir detayı giysi tasarımının muhteşem özelliklerinden biri haline gelebilmektedir. Bu temsiller özelinde deneyimlenmiş mekânın özel bir alanı olan defile mekânları, moda şovları; sinematografik olarak yorumlanarak hem içsel hem dışsal olana, hem özel hem de kamusal olana beden, hareket ve zaman kavramlarının öznel yorumlarıyla kitsch başlığı altında ele alınarak, kategorize edilebilir durumlar yerine, bütünsel etkisine vurgu yapılmak istenmektedir.

Tablo 2.1: Post-Modern dönem ve defile mekânının ortak nitelikleri.

	POST-MODERN DÖNEM VE DEFİLE MEKANI	
1	Mimari	Hem post-modern dönem hem de defile mekanı, mimari açıdan dönüştürücü özelliklere sahiptir.
2	Göstergebilim	Her ikisi de göstergebilim kavramını sorgular ve moda dünyasının sembolik anlamlarını keşfeder.
3	Gösteri	Hem post-modern dönem hem de defile mekanı, gösterinin ve şovun önemini vurgular.
4	Değişkenlik	Her ikisi de değişkenlik ve geçicilik kavramlarını kullanır ve mekanı, zamanı ve moda trendlerini sorgular.
5	İzleyici	Hem post-modern dönem hem de defile mekanı, izleyicilerin etkileşim kurabileceği yapıtlar yaratır ve seyircileri pasif bir rolde tutmaktan çıkarır.

Tablo 2.1’de, post-modern dönem ve defile mekânı arasındaki ilişkiyi daha kolay kurmak ve kavrayabilmek adına ortak özelliklerinden yola çıkarak üretilen parametreler açıklanmaktadır. İki alan da mimari açıdan dönüştürücü özelliklere sahiptir ve sembolik anlamları keşfederler. Hem post-modern dönem hem de defile

mekânı, gösterinin ve şovun önemini vurgularlar. Ayrıca, her iki alan da değişkenlik ve geçicilik kavramlarını kullanır ve moda trendlerini sorgular. İzleyicilerin etkileşim kurabileceği yapıtlar yaratırlar ve seyircileri pasif bir rolde tutmaktan çıkarırlar. Bu nedenle, post-modern dönem ve defile mekânı arasında güçlü bir bağlantı bulunmaktadır.

2.2. Varolmanın Sanatı: Beden ve Enstalasyon

Mimarlık doğası gereği somutlaştırma, deneyim ve algı ile ilgilidir. Yapılı olan, çevre ile bedensel karşılaşmamız aracılığıyla gösterilmektedir. Mimarlık tarihi, doğal unsurlara uygun olarak barınma ve bedensel güvenliğin tarihidir. İnsan vücudu bir başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir. İletişim kurmak ve çevremizdeki dünyayı keşfetmek için bedenlerimizi kullanmaktayız. Esas olarak kendi bedenimizin mekândaki devinimi alanı hissetmek için bir araç halini almaktadır. Mimarlık, fiziksel benlikler, metafizik arzular ve sosyal dünya arasındaki ilişki için mükemmel bir metafor olarak varlık sürdürmektedir. 19. yy sonlarına doğru, mimarideki bedensel analogi belirsizleşmektedir. Avrupa'da 20. yy başlarında, modern ruh beraberinde yeni bedensel modelleri getirmektedir. Mekanizasyon, ölçülebilirliğe izin veren normalleştirilmiş bir vücut imajına yol açan belirli bir beden anlayışı getirmişti. Modern beden, idealize edilmiş, sabit, sağlıklı ve mükemmel olarak görülüyordu ve modern mimari, bu bedenin ihtiyaçlarına göre tasarlanmış, sorunsuz çalışan bir makine olarak görülmektedir. Bir diğer taraftan, daha az simetrik bir cismin, uzayda uzamaya başlayan esnek bir cismin haberini veren birkaç belirti ortaya çıkmaktadır. Postmodernizm ile birlikte radikal bir kırılma ortaya çıkmaktadır. Kültürel ve teknolojik değişim, esneklik, çapraz üreme ve arayüzler için artan bir çekiciliğe yol açmaktadır. Sonuç olarak, post-modern beden artık hümanist tanımını koruyamaz hale gelmekte ve bedenın nasıl algılanması gerektiği ve dolayısıyla beden ile mimari arasındaki yeni analogiler hakkında yeni bir söyleme neden olmaktadır. Postmodern dönem, modernist estetiğin iddialarına karşı çıkarak, geçmişin sanat yapıtlarını kendi eleştirisinin bir unsuru olarak kullanmaktadır. Bu eleştiri stratejisi, önceki sanat formlarının taklit edilerek ve çoğaltılarak anlamını yitirmesine dayanmaktadır. Bu süreçte taklit edilen eser ya da imge, kökenine ve anlamına dair bağlantıları kesilerek, içi boşaltılarak ve yeniden yaratılarak değiştirilmektedir. Post yapılsalcılık,

yapısalcılığın dil, kültür, anlam ve bilgi gibi kavramlara idealleştirici ve belirleyici bir şekilde yaklaştığını eleştiren bir felsefe akımıdır. Post yapısalcılar, yapısalcıların dil, kültür, anlam ve bilgi gibi kavramları idealleştirdiklerini ve yapıların sosyal aktörlerin eylemlerini belirlediğini varsaydıklarını eleştirmektedirler. Post yapısalcılar ayrıca disiplinler arası ve disiplinler ötesi bir söylem oluşturmayı amaçlamaktadırlar. Post yapısalcılığın önemli temsilcileri arasında Jacques Derrida, Michel Foucault, Gilles Deleuze, Jacques Lacan ve Jean-François Lyotard sayılabilmektedir [Sarup, 2004]. Bu düşünürler farklı alanlarda ve yöntemlerle yapısalcılığı sorgulamış ve alternatif yaklaşımlar geliştirmişlerdir. Post yapısalcılık ve mimari arasındaki ilişki, mimari temsilin post yapısalcı bir eleştiriye tabi tutulmasıyla ortaya çıkmaktadır. Mimari ise bir uygulama alanı olarak standartlara, teknolojiye ve malzemeye bağlıdır. Mimari kuram ise mimarlığı açıklamak için mimari metotları ve temaları kullanmaktadır. Mimari temsil ise mimarlığın simgesel olarak ifade edilmesi ve iletilmesi sürecidir. Post yapısalcılar, mimari temsilin dil gibi oynak ve belirsiz bir sistem olduğunu, mimari anlamın bağlama göre değiştiğini ve mimari göstergelerin sürekli başka anlamlara gönderme yaptığını iddia etmektedirler. Aynı zamanda post-yapısalcılar, mimari temsilin medyatik haliyle ilgilenmektedirler çünkü bu temsillerin, gerçeklik ile ilişkisini ve simülasyonlar dünyasında nasıl algılandığını ve etkilediğini sorgulamaktadırlar. Bu bağlamda, Baudrillard'ın simülasyon ve simülakr tezi, gerçekliğin kendisinin değil onun kopyalarının olduğu bir düzende anlamın yitirildiğini, gerçek ve gerçek dışı arasındaki çizginin muğlaklaştırıldığını savunmaktadır [Baudrillard, 2011]. Bu görüşe göre, yeni medya araçlarıyla paylaşılan mimari temsiller, gerçeklik yoksunluğu içeren simülakrlardır [Iavarone, 2021]. Simülakr, kökü Latince olan bir kelimedir ve orijinali olmayan kopyanın kopyası olarak tanımlanabilmektedir. Simülakr, bir gerçeklik olarak algılanmak isteyen görünümdür [Goldman; Papson, 2003]. Örneğin, Lascaux mağarasında yer alan tarih öncesi tasvirlerin kopyasından oluşan yapay bir mağara, simülakr bir örnektir. Mimari temsilin gerçeklik ile ilişkisi, merkez ile kenar arasındaki ikili karşıtlık olarak görülmektedir. Bu karşıtlık yapı-sökümle sorgulanmakta ve tersine çevrilebilmektedir. Böylece, mimari temsilin medyatik hali de gerçekliği değil ama onun kopyasını ya da izini sunan bir simülakr olarak anlaşılabilir. Aynı zamanda enstelasyonlar mekânın iç ile dış, özel ile kamusal, sabit ile hareketli gibi ayrımlarını muğlaklaştırmaktadır. Böylece enstelasyonlar da mimari temsiller gibi simülakrlar dünyasında yer alabilmektedir. Bu bağlamda arttırılmış mekân, arttırılmış gerçeklik

(AG) teknolojisi ile fiziksel mekânın üzerine sanal nesneler eklenerek zenginleştirilen ve değiştirilen bir mekân türüdür. Arttırılmış mekân, kullanıcıların fiziksel ve sanal dünyalar arasında etkileşim kurmasına ve yeni deneyimler yaşamasına olanak sağlamaktadır. Post yapısalılık ve arttırılmış mekân arasındaki ilişki, post yapısalı eleştirinin arttırılmış mekânları sorgulamasıyla ortaya çıkmaktadır. Post yapısalılar, arttırılmış mekânların dil gibi oynak ve belirsiz bir sistem olduğunu, mekânsal anlamın bağlama göre değiştiğini ve mekânsal göstergelerin sürekli başka anlamlara gönderme yaptığını iddia etmektedir. Bedene ilişkin yeni bakış açıları ve kavramsallaştırmalar; temel olarak “yaşanmış deneyime” atıfta bulunan felsefi bir araştırma olan fenomenolojiden alınmaktadır [Merleau-Ponty, 1996]. Ancak değişen yaklaşımlar ve tanımlar bedeni sürecin merkezine yerleştiren etkileşimli arayüzleri keşfetmek için yeni tartışma konularını da beraberinde getirmektedir. Bu etkileşimli arayüzler ayrıca temel bir algı biçimi olarak hareket üzerine düşünmeyi kolaylaştırmaktadır [Sheets-Johnstone, 2011].

Moda ile çalışmak mimaride beden kavramına dikkat çekmektedir. Beden; mekânda salt algılayan ve algılanan değil; aynı zamanda hareket eden bir varlık olarak mekânı anlamamıza imkân tanımaktadır. Bu anlamda bir moda seti tasarlanıldığında, daha geniş bir mekânsal deneyimin iki ayrılmaz bileşeni olarak mekân ve bedeni aynı anda tasarlamamız, hareket alanı oluşturmanız gerekmektedir. Mimari bir elbisenin arkeolojisi. Bir giysi tüm duyularınızı harekete geçirdiğinde, bu tam bir deneyim olmaktadır. Modanın "görünüşü" ile mimarinin "bağlamı" arasında bir şey olan "sahneleme" kavramı yer almaktadır. Bağlamı, formun uzaya entegrasyonu olarak tanımlanabilmektedir. Bu noktada algılarımızın ve fiziksel hareketlerimiz cisimleştiği alan olarak karşımıza bedenselleşmiş mekân çıkmaktadır. Önemsiz tekillikleri anlamlı karmaşıklıklara; sıradanlıkları parlak aydınlıklara dönüştürmeye yardımcı olmaktadır. Asıl istenen moda ve mimarlık arasındaki bağı görünmez kılmak değil, enstalasyon aracılığıyla yeni ve mevcut bir ortam arasında güçlü bir ilişki yaratmaktır. Üst üste binmelerin geçirgen niteliği, nesnedeki fark edilmeyen yapısal nitelikleri açığa vurarak anlık olanın sonsuz olasılıklarını bize sunmaktadır. Böylece her bir yerleştirme, beden ile etkileşime geçerek farklı ve sonsuz temsillere olanak sağlamaktadır. Post-organik bedenle birlikte bedenin mimariye izdüşümü bir transprojeksiyona dönüşmektedir. Hem beden hem de mimari birbirine model olarak bakmaktadır. Palumbo'nun [2000] iddia ettiği gibi: "beden kendi uzamsal uzantısını tasarlarken, mimari kendi bedensel geleceğini tasarlamaktadır" [Palumbo, 2000]. Enstalasyon aracılığı ile bir etkileşim

ortamı olarak dönüşen mekân, yaşanan deneyim aracılığı ile dinamik bir biçimde tekrar ifade bulunmaktadır. Bu noktada beden ve mekân arasındaki analogi üzerinden deneyimlenen mekâna “mekân-nesne-beden” ilişkisi ekseninde odaklanmaktadır. Mekân, beden ve zaman ile kesintisiz duyarlı ilişkiyi içeren 21. yy yerleştirme mekânları, deneyim kavramı ile birlikte ele alınmaktadır. Gündelik yaşantımızda, kendiliğinden kurgulanan mekânsal etkileşim, insan ve çevre ilişkilerini etkilemektedir. Bu mekânlarda sıklıkla karşılaştığımız kısa sürede karşı tarafa bir duygu-durum olarak yansıtılmasını içeren çoklu duyum deneyimi bu etkileşimin altlığını oluşturmaktadır. Küreselleşen dünyadaki bilgi ve insan hareketliliğinin artması, birçok alanda olduğu gibi mimarlık ve kent planlamasını da etkilemekte, zaman ve mekân arasındaki ilişkileri yeniden düzenlemektedir. Kurulan bu yeni ilişkilerde mekân, her alanda ve anlamda meydana gelen değişim ve dönüşümün etkisiyle, farklı anlamlandırmalara ve ihtiyaçlara göre varlık göstermektedir [Şentürk, 2014]. Salt bir boşluğu ifade etmeyen mekân kavramı, tamamen farklı bir boyuta doğru evirilmektedir. Aynı zamanda mekânsal tasarım yaklaşımını yalnızca mimari yapı elemanlarının bir ilişkisi olarak kabul etmeyi yeniden düşünmek gerekmektedir.

Tanyeli [2008] mekân ile beden ilişkisini şu şekilde ifade etmektedir:

“...mekân, mimarlık için ürünün vazgeçilmez özünü oluşturmaktadır. ...Mimari yapının algılanmasında algılayıcısının devinimi olası ve hatta gereklidir. Dolayısıyla algılayıcının sürekli dönüşen ve değişen konumuna bağlı olarak sonsuz mekân yaşantıları elde edilebilmektedir. Mimari yapıtta algılanan sadece üç boyut değildir; aynı anda algılayıcının zaman içindeki devinimden kaynaklanan “mekân-zaman boyutu”nun eklenmesi gerekmektedir. Yapıtın üç boyutu değişmemektedir ama üç boyutlu gerçekliği, algılayıcının devinimi sebebiyle değişen her noktada farklı ve sonsuz olasılıkta mekân yaşantısının oluşmasına yol açmaktadır” [Tanyeli, 2008].

Bu nedenle mimarlığın bir üretimi olan mekân, yirminci yüzyılın başından bu yana sanata dâhil olmakta ve mekânsal deneyim anlayışını oluşturmaktadır. Kendi bulunduğu çevrenin ve zamanın özellikleri yerine, referansını kendi iç dinamiklerinden alan, bugünde ya da gelecekte herhangi bir zaman diliminde var olan yeni bir mimarlık anlayışı ortaya çıkmaktadır. Her koşulda var olan ve daimi olarak değişim içinde olan mekân, bir süreç içine girmektedir. Bu süreçte mekân, zamanın kendisi olmayı talep etmektedir. Bütün bunlara ek olarak yeni mekânsal deneyimler ortaya koyarak yeni okumalara yardımcı olmaktadır. Mimarlık bundan sonraki süreçte, bireyin algısal deneyimini kabul etmekte, deneyimlenen, mekân, nesne ve beden

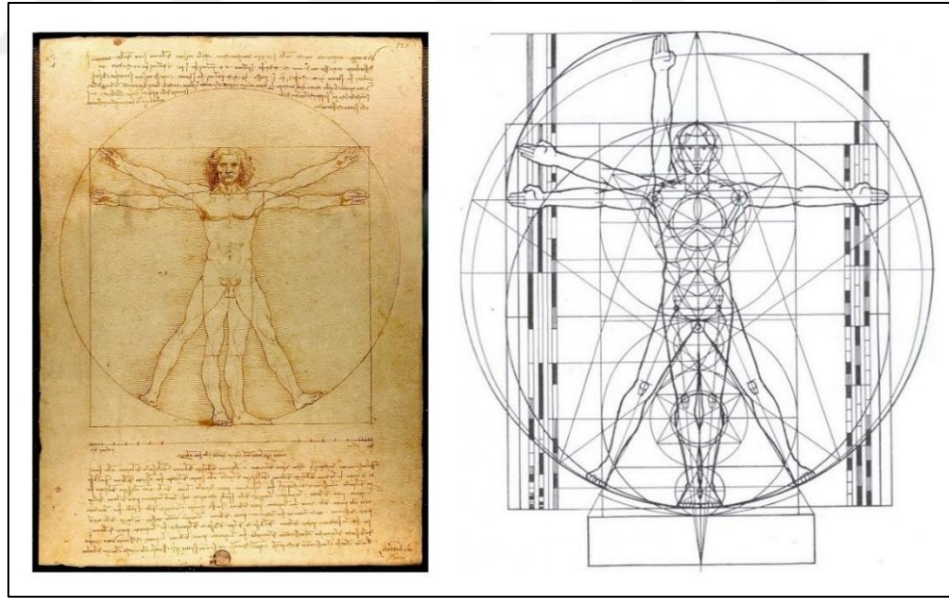
birlikteliğini savunmaktadır. Çok katmanlı ve çok boyutlu örüntü ile kodlanan mekân, nesne ve beden ile bağlantısal bir bütünsellik ilişkisi oluşturmaktadır. Beden, mekânın oluşumunun apriori olarak varlık gösterirken, sanatın da mekân ile olan birlikteliğinde benzer bir ölçüt olarak var olmaktadır. Oluşan ilişki mekânın yapay hayatının fiziksel mekândan ve mesafeden bağımsız olarak bedenle bir araya gelebilme ve etkileşim kurma olanağının temellerini atmaktadır.

2.2.1. Post-Modern Döneme Ait Post Söylemler

"Tasarımlar daha çok sanat ve modanın bir evliliğidir [Petra Schuddeboom]."

Postmodernizm genel hatlarıyla, modernizmin eleştirisi ve reddi üzerine inşa edilmiş bir düşünce akımını ifade etmektedir. Postmodernizm, modernizmin temel özelliklerini olan; evrensellik, nesnellik ve ilerleme fikirlerini sorgulamış ve yerine öznelcilik, çoğulculuk ve belirsizlik gibi kavramlar öne sürmüştür. Bu akım, sanat, edebiyat, mimarlık, felsefe, sosyoloji ve kültürel çalışmalar gibi birçok alanda etkili olmaktadır. Postmodern düşünceye göre, gerçeklik tek bir doğru cevaptan ibaret değildir ve herkesin kendi gerçekliği bulunmaktadır. Bu nedenle, her türlü metanarratif, anlatılar, sorgulanmakta ve alternatif anlatılar, hikâyeler ve kimlikler kabul edilmektedir. Metanarratif, tarihsel olaylar, deneyimler ve sosyal, kültürel olguları evrensel bir doğruya veya değere dayanarak bütüncül ve kapsamlı bir şekilde açıklamaya çalışan bir teori anlamına gelmektedir [Lyotard, 1992]. Metanarratif; bir meta-anlatı (ayrıca meta-anlatı ve büyük anlatı; Fransızca: *métarécit* veya *grand récit*), henüz gerçekleşmemiş bir ana fikrin, beklenen tamamlanması yoluyla bir topluma meşruiyet sunan tarihsel anlam, deneyim veya bilgi anlatıları hakkında bir anlatıdır [Lyotard, 1992]. Metanarratif terimi, Jean-François Lyotard tarafından geliştirilmiş ve özellikle postmodernizmde kullanılmıştır. Lyotard, postmodern durumu, modernliğin temel bir parçası olan (İlerleme, Aydınlanma, Kurtuluş, Marksizm gibi) büyük anlatılara karşı artan bir kuşku olarak tanımlamıştır [Childers; Hentzi, 1995]. The Postmodern Condition: A Report on Knowledge [1979] adlı eserinde Lyotard, meta-anlatıların bütünleştirici doğasına ve bunların bir tür "aşkın ve evrensel hakikate" dayanmalarına yönelik postmodern durumun artan şüpheciliğinin altını çizmektedir [Lyotard, 1979]. Postmodernizm, her şeyin birbiriyle bağlantılı olduğunu kabul etmekte ve her şeyin bir anlam ifade ettiğini savunmaktadır. Bu

düşünce akımı, insanın varoluşu gibi alanlarda yeni bir bakış açısı sunmaktadır. Birkaç yıldır çağdaş moda, en avangart koleksiyonlardan bazılarında atıfta bulunmak için "post-insan" ya da "post-hüman" kavramlarını kullanmaktadır. Kavram insanı, modernizmin öznelci ve rasyonelci yaklaşımına bir tepki olarak, post-humanist bir bakış açısıyla ele almaktadır. Rick Owens, Gareth Pugh, Iris Van Herpen, Alessandro Michele, Hussein Chalayan, Rei Kawakubo ve diğer tasarımcıların beğenileri son yıllarda özellikle beşeri bilimler ve sosyal bilimlerde ortaya çıkan, "post-hüman" ve "hümanizm sonrası" kavramlarından biriyle eşleştirilmektedir [Fedorova; Evans, 2018]. Kavram, adalet ve etik, dil ve türler arası iletişimi, sosyal sistemleri, beşeri bilimleri ve disiplinler arası entelektüel istekleri de ele almaktadır. Beşeri Bilimlerde ima edilen "insan" fikri; bilen özne için temel referans birimini neyin oluşturduğuna ilişkin örtük varsayımlar sunmaktadır. Tarihsel olarak insan, dil ile donatılmış rasyonel bir imge olarak tanımlanmaktadır. Bu, önce Protagoras tarafından "her şeyin ölçüsü" olarak formüle edilen, daha sonra İtalyan Rönesansında evrensel bir model olarak yenilenen ve Leonardo da Vinci'nin Vitruvius Adam'ında temsil edilen klasik "insan" idealinin hümanist çekirdeğidir (Şekil 2.4).



Şekil 2.3: Leonardo da Vinci'nin Vitruvius Adamı

Bu, bir dizi zihinsel, söylemsel ve ruhsal değerler olarak ikiye katlanan bir bedensel mükemmellik idealidir. Bu ikonik görüntü, insan yeteneklerinin biyolojik, söylemsel ve ahlaki genişlemesini teleolojik olarak düzenlenmiş, rasyonel ilerleme fikrinde birleştiren bir doktrin olarak Hümanizmin amblemini oluşturmaktadır. İnsan

aklının benzersiz, kendi kendini düzenleyen ve özünde ahlaki güçlerine olan inanç, bu yüksek hümanist inancın ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Bu sadece bireyler için değil, aynı zamanda kültürleri için de standartlar belirlemektedir. Hümanist idealin hegemonik bir kültürel modele dönüşmesi, Hegel'in tarih felsefesi tarafından kutsallaştırılmaktadır. Bu kendi kendini yücelten vizyon, insan zihninin kalitesini herhangi bir uygun nesneye ödünç verebilecek evrensel bir niteliği olduğunu varsaymaktadır. Üstelik bu paradigmatik öz-temsili, benlik ve ötekinin diyalektiğini ima etmekte ve sırasıyla evrensel Hümanizmin motoru ve kültürel mantığı olarak kimlik ve ötekiliğin ikili mantığını ortaya koymaktadır. Bu evrenselci duruşun ve onun ikili mantığının merkezinde, aşağılama olarak "farklılık" kavramı yer almaktadır. Bu hümanist özne, farklılıkları hiyerarşik bir azalan değer ölçeğinde organize ederek, kendini temsiline dâhil ettiği şeylerle olduğu kadar dışladıklarıyla da tanımlamaktadır. Farklılık, aşağılık anlamına geldiği ölçüde, "ötekiler" olarak damgalanan insanlar için hem özcü hem de ölümcül çağrışımlar kazanmaktadır.

Son otuz yılda, yeni eleştirel epistemolojiler, anti-hümanist bir duruş sergilemekte ve alternatif "insan" tanımları sunmaktadırlar. David Chandler'a [2004] göre, karşı-söylemlerin çoğalması, post-hümanist çıkmazın bir belirtisi olan bir "eleştirel disiplin" koşulu yaratmaktadır. Michel Foucault, *The Order of Things*'de [2001] çığır açan Hümanizm eleştirisini yayınladığı sırada, "insan" fikrinin eğer varsa, ne olduğu sorusu zamanın radikal söylemlerinde dolaşmaktaydı. Foucault [2001] tarafından ilan edilen "insanın ölümü", ikili karşıtlıkların ötesine geçen ve siyasi yelpazenin farklı kutuplarını kesen bir epistemolojik ve ahlaki krizi resmileştirmektedir. Hem mükemmelliğin hem de mükemmelliğin standardı olarak Vitruvius'un insan ideali, kelimenin tam anlamıyla kaidesinden aşağı çekilmekte ve yapı-sökümüne uğratılmaktadır. Artık bir doğa yasası statüsüne ulaşmış evrensel bir ideali dile getiren mükemmel oranların kanunu olmaktan çok uzak olan bu insanın, aslında tarihsel bir yapı olduğu, değerlere ve konumlara bağlı olduğu ortaya çıkmaktadır. Bugün insanın ne veya kim olduğu ancak insan sonrası ve insan dışı boyutların dâhil edilmesiyle anlaşılabilir. Başka bir deyişle, insan olmanın ne anlama geldiği sorusu, insan olmayan ve/veya insan sonrası olmanın ne anlama geldiği sorusuyla ayrılmaz bir şekilde bağlantılıdır. Braidotti'ye [2016] göre, "geleceğin distopik vizyonuna" indirgenemez olan "insan sonrası", şimdinin tanımlayıcı bir özelliğidir. Kesin olmak gerekirse hem durumumuzun tarihsel bir belirtecini hem de

teorik bir figürasyonunu oluşturmaktadır. O halde ortaya çıkan soru, “insanın” ona bağlı değilse de onunla ilgili her türlü varoluş biçimi dâhil nasıl tanımlanabileceğidir.

Teknobilimsel ilerleme, hem antroposentrik epistemolojiyi hem de insanı kendi kendini inşa eden ve kendi kendine yeterli bir varlık olarak gören antroposentrik/hümanist ontolojiyi sorgulamaktadır. Antroposentrik; insanı merkeze alan, insanın düşünce ve duygularını göz önünde bulunduran bir yaklaşımı benimsemektedir. Olayları ahlaki değerler açısından irdeleyerek insanın mutlu olmaya yönelik çabalarını gerçekleştirmesine yardımcı olmayı içeren bir kavramdır [Goralnik; Nelson, 2012].

Protagoras’ın en ünlü öğretisi “İnsan her şeyin ölçüsüdür” sözü, antroposentrik düşüncenin en net haliyle ifade edilmiş şekli olmaktadır. Protagoras’ın öğretisi şöyle özetlenebilmektedir; insan; varolanların var olduklarının da, varolmayanların var olmadıklarının da ölçüsüdür [Platon, 1999]. Bu bağlamda antroposentrik düşüncelerin, paylaştıkları belli temeller bulunmaktadır. En başta bu düşüncelerin bireyi merkeze almalarına ilave olarak, temellendirmelerinin herkese ve her şeye genellenebilir olması dolayısı ile evrensel; bireyi her şeyin üzerinde görmeleri itibariyle hiyerarşıktirler [McDonald, 2014, 17].

Darwinizm, gerçeklik ile temsil arasındaki hümanist ayrımı yeniden kurgulasa da: insanı uyarlanabilir bir yansımanın sonucu olarak tanımlayarak, felsefi insan merkeziliğin bel kemiği olan Kartezyen sonrası düşüncenin idealist karakterini ortaya koymaktadır. Diyalojik bir varlık olarak, ancak ve ancak o, bencil bir karakter olarak değil de bencillik ile birlikte kabul edilirse, yani özgünlüğünü öznellik, çeşitlilik ve benzersizlik açısından ifade etmekte özgürdür.

“Eserin analizi, en bariz özelliğiyle başlamalıdır; bu, herhangi bir bireyin zihinsel imgesinden bağımsız olarak fiziksel olarak somut bir form olarak ortaya çıkmasıdır. Bu faktör, kültürel inşadaki gücünü ve önemini anlamının anahtarı olabilir. Eserin bu fizikselliğinin önemi, yalnızca zihinsel ve fiziksel dünyalar arasında değil, aynı zamanda oldukça beklenmedik bir şekilde bilinç ve bilinçdışı arasında da bir köprü görevi görme yeteneğinden kaynaklanmaktadır [Miller, 1987].”

Post-hüman terimi, diğer “post” hareketler ile birlikte 20. Yüzyılın sonlarında beşeri ve sosyal bilimlerde çeşitli anlamlar kazanmaktadır. Latince “post” ön eki, insan sonrasının insandan sonra geldiğini öne sürmektedir. Ancak bu doğrusal çerçeve post-hümanizm için geçerli olmamaktadır. Posthümanizm terimi, insan olmanın ne anlama geldiğine dair, geleneksel insan kavramlarını aşan veya onları ortadan kaldırmaya

yaklaşan kavramları ifade etmektedir. Bu kadar teorik bir büyüklüğe sahip olan çoğu yüklü kavramda olduğu gibi, posthümanizm birbirini tamamlayan çeşitli yönler içermektedir. Kavram olarak, "hümanizmin ötesinde" anlamına gelmektedir ve insan olmayanla birleşmeyi vurgulamaktadır. Posthüman teorisi, materyaller, kodlar, algoritmalar gibi insan dışı unsurlara yapılan vurguyu, bunlar arasındaki çapraz bağlantıları niteliksel dikkatle birleştirmektedir. Böyle bir yaklaşım, türler, kültürler, kategoriler ve kavramlar arasındaki karşılıklı bağlantıları vurgulayarak insanlarla insan olmayanlar arasındaki ikili karşıtlıkları ortadan kaldırmaktadır. En genel anlamıyla, insanın inşasının altında yatan hümanist varsayımlara meydan okumaya yönelik sistematik bir girişimi ifade etmektedir. Post-hüman terimi, insan olmanın ne anlama geldiğini sorgulamaktadır. Post- hüman temelde melez bir figürdür; insanın ne olduğunu, daha doğrusu "insandan önce veya insandan sonra" ne olduğunu düşünmekle ilgilidir [Clarke ve Rossini, 2017]. Cary Wolfe, post- hüman teriminin hem biyolojik hem de teknolojik bir dünyada yaşayan insana ait olduğunu vurgularken, posthümanizm, insanın teknolojik gelişmeler tarafından merkezleştirildiği tarihsel zamana atıfta bulunmaktadır [2009]. Post- hüman teriminin kökenleri tam olarak açık değildir ancak genellikle Ihab Hassan'ın 1977 yılında yayımlanan bir eseri, posthümanist bir kültürün başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir. Her ne kadar Darwinizm, gerçeklik ile temsil arasındaki hümanist ayrımı yeniden kurgulasa da; insanı uyarlanabilir bir yansımanın sonucu olarak tanımlayarak, felsefi insanmerkezciliğin bel kemiği olan kartezyen sonrası düşüncenin idealist karakterini ortaya koymaktadır.

Tablo 2.2: Post-Hüman enstalasyon ilişkisi.

	POST-HÜMAN ve ENSTALASYON	
1	Teknoloji	Hem post-hüman hem de enstalasyon, teknolojiyi kullanır ve teknolojinin ilerlemesi üzerine düşünür.
2	Beden	Post-hüman ve enstalasyon, insan bedenini sorgular ve dönüştürür.
3	Yaratılış	Hem post-hüman hem de enstalasyon, yeni yaratılış biçimlerini araştırır ve yaratır.
4	Yabancılaşma	Her ikisi de yabancılaşma kavramını işler ve izleyiciyi farklılaştırma ve yabancılaşma deneyimlerine yönlendirir.
5	İzleyici Etkileşimi	Post-hüman ve enstalasyon, izleyicilerin etkileşim kurabileceği yapıtlar yaratır ve böylece izleyicilerin pasif bir seyirci olmaktan çıkıp aktif bir katılımcı haline gelmelerini sağlar.

Tablo 2.2’de, post-hüman ve enstalasyon arasındaki bağlantılar açıklanmaktadır. Post-hüman ve enstalasyon arasındaki ilişki ve ortaklık tez kapsamında teknoloji, beden, yaratılış, yabancılaşma ve izleyici etkileşimi kavramları kapsamında incelenmiştir. Enstalasyonu mekanla ve varlık arsındaki bir kavram olarak ele alındığında enstalasyon mekanının ve post hümanistiliğin değişken doğası ve içerdikleri ortak kavramlar önemlidir. Enstlasyondan gelen dinamik ve değişken deneyim hali post-hümanın bağlantılarına ve kavramlarına karşılık gelebilmekte, vurgu yapabilmekte ve karşıtlıkları ortadan kaldıracılabilmektedir. İki alan da teknolojiyi kullanmakta ve bedenin sınırlarını sorgulamaktadır. İnsanlığı ve yaratılışı yeniden düşünmektedir. Her ikisi de yabancılaşma kavramını işler ve izleyiciyi farklılaştırma deneyimleri sunmaktadır. Ayrıca, her iki alan da izleyicilerin etkileşim kurabileceği yapıtlar yaratır ve böylece izleyicilerin pasif bir seyirci olmaktan çıkıp aktif bir katılımcı haline gelmelerini sağlamaktadır. Bu nedenle, post-hüman ve enstalasyon arasında güçlü bir bağlantı bulunmaktadır. Kavram, özellikle teknoloji ve çevre ile ilgili olarak, insanlarla insan olmayanlar arasındaki ilişkiyi yeniden düşünmeyi önermektedir. Hibritlik, teknolojik ve malzeme arasındaki karşılıklı bağlantılar nedeniyle post- hüman figürünün anahtarıdır. Dijital ve fiziksel arasında bir süreklilik yaratan Iris van Herpen tasarımlarında, bedeni post- hüman figürleri olarak sunmaktadır. İnsan olmayanlarla ittifaklar kurarak insan bedenlerini doğallıktan arındırmakta ve teknolojiyi yeni bir koruyucu çerçeve olarak sunmaktadır. İnsanın hem organik hem de teknolojik olarak daha geniş maddi dünyayla her zaman zaten bağlantılı olduğunu göstermeyi amaçlamaktadır. Birlikte inşa ettikleri insan sonrası süreklilikte onları birbirinden ayırmak imkânsızdır. Böylece, hayvanlar, ağaçlar veya

bitkiler, duman demetleri, mıknaatıslar, ses dalgaları ile birleşen insan bedeninin hibrit formlarını yaratmaktadır. Tüm bu farklı alanlar, derinden iç içe geçmiş ve ayrı ayrı izole edilmiş olarak görülebilmektedir. Her halükarda, etnografik araştırma, görsel analiz ve insan sonrası teorinin birleşimi tasarımların anlaşılmasını ve aynı zamanda günümüz moda araştırmaları için yeni teknolojilerin önemli rolünü göstermektedir.

Iris van Herpen, moda tasarımında üç boyutlu baskının öncülerinden biri olarak kabul edilmektedir [Sharpe, 2014]. Kendine benzer ve yinelenen dijital olarak oluşturulan taklit edilemez kıvrımlar ve döngüler tasarımlarının temelini oluşturmaktadır. Sanatı, modayı ve teknolojiyi değiştiren Van Herpen, bilim adamları ve sanatçılar (mimar; Daniel Widrig, Philip Beesley ve Benthem Crouwel, sanatçı Kim Keever, koreograf Nanine Linning ve ses tasarımcısı Salvador Breed) ile işbirlikleri geliştirmektedir. En önemlisi, koleksiyonların başlıkları biyolojik ve teknolojik, insan ve insan dışı, organik ve inorganik gibi ikiliğin üstesinden gelme eğilimine işaret etmektedir. Başlıklar, bu karşıtlıkları dualistik veya antagonistik olarak sunmaktan ziyade, iç içe geçme ve karşılıklı bağlantılar önermektedir; “Syntopia”, “Aeriform” veya “Biopiracy”. Ayrıca “Wilderness Embodied”, “Hybrid Holism” veya “Radiation Invasion” gibi paradoks, belirsizlik veya oksimoronik bir ifadeyi belirten başlıklar da oluşturmaktadır. Bu tür neolojizmler, Iris van Herpen'in belirgin çelişkiler ve göze çarpan uyumsuzluklarla çalışan tanımlayıcı özelliklerinden birine atıfta bulunmaktadır. Bu, insan bedenlerinin ayrılmaz bir şekilde insan olmayan lifler, kumaşlar, giysiler ve teknolojilerle iç içe olduğu dinamik bir yaşam nosyonunu varsayan posthümanizmin bir özelliğine referans vermektedir. Braidotti ve Hlavajova [2018] Posthuman Sözlüğü'nde "yeni kelimeler icat etme veya yeni kavramlar üretme" eyleminin "hızla değişen bir dünyada gerçek yaşam koşullarımızın yeterli temsillerini üretmek için" deneysel bir yaklaşımı ortaya koyduğunu ifade etmektedir. Öte yandan, hareketin cisme dönüştürülmesinin hem hayvanın hareketiyle hem de cismin hareketiyle uyum sağlamada başarılı olan indeksel bir tona sahip olduğu söylenebilmektedir. Yeni kelimeler icat etme veya yeni kavramlar üretme eylemi, gerçek yaşam koşullarının yeterli temsillerini üretmek için deneysel bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, yeni kelimeler veya kavramlar icat etmek, belirli bir estetik veya kültürel değere sahip olmayan, daha önce var olmayan ifadeleri ve temsilleri ortaya çıkarabilmektedir. Aynı zamanda hareketin referans noktaları da nesne dili aracılığıyla algılanabilmekte ve vurgulanabilmektedir. Bu durum, hareketin kitsch olarak nitelendirilebilecek bir özellik gösterdiğini ima etmektedir. Kitsch,

genellikle görsel veya sembolik bir ifade biçimi olarak düşünülmektedir. Bu açıdan, hareketin indeksel tonu ve nesne diliyle ilişkisi, kitsch ile benzerlik veya farklılık oluşturabilecek unsurlar olarak düşünülebilmektedir. kitsch ile "yeni kelimeler/icatlar" veya hareketin dönüştürülmesi arasında bazı karşıtlıklar veya paralellikler düşünülebilmektedir. Bu, farklı ifade biçimlerinin kültürel değerlere, estetiğe ve algılamaya farklı şekillerde hitap edebileceğini göstermektedir. En önemli özelliği, gündelik hayatın tekdüzeliği içinde, lunapark işlevine benzer; canlıların mekanik birer kopyası olan temsil mekânı üretmesidir. Bu bir paradoks mudur? O da başka bir soru olabilir ama "form-fonksiyon" ikiliği burada biçimsel olarak başka bir anlam kazanır, yani; çalışmadıkları zaman işlevlerini ifşa etmezler.

Post hümanizm, insan ve diğer pek çok insan -insan olmayan- arasındaki gibi ikili düşünceye meydan okuyan bir doğa-kültür sürekliliğini kabul etmektedir. Geleneksel olarak, insan olmayan doğaya veya organik olana aittir: bitkilere, hayvanlara veya canavarlara ve ayrıca mikroplara, virüslere veya örümceklere. Bugün, insan olmayan, robotik, yapay zekâ veya sentetik poliamidlerin teknolojik veya inorganik dünyasını eşit olarak ifade etmektedir. Moda söz konusu olduğunda, koleksiyon, doğal liflerden, yün ve pamuk gibi kumaşlardan veya polimer lifler, güneş pilleri veya 3D baskılı mylar gibi teknolojik malzemelerden yapılabilmektedir. Böylece, teknoloji ve yeni malzemeler tarafından organik olarak katedilen -bir paradoks olarak ifade etmek gerekirse- insan sonrası bir bedeni giydirmeye yardımcı olmaktadır. Farklı bir şekilde ifade etmek gerekirse; elbiseler gerçekten doğal değil ve doğal olarak teknolojiktir. İnsan sonrası düşünce, doğa ve kültür gibi iki terimin her zaman ve zaten karşılıklı olarak dâhil olduğunu ve dağınık bir şekilde iç içe olduğunu savunarak bunu daha da ileri götürmektedir. Başka bir deyişle, doğa-kültür mutlak bir karşıtlıktan ziyade bir sürekliliktir; bu, insanın-insan olmayanın da karşılıklı olarak kurucu bir süreklilik üzerinde konumlanabileceği anlamına gelmektedir.

Moda bağlamında post- hüman, her türden insan olmayanla ittifaklar kurarak insan öznelliğini dönüştüren bir karşılıklı bağlantı ve karşılıklı bindirme figürüdür. Iris van Herpen, sanat, moda ve teknolojiyi birleştirerek, her türlü dualist ikilikten uzaklaşarak, insan sonrası bir aradalık tarzı üretmektedir. Zanaatkârlık ile teknoloji, organik ile inorganik ve maddesellik ile maddi olmayanlık arasında karşılaşmalar yaratmaktadır. Tasarımının bu özel yönü, bir oluş, yani değişim ve dönüşüm sürecinin potansiyelini göstermektedir. Filozof Gilles Deleuze [1992] için kıvrım, iç ve dış, derinlik ve yüzey, varlık ve görünme arasında bir arayüz işlevi görür ve bu sıfatla ikili

karşıtlıkları yok eder [Smelik, 2020]. Deleuze'ün kıvrımın özneliliği bir oluş süreci olarak düşünmenin bir yolu olduğu fikri, sabit bir varlık durumundan ziyade dinamik bir süreç olarak oluş kavramının eşit derecede alakalı olduğu insan sonrası bir bağlamda dolaşımdadır [Braidotti, 2013]. Buradaki nokta, Iris van Herpen'in tasarımlarından etkilenme deneyimimin, onun insan sonrası estetiğinin gerektirdiği oluş duygusuyla yakından bağlantılı olmasıdır. Duygulanım ve oluş arasındaki bu ilişki, canlı olan her şeyin bir "oluş potansiyeli" olarak duygulanımın üretici gücü tarafından yönlendirilen sürekli bir akış içinde olduğu post- hüman fikriyle açıkça ortaya konmaktadır.



3. ENSTALASYON, MEKÂN ve MODA KAVRAMLARININ MİMARLIK ÜZERİNDEN OKUNMASI: KİTSCH

Moda, on dördüncü yüzyıldan itibaren kolektif bir davranış olgusu olmuştur. Kültürel ve ekonomik yaşamın karmaşık bir kategorisidir. Belirli bir dönemdeki farklı olma, süslenme, en çok talep edileni kullanma arzusu üzerine ortaya çıkan dönemsel tarz ve tavırların tümüne denilmektedir. İşleyişi, tarihsel örnekler veya çağdaş etkilerden haberdar olan bir tasarımcı taslağının rafine bir güzellik nesnesine dönüştürüldüğü bir olaylar zincirinin değerlendirilmesini içermektedir. Bir sanat formunun, bir sosyal sürecin ve bir endüstriyel ürünün özelliklerini göstermektedir. Mimari, renk, teknoloji, giysi, ayakkabı ve aksesuar gibi yaşam alanlarında kullanılan tüm ürünleri kapsamaktadır. Aynı zamanda seçimi estetik ve sosyolojik bağlamlarla ilgili olan bir özne tarafından vücudun ritüel olarak süslenmesi olarak tanımlanabilmektedir. Geçmişin, tarihi bir kökten koparma, doğal kökene hızlanmış bir uzaklaşma olarak yaşayan korkmuş bilinçte de doğa biçimini alabileceğini ekleyebilmektedir. Böylece, on sekizinci yüzyılın ikinci yarısı, sanayi devrimine antikiteye (Eski Yunan ve Roma sanatına) dönüş ve doğaya dönüşle tepki vermektedir. Çok sayıda sanatçının işbirliği, kültürel üretime daha aşağıdan yukarıya ve açık kaynaklı bir yaklaşımın potansiyellerine bir yansımayı ve benzetmeyi teşvik etmektedir.

Tablo 3.1: Kitsch, enstalasyon ve moda arasındaki ilişki.

	KİTSCH, ENSTALASYON ve MODA	
1	Yaratıcı Özgürlük	Kitsch, enstalasyon ve moda, yaratıcı özgürlük sağlayan alanlardır.
2	Gösteriş	Tüm üç alan, gösterişli tasarımlar ve abartılı süslemeler kullanabilir.
3	Popüler Kültür	Kitsch, enstalasyon ve moda, popüler kültürü referans alabilir ve kitle pazarlaması için tasarlanabilir.
4	İroni	Her üç alan da ironi kullanabilir ve güncel meselelere yönelik mesajlar iletmek için kullanılabilir.
5	İşlevsellik	Moda ve enstalasyon, belirli bir işlev için tasarlanırken, kitsch genellikle sadece görsel bir etki için tasarlanır.
6	Estetik Değer	Her üç alan da estetik değer taşıyabilir, ancak kitsch, genellikle diğer alanlara kıyasla daha düşük bir estetik kaliteye sahip olabilir.

Tablo 3.1’deki tabloda, kitsch, enstalasyon ve moda arasındaki ortak noktalar açıklanmaktadır. Bu üç alan, yaratıcı özgürlük sağlayan alanlar olarak benzerlik göstermektedirler. Ayrıca, gösterişli tasarımlar ve abartılı süslemeler kullanıldığı için dikkat çekici ve çarpıcı olabilirler. Popüler kültürün referans alındığı, ironinin kullanıldığı ve estetik değerin önemli olduğu alanlar olarak da ortak özellikleri bulunmaktadır. Ancak, moda ve enstalasyon belirli bir işlev için tasarlanırken, kitsch genellikle sadece görsel bir etki için tasarlanmakta ve estetik kalite açısından diğer alanlara kıyasla daha düşük bir değere sahip olabilmektedir. Tablo 3.2’de kitsch ve enstalasyon kavramlarının aynı bağlamdaki ifadelerine yer verilmektedir.

Tablo 3.2: Kitsch ile enstalasyon arasındaki ilişki

KİTSCH	ENSTALASYON
Kitsch, düşük kaliteli malzemelerin ve sanatsal değerleri olmayan nesnelerin kullanımıyla yapılan süslü ve gösterişli sanat eserlerini ifade eder.	Enstalasyon, belirli bir mekanda yerleştirilmiş sanat eserlerinin bir araya getirilmesi ile oluşturulan, genellikle interaktif bir deneyim sunan bir sanat formudur.
Kitsch, genellikle popüler kültürle ilgilidir ve hızlı bir şekilde tüketilen, modası geçen bir eğilimdir.	Enstalasyon, daha geniş bir düşünsel ve duygusal deneyimi ifade eden ve özellikle çağdaş sanatın bir parçası olarak kabul edilen bir sanat formudur.
Kitsch, yüzeydeki gösteriş ve süslemeyle ilgilidir ve genellikle tek boyutlu bir sanat eseri olarak kabul edilir.	Enstalasyon ise mekanın boyutları, dokusu ve çevresi ile birlikte düşünülerek tasarlanır ve ziyaretçilerin mekana entegre bir şekilde katılmalarına olanak tanır.
Kitsch, genellikle ucuz ve çabuk tüketilen bir sanat formudur ve daha çok kitlelere hitap eder.	Enstalasyon ise daha ziyade seçkin bir izleyici kitlesine hitap eder ve daha derin bir anlam taşır.
Kitsch, estetik ve duygusal değerleri yok sayarak popüler eğilimleri takip eder.	Enstalasyon ise, duygu ve düşüncelerin ifade edildiği, çevresel ve interaktif bir sanat formudur.

“...Hareketlerimiz ve bedenlerimiz çevreyle durmaksızın etkileşim içerisinde; evren ve kendilik birbirine kesintisiz bilgi sağlar ve birbirini tanımlar. Bedene ilişkin algı ile evrene ilişkin imge tek bir sürekliliğe dönüşür; mekândaki yerinden ayrı bir beden yoktur, algılayan kendiliğin bilinçdışı imgesiyle bağlantılı olmayan bir mekân yoktur.” [Pallasmaa, 2020].

Gündelik hayat pratikleri; teknolojik cihazlarının yardımıyla, çok sık bulunduğunuz yerler, yaşam tarzlarınız, davranışlarınız ve düşünceleriniz sayesinde durmaksızın dönüştüğü için, modern reklam ve dekorasyonun en büyük temalarından biri için moda ilham kaynağı olmaktadır. Çevremizde gördüğümüzde kaçamadığımız görüntüler aslında toplumsal olarak estetik beğenilerimizi başka bir deyişle tercihlerimizi yansıtmaktadır. Sosyokültürel yapının sahip olduğu estetik yargılar bir taraftan sanatçı ve ürününe etki ederken bir diğer taraftan da alıcının beğeni

koşullarını oluşturmaktadır. Bu tanımlamadan yola çıkarak tüketiminin post-modernitenin bir ayağı olduğu fikriyle kitsch kitlesel tüketim üzerinde doğrudan etkisi olan tasarım, endüstriyel üretimin önemli bir ayağı olarak kabul görmektedir. Bir tür hedonizm, hatta nostalji ve ait olma ihtiyacı olarak duygusal güvenliğin bir yolu haline gelmektedir [Călinescu,1987]

3.1. Kitsch Kavramı

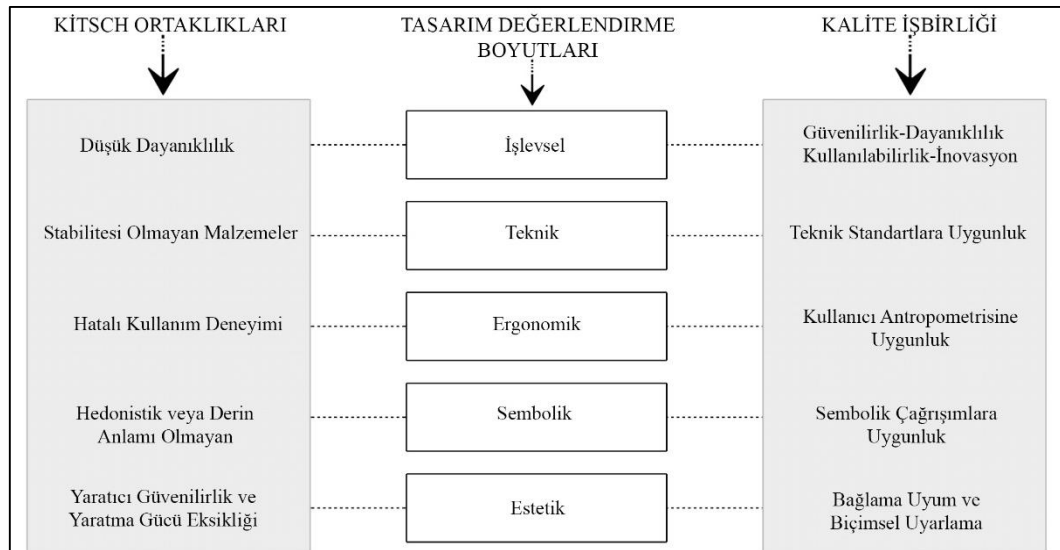
Kitsch genellikle muğlaklıkla çevrilidir ve her zaman tam olarak farkında olunan bir durum değildir, ancak bir ürün kitsch olarak etiketlendiğinde olumsuz yönlerle ilişkilendirileceği genel olarak geçerli bir gerçek olarak kabul görmektedir. Kesin bir tanım belirtmek oldukça karmaşık olmakla birlikte kitsch genellikle kötü zevk [Stewart, 2015], bir tür aşağılama [Emmer, 1998] ve kabul edilen sembollere saygısızlık [Ward,1991], bağlamdan çıkarılabilecek semboller ile ilişkilendirilmektedir. Her ne kadar bir yenilik konsepti olmasa da, kitsch çokça tartışılan bir konu ve karmaşık bir fenomendir [Kjellman-Chapin, 2013].

Oxford Mimarlık Sözlüğünde [Steven, Wilson,2021], 1860'larda ve 1870'lerde Münih'teki sanat çevrelerinde kullanılmaya başlanıldığı öngörülmektedir. Almanca kökenli olduğu varsayılan kavramın ilk etimolojik tanımı ise ucuz sanatı belirtmek için; alaycı bir şekilde duygusal, kalitesiz, bayağı ve zevksiz olan her şey olarak tanımlanmaktadır[Stewart, 2015]. Oxford Estetik Sözlüğünde [Kelly,1998] ise; kitsch bir başka etimolojik hipoteze göre, Alman sözlüklerinden alınan bilgi ile İngilizceden türetilmiş eskiz anlamına gelen bir kelime olduğu söylenmektedir. Aynı zamanda kavram Fransızcaya “göz alıcı sanat” anlamına gelen *acotille art tape-à-l'oeil* şeklinde çevrilmiştir. Son olarak ise, Türk Dil Kurumu’na ait Güzel Sanatlar Sözlüğünde ise kitsch kavramı için, “özenti ürün” tanımı verilmektedir.

"Kitsch", sanatsal veya estetik değeri olmayan, genellikle abartılı veya aşırı süslü olarak tasarlanmış nesnelere, sanat eserlerine veya tasarımlara verilen bir isimdir. Kitsch, genellikle aşırı duygusallık veya nostalji teması, parlak renkler, parıltılı malzemeler ve abartılı süslemeler gibi özellikleriyle tanınmaktadır. Kitsch, sıklıkla kitlesel olarak üretilen nesneler ve popüler kültürle ilişkilendirilir ve geniş bir izleyici kitlesine hitap eder. Kitsch, popüler bir sanat formu olarak kabul edilebilirken, eleştirmenler tarafından sıklıkla içeriksiz veya orijinallikten yoksun olarak

değerlendirilmektedir. Kitsch genellikle alt sınıflarla ilişkilendirilmektedir. Bunun sebebi sıklıkla kitlesel olarak üretilen nesnelerin birer taklitini ürettiği düşüncesidir. Aynı zamanda kitlelerin ekonomik - sosyal bağlamın normalde erişim sağlayamayacağı kutsanmış sembolizm nesnelerine erişme ihtiyacı olarak kabul edilmektedir. Algılanan değer, yalnızca kitsch ile ilişkilendirmeye değil, tam tersi bir etkisi olan müşterilerin bir ürünü nasıl algıladığıyla da yansıtılabilmektedir [Vantamay, 2008]. Çoğu zaman kitsch, hediyeelik eşya olarak turist tüketimine yönelik sözde sanat veya zanaat ürünlerinde vurgulanmaktadır. Bu ürünler, daha düşük kaliteli ve basit olduğundan dolayı fazla talep edilmekte bu sebeple seri üretim de sıkça yer verilmeye başlanılmaktadır. Bu noktadan sonra, kavram sonunda endüstriyel olarak üretilen tüketim mallarında bile kullanılmaktadır. Ürünün algılanan değerinin temel bileşeni fiyatıyla temsil edilmektedir, ancak bu çalışmanın amacı, ürünle, özellikleriyle ve birbirleriyle nasıl ilişkilendikleri açısından doğrudan ilişkili olan içsel, duysal bileşenleri keşfetmektir. Kaliteyle genel olarak ilişkilendirilen bileşenleri ve algılanan kaliteyi dikkate alarak, tasarım değerlendirme boyutları Tablo 3.3'te ilişkilendirilmiştir. Bu nedenle, analizin amacı, iki kategoriyle ilişkili olan ve tasarımını etkileyebilecek unsurları belirlemektir. Bu unsurların doğrudan birbirleriyle bağlantılı olmadığı, daha da önemlisi birbirlerine karşıt kavramlarla tanımlanmış oldukları vurgulanmaktadır.

Tablo 3.3: Tasarım değerlendirme boyutları açısından kitsch ve kalite arasındaki ilişki.



Zevksizliği ifade etmek için kullanılan kavram, bugün ilk etapta onu tüketen, izleyen, dinleyen, okuyan, seyreden kişilerde bir estetik etki yaratan fakat bir sanat kapsamında değerlendirmesi mümkün olmayan nesneleri ifade etmek için kullanılmaktadır. Öyle ki, bir nesne kitsch olarak etiketlendiğinde olumsuz yönlerle ilişkilendirileceği genel olarak kabul gören bir gerçekliktir. Fakat bu kadar dönemsiz bir kavram için kesin bir tanım belirtmek oldukça karmaşık olabilir, ancak kitsch genellikle kötü zevkle, kabul edilen sembollerin, bağlamdan çıkarılabilen ve tamamen farklı bir varış noktası tarafından tanımlanan toplu ürünlerde grafik olarak yeniden üretilebilen sembollerin aşağılanması ve kutsallığına saygısızlıkla ilişkilendirilmektedir. Bu kadar olumsuz tanımlamalar ile çevrili olmasına rağmen kitsch:

- Eğer gerçekten değersiz ve kötüyü niteleyen bir üretimse, neden bireylere çekici gelmekte ve talep edilmektedir?

Tablo 3.4: Kitsch değerlendirme kriterleri.

	KİTSCH	
1	Duygusal Yükleme	Kitsch, sıklıkla aşırı duygusallık veya nostalji yüküdür.
2	Estetik Kalite	Kitsch, genellikle estetik kaliteden yoksun veya çok düşük kalitede malzemelerden yapılmıştır.
3	Abartılı Süslemeler	Kitsch, sıklıkla abartılı süslemelere sahiptir ve gösterişli tasarımlar kullanır.
4	Popüler Kültür	Kitsch, genellikle popüler kültürle ilgilidir ve kitle pazarlaması için tasarlanmıştır.
5	Tek Boyutlu	Kitsch, genellikle tek boyutlu olarak kabul edilir ve yüzeysel bir anlama sahiptir.
6	Yapaylık	Kitsch, doğal veya gerçekçi olmayan bunları taklit eden bir görünüme sahip olabilir.
7	Özgünlük	Kitsch, sıklıkla orijinal veya yaratıcı değildir ve diğer eserlerden kopya edilmiş gibi görünebilir.

Kitsch genellikle aşırı duygusal yükleme, düşük estetik kalite, abartılı süslemeler, popüler kültür teması, tek boyutlu veya yüzeysel anlam, yapaylık ve orijinallik eksikliği ile karakterize edilmektedir. Tablo 3.4'teki tabloda, kitsch değerlendirme kriterleri açıklanmaktadır. Bu kriterler, bir nesnenin veya eserin kitsch olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğini belirlemek için kullanılabilir. Kitsch, nesneler dünyasını insana yaklaştırmaktadır. Nesnelerin, seyircilerde uyandıracak tepkiler üzerinde dikkatini toplar ve bunları onun varlık nedeni gibi görmektedir. Hem rüyalarda (hayallerde) hem de bazı sanatçıların söz ve imgelerinde, eski biçimlerin tüm özünü kendi içinde barındırmaktadır.

"Avangardın olduğu yerde genellikle bir artçı da buluruz. Avangardın girişiyle eş zamanlı olarak, endüstriyel Batı'da ikinci bir yeni kültürel olgu ortaya çıktı: Almanların harika Kitsch adını verdiği şey... Kitsch dolaylı deneyim ve sahte duyumlardır. Kitsch üsluba bağlı bir dönüşüm geçirse bile hep aynı kalır. Kitsch, müşterilerinden paraları dışında hiçbir şey talep etmiyormuş gibi davranır - zamanları bile" [Greenberg,1961].

Sanat eleştirmeni Clement Greenberg, Parisian Review dergisinde 1939 yılında yayımlanan "Avangard ve Kitsch" adlı makalesinde kitsch ve sanatı birbirine karşıt iki kavram olarak ele almaktadır.

"Kitsch mekaniktir. Formüllere dayanmaktadır. Kitsch zamanımızda sahte olan bütün nesnelerin özüdür. Kitsch alıcılarından maddi şeyler dışında başka hiçbir şey talep etmemektedir. Bireylerin zamanları da buna dâhildir [Greenberg, 1939]"

Greenberg'in bu makalesindeki değerlendirmesinden sonra kitschin, estetik anlamda modernizme karşıt kullanımı yaygınlaşmaya başlamaktadır. Kitsch, modernizmin neden olduğu değişim korkularına ve kronolojik zamanın kırılmasına karşı bir tepki olarak değerlendirilmektedir. Sonrasında kitsch, barok, gotik ve rokokonun çağdaş biçimi olarak değerlendirilmeye başlanılmaktadır.

Kitsch'in çekiciliği, "imkânsız ya da uyumsuz olanı mantıksız bir şekilde kabul etmeye teşvik etmesindedir." [Brown, 1977].

Kitsch estetiği genellikle nostaljik duygusallığı, güven veren aşinalığı ve popüler kültürü birleştiren kültürel mirası ticarileştirme ve teşvik etme girişimlerini karakterize etmektedir [Atkinson, 2007]. Kitsch estetiğinin damgasını vurduğu noktalarda, gündelik hayat pratikleri ve toplumsal bellek, devamlı olarak gündelik mekânların kimliğini inşa etmekte ve yeniden şekillendirmektedir [Atkinson 2007]. Pek çok olumsuz çağrışımla çevrili olmasına rağmen, kitsch sebat etmeye devam etmektedir. Buna karşılık masum bir neşe ve günlük sorumluluklardan bir mola olarak görüldüğü için çeşitli nedenlerle çekiciliği haklı çıkmaktadır. Kitsch'in sahteliği ne kadar çok inandırılırsa, gizlediği görünen gerçek o kadar fazla sürdürülür ve bir anlamda gelenek veya köken gibi türsel isimler altında fazla değer verilmektedir. Gündelik hayat pratiklerinde, inkâr edilmesi mümkün olmayan ve kendi olağan akışında kurgulanan mekânsal etkileşim, çevre ve insan ilişkilerini düşünülen çok daha fazla etkilemektedir. Kentsel mekânın barındırdığı katmanlı ve karışık bilgiye ulaşmayı sağlayan mekânsal arayüzler, enstalasyonlar ise deneysel niteliğe sahip enstatif

gündelik kent mekânlarıdır. Kitsch nesnelerinin alanının direniş ve kendini ifade etme potansiyeline sahip olduğunu ima ederek, kitsch nesnesinin “kendiliğinden” bir kültürel üretim olarak kültür endüstrisi sisteminden bir çıkış yolu olup olmadığı sorulabilmektedir. Yoksa bu, sistemin değiştirilebileceği yanılsamasını yaratan dinamiklerden biri midir? Kültür endüstrisinin veya piyasa ekonomisinin farklılık yaratmaya ve satmaya dayalı herhangi bir mekanizmasının bunu yapmakta tam olarak başarılı olmadığını iddia etmek yerinde olur gibi çeşitli başkalarını da beraberinde getirmektedir. İnsanlar eskisinden daha standart hale gelmiş olabilir, ancak istendiği kadar da olmayabilirler. Benzer şekilde, kültürel üretimi ve tüketimi aynı sistemin hizmetkârına kolayca indirgemek daha da zorlaşıyor. Ruhu olmayan sözde ürünün normlarını “kıran” nesneler vardır. Böylece kitsch nesneler ve mekanlar ve Lukas'ın [1997] "göze çarpmayan tüketim" olarak tanımladığı nesne türleri, "şeylere karşı sevgisiz bir umursamazlık" yaşayan metropol kent sakinleri için giderek daha çekici hale gelmektedir” [Adorno 1998]. Kitsch, "temel eşyaları aşma ve daha yüzeysel olanlarda dinlenme, birikim ve kamuflej yoluyla hayali bir manzara yaratma ve hayatın sürekli hareketini geçiren bir fantezi kılığına girerek kristalize etme yeteneği" olarak kabul edilmektedir [Olalquiaga, 1993]. Aynı zamanda sıklıkla “kitle kültürü” kavramıyla özdeşleştirilmektedir [Timur,2004]. Jean Baudrillard (1998) kitsch kavramını bir nesne türünden çok kültüre ilişkin bir kategori olarak gerçek dışı olanla, taklit ve simülasyon ile özdeşleştirmektedir. Bu noktadaki gerçek dışı olan daha ziyade, Baudrillard tarafından yeniden tanımlanan, yüksek gerçek-gerçeküstü “hyperreal”(Jacques Lacan'dan ödünç alınan bir terim) kavramına referans vermektedir. Gerçeküstü aslında gerçek olmayan değil, olduğu gerçeklikten daha fazla gerçek olanı nitelendirmektedir. Baudrillard’a [1981] göre tasarlanmış ve üretilmiş nesne aslında özünde “gerçek” diye ifade edilen bir mimesise referans etmektedir. Bu tanımlamadan yola çıkarak, kitsch doğanın benliğinin sunulduğu, temsiliinin bulunduğu yerlerde de varlık gösterebilmektedir. Kitsch bu noktada taklit ettiği gerçek doğanın gerçek üstü hali olmaktadır. Sıradan basit nesnelerin, sürekli ve her gün kullandığımız araç-gereçlerin, standart üretilen ürünlerin, taklit ve bayağı olan sözde sanat eserinin, anlamları; kendi öz bağlamlarından farklı bağlamlar içerisinde ya da küçük değişiklikler yapılarak kullanıldıklarında ve yorumlandıklarında, özlerinde bulunan dönüşebilen, devingen, canlı yaşamın anlam kazandığı ve ortaya çıktığı görülmektedir. Tasarımcılar, sentezlenmiş ya da bütünleşik olmasına bakmadan tüm farklı kodları aynı nesne üzerinde üst üste kullanmakta ve uygulamakta cömert

davranmaktadırlar. Yani kitsch; anlam, çağrışım ve artı değerlerle oynamak için özgür bir arenadır. Küreselleşen ve hızı sürekli artan dünyanın bu yeni mekânsal oluşumlarını, süpermodernite çağına özgü mekân tipolojilerini Fransız Antropolog Augé [1995], “Yok Mekân” olarak adlandırmaktadır. Yok-mekânlar yirmibirinci yüzyılda insanlarda gelişen dünya algısını pekiştiren mekânlardır ve temsil ettikleri anlamlar, tüketim ve eğlence yapılarını içeren, çağın bilindik tanımlamaları ile tarif edilmekte; aidiyetsizlik, yersizleşme, tüketim, haz, tatmin, geçicilik, kimliksizlik gibi tanımlamalar bu mekânlara hâkim kılınmaktadır. Auge'nin "yer olmayanlar" olarak adlandırdığı, süpermodernite ve onun çağdaş uzamsal üretim pratikleri tarafından yaratılan kendine özgü uzamlar dizisiyle ilgilidir. Yok-yerler, aktörlerin anonim bireyler olarak içinden geçtiği, ancak herhangi bir mahrem anlamda ilişki/özdeşlik kurmadığı geçici yerleri ifade etmektedir. Havaalanı terminalleri, marketler, sinema salonları ve alışveriş merkezleri bu tanıma karşılık gelen örneklerdir. Bedenin kalıntıları, hareketleri bu mekânlarda birikmemektedir. Bir yer ilişkisel, tarihsel ve kimlikle ilgili olarak tanımlanabiliyorsa, o zaman ilişkisel, tarihsel ve kimlikle ilgili olarak tanımlanamayan bir mekân, yok-yer olmaktadır [Auge,1995]. Kitsch, genellikle işlevsellikten yoksun veya işlevleri belirgin bir oyun karakteriyle gölgelenen ürünlerle ilişkilendirilmektedir. Tasarımcının tasarımını sunmak için kullandığı sahne tasarımları, mekân tercihleri, bağlamdan çıkarılabilen semboller de ürünün sergilendiği arkasında çok fazla duygu ve düşüncenin barındığı birer oyuna referans verebilmektedir. Kitsch ürünlerin sunduğu oyun fikri, duygu-durum odaklı tasarımın birer parçası olarak analiz edilebilmektedir. Kitsch ürünlerin önerdiği atmosfer bir kırılma yaratmaktadır. Paradoksal olarak kırılma aynı zamanda rutinin sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Ürünler aracılığıyla gösterilen yüksek teatrallik zaman döngüsünün devam etmesini sağlamaktadır. Bu döngü beğeni yargısının ortaya çıkışını sağlamaktadır. Kant [2001] beğeni yargısını, özneye ait ve mantıksal bir yargı olarak tanımlamaktadır. Beğeni yargısının bireyde temellendirildiğini ve bireydeki hoşlanma duygusuna “arzu yetisine” referans verdiğini belirtmektedir. Özetle beğeni yargısı hoşlanma ya da hoşlanmama, haz alma duygusu ile ilişkilidir. Ürünün algılanan değerinin temel bileşeni, fiyatı ile temsil edilmektedir ancak ürün, özellikleri ve kullanım şekli ile doğrudan ilişkili olan içsel bileşenleri keşfetmektir. Nitelikler olarak kabul edilirler ve iç içe geçmektedirler.

4. METODOLOJİ

Örnek olay incelemesi (Case Study), belirli bir zaman ve mekânla sınırlı olan ve iyi tanımlanmış bir varlık, olay, durum ya da konunun çeşitli veri toplama yöntemlerinin birlikte kullanılmasıyla ayrıntılı bir şekilde araştırılmasıdır [Bogdan and Biklen, 1998; McMillan, 2004]. Bu yöntemde, bir sistemin doğal ortamında nasıl anlaşılabilirliği üzerine odaklanılmaktadır [Jaeger, 1988]. Örnek olay incelemesi gerçek yaşamın dinamiklerini fark etmeye ve uygulamalı bilgileri belirli bir durumla ilişkilendirmeye olanak sağlamaktadır. Böylece eleştirel düşünme becerisi geliştirerek bir olaya farklı açılardan bakmayı kolaylaştırmaktadır. Örnek olay çalışmasında, bir durumla ilgili etkenler olan kişiler, olaylar, süreçler, fenomenler ve ortam bütünsel bir yaklaşımla seçilen bir vaka üzerinden derinlikli olarak incelenmektedir. Bu etkenlerin hem ilgili durumu nasıl şekillendirdikleri hem de bu durumdan nasıl etkilendikleri analiz edilmektedir [Kuzu, 2013]. Bu nedenle nitel bir araştırma modelidir. Nitel araştırmalarda, sosyal olgular bağlı bulundukları ortama ve o zamanın koşullarına göre biçimlenmektedir. Bu yüzden araştırma sonuçları da sadece bu ortam içinde anlam kazanmakta ve ifade bulmaktadır. Bu sebeple başka ortamda ve zamanda doğrudan genelleme yapmak güçtür. İncelenen olay kendi bağlamı içinde değerlendirilmeli ve elde edilen bulgular da bağlamdan soyutlanarak yorumlanmamalıdır. Öne sürülen hipotezlerin, örnek olay incelemesiyle elde edilen verilerle ve bunların kuramsal çerçeveye uygun olarak değerlendirilmesiyle elde edilen sonuçlarla irdelenmesi gerekmektedir. Kuramsal çerçeve bağlamında beden ve mekân arasındaki ilişkinin sanat eserleri üzerinden ortaya konularak; kitsch, post modern söylemler ve enstatif mekân tasarımları üzerinden incelenmesi ve bulguların yorumlanması teze özgünlük katmaktadır. Bu nedenle çalışma kapsamında beden ve mekân ilişkisinin tasarım açısından önemini incelemek ve buna örnek oluşturmak amacıyla örnek olay incelemesi yapılması uygun görülmüştür. Bu doğrultuda tez yöntem olarak örneklerin kavramsal çerçevesini bütünsel bir yaklaşımla incelenmesini benimsemiştir. Aynı zamanda çalışma kapsamında mekân ve beden ile kesintisiz duyarlı ilişkiyi içeren enstatif bir temsil üreten 21. yy defile mekânlarını kitsch ve post-modern söylemler üzerinden ele alınmaktadır. Çalışma ilk adımda bazı sorulara yanıt aramak üzere literatür taramasından başlamaktadır. Bu sorular:

- Kavram mı nesneyi, nesne mi kavramı yaratır?
- Bedenin ve zihnin aynı anda farklı yerde olma istekleri, mekândaki bedenin sınırları aşarak zihnen farklı bir yerde olması, şimdiyi yaşarken geçmiş veya gelecekte olması bizi zamansızlığa, zaman ötesi bir duruma ulaştırır mı?
- Yaşantımızda bulduğumuz temsiller için salt mekâna ihtiyaç var mıdır? Bu kapsamda insan bedeni mekânlaşabilir mi?
- İnsanın hayatı boyunca ürettiği her şey aynı nesnenin farklı temsillerini mi içermektedir?

Bu doğrultuda tez genel strüktür olarak beş adımda gerçekleşmektedir (Şekil 1.2). İlk iki adımda literatür üzerinden mekân-beden kavramlarının ele alınarak, ikisinin ayrılmaz birlikteliği üzerinde durulmaktadır. Mekânın varlığı bedenin varlığına bağlıdır ve bedenin varlığı da mekânın varlığına bağlıdır. Beden mekânda hareket ederken mekân da bedenin hareketlerine göre şekillenmektedir. Bu nedenle mekân ve beden arasındaki ilişki dinamik ve sürekli etkileşim halindedir. Bu ilişki sayesinde mekânın deneyimlenmesi ve anlamlandırılması mümkün olmaktadır. Bu kavramlar ekseninde mekân, içerisinde birçok anlam bulunduran, bulundurduğu anlamlarını tümünü aynı anda ortaya koymayan, bedenin katılımı ile birlikte anlamların belirginleştiği ve bireyin kendi anlamını ortaya koyduğu bir düzendir. Çalışmada mekânın performans olgusunu besleyecek şekilde sonsuz olasılıklarının yeni bir oluşuma dönüşerek yorumlanması ve deneyimlenmesi çalışmanın örnekleminin enstatif mekânlara yönelmesini sağlamaktadır. Böylece mekânın bedenle ilişkisi ve deneyimle kurulan yapısı da incelenecektir. Bedenin ele alınışı ise, bulunduğu yerle bağlamsal ilişkisini kaybetmemiş bir fiziksel ve zihinsel bütünlük perspektifinden olacaktır. Mekân ve beden arasındaki ilişki tanımının morfolojik bir manadan öteye giderek, mekânla birlikte anlaşılmaya çalışılması postmodernizmin bir ürünü olarak değerlendirilebilmektedir. Bu yaklaşım mekânın, bedenle olan ilişkisi ve deneyimle kurulan yapısı kültürel ve tarihsel bağlamda da ele alınmaktadır. Bu eğilimler doğrultusunda üçüncü adımda, seçilen örnekler post modern dönemi içerisine alan 2000 sonrası milenyum çağından seçilmektedir. Postmodernizm, mekânı sadece bir fiziksel alan olarak değil, aynı zamanda kültürel ve tarihsel bir bağlamda ele almaktadır. Bu yaklaşım, mekânın bedenle olan ilişkisini yeniden tanımlamaktadır. Post modern dönemde mekân ve beden arasındaki ilişki, bedenin mekânla olan

ilişkinini yeniden tanımlayan birçok sanat eseriyle ifade edilmiştir. Sanatçılar, bedenın mekânla olan ilişkinini sorgulamak için enstalasyonlardan faydalanmışlardır. Bu enstalasyonlar, bedenın mekânla olan ilişkinini yeniden tanımlayan birçok farklı unsuru içermektedir. Bu doğrultuda tezde; mekân, beden işbirliği enstatatif değere sahip, kitsch söylem üreten defile mekânları ve modacıların tasarımları ve yorumları üzerinden temsil bulmaktadır. Bu doğrultuda mimarlık arakesitinde moda ve mekân okuması üzerine Rem Koolhaas ve Prada işbirliği mekânın enstatatif karakterini kullanan tasarımcılar özelinde irdelenmektedir. Koolhaas'ın Prada için tasarladığı setlerdeki farklı malzemelerin, farklı renklerin, farklı formların bir arada kullanımı postmodernizm bağlamında ele alınmaktadır. Post modern dönem aynı zamanda sanal mekânları da beraberinde getirmektedir. Dijital teknolojiler sayesinde moda tasarımcıları defilelerini sanal ortamda gerçekleştirebilmektedir. Böylece tasarımcılar post-dijital söylemleri koleksiyonlarına ve set tasarımlarına entegre edebilmektedir. Bu söylemi desteklemek adına Moschino'nun pandemi döneminde sanal ortamda bedeni alt üst ederek gerçekleştirdiği defile şovu ve Iris Van Herpen'in 3D yazıcılar ile ürettiği koleksiyonlara yer verilmektedir. Mekânın yapısal özelliklerinin yanı sıra, mekânın sosyal ve kültürel anlamlarını da ele alınmaktadır. Bu nedenle, post-yapısalcılık, mekânın sadece fiziksel özelliklerine değil, aynı zamanda mekânın sosyal ve kültürel anlamlarına da odaklanmaktadır. Moda endüstrisi de mekânın sosyal ve kültürel anlamlarını kullanarak tasarımlarını oluşturmaktadır. Son olarak örneklem moda arakesitinde mekân okuması yapmak üzere seçilmiştir. Bu doğrultuda moda nesnesini, mimari objeye dönüştüren Hüseyin Çağlayan'ın 2000 yılında ki koleksiyonuna ve Chanel'in ikonikleşmiş defile şovlarına yer verilmiştir. Seçilen kavramlar ve örnekler doğrultusunda, postmodernizm, modernizmin aşkınlık iddialarının yerini nesnelerin dünya üzerinde değişmez pozisyonlarının olmadığı düşüncesine bıraktığı bir dönemdir. Bu süreçte mekân düşüncesinin de dönüştüğü ve ait olduğu kültürün özelliklerine göre şekillendiği görülmektedir. Beden algısı da postmodernizmle birlikte değişmektedir. Beden artık bir nesne olarak değil, bir araç olarak görülmektedir.

5. KİTSCH, MODA ve ENSTALASYON KAVRAMLARININ ÖRNEK OLAYLAR ÜZERİNDEN TARTIŞILMASI

Tablo 5.1: Defile mekânları ve değerlendirme kriterleri arasındaki ilişki.

	ENSTATATİF MEKANA AİT PARAMETRELER					POST DÖNEME AİT PARAMETRELER					KİTSCH PARAMETRELERİ				
	DUYUSAL DENEYİM	SEMBOİLİK	EŞİZLİK	TEMA	ETKİLEŞİM	EKLEKTİZM	İKONİK TASARIMLAR	DENEYSELLİK	GEOMETRİK ŞEKİLLER VE DESENLER	SANAL MEKANLAR	İRÖNİ	ABARTI	TAKLİT	NOSTALJİ	ÖZGÜNLÜK
PRADA-REM KOOLHAAS SONBAHAR KIŞ 2021 ERKEK GİYİM KOLEKSİYONU	+	-	+	+	+	+	-	+	+	-	-	+	-	-	+
PRADA-REM KOOLHAAS SONBAHAR KIŞ 2010 KOLEKSİYONU	+	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	-	+
MOSCHINO İLKBAHAR YAZ 2021 KOLEKSİYONU(KUKLA DEFİLESİ)	-	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+
İRIS VAN HERPEN SONBAHAR KIŞ 2018 SYNTOPİA KOLEKSİYONU	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-	-	+	+	-	+
İRIS VAN HERPEN SONBAHAR KIŞ 2019 HYPNOSİS KOLEKSİYONU	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-	-	+	+	-	+
HÜSEYİN ÇAĞLAYAN SONBAHAR KIŞ 2000 KOLEKSİYONU	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
CHANEL İLKBAHAR YAZ 2018 KOLEKSİYONU	+	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	-	+
CHANEL SONBAHAR KIŞ 2014 KOLEKSİYONU	+	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	-	+

Tablo 5.1 [Kökçen, S.] de görülen değerlendirme kriterleri alt başlıklarda yer verilen örneklerin bir tür özet analizini içermektedir. Mekânın enstatatif karakterini kullanan tasarımlar adı altında ele alınan, Prada sonbahar Kış 2021 erkek giyim koleksiyonu; duyuşal deneyim, etkileşim, tematik ve koleksiyona özel olması sebebi ile enstalasyon sanatının özelliklerini taşımaktadır. Sanat eseri, mekânın bir parçası haline gelir ve mekânın atmosferini değiştirir. Prada Sonbahar Kış 2021 erkek giyim koleksiyonu da enstatatif özelliklere sahip bir koleksiyondur. Defilede kullanılan mekân, Prada'nın Milano'daki merkez binasıdır. Mekânın mimari yapısı, defilenin konseptiyle uyumlu bir şekilde tasarlanmıştır. Defiledeki modeller, mekânın farklı bölümlerinde yer alan kameralar aracılığıyla izleyicilere ulaşmıştır. Sanatın popüler kültürle karıştığı, ironik, alaycı ve sorgulayıcı bir kitschlik yansıtmaktadır. Post modern dönemin sanatçıları, geleneksel sanat kurallarını yıkarak, kendi tarzlarını yaratmışlardır. Prada Sonbahar Kış 2021 erkek giyim koleksiyonu da bu dönemin etkilerini taşımaktadır. Örneğin, koleksiyonda yer alan paçalı donlar, geleneksel erkek giyimine meydan okuyan, ironik ve alaycı bir seçimdir. Ayrıca koleksiyonda kullanılan renkler, desenler ve malzemeler de popüler kültürün izlerini taşımaktadır. Prada Sonbahar Kış 2010 erkek giyim koleksiyonunu, Miuccia Prada'nın hazırladığı bir koleksiyon olarak değerlendirebiliriz. Koleksiyon, minimalizm, retro ve maskülenlik temalarını bir araya getirmektedir. Kitsch, sanatın popüler kültürle karıştığı, ucuz ve kalitesiz bir estetik anlayışını ifade etmektedir. Post modern dönem ise sanatın geleneksel kurallarını yıkan, çeşitlilik ve farklılık arayan bir dönemdir. Prada Sonbahar Kış 2010 erkek giyim koleksiyonu, bu dönemin etkilerini taşımaktadır. Örneğin, koleksiyonda yer alan kırmızı kadife ceketler, retro ve kitsch bir görünüm sunmaktadır. Ayrıca koleksiyonda kullanılan renkler, desenler ve aksesuarlar da post modern dönemin çeşitliliğini yansıtmaktadır. Enstatatif özellikler ise sanat eserinin mekânla ilişkisini ifade etmektedir. Sanat eseri, mekânın bir parçası haline gelir ve mekânın atmosferini değiştirmektedir. Prada Sonbahar Kış 2010 erkek giyim koleksiyonu da enstatatif özelliklere sahip bir koleksiyondur. Koleksiyonun sunulduğu mekân olan Fondazione Prada, çok işlevli bir sanat alanıdır. AMO tarafından tasarlanan mekân, kamusal alanın soyut enerjisini görünür kılan hayali piazzaların sahnesine dönüştürülmüştür. Koleksiyonun parçaları da bu mekânla uyumlu bir şekilde tasarlanmıştır. Örneğin, koleksiyonda yer alan siyah deri ceketler,

mekânın endüstriyel havasına uygun bir malzemedir. Ayrıca koleksiyonun renkleri ve desenleri de mekânın geometrik yapısını yansıtmaktadır.

Post-Dijital dönemde moda ve mekân tasarımı başlığı altında incelenecek olan; Moschino İlkbahar Yaz 2021, Koşulsuz İpler Koleksiyonunda yer alan kukla konsepti, moda dünyasına ironik ve alaycı bir bakış sunmaktadır. . Defiledeki modeller, mekânın içinde yer alan kukla tiyatrosu sahnesinde yürümüşlerdir. Defiledeki kıyafetler, mekânın renkleri ve dokularıyla uyumsuz olarak abartılı ve gösterişli bir tarzda tasarlanmıştır. Defiledeki müzik ise, mekanın romantik ve nostaljik havasını ironize eden popüler ve eğlenceli bir tarzda seçilmiştir. Defilede izleyiciler de kukla tiyatrosu seyrederek gibi defileyi izlemişlerdir. Defiledeki tüm unsurlar, alaycı ve zevksiz bir kitsch sanatı örneği oluşturmuştur. Moschino İlkbahar Yaz 2021, Koşulsuz İpler Koleksiyonu enstalatif özelliklere sahip ikonik, sembolik, ironi ve taklittin olduğu bir koleksiyondur. Koleksiyon post-dijital döneme uygun olarak pandemi döneminde sanal ortamda gerçekleştirilmiştir. Iris Van Herpen, Sonbahar Kış 2018, SYNTOPIA koleksiyonunda kullanılan mekân, Paris'teki L'Oratoire du Louvre Kilisesi'dir. Koleksiyonun adı Syntopia, biyolojinin teknoloji ile birleşmesini ifade etmektedir. Bu da post modern dönemin bir özelliği olan bir tür eklektizm, sınırların aşılması ve farklı disiplinlerin karıştırılması ile uyumludur. Mekânın tarihi ve dini yapısı, defilenin konseptiyle uyumlu bir şekilde kullanılmıştır. Defiledeki kıyafetler, mekânın gotik mimarisine uygun olarak organik ve geometrik formlarda tasarlanmıştır. Defiledeki müzik ise, mekânın mistik ve ruhani havasını yansıtan deneysel ve atmosferik bir tarzda seçilmiştir. Enstalatif özellikler ise sanat eserlerinin mekâna göre şekillenmesi ve izleyici ile etkileşimi anlamına gelmektedir. Iris Van Herpen'in koleksiyonu bu özellikleri de göstermektedir, çünkü podyumda Studio Drift'in yarattığı 20 cam kanatlı kinetik bir enstalasyon ile birlikte sunulmuştur. Bu enstalasyon, uçuşun farklı aşamalarını simüle ederken, modellerin hareketleriyle uyum içinde akmaktadır. Böylece koleksiyonun teması olan zamanın yavaşlatılması ve doğanın taklit edilmesi vurgulanmaktadır. Iris Van Herpen, Sonbahar Kış 2019, HYPNOSIS koleksiyonunda kullanılan mekân, Paris'teki L'Oratoire du Louvre Kilisesi'nin farklı bir bölümüdür. Koleksiyonun adı HYPNOSIS, doğanın hipnotik çeşitliliğinden ve ekosistemlerin birbiriyle bağlantısından ilham almaktadır. Bu tematik yaklaşım post modern dönemin bir özelliği olan doğa ve teknoloji arasındaki ilişkiyi sorgulama ve yeni anlamlar üretme ile uyumludur. Mekânın tarihi ve dini yapısı, defilenin

konseptiyle uyumlu bir şekilde kullanılmıştır. Defiledeki modeller, mekânın ortasında yer alan devasa bir heykelin etrafında yürümüşlerdir. Defiledeki kıyafetler, mekânın gotik mimarisine uygun olarak akışkan ve dalgalı formlarda tasarlanmıştır. Defiledeki müzik ise, mekânın mistik ve ruhani havasını yansıtan deneysel ve atmosferik bir tarzda seçilmiştir. Iris Van Herpen'in koleksiyonu mekân beden etkileşimi ve ironiyi içinde barındırmaktadır, çünkü podyumda Amerikalı kinetik heykeltıraş Anthony Howe ile işbirliği yapmıştır. Howe'un Omniverse adlı cam kanatlı heykeli, rüzgârın etkisiyle dönerken, genişleme ve daralma hareketleri yapmaktadır. Bu heykel koleksiyonun temasını yansıtırken, modellerin giydiği tasarımlar da kinetik bir etki yaratarak abartının ve deneyselliğin öne çıktığı kitsch bir defile sunmaktadır.

Mekânın post-yapısal okumasını içeren, Hüseyin Çağlayan Sonbahar Kış 2000, Sözlerden Sonra koleksiyonunda kullanılan mekân, Londra'daki Tate Modern Müzesi'dir. Mekânın sanatsal ve kültürel yapısı, defilenin konseptiyle uyumlu bir şekilde kullanılmıştır. Defiledeki modeller, mekânın içinde yer alan devasa bir ekranın önünde yürümüşlerdir. Koleksiyonun adı Sözlerden Sonra, zorunlu göç ve mülteci sorunlarına dikkat çekmektedir. Böylece geçmişte yaşadığı bu durumun bir tür oyunu olan sahne aynı zamanda post modern dönemin bir özelliği olan toplumsal ve siyasi eleştirinin enstatif bir yansımasıdır. Hüseyin Çağlayan'ın koleksiyonunda ki oturma odasındaki eşyalar, modellerin giydiği kıyafetlere dönüşmektedir. Örneğin, sandalye kılıfları elbiselere, masa eteğe, televizyon ekranı çantaya dönüşmektedir. Böylece koleksiyonun teması olan göç ve yer değiştirme deneysel bir biçimde vurgulanmaktadır. Chanel İlkbahar-Yaz 2018 koleksiyonunda kitsch bir yaklaşım görebiliriz, çünkü Chanel'in tasarımları klasik Fransız bahçesi temasını abartılı bir şekilde yansıtmaktadır. Koleksiyonun adı yoktur, ancak Karl Lagerfeld Fransa'da Emmanuel Macron'un başkanlığı ile oluşan iyimser havadan ilham aldığını söylemektedir. Bu da post modern dönemin bir özelliği olan güncel siyasi ve toplumsal olaylara gönderme yapma ile uyumludur. Enstatif özellikler ise sanat eserlerinin mekâna göre şekillenmesi ve izleyici ile etkileşimi anlamına gelmektedir. Chanel'in koleksiyonu bu özellikleri de göstererek, podyumu Grand Palais'i bir Fransız bahçesine dönüştürmüştür. Bu bahçede bir çeşme, kumlu yollar ve gül sarmalı pergolalar bulunmaktadır. Modellerin giydiği tasarımlar da bahçe temasını yansıtmaktadır. Son olarak, Chanel'in Sonbahar-Kış 2014 koleksiyonu da kitsch, post modern dönem ve enstatif özellikler açısından değerlendirebilmektedir. Bu

koleksiyonda kitsch bir yaklaşım görmekteyiz, çünkü Chanel'in tasarımları süpermarket temasını abartılı bir şekilde yansıtmaktadır. Koleksiyonun adı yoktur, ancak Karl Lagerfeld tüketim kültürünü eleştiren ve kutlayan bir spektakül yaratmıştır. Bu da post modern dönemin bir özelliği olan pop kültürüne gönderme yapma ve kitsch parametrelerinden ironi yapma ile uyumludur. Chanel'in koleksiyonu etkileşim, duysal deneyim gibi enstatif özelliklere yer vermektedir, çünkü podyumda Grand Palais'i bir süpermarkete dönüştürmüştür. Bu süpermarkette 100 binin üzerinde ürün vardır ve hepsinin etiketleri Chanel markasıyla yeniden tasarlanarak bir abartı örneği sunmaktadır. Defile bir tür gündelik hayatın taklidini katılımcılara yaşatmaktadır.

5.1. Mekânın Enstatif Karakterini Kullanan Tasarımlar

Mimarlık ve moda tasarımı, insanın barınma ve giyinme ihtiyaçlarından doğan ve zaman içinde estetik, kültürel ve teknolojik faktörlerle şekillenen iki farklı disiplindir. Ancak bu iki disiplin arasında ortak bir başlangıç noktası vardır: insan antropometrisi. İnsan vücudu hem mimari hem de moda tasarımında temel ölçüt olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle mimarlık ve moda tasarımı arasında ölçekler-arası bir ilişki söz konusudur. Ölçekler-arası ilişki, sadece tasarım süreçlerinde değil, aynı zamanda tasarım ürünlerinde ve bunların sergilendiği mekânlarda da görülmektedir. Mimarlık ve moda tasarımı, renk, malzeme, çizgi, form, doku, oran-orantı gibi ortak tasarım öğelerinden beslenmektedir. Bu öğeler sayesinde mimari yapılar ve giysiler arasında benzerlikler veya farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Örneğin Gotik dönem mimarisinin sivri kuleleri, elbiselerde kol detaylarına, ayakkabılarda sivri burunlara veya şapkalara yansırken; Barok dönem mimarisinin abartılı ve gösterişli volanları, drapeleri, kabarıklıkları ve bollukları da giysilerde saçlarda veya şapkalarda kendini göstermektedir. Mimarlık ve moda tasarımı arasındaki ölçekler-arası ilişki, günümüzde de devam etmektedir. Özellikle post dönemde ortaya çıkan yeni akımlar ile tasarımlar farklı boyutlara ulaşmaktadır. Bu akımların etkisiyle mimari yapılar ve giysiler arasında yeni estetik olasılıklar ve yeni ürün semantikleri geliştirilmektedir. Postmodern dönemdeki bazı tasarımlar ve akımlar, kitsch öğeleri kullanarak bilinçli bir şekilde estetik sınırları zorlamakta ve alışılmışın dışına çıkmaktadır. Bazı mimari yapılar veya giysilerde kitsch öğeler; abartılı formlar, canlı renkler, karmaşık desenler veya sembolik görsel unsurlar olarak yer bulmaktadır. Tercih edilen bu tasarım biçimi,

geleneksel estetik normlardan sapma veya ironi yaratma amacı taşımaktadır. Sonuç olarak mimarlık ve moda tasarımı arasındaki ölçekler-arası ilişki, disiplinler-arası bir tasarım düşüncesine yol açmaktadır. Bu düşünce sayesinde mimari ve moda tasarımı birbirini besleyen, ilham veren ve üretken kılan bir arayüz haline gelmektedir. Mimarlık arayüzünden moda tartışması, mimarlık ve moda arasındaki etkileşimi inceleyen bir tartışma alanıdır. Bu tartışmanın önde gelen isimlerinden biri, Rem Koolhaas' tır. Koolhaas, moda endüstrisi ve mimarlık arasındaki benzerlikleri vurgulamış ve şehirleşme sürecindeki mimarlık pratiğinin moda endüstrisi ile benzerlikler taşıdığını öne sürmüştür [Koolhaas, 1978]. Ayrıca, Koolhaas, Prada için tasarladığı merkezi ofis binaları gibi moda markaları ile işbirliği yaparak, moda ve mimarlık arasındaki etkileşime öncülük etmektedir. Bu tartışma, moda ve mimarlık arasındaki benzerlikler ve farklılıklar, moda endüstrisi ve mimarlık arasındaki işbirliği, mimari tasarımın giyim ve moda alanlarına olan etkisi gibi konuları ele almaktadır. Mimarlık ve moda arasında hem estetik hem de anlamsal bir ilişki kurulabilmektedir. Bu aynı zamanda mimarlık ve moda arasındaki ilişkinin zenginliğini ve çeşitliliğini göstermektedir. Fikirler ve gerçeklik arasındaki ayrımı ortadan kaldıran moda şovlarının, özellikle terzilik yapan lüks markaların scenografileri bir sanat formuna dönüşmektedir. Mimar Rem Koolhaas ve moda evi Prada'nın Sonbahar-Kış 2021 erkek giyim sunumu için tasarladığı; dokunsal malzemelerle kaplı geometrik odalardan oluşan set, mimariyi bir ilham kaynağı olarak kullanmaktadır. Koleksiyonda yer alan renkli ve parlak kumaşlar, geometrik desenler, geniş yakalar ve cepler, mimari formlara gönderme niteliğindedir (Şekil 5.1) [Web 10, 2021].



Şekil 5.1: PRADA SK21.

Ayrıca, defilenin gerçekleştiği mekân olan Prada Vakfı'nın sanat galerisi de mimari bir eserdir. Setin malzeme seçimi, renk paleti ve biçimi, lüks moda markasının ürünlerini sunmak için alışılmadık ve sürprizli bir arka plan oluşturmaktadır. Set, aynı zamanda dokunma duygusunu ön plana çıkararak izleyicileri etkileşime davet etmektedir. Mimar Rem Koolhaas ve araştırma stüdyosu OMA, moda evi Prada'nın Sonbahar-Kış 2021 erkek giyim sunumu için dokunsal malzemelerle kaplı geometrik odalardan oluşan soyut bir set tasarladı [Web 9, 2021]. Dairesel, dikdörtgen ve altıgen odalardan oluşan alanın "hiç bitmeyen bir rota yanılması yaratmak için" düzenlendiğini söyledi. Setin "boşlukları", reçine, suni kürk, mermer ve alçıyla kaplanmış duvarlar ve zeminlerle karakterize edildi. Alanlar, özellikle herhangi bir ortama atıfta bulunmak için değil, sert karşı yumuşak, ısıya karşı soğuk ve içeriye karşı dışarı gibi düaliteleri yan yana getirmek için tasarlandı. OMA, "Zamanın geçişi fikrini inceledik ve tasarım, günün farklı mahrem anlarını ve bunların

ayırt edici niteliklerini yansıtan soyut bir alan dizisine dönüştü" diye açıkladı [Web 10, 2021].



Şekil 5.2: PRADA SK21, Rem Koolhaas-Prada işbirliği kırmızı kürklü dikdörtgen oda tasarımı.

Rem Koolhaas'ın Prada için tasarladığı setin odalarından ilki olan dikdörtgen odada Kırmızı suni kürk, ilk dikdörtgen odanın duvarlarını örterken; zıt siyah parlak reçine zeminler izole bir zemin sağladı ve modeller bir sonraki alana taşınırken koleksiyonun renk blokları stillerini yansıtıyordu (Şekil 5.2) [Web 10, 2021]. Her yeni odayla birlikte, alan, önündeki odanın malzeme düzenlemesini tersine çevirdi. İkinci alanın dairesel planında, kesintisiz beyaz mermer duvarlar ve modeller içinden geçerken su gibi hareket eden gök mavisi suni kürk bir zemin bulunmaktadır (Şekil 5.3) [Web 10, 2021].



Şekil 5.3: PRADA SK21, Rem Koolhaas-Prada işbirliği dairesel planlı mavi kürklü oda tasarımı.

Defilenin bir başka tasarım mekânı olan sondan bir önceki odanın duvarları koyu eflatun suni kürkle kaplanırken; kare zemin, soluk yeşil mermerlerle döşendi (Şekil 5.4) [Web 10, 2021].



Şekil 5.4: PRADA SK21, Rem Koolhaas-Prada işbirliği defile mekânı tasarımı.

Defile mekânının, Koolhaas'ın tasarladığı altıgen planlı son oda, pastel pembe temalıydı. Kürk zeminler, önceki odaların desenini sürdürürken, mat alçı duvarlar, beklenmedik bir sonuç için önceki parlak yüzeylerle tezat oluşturmaktadır (Şekil 5.5) [Web 10, 2021].



Şekil 5.5: PRADA SK21, Rem Koolhaas-Prada işbirliği pembe sıvalı altıgen oda.

Ana fikir, tıpkı doğanın örtüsünü, havayı, karayı ve okyanusları birbirine bağlayan biyosferimizin simbiyotik döngülerini gösteren hipnotik bir görselleştirmeyi içermektedir. Aynı zamanda, yaşam ritimleri üzerine devam eden incelemeleri yansıtmakta ve iç içe geçmiş bu dünyalar arasındaki kırılganlıkla rezonansa girmektedir.

"Mimari, sahip olduğumuz duyguyu tanımlamamıza yardımcı oldu: içeride ve dışarıda olmayan bu garip, soyut yer... Dokunma ve duygusallık."
PRADA [Web 11, 2021]

Koolhaas'ın Prada markası için sonbahar-Kış 2010 yılında tasarladığı set şehirlerin soyutlanması fikrini benimseyerek tasarlanmış gerçek ama idealize edilmiş bir kurguda bütünleştirilmiştir. Şehirlerin soyutlanması fikrini benimseyerek tasarlanmış gerçek ama idealize edilmiş bir kurgudaki set tasarımı, mimariyi bir mesaj

olarak kullanılmaktadır. Set, beton bloklardan oluşan devasa bir şehir maketi olarak tasarlanmıştır. Setin ortasında ise Prada logosu bulunan dev bir havuz yer almaktadır. Setin malzeme seçimi, renk paleti ve biçimi, lüks moda markasının ürünlerini sunmak için soğuk ve distopik bir arka plan oluşturmaktadır. Aynı zamanda şehir yaşamının yabancılaştırıcı etkisini vurgulayarak izleyicileri sorgulamaya davet etmektedir. Bütün bu kurgular düşünüldüğünde bu ayrıntılı, rüya gibi ve bazen aşırı set tasarımları, moda tasarımcılarının kıyafetlerini zenginleştirmektedir. Bu bağlamda, Rem Koolhaas ve Prada'nın şovu hem enstalasyon hem de kitsch özellikleri taşımaktadır. Şovun mekânı, farklı şekil ve renklerdeki odalarla izleyiciye sürprizli ve çeşitli bir deneyim sunmaktadır. Aynı zamanda, yapay kürk gibi malzemelerle kaplı duvarlar ve zeminler izleyiciyi dokunsal olarak da etkilemektedir. Şovun müziği ise geçmişten gelen kulüp ritimleri ve melodileriyle koleksiyonun modern ve nostaljik yanlarını vurgulamaktadır. Aynı zamanda yapay kürk gibi malzemeler moda dünyasında genellikle ucuz veya taklit olarak görülmektedir. Koleksiyonun renk paleti de canlı ve parlak tonlarda olduğu için abartılı veya gösterişli bulunabilmektedir. Bu kriterler doğrultusunda defile mekânı ve koleksiyon kitsch tasarım kriterlerine referans vermektedir. Bu nedenle, Rem Koolhaas ve Prada'nın defile tasarımı enstalasyon ve kitsch arasında bir denge kurmaya çalışan ilginç bir çalışma olarak değerlendirilebilmektedir. Şovun amacı izleyiciye yeni bir moda deneyimi sunmak olduğu kadar, moda ile sanat arasındaki ilişkiyi de sorgulamaktır.

Kitsch, otoriter bir rejim bağlamında çok uygun bir kararsızlık olan bu yıkımı aynı anda hem yıkmayı hem de reddetmeyi mümkün kılmaktadır. Bazen propagandanın naif bir okumasının arkasına sığınmakta ve zaman zaman içeriklerini kınamakta ve yandaşlarıyla alay etmektedir. Kitsch, “nesneleri bedene yaklaştırmaktadır; nesneler imajlarını ve temsillerini beden bulduğu mekânın içerisine inşa etmektedir. Yeni insan, eski biçimlerin tüm özünü kendi içinde barındırmaktadır.” Toplum kitschi kendisi yaratmaktadır. Popüler kitle kültürünün bir sanat nesnesine yönelik en temel taleplerinden biri onun modaya uygun olmasıdır. Bu sebeple tasarımcılar her sezon yeni koşulları tahmin ederken toplumdaki gelişmeleri yansıtmaktadırlar. Programların, renklerin, atmosferlerin, malzemelerin ve bilgilerin çokluğu, birçok insan türü için kentsel bağlam ve aynı zamanda çeşitli karakterler yaratmanın kaynağıdır olmaktadır. Programların, malzemelerin, renklerin, atmosferlerin ve bilgilerin çokluğu, birçok insan türü için kentsel bağlam ve aynı

zamanda çeşitli karakterler yaratmanın kaynağı olmaktadır. Prada Sonbahar/Kış 2010 sezonundaki mekân kurgusu ise öncesinde ki bir soruya cevap olarak kurgulanmıştır.

“Eğer şehir büyük bir ev gibiyse ve ev de küçük bir şehir gibiyse, evin çeşitli bölümleri minyatür kabul edilemez mi?”



Şekil 5.6: PRADA SK10, Rem Koolhaas-Prada işbirliği.

Mekânın bireyle varoluşsal dürtüler ile iç içe olması, belli bir karakter kazanmasının kaçınılmaz sonucunu doğurmaktadır. Bu nedenle gösteri alanı, şehirlerin soyutlanması olarak tasarlanmış ve koleksiyon gerçek ama idealize edilmiş bir kurguda bütünleştirilmiştir (Şekil 5.6) [Web 12, 2010]. Herhangi bir şehri düşündüğünüzde, o şehrin semtleri ve mahalleleri düşündüğünüzde her bir bölgenin kendi için ayırt edici bir niteliği söz konusu olmaktadır. Mekânın kendine özgü yapısı, toplumsal algılar, kültürel yapılar ve temel davranış biçimleri ile var olmakta, böylece mekâna yansıyan tüm bu pratikler mekânı bedenselleştirmektedir. Odalar ve şehir programı, onlara tanımlanabilir ve ortak bir karakter veren köpük, endüstriyel dama tahtası, reçine, kontrplak gibi özel malzemeler kullanılarak en jenerik şekilde yeniden inşa edilmiştir.



Şekil 5.7: PRADA SK10, Rem Koolhaas-Prada işbirliği.

Temsil edilen mekânın bir başka bölümünde tasarlanan dama tahtası zeminli geleneksel bir Prada mağazası bu kentsel ortamın bir parçası olmuştur(Şekil 5.7) [Web 12, 2010]. Endüstriyel metal baklavalı sac kaplı bir bar ve izleyicinin yanından geçen modeli izlerken rasgele durduğu bir başka tezgah, defile anını gerçek hayata entegre eden simgelerdir. Asıl sinema salonu, bir gözlem ve hayalleri gerçekleştirme yeri olduğundan, defile alanı, izleyicinin bu gerçeküstü şehir bağlamında dolaşan modeli daha yüksek bir perspektiften algılamasına olanak tanıyan kendi sinema sahnesini içermektedir. Bir "Central Park", kurulumun yapaylığını ifade eden dökülmüş yeşil reçine ile tanımlanmaktadır (Şekil 5.8) [Web 12, 2010]. Haber merkezindeki duvar kâğıtları, gerçek hayatta görüntülenen muazzam miktarda bilgiyi gösterirken aynı zamanda henüz hayal bile edilemeyen ürünlerin reklamını yapmaktadır. Sokak alanının önünde sergilenen bir projeksiyon, dünyanın her yerinde olduğu gibi şehirdeki yaşamı tüm çeşitliliğiyle anlatmaktadır.



Şekil 5.8: PRADA SK10, Rem Koolhaas-Prada işbirliği.

Çapraz bir yürüyüş yolu, heterojen odaların ızgarasını keser ve model bu koşu yolunda yürürken bu küçük şehrin karmaşıklığını kısa yoldan kesmektedir. Doğrudan misafirlerin girişine yönlendirir ve modelin misafir olduğu gibi, kendilerini model gibi hissetmelerini sağlamaktadır. Baş tasarımcının söylemi ile model aynı zamanda bu küçük şehirden ve büyük evden sanki o kentin sakini gibi geçer ve hayatın bu anlarını kendi başımıza yaşama dileğinin aynası olmaktadır. Bu defile, Rem Koolhaas'ın mimarlık alanındaki yenilikçi ve deneysel yaklaşımını moda dünyasıyla buluşturan ilginç bir işbirliği örneğidir. Prada'nın moda tasarımı ve Koolhaas'ın mekân kurgusu bir araya gelerek soyut bir şehir deneyimi sunmaktadır. Enstalasyonun temelinde, şehir yaşamının karmaşıklığı ve soyutlaması vardır. Şehir peyzajının farklı unsurları, mekanik ve endüstriyel detaylar, sokak atmosferi ve modern yaşamın karmaşası, koleksiyonun tasarımlarında ve sunumunda etkili bir şekilde yansıtılmaktadır. Prada-Rem Koolhaas işbirliklerinin kitsch bağlamında yorumu ise ilginç bir noktadır. Kitsch, popüler kültür ve estetikle ilişkilendirilen, bazen de düşük kalite ve gösterişli öğeleri içeren bir kavramdır. Belirli süslemeler, parlak renkler, abartılı dekorasyon ve dikkat çekici detaylar, kitsch estetiği ile ilişkilendirilen unsurlardır. Ancak, bu kitsch öğelerin kullanımı tamamen negatif bir anlam taşımamaktadır. Tam tersine, Prada ve Koolhaas'ın tasarım anlayışı, kitsch öğeleri kullanarak alışılmışın dışında bir estetik deneyim sunma amacını taşımaktadır. Bu, moda dünyasında ve mimaride sıradanın

ötesine geçmek ve sınırları zorlamak için bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Prada-Rem Koolhaas işbirlikleri, moda ve mimarlık arasındaki etkileşimi ve deneysel yaklaşımı vurgulamaktadır. Aynı zamanda mimarlık ve moda arasında dönüştürücü ve yaratıcı bir ilişki kurulmaktadır. Aynı zamanda tasarlanmış mekânlar aracılığıyla vizyonlarını izleyiciye aktarmaktadır. Basit bir podyum, zekice, işlevsel yapılar, duman, aynalar, özenli çiçek aranjmanları, koreografili aydınlatma ve sahneye çıkan moda koleksiyonları kadar ikonik ve çekici çalma listeleri aracılığıyla teatral olarak abartılı etkinliklere ve sürükleyici deneyimlere dönüşebilmektedir. Moda şovlarının küratörlüğünü yaptığı mekânsallık, sergilenen giysiler kadar önemlidir. Mimarlık ve moda arasında hem yaratıcı hem de eleştirel bir ilişki kurulabilmektedir. Bununla birlikte incelediğimiz örneklerin ortak bazı paydaları bulunmaktadır. Koolhaas'ın defile mekânları enstatif bir kullanım sergilemektedir. Mekânlar sadece fonksiyonel değil, aynı zamanda duyusal, duygusal ve anlamsal bir deneyim sunmaktadır. Bu sayede tasarımcı mekân aracılığı ile koleksiyonların temasını yansıtmakta, eleştirmekte ve sorgulamaktadır. Mekânlar aynı zamanda modanın sanatla olan ilişkisini de tartışmaya açmaktadır. Koolhaas'ın defile mekânları ile kitsch arasında bir bağlantı kurmak mümkün olmaktadır. Kitsch, genellikle kötü zevk veya düşük kalite olarak tanımlanan bir sanat türüdür. Ancak kitsch aynı zamanda popüler kültürün ironik bir eleştirisi veya taklidi olarak da görülebilir. Kurgulanan defile mekânları da; sanatın sınırlarını zorlayan, ironik ve eleştirel bir tavır da sergilemektedir. Bu, sınırlarını zorlayan, ironik ve eleştirel tavırda aynı zamanda kitsch tasarım parametrelerini oluşturmaktadır. Koolhaas'ın defile mekânları da bazen popüler kültürün klişelerini veya stereotiplerini kullanarak kitsch bir söylem üretmektedir. Bu şekilde, Koolhaas modanın lüks ve tüketimcilik ile olan ilişkisini sorgulamaktadır. Günümüzde sonsuz olasılıklar sunan anlatım ve temsil biçimi olarak yerleştirme çalışmaları, görülen, hissedilen ve izlenilen bir manzara olmanın yanında bireyin tüm duyularına hitap eden, bireyin bütün duyularını kullandığı bir deneyim alanıdır [Pooke, 2013]. Bireyi içine çekerek, farklı olasılıklar da meşgul etmekte ve sanatın bir parçası haline getirmektedir. Bu noktada moda şovları bunların edimsel olarak incelenebileceği bir alan yaratmakta ve enstalasyona kitsch bir şekilde hizmet etmektedir. Bu anlayış Pallasma'nın mimariye bakışıyla benzeşmektedir. Bu şekilde moda ve sanat bireyin duyabileceği, hissedebileceği, dokunabileceği veya koklayabileceği bir deneyime dönüşmektedir. Mekânı; ses, koku, görme, tat, dokunma ve fiziksel parametreler ile eşzamanlı olarak algılamakta, ölçmekte ve

şekillendirmektedir [Pallasmaa, 2020]. Bedenini ve duyularını uzantılayan bir mekân anlayışı, mekânın dinamizmini arttırmaktadır. Bu noktada yirmibirinci yüzyıl sanatı, kavramsal alt yapısıyla, mekân-beden ve nesne öğelerini sanatçının belirlediği anlam çerçevesinde bir araya getirerek yeni mekânsal deneyimler ortaya koymaktadır.

5.2. Post-Dijital Dönemde Moda ve Mekân Tasarımı

Yarattığımız, yaşadığımız dünyanın gerçekliğinin sorgulandığı, konuların önemini yitirdiği, sınırların birbirine girdiği bir pandemi içerisinde, yeni bir mekânsal “sınır” söylemi üreten, evde kalma durumu; doğrudan “sınırlı” olma durumunu, daha doğrusu “sınırlılık”ı ya da “sınırlı” olmayı akla getirmektedir. Bir başka açıdan bu kavram, düali olan, “sınırsız”lığın varlığını da ortaya çıkarmaktadır. Kendi yaşamsal sürekliliğini sağlayan her tür canlı, kendi koşulları içinde ait olduğu mekânı-yeri yeniden üretmektedir. Bu bağlamda organik bir bütün olarak birey - mekân ilişkisi mekânsal ve algısal olarak birbirini karşılıklı olarak var etmektedir. Mekânsal yaratım, boyutlarını ölçtüğümüz, kendimizle kaldığımız, kendimizi görülen ya da terk edilmiş bulduğumuz anda bir yerin kimliğini, belleğini var eder. Bellek ontik varlığı içerisinde, kendi sınırlarını yeniden üreten, devam eden şekilde var olan durumun, mekânın görülen sınırlarının ötesine geçmektedir.



Şekil 5.9: Moschino İlkbahar-Yaz 2021, Koşulsuz İpler.

İtalyan markası Moschino'nun "alt üst" olmuş bir dünyayı yansıtmayı amaçlayan İlkbahar/Yaz 2021 kadın giyim defilesi için tersyüz edilmiş tarzda giysiler giymiş kuklalar, insan modellerinin yerini aldı (Şekil 5.9) [Web 13, 2020]. Moschino İlkbahar Yaz 2021 Kukla şovunun set tasarımcısı Jeremy Scott, Moschino'nun yaratıcı direktörüdür [Web 13, 2020]. Scott, hayalini gerçeğe dönüştürmek için Muppet'ların arkasındaki şirket olan Jim Henson's Creature Shop ile işbirliği yaptı. Sahne arkasında tıka basa dolup taşan modeller ve ön sırada dirsek dirseğe oturan konuklarla geleneksel bir podyum yerine, Moschino'nun İlkbahar 2021 koleksiyonunda ki 40 parçayı el yapımı minyatür kopyalar halinde küçülttü ve kukla modellerle tamamlanmış bir yaylı kukla gösterisine ev sahipliği yaptı (Şekil 5.10) [Web 13, 2020]. Scott'ın söylemi, pandemi altında yaratıcılık sınırlarını zorlamak durumunda kalan tasarımcılar arasında farklılık yaratmaktır. Kukla şovu fikri, II. Dünya Savaşı'ndan sonra Parisli tasarımcıların işlerini maddi çöküşten kurtarmak için küçük ölçekli couture kreasyonlarını yollara düşüren Théâtre de la Mode'dan ilham almıştır. Scott kurguladığı set ile ilgili, "Dünya dikişlerinden ayrılırken, yeni bir şeyin çıplak iç işleyişi ortaya çıkacak" yorumunda bulunmaktadır [Web13, 2020].



Şekil 5.10: Moschino İlkbahar-Yaz 2021, Koşulsuz İpler.

Gösterinin kendisinin set tarafından bağlamsallaştırılması ve bunun tersi anlamında, neredeyse bir tiyatro dünyasının bir parçasını tasarlamak gibidir. Enstalasyon sanatı, mekânla ilişki kuran ve izleyiciyi etkileşime davet eden bir sanat türüdür. Kukla şovu, mekânı bir kukla tiyatrosuna dönüştürerek ve izleyicileri kuklaların dünyasına sokarak bu özelliği taşımaktadır. Enstalasyon, müzik ve ışıkla tasarlanan mekânlar aracılığıyla daha da tanımlanır hale gelmektedir. Ayrıca kukla şovu, moda tasarımını farklı bir malzeme ve ölçekle sunarak malzeme seçimi parametresini de zenginleştirmektedir. Enstalasyonu zenginleştiren parametreler, sanatçının yaratıcılığına ve mekânın özelliklerine bağlı olarak değişebilmekle birlikte Moschino defilesinde; malzeme, ışık, ses gibi noktalardan yararlanmaktadır. Defilede gerçek insan modeller yerine kuklalar kullanılmıştır. Bu tercih, pandemi nedeniyle sosyal mesafe kurallarına uyum sağlamak için bir çözüm olmasının yanı sıra, beden in moda endüstrisindeki rolünü ve temsilini de sorgulamaktadır. Kuklaların bedenleri, idealize edilmiş ve standartlaştırılmış bir güzellik anlayışını yansıtmakta ve modellerin bireyselliklerini silmektedir. Kitsch açısından, defile seti ve koleksiyonu yüksek kaliteli ve yüksek estetik değere sahip bir tarzı ifade etmek için kullanılan bir terim

olan camp'i temsil etmektedir. Camp, genellikle var olan bir tarzın abartılı ve ironik bir şekilde taklit edilmesi olan sanatı sınıflandırmak için kullanılmaktadır. Defilede, Moschino'nun lüks ve sofistike imajının aksine ucuz ve komik görünen kuklalarla ilişkilendirilen camp bir estetik kullanılmıştır. Bu estetik, izleyicilere eğlenceli ve mizahi bir deneyim sağlamayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda Moschino'nun kukla şovu, kitsch bir estetiği benimseyerek moda dünyasının ciddiyetini ve elitliğini sorgulamaktadır. Kuklaların giydiği kıyafetler, Moschino'nun renkli, eğlenceli ve çarpıcı tasarımlarını, ikonik saç ve gözlük stilleri ile birlikte abartılı bir yüz ifadesiyle sunmaktadır. Sonuç olarak, Moschino'nun kukla şovu, enstalasyon ve kitsch bağlamında yorumlandığında, hem mekanla hem de moda kültürüyle ilginç bir diyaloga giren yaratıcı ve cesur bir sunum olduğu söylenebilmektedir.



Şekil 5.11: Iris Van Herpen, SK18, “Syntopia”.

"SYNTOPIA" koleksiyonu, tasarımcı Iris Van Herpen'in sonbahar kış 2018 sezonu için ortaya çıkardığı bir başyapıttır. Bu koleksiyon, geleceğe dair bir vizyonu temsil ederken aynı zamanda geçmişten ilham almaktadır. Iris Van Herpen'in öncü ruhu ve yenilikçi yaklaşımı, moda dünyasında dikkat çeken bir tarz yaratmaktadır. "SYNTOPIA", distopik ve ütopyanın birleştiği bir evrende derinlemesine keşiflere

atılan bir yolculuğa davet etmektedir. Koleksiyon, organik formlar ve teknoloji arasındaki buluşmayı yansıtan benzersiz silüetler ve detaylarla doludur. İris Van Herpen'in hassas el işçiliği ve ince detaylara verdiği önem, her parçada kendini göstermektedir. "SYNTOPIA", bireysel kimliklerin ve evrensel bir estetiğin buluşma noktasını araştırmaktadır. Koleksiyon, hareketin ve dönüşümün çağrısını yapar, bedenle mekân arasındaki sınırları bulanıklaştırmaktadır. İris Van Herpen, moda tasarımını sadece giysilerle sınırlı olmayan bir sanat formu olarak ele alır ve "SYNTOPIA" ile bu vizyonunu ortaya koymaktadır. Koleksiyonda Iris Van Herpen, sentetik biyolojide ortaya çıkan yenedünyaları ve organik ile inorganik arasındaki iç içe geçmiş ilişkileri araştırmaktadır. 'Syntopia', biyolojinin teknolojiyle birleştiği mevcut bilimsel değişimi kabul ederek ve içindeki kırılmalı ve gücü görselleştirmektedir (Şekil 5.11) [Web 14, 2014].

"Eski bir dansçı olarak, hareket içindeki dönüşüm beni hipnotize etti. Bu koleksiyon için kuş uçuşunun küçük ayrıntılarına ve kuş hareketi içindeki karmaşık yankı biçimlerine yakından baktım. Studio Drift sanatçıları ve bilim adamı Etienne Jules Marey, kronofotoğraf aracılığıyla bir giysinin dökümüne daha yakından bakmam için bana ilham verdi. Zamanı bölünmüş saniyelere indirerek, kumaşın olağan dökümünü parçalamaya başladım, sonra milisaniyeleri bir kuş tüyünün katmanlaşması gibi hafifçe kaydırarak katmanladım."

Iris Van Herpen



Şekil 5.12: Iris Van Herpen, SK18, “SYNTOPIA”, Donmuş Sonbahar.

“Syntopia” koleksiyonundan “Donmuş Sonbahar” elbisesini giyen drag sanatçısı Miss Fame’in bu görüntüsü posthümanizme referans vermektedir (Şekil 5.12) [Web 15, 2022]. Tasarım insan vücudunun klasik orantılarını bozmaktadır. İnsan figürü için kişisel kimliğin indeksi kadar önemli olan yüzü silmektedir. Çıplak dövme omuzlar bir erkek vücudunu düşündürdüğü için cinsiyet normları da dâhil olmak üzere normları ihlal etmektedir. Elbise, kumaşın yapımında ve yaklaştığı yapay şekillerde oldukça teknolojik olarak aracılık etmektedir. Formlar, kendi yorumuyla “biyolojinin teknolojiyle birleşmesi” anlamına gelen Syntopia’yı çerçevelemektedir.



Şekil 5.13: Iris Van Herpen, SK19, “HYPNOSIS”.

Hypnosis koleksiyonu; doğanın örtüsünü, karayı, okyanusları ve havayı birbirine bağlayan biyosferin simbiyotik döngülerini içeren hipnotik bir görselleştirmedir. Ekolojideki hipnotik düzenlerden ilham alır; doğanın güzelliğini ve bireyin doğa üzerindeki yıkımını yansıtmaktadır (Şekil 5.13) [Web 16, 2022]. Iris van Herpen'in tasarımları, daha çok “bir insan vücudu ve karşılıklı bir oluş sürecini başlatan nesneler” olarak analiz edilebilmektedir. Eserin analizi, en belirgin özelliği ile başlamalıdır; bu, herhangi bir bireyin zihinsel imajından bağımsız olarak fiziksel olarak somut bir form olarak çıkmasıdır. Bu faktör, kültürel inşadaki gücünü ve önemini anlamanın anahtarı olabilir. Eserin bu fizikselliğinin önemi, yalnızca zihinsel ve fiziksel dünyalar arasında değil, aynı zamanda oldukça beklenmedik bir şekilde bilinç ve bilinçdışı arasında bir köprü görevi görme yeteneğinden kaynaklanmaktadır. Iris Van Herpen, Sonbahar Kış 2019 koleksiyonu için “HYPNOSIS” adını verdiği bir koleksiyonda Amerikalı kinetik heykeltıraş Anthony Howe ile işbirliği yaptı ve Howe'un rüzgârla hareket eden küresel Omniverse heykeli, koleksiyonun merkezinde yer aldı. Koleksiyonun final elbisesi de Omniverse heykelinin bir yansıması olarak, alüminyum, paslanmaz çelik ve tüylerden oluşan dönen kanatlarla tasarlandı. Bu bağlamda, Iris Van Herpen'in koleksiyonu hem enstalasyon hem de kitsch özellikleri

taşımaktadır. Koleksiyonun mekânı, Howe'un kinetik heykeliyle izleyiciye hareketli ve hipnotize edici bir deneyim sunmaktadır. Aynı zamanda, elbiselerin tasarımında da kinetik ve hipnotik unsurlar kullanılmaktadır. Tasarımcı, Japon suminagashi tekniğiyle su üzerine mürekkep damlatarak oluşturduğu çizgili desenleri Mylar'a ısıyla yapıştırıp lazerle keserek elbiselerine uyguladı. Bu teknikle elbiseler hareket ettikçe renk değiştiriyor ve titreşiyor. Koleksiyonun amacı izleyiciye yeni bir moda deneyimi sunmak olduğu kadar, moda ile doğa arasındaki ilişkiyi de sorgulamaktır. Aynı zamanda kullanılan teknolojiler moda ile sanat arasındaki sınırı da bulanıklaştırmaktadır.

Post-dijital dönemde moda ve mekân tasarımı, dijital teknolojilerin ve internetin hızla gelişmesiyle birlikte yeni bir boyut kazanmıştır. Bu dönemde, moda ve mekân tasarımcıları, dijital dünyanın sunduğu olanakları kullanarak yenilikçi ve deneysel projeler ortaya çıkarmaktadır. Moda ve mekân tasarımı arasındaki etkileşim giderek artmakta ve birbirini besleyen bir ilişki içerisinde bulunmaktadır. Moda, mekân tasarımının bir parçası haline gelirken, mekânlar da moda etkisiyle dönüşmektedir. Bu dönemde, dijital baskı teknolojileri, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi yeniliklerle moda ve mekânlar arasında sınırlar bulanıklaşmaktadır. Moda etkinlikleri ve defileler artık mekânın bir parçası olarak tasarlanmakta ve etkileyici deneyimler sunmaktadır. Aynı şekilde, mekânlar da moda temalarını yansıtan özgün ve etkileyici tasarımlarla dikkat çekmektedir. Post-dijital dönemde moda ve mekân tasarımı, yenilikçi teknolojilerin ve yaratıcı düşüncenin birleşimiyle sınırları zorlamakta ve ilham verici bir şekilde gelişmektedir. Bu dönemde moda ve mekân tasarımcıları, klasik kalıplardan ve sınırlamalardan uzaklaşarak kendilerini ifade etme özgürlüğüne sahiptir. Sonuç olarak, post-dijital dönemde moda ve mekân tasarımı, ileri teknolojilerin kullanımıyla birlikte estetik ve işlevsellik arasında yeni bir denge kurarak, yenilikçi ve etkileyici projelere imza atmaktadır.

5.3. Mekânın Post-Yapısal Okuması

Mekânın post yapısal okumasının yapılması için ilk başta temel kavramları ele almamız gerekmektedir. Mekân, TDK'ye göre “yer, bulunulan yer, ev, yurt ve uzay” anlamlarına gelirken post yapısalcılık ise “öznenin fenomenolojik konumunu eleştiren bir yaklaşımdır” Post yapısalcılar, mekânı tek başına maddeye indirgenmeyen

kartezyen mekân anlayışında olduğu gibi geometrik yöntemlerle kesin, mutlak ve sabit bir şekilde tanımlanmamaktadır. Post yapısalda mekân, dilin, yazının ve iktidarın etkisiyle sürekli değişen ve farklılaşan bir olgudur. Bu bağlam üzerinden mekânın post yapısalcı çözümlemesi: dil, yazı ve iktidar arasında bir alan mekân kavramı, tartışılan ve farklı yaklaşımlarla farklı disiplinler arasında ele alınan bir konudur. Geleneksel olarak mekân, fiziksel ve matematiksel özellikleriyle tanımlanan sabit ve nesnel bir varlık olarak görülmektedir. Ancak post yapısalda, mekânın böyle bir mutlaklık içermediğini, aksine dilin, yazının ve iktidarın etkisiyle sürekli değişen ve farklılaşan bir olgu olduğunu savunulmaktadır.

Post yapısalcılık, 20. yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ve yapısalcılığın dil, anlam ve yapı üzerine kurduğu teorileri eleştiren bir akımdır. Post yapısalcılar, dilin ve yazının sabit ve nesnel bir yapı olmadığını, aksine farklı bağlamlarda değişen ve farklılaşan bir olgu olduğunu açıklamaktadır. Post yapısalcılar ayrıca, bilginin ve iktidarın da dil ve yazı ile ilişkili olduğunu ve bu nedenle de göreceli ve çoğulcu olduğunu savunmaktadır. Post yapısalcılık mekân anlayışını geliştiren en önemli kuramcılardan biri Michel Foucault'dur [Foucault,2006]. Foucault, mekânı sadece fiziksel bir boyut olarak değil, aynı zamanda söylemsel bir pratik olarak ele almaktadır. Ona göre mekân, bilgi ve iktidar arasındaki ilişkiyi ortaya koyan bir alan olarak işlev görmektedir. Foucault, mekânın tarihsel olarak nasıl değiştiğini ve farklı iktidar biçimlerini nasıl yansıttığını araştırır. Post yapısalcılık mekân anlayışını etkileyen diğer bir kuramcı da Jacques Derrida'dır. [Derrida,1997]. Derrida, dilin ve yazının anlam üretimindeki rolünü sorgulayan bir yöntem olan *différance* kavramını ortaya atmaktadır. *Différance*, hem fark hem de erteleme anlamına gelmektedir. Derrida'ya göre, dildeki her sözcük veya işaret, başka sözcük veya işaretlerle farklılaşarak anlam kazanmaktadır. Ancak bu anlam asla tam ve kesin değildir, çünkü her zaman başka sözcük veya işaretlere ertelenir. Bu nedenle, dildeki her sözcük veya işaret hem var hem de yoktur. Derrida, bu yöntemle mekân kavramını da ele alır ve mekânın da sabit ve nesnel bir yapı olmadığını, aksine farklı söylemlerle farklılaşan ve ertelenen bir olgu olduğunu göstermektedir. Post yapısalcılık mekân anlayışının temel özellikleri şunlardır:

- Mekân, fiziksel ve matematiksel özellikleriyle değil, dilin, yazının ve iktidarın etkisiyle tanımlanan sosyal ve kültürel bir olgudur.

- Mekân, sabit ve nesnel değil, değişken ve görecelidir.
- Mekân, tekil ve bütünlüklü değil, çoğulcu ve parçalıdır.

Mekânın post yapısal okumasını defile mekânları üzerinden incelenmektedir. Moschino'nun İlkbahar 2021 defilesi ve Hüseyin Çağlayan'ın 2000 yılında yaptığı Sözlerden Sonra koleksiyonu arasında hem ortak hem de farklı yönleri bulunmaktadır. Ortak noktalardan ilki, her iki koleksiyonda da tasarım disiplinleri arasında sınırları aşan ve dönüştürülebilir kreasyonlar sunulmaktadır. Moschino'da mobilyalar elbiselere, Çağlayan'da ise elbiseler mobilyalara dönüşmektedir. Her iki koleksiyon da moda gösterisi formatını yenilikçi bir şekilde kullanmaktadır. Moschino kuklalarla bir marionet şovu hazırlarken, Çağlayan ise modellerin performans sanatçıları gibi davrandığı bir sahne kurmaktadır. Her iki koleksiyon da modanın sadece estetik değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel bir yorum olduğunu vurgulamaktadır. Moschino moda dünyasının büyüsunü, neşesini ve fantezisini kutlarken, Çağlayan ise savaş mültecilerinin yaşadığı yer değiştirme sorununu ele almaktadır. Moschino kumaşları ve motifleri küçültmek için özel bir yöntem geliştirirken, Çağlayan ise kumaşları katlayarak, dikişsiz olarak şekillendirmektedir. Örneğin tarihi bir yapıda yapılan modern temalı bir defile gösterisi, geçmiş ile gelecek arasında bir bağlantı kurarken; atıl durumdaki bir fabrikada yapılan kültürel temalı bir defile gösterisi, sanayi ile kültür arasında bir karşıtlık yaratmaktadır. Moda tasarımcıları, defile gösterileri için sıkça kullanılan standart mekânlardan uzaklaşarak kendilerini diğerlerinden ayırmakta ve marka kimliklerini güçlendirmektedir. Moda tasarımcıları, mekânın özelliklerine göre ışıklandırma, müzik, koreografi gibi unsurları belirleyerek defile gösterilerine farklı bir atmosfer katmaktadır. Defile mekanları ve tasarladıkları giysiler, tasarımcıların yaratıcılıklarını ve vizyonlarını ortaya koydukları, koleksiyonlarının teması ve mesajı ile uyumlu olan, izleyicilerin ilgisini çeken ve etkileyen yerlerdir. Bazı moda tasarımcıları, koleksiyonlarında kitsch unsurları kullanarak ironik ve eleştirel bir tavır sergilerken moda ve mekân arasında da bir ara kesit sunmaktadırlar.

Aslında buradaki nokta kitsch'in en emin işlemlerinden biri olan, geçmiş ve geleceği, doğa ile yapayı, organik ile sentetik olanı, biçim ile bağlamı birleştiren ve tüketiciyi içine çeken özelliklerinden bahsedilebilmektedir. Çünkü kitsch estetiği genellikle nostaljik duygusallığı, güven veren aşinalığı ve popüler kültürü birleştiren kültürel mirası ticarileştirme ve teşvik etme girişimlerini karakterize etmektedir. (Atkinson 2007). Bunun yanı sıra, moda ve mimarlık arasındaki işbirliği örnekleri de

artmaktadır. Örneğin, moda markaları için özel olarak tasarlanmış mağazalar ve moda etkinlikleri için özel olarak tasarlanmış mimari yapılar inşa edilmektedir. Bu işbirliği, moda endüstrisi ve mimarlık arasındaki sınırların kalkması ve birbirlerinden öğrenerek daha yenilikçi projeler üretmeleri açısından önemlidir.

Tasarımcı Hüseyin Çağlayan, 1970 yılında Kıbrıs/Lefkoşa'da doğmuştur. Ortaokulu memleketi olan Türk Maarif Koleji'nde bitirmiştir. O zamanlar adanın nüfusu, Yunan ve Türk yetkililer arasındaki sürekli mücadeleler nedeniyle bölünmüştür. Kıbrıslı Türk ve Kıbrıslı Rum toplumları arasındaki etnik çatışmalar sonunda Kıbrıs'ta iç karışıklıklara sebep olmuştur. Bu durum, daha sonra Çağlayan'ın Sonbahar/Kış 2000 için hazırladığı “Son Sözler” koleksiyonunun konsept fikrini oluşturmaktadır. Sadler's Wells'te sunulan Londra'daki tiyatrodaki gösterinin üç yanında asimetrik düzlemlerle çevrili çıplak, beyaz bir sahne varmaktadır. Modellerin gösterinin finalinde giysi olarak uyarladığı ve sahneden taşıdığı ya da giydiği 1950'ler tarzı mobilyalar içeriyordu (Şekil 5.14) [Web 17, 2000].



Şekil 5.14: Hüseyin Çağlayan SK2000, Sözlerden Sonra, sandalye kılıflarının elbiseye dönüşmesi.

Çağlayan'ın amacı sadece teatral bir gösteri yapmak olmamıştır, “Son Sözler” koleksiyonunda Hüseyin Çağlayan, hareketliliğin istemsiz ve dramatik yönüne

odaklanarak zorunlu göçün duygusal etkilerini resmetmiştir [Web 17, 2000]. Gösteri evlerini terk etmek ve kişisel eşyalarını yanlarında taşımak zorunda kalan savaş mültecilerinden ilham alarak koleksiyon göç kavramına referans vermektedir. Modellerden biri maun sehpayı geometrik ve teleskopik bir eteğe dönüştürerek insan vücudunda hareket ettirilebilir hale getiriyor (Şekil 5.15) [Web 17, 2000].



Şekil 5.15: Hüseyin Çağlayan SK2000, Sözlerden Sonra, orta sehpanın eteğe dönüşmesi.

Ancak Çağlayan sadece durumu tasvir etmekle kalmayarak, göçmenlerin eşyalarını geride bırakmak zorunda kaldıkları ve nesnelerin taşınabilirliği nedeniyle kimliklerini yitirdikleri tarihsel bağlama meydan okumaktadır. Giysiler, taşınabilir özel mülkler olarak tasarlanıldığı için, göçmenler kimliklerini ve kültürlerini tanımlayan bu eşyaları istenmeyen yolculuklarında yanlarında taşıyabilmektedir. Bu şekilde onlara, fiziksel doğayı sosyal bağlama uyarlayabilecekleri nispeten daha aktif bir konum sağlanmaktadır. Nesne üzerinden, beden ve zihnin farklı konumlarda olma talebine, tasarımı bellek ile birleştiren bir temsil mekânı üretmektedir. Oturma odası benzeri bir sahnede, modeller mobilyalarla etkileşime girerek etrafta dolaşmaktadır. Ev eşyalarını paltolarının ve ceplerinin içinde saklarken, gri vardiyalı dört kadın bir

sandalye setinden kumaş kılıfları çıkararak giymektedir. Setten taşınmak üzere katlanarak sandalyeler valizlere dönüşmektedir (Şekil 5.16) [Web 17, 2000]. Koleksiyon, insanların yaşadıkları mekânlarla ve sahip olduklarıyla ilişkilerini yeniden gözden geçirmeye zorlamakta ve dünyanın nasıl herkesin evi olabileceğini sorgulamaktadır.



Şekil 5.16: Hüseyin Çağlayan SK2000, Sözlerden Sonra, sandalye kılıflarının elbiseye, sandalyenin valize dönüşmesi.

Moda ve mobilya arasındaki çizgiyi bulanıklaştıran dönüştürücü şov, insanlık durumu ve onun dünyevi mülklerle olan ilişkisi ile değerlendirilmektedir. Defilede kıyafetlerin mobilyalara dönüşmesi, bedenın moda endüstrisindeki rolünü ve temsilini değiştirmektedir. Beden, sadece giyilen bir nesne olmaktan çıkarak yaşanan ve kullanılan bir mekâna dönüşmektedir. Bedenin mekânsallaşması, bedenın sınırlarını ve işlevlerini yeniden tanımlamakta ve bedenın sosyal ve kültürel anlamlarını sorgulamaktadır. Ancak koleksiyonun renk paleti, kumaş seçimi ve silüetleri, geleneksel haute couture estetiğinden uzaklaşarak minimalist ve fonksiyonel bir tarz sunmaktadır. Koleksiyonun dönüştürülebilirliği, moda endüstrisinin sabit ve statik kurallarını kırarak post yapısal bir tutum sergilemektedir. Bu noktada kitsch, yüksek ve düşük sanat ve mimari arasındaki sınırları bulanıklaştırmadaki yöntem olarak var olmaktadır. Çağlayan, moda tasarımının sınırlarını zorlayan ve çağdaş sanatla ilişki kuran bir tasarımcıdır. Tasarımlarında ve defilelerinde kitsch unsurlarını sıkça kullanarak ironik ve eleştirel bir tavır sergilemektedir. Kitsch, zevksizlik, ucuzluk, taklitçilik ve gösterişçilik olarak tanımlanan bir sanat ve kültür olgusudur. Çağlayan, kitsch unsurları kullanarak izleyicilerin beklentilerini bozmakta ve şaşırtmaktadır. Ayrıca farklı kültürler arasında bir diyalog kurmaktadır. İnsanlar, aktif olarak ondan kaçınırsalar bile kitsch'e başvurmaktadır. Çünkü kitsch aktarılmak istenen mesajı aynı anda rahatlatılabilmekte ve manipüle edebilmektedir. Bu da karşı tarafta farklı şekillerde kendini gösteren ve kültürel sınırları aşan her birey için yeni bir deneyim yaratmaktadır. Kitsch estetiğinin damgasını vurduğu noktalarda, gündelik hayat pratikleri ve toplumsal bellek, devamlı olarak gündelik mekânların kimliğini inşa etmekte ve yeniden şekillendirmektedir. [Atkinson, 2007]. Mimarlık, birçok insanı, sosyal yaşamlarını ve zevklerini, kentsel bağlamı ve kentsel, kırsal veya doğal bir peyzajın mekânsal düzenini etkilemektedir. Performanstaki unsurların sentezi, göç ve insanın hayatta kalması hakkında sohbeti ateşleme ve aynı zamanda tasarım disiplinlerinin çapraz tozlaşmasıyla hayal gücünü harekete geçirmektedir. Model masanın ortasına adımını atar ve mobilya model için bir eteğe dönüşmektedir.

“Kitsch, bütünler yerine parçaları kullanarak, paradigmatik gönderme yerine dizimsel süreklilik yoluyla anlam kuran metonimik çağrışımlar yaratmaktadır. [Olalquiaga 1993].”

Çağlayan'ın moda mekân ilişkisine yaklaşımı, mimarlık ve moda arasındaki paralellikleri göstermektedir. Her ikisi de insan bedenini ve yaşadığı mekânı şekillendirmektedir. Kitsch, olarak adlandırılan yeni sanat eseri kitle kültürünün bir parçasıdır. Bu sebeple gündelik hayattan, gündelik hayat mekânlarından bağımsız düşünülmesi oldukça güçtür. Aynı zamanda son zamanlarda sosyal, kültürel ve politik bir kavram haline gelmektedir. Kitsch'in gündelik hayatı tatlandırmayı, karakterize etmeyi, güzelleştirmeyi, çirkinleştirmeyi, dramatize etmeyi ve mitolojikleştirmeyi amaçlayan herhangi bir değeri temsil etmeyi amaçlayan bir tarafı bulunmaktadır. Görüntünün ardındaki vizyon veya anlam değil, yaratıcının sanatsal hizmetleri odak noktasıdır. Kitsch yalnızca estetik bir olgu değildir; mimari temsilin metalaştırılmasını anlamada yararlı olan felsefi, psikolojik ve sosyolojik içerimleri de barındırmaktadır.

Chanel'in Grand Palais'deki İlkbahar/Yaz 2018 defilesi için Karl Lagerfeld, Fransa'nın güneyinde yer alan ve birçok şelalesi olan ünlü bir kanyon olan Gorges du Verdon'un bir temsilini üretmektedir. Kitsch'in en emin işlemlerinden biri, geçmiş ve geleceği, doğa ile yapayı, organik ile sentetik olanı, biçim ile bağlamı birleştiren bir taklit üretmektir. İyi ya da kötü, güzel ya da çirkin olarak algılanıp algılanmadığına bakılmaksızın kitsch, "paylaşılan deneyimimizin özellikle ve tahmin edilebileceği üzere hareketli bir yönünün iyi seçilmiş ve belki de çokça düzenlenmiş bir versiyonunu sunarak bizi etkilemek için kasıtlı olarak tasarlanmaktadır. Bu doğrultuda defileyi Gorges du Verdon'un gerçeküstü bir taklidinde yeniden canlandırmaktadır (Şekil 5.17) [Web 18, 2013].



Şekil 5.17: Chanel İY18 Koleksiyonu, Grand Palais.

Işık ve suyun ruhunda silüetler, malzemeler ve detaylar doğaya referans verecek şekilde yan yana getirilmektedir. Tüvitteki lüreksin liberal örgüsü, mavi ve beyazın su damlası benzeri kristaller ve pandantiflerin zengin işlemeleriyle vurgulanmaktadır. Ceket ve elbiselerdeki püskül detayları ise güneş ve ayın yansımalarını anımsatan parıldayan altın ve gümüş vurgularla tamamlanan narin pembeler ve bereketli yeşillerle tamamlanmaktadır (Şekil 5.18) [Web 19, 2018].



Şekil 5.18: Chanel İY18 Koleksiyonu, Grand Palais.

Chanel baş tasarımcısı Karl LAGERFELD, tüketim kültürüne göz kırparak, Paris'in Grand Palais'isini günümüzün Chanel şovu için büyük bir kutu süpermarkete dönüştürmüştür (Şekil 5.19) [Web 20, 2014]. Defilenin ana temasını tüketimciliğin destansı bir kutlaması aynı zamanda destansı bir tüketim eleştirisi olarak kullanmaktaydı. Bir kavramsal sanat parçası, bir pop kültürü eleştirisi olarak, günümüzün ezici, karşı konulmaz savurganlığıyla, modanın bir süpermarket olduğunu söylemektedir. Tasarımcı, açık piyasada asla satın alınamayacak olan markalı ürünlerin materyalist bir dünyada arzusunun mutlak zirvesi olduğuna dikkat çekmektedir. Cümlelerin alt ifadesi ise herhangi bir şeyi Chanel damgasıyla damgalandığı takdirde, birey lüks olanı tüketme arzusu ile bunu istemektedir. Ticaretin ve arzusunun eşit derecede geçerli olduğuna ve utanılacak bir şey olmadığına inandığını öne sürdü. Alışverişte yapabilirsiniz, kıyafette alabilirsiniz [Web 20, 2014].



Şekil 5.19: CHANEL SK14, Süpermarket.

Bu set, modern mimarinin işlevsel ve rasyonel özelliklerini ironik bir şekilde ele almakta ve tüketim kültürünün abartılı bir yansımasını sunmaktadır. Aynı zamanda defile seti ve koleksiyonu sanatsal bir ifade biçimi olarak kabul edilebilmektedir. Enstalasyon sanatı, mekâna özgü sanat eserleri oluşturmak için farklı malzemeleri ve medyaları kullanan bir sanat akımıdır. Defilede, Chanel markasının ürünleri ve simgeleri ile süslenmiş bir süpermarket ortamı yaratılmıştır. Bu ortam, izleyicilerin içine girebileceği ve etkileşime girebileceği üç boyutlu bir sanat eseri olarak değerlendirilebilmektedir. Koleksiyon Chanel'in klasik parçalarını yeniden yorumlayan ve günlük hayatın unsurlarını kullanan bir tasarıma sahiptir. Örneğin, tüvit takımlar, spor ayakkabılar, kot pantolonlar, market sepetleri ve alışveriş poşetleri gibi aksesuarlar ile kombinlenmiştir (Şekil 5.20) [Web 20, 2014]. Bu koleksiyon, moda endüstrisinin klişelerini ve kodlarını kırarak post modern bir tutum sergilemektedir. Kitsch açıdan, defile seti ve koleksiyonu düşük kaliteli, düşük estetik değere sahip veya yapay bir tarzı ifade etmek için kullanılan bir terim olan kitschi temsil etmektedir. Defilede, Chanel'in lüks ve sofistike imajının aksine ucuz ve zevkli süslemeden yoksun seri üretilen mallarla ilişkilendirilen kitsch bir estetik kullanılmıştır. Bu estetik, izleyicilere entelektüel olarak yatırım yapmak zorunda kalmadan anında tatmin olmayı amaçlamaktadır.



Şekil 5.20: CHANEL SK14, Süpermarket.

Defiledeki kıyafetler Chanel'in geleneksel tüvit kumaşlarını, şeffaf plastik pelerinler, yüksek çizmeler ve astronot kız ceketleri gibi modern malzemelerle harmanlanmaktaydı. Koleksiyonun renk paleti pastel tonlardan oluşuyordu. Enstalasyon ve kitsch bağlamında bakarsak, defile şovu hem doğayla hem de yapaylıkla oynayan bir paradoks yaratmaktadır. Doğal bir güzelliği taklit eden devasa bir set, Chanel'in el yapımı kumaşlarını ve teknik becerilerini sergilediği sofistike bir koleksiyonla buluşmaktadır. Plastik gibi yeni malzemelerin kullanımı, 1960'ların uzay çağı modasına ve gençlik kültürüne gönderme yapmaktadır. Koleksiyonun pastel renkleri ise hem baharı hem de kitsch estetiğini çağrıştırmaktadır. Chanel İlkbahar/Yaz 2018 defile şovu, doğa ve yapaylık arasındaki gerilimi vurgulayan, geçmiş ve gelecek arasında köprü kuran, el işçiliği ve teknolojiyi harmanlayan, baharı kutlayan ve kitsch estetiğini benimseyen bir koleksiyon olarak incelenebilmektedir.

Bu örnekler bağlamında, post-yapısal tasarımı, geleneksel yapısal düşüncenin ötesine geçerek mekânı daha derinlemesine anlama ve yeniden şekillendirme çabasıdır. Bu yaklaşım, mekânın sadece fiziksel bir mekân olmanın ötesinde bir deneyim ve anlam taşıdığını vurgulamaktadır. Mekânın post-yapısal tasarımı, kullanıcıların ihtiyaçlarını ve deneyimlerini göz önünde bulundurarak daha insan

odaklı ve etkileşimli mekânlar yaratmayı hedeflemektedir. Tasarımcılar geleneksel yapısal tasarımın sınırlarını aşarak, mekânın sosyal, kültürel ve psikolojik etkileşimlerini değerlendirmekte ve bunları tasarım sürecine dâhil etmektedir. Post-yapısal tasarım, mekânın kullanıcısıyla etkileşimini arttırmakta, kullanıcıların kimliklerini ifade etmelerini ve mekânı kendi ihtiyaçlarına göre şekillendirmelerini sağlamaktadır. Bu yaklaşım, mekânın duygusal ve sosyal bağlamını dikkate alarak, insanların mekânda rahatlamalarını, etkileşimde bulunmalarını ve kendilerini ifade etmelerini sağlamaktadır. Böylece tasarlanan defile mekânları enstatif bir kimlik kazanmaktadır. Sonuç olarak, mekânın post-yapısal tasarımı, mekânı sadece bir yapı olarak değil, insanların deneyimlediği ve etkileşimde bulunduğu bir alan olarak ele almaktadır. Bu yaklaşım, mekânın anlamını derinleştirir, insan ihtiyaçlarını karşılar ve daha sürdürülebilir ve etkileyici mekânlar yaratmaktadır.

6. SONUÇ

Moda tasarımı ve mimari, insanın giyinme ve barınma ihtiyaçlarından doğan ve zaman içinde estetik, kültürel ve teknolojik faktörlerle şekillenen iki farklı disiplindir. Ancak bu iki disiplin arasında ortak bir iletişim dili vardır: mekân. Mekân, hem moda hem de mimari tasarımında temel ölçüt olarak kullanılmaktadır. Bunun bir sebebi de moda ve mekânın varoluşunun temel nedeninin beden olarak gösterilmesidir. Beden ve hareket, moda şovlarında mekânla etkileşim kurmanın en önemli unsuru olarak var olmaktadır. Bedenin duruşu, hareketi, bakışı ve ifadesi mekânın karakterini yansıtabilmekte veya zıtlık oluşturabilmektedir. Örneğin, bedenin hareketli olması mekânın statikliğini vurgulayabilmekte, bedenin bakışı mekânın derinliğini artırabilmektedir. Mekân, aynı zamanda tasarımcıların görsel etkiyi artırmak için birbirlerinden ilham aldıkları veya araç olarak kullandıkları bir unsurdur. Bununla birlikte postmodern dönemde sanat ve moda arasındaki sınırlar belirsizleşmiş, estetik ve tüketim kavramları farklılaşmaktadır. Enstalasyon sanatı, mekânın önemini vurgulayan, izleyiciyi etkileşime davet eden bir sanat türüdür. Kitsch ise, zevksizlik, taklitçilik ve ucuzluk olarak tanımlanan, popüler kültürün bir ürünüdür. Bu iki kavram, moda tasarımında da kendini göstermektedir. Moda tasarımcıları, enstalasyon sanatından ilham alarak mekanla uyumlu veya uyumsuz koleksiyonlar yaratmakta, kitsch estetiğini kullanarak ironik ve eleştirel mesajlar vermektedir. Sonuç olarak, postmodern dönemde sanat ve moda arasındaki etkileşimin güçlü olduğu, bu etkileşimin yeni estetik arayışlar ve tüketim biçimleri doğurduğu ortaya konulmaktadır. Bu konular arasındaki ilişki, örneğin, moda tasarımcılarının enstalasyonlarını belirli bir mekânda sergilemeleri, mekâna özgü tasarımlar yapmaları ve bedeni giysilerle şekillendirmeleri olarak örnek verilebilmektedir. Ayrıca, kitsch unsurları, moda tasarımlarına ve enstalasyonlara dâhil edilebilmekte ve bu unsurlar mekânda sergilenen giysilerin bedenle ilişkisini de etkileyebilmektedir. Bu bağlamda, moda da postmodern dönemin etkisi altında mekânla ilişkisini yeniden şekillendirmektedir. Kitsch ve moda kavramları arasındaki ilişki, özellikle popüler kültürde ve reklam dünyasında etkilidir. Kitsch öğeleri, moda tasarımlarında sıklıkla kullanılır ve bu tasarımlar popüler kültür ve reklam trendlerinden etkilenmektedir. Bundan dolayı defile gösteri mekânları moda tasarımda çok önemli bir yer barındırmaktadır. Defile gösterileri, moda tasarımcılarının tasarımlarını sergiledikleri,

hedef kitleleriyle iletişim kurdukları ve marka kimliklerini oluşturdıkları etkinliklerdir. Defile gösterilerinde mekân seçimi, tasarımların anlamını ve mesajını güçlendiren veya zayıflatan bir faktördür. Bu nedenle moda tasarımcıları, defile gösterileri için mekân seçiminde dikkatli olmalıdır. Defile gösterileri için mekân seçiminde son yıllarda bir trend göze çarpmaktadır, tarihi ve atıl mekânların kullanılması. Tarihi ve atıl mekânlar, moda tasarımcılarına farklı avantajlar sunmaktadır. Öncelikle tarihi ve atıl mekânlar, moda tasarımlarına zıtlık veya uyum sağlayarak görsel bir kontrast ve uyum yaratmaktadır. Bu da izleyicilerin ilgisini çekmekte ve tasarımlara farklı bir anlam katmaktadır.

Moda içinde defile mekânı, sunuma işaret eder ve mimari bir söylem olarak yerleştirme mekânını (enstalasyonu) oluşturmaktadır. Bedensel olarak aynı mekân içerisinde iken zihinsel olarak aynı anda pek çok yerde olunabilme durumu, zihnin gözleriyle kolaylıkla her ayrıntısını görebileceği, bireyin her hareketi zihnin doğasını-mekânını tanımlamaktadır. Her bir katmandaki farklı bir yaşanmışlık, belleğin farklı katmanlarına gönderme yapmaktadır. Yaşanan bu deneyim, beden bir parçası olarak mekânın holistik tanımını içermektedir. Bedensel deneyiminin bellekte kaydedilerek dondurulması ve beraberinde mekânın yeniden katlanması çelişki ve karmaşıklık içeren, mekân beden ilişkisini yansıtmaktadır. Gerçek bir yere ihtiyaç duymayan, insan varlığı ile var olabilen, her bir bireyin kendi zihninde yolunu bulduğu bir yer olmaktadır. Kimi zaman bir kenti kimi zaman bir nesneyi kimi zaman ise sonsuz maviliği ve yeşili, sınırın içindeki temsili içermektedir. Mekân, zamansal olaylarla oluşturulmuş, yaşanan ve algılanan bir varlık olarak düşünülmektedir. Bu anlamda mimarlık, salt fiziksel bir çevre olmaktan çıkıp, mekân-zaman-beden-nesne ilişkileriyle yeniden tanımlanmaktadır. Bu makale, algılayan ve düşünen beden deneyimi arasındaki olası geçici etkileşim modellerini vurgulamaktadır. Mekânda beden, insanın ilk ortamı olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle beden hareketinin mekânla ilişkisi keşfedilen ve deneyimle yenilenen, enstalasyonların altlığını oluşturmaktadır. Sahnelemedeki bu soyutlama, her yeni aşamada izleyicinin varlığı, değişen trendler gibi yeni durumların eklenmesiyle sabit ve ideal bir mekânsal organizasyondan uzaklaşmaktadır. Sonuç olarak, moda şovları, günlük bir deneyim olarak bağlam, mekândaki soyutlamalara anlam vermek için bir araç olmaktadır. Enstalasyon bizim için bedenin ve çoklu duyum deneyimimizin farklı insanlara farklı nesneler üzerinden aktarıldığı temsilin birer sunuş şekli olmaktadır. Pragma ve bağlam ancak soyutlamalara anlam verildiğinde bir mekâna dönüşebilmektedir. Enstalasyon,

bir öz-örgütlenme modeli olarak, değişime ve değişim üreterek yanıt vermektedir. Beden de bu değişim kapasitesi olarak, mimarlığın geleceğine işaret etmektedir. Beden ve enstalasyon aktif güce karşı dirençli bir güç oluşturmaktadır. Enstalasyon kendi uzamsal uzantısını yaratırken, mimari onun fenomenolojik ve deneyimsel olan bedensel geleceğini tasarlamaktadır. Bu sayede oluşan beden ve mekân diyalektiğinde, karşılıklı oluşturulan bu birliktelik ile birbirini sürekli etkilemektedir ve yeniden oluşturmaktadır. Bu bağlamda, beden, mekânlaşır ve benzer biçimde bu iletişim ağında mekân da, beden ile beraber evrimleşebilmektedir.

Mekân deneyimleriyle birlikte, insanın algılarıyla anlamlara bürünmektedir. Bu anlamlar yeni deneyimlere, yeni oluşlara olanak sağlamaktadır. Mekân dönüşerek, zaman içerisinde anlamını yeniden üretmektedir. Bir şeyi kavrayabilmemiz için onun tarafından kavranmış olmak gerekmektedir. Onun zamanına teslim olmak gerekmektedir. Bu üç parametrede ki temel ortak nokta, bütün mekânlar özelinde hem dikotomik olanı hem diyalektik olanı içine almaktadır. 21. yy mekânlarının performatif ergonomi ilkelerine uygun olarak tasarlandığı ve kolektif eylemlere imkân tanınması, mekânların kitsch, post modern söylemler ve enstatif mekân tasarımları gibi kategoriler altında değerlendirilebileceği belirlenmiştir. Milenyum çağından seçilen örneklerle, kategorilerin, enstalasyon ve defile örnekleriyle, bedenın alternatif anlayışlarını ve davranışlarını keşfedilmesi ile beden ve mekân arasındaki ilişkinin sanatın deneyimsel boyutuyla zenginleştirildiği ve yeni anlamlar üretmektedir. Enstalasyon ve defile, bedenın mekânsal etkileşimini sanatsal bir biçimde ortaya koyan iki farklı pratiktir. Bu iki pratik bedenın kimliğini, cinsiyetini, kültürünü veya siyasetini nasıl ifade ettiğini, beden ve mekân arasındaki ilişki üzerinden sanatın deneyimsel boyutuyla zenginleştirmektedir. Dolayısı ile beden ve mekân arasındaki analogi üzerine deneyimlenerek sanatını ortaya konulması, “mekân-nesne-beden” ilişkisinde beden ve mekân arasındaki ilişkinin çok katmanlı ve çok boyutlu bir örüntü ile kodlandığı ve bu örüntünün 21. yy gelecek mekân anlayışlarının yeniden tartışılmasını sağlamaktadır. Eski ile yeninin, geçmiş ile şimdinin bir arada okunduğu her bir bedenın belleğinden başka bir iz bıraktığı bir tür katmanlaşma kısacası yeni bir kimlik halidir.

KAYNAKLAR

- Adıgüzel Özbek D., (2018), “Beden Etkileşimli Mekan Tasarımı”, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 8 (1), 133-142.
- Adorno T., (1998), “Minima Moralia: Sakatlanmış Yaşamdan Yansımalar” Çev. Koçak O. ve Doğukan A., 1. Baskı, Metis Yayınları.
- Atkinson D., (2007)., “Kitsch Geographies and the Everyday Spaces of Social Memory”, Environment and Planning A, 39 (3), 521-540.
- Aytis S., Ozcam I., (2019), “Gelenekten Geleceğe Mimarlık”, Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi, 5 (2), 293-308.
- Bachelard G., (2018), “Mekânın Poetikası”, Çev. Tümertekin A., 5. Baskı, İthaki Yayınları.
- Baudrillard J., (1981), “For a Critique of the Political Economy of the Sing”, 1st Edition, Telos Press Publishing.
- Baudrillard J., (2011), “Simülakrlar ve Simülasyon” Çev. Adanır O., 1. Baskı, Doğu Batı Yayınları.
- Benjamin W., (1993), “Pasajlar”, Çev. Cemal A., 1. Baskı, Yapı Kredi Yayınları.
- Bilgen S., (2002), “Moda ve Giyim”, Anadolu Sanat Süreli Sanat ve Kültür Dergisi, 12, 16-27.
- Bogdan R. C., Biklen, S. K., (1998), Qualitative research for education: An introduction to theory and methods (3rd ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Braidotti R., (2013), “The Posthuman”, 1st Edition, Polity Press.
- Braidotti R., (2016), “The Contested Posthumanities”, In: R. Braidotti and P. Gilroy Editors, “Conflicting Humanities” 1st Edition, Bloomsbury Academic.
- Braidotti R. and Hlavajova M., (2018), “The Posthuman Glossary”, 1st Edition, Bloomsbury Academic.
- Călinescu M., (1987), “Five Faces of Modernity: Modernism, Avant-garde, Decadence, Kitsch, Postmodernism”, 1st Edition, Duke University Press.
- Chandler D., (2015), “A World without Causation: Big Data and the Coming of Age of Posthumanism”, Millennium: Journal of International Studies, 43 (3).
- Chilvers I. and Graves-Smith J., (2009), “A Dictionary of Modern and Comtemporary Art”, 2nd Edition, Oxford University Press.

Clarke B. and Rossini M., (2017), “The Cambridge Companion to Literature and the Posthuman”, 1st Edition, Cambridge University Press.

Crewe L., (2017), “The Geographies of Fashion: Consumption, Space, and Value”, 1st Edition, Bloomsbury Academic.

Danto A. C., (2010), “Sanatın Sonundan Sonra: Çağdaş Sanat ve Tarihinin Sınır”, 2. Basım, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

Deleuze G., (1992), “The Fold: Leibniz and the Baroque”, 1st Edition, University of Minnesota Press.

Derrida J. (1997), “Of Grammatology”, 1st Edition, Johns Hopkins University Press.
Dombaycı M. A. ve Doğru. S. G., (2019), “Heidegger’in Decartes Eleştirisi Bağlamında ‘Malone Ölüyor’ Kitabının Değerlendirilmesi”, Kaygı, 18 (2), 455-479.
Ediz Ö., Erbil Y., Akıncıtürk N., (2010), “Günümüz Mimarlığının Dinamikleri: Iceberg’in Görünmeyen Yüzü”, Mimarlık Dergisi, 354, 64-69.

Emmer C. E., (1998) “Kitsch Against Modernity”, Art Criticism, 13 (1), 53-80.

Ertürk N., (2011), “Moda Kavramı, Moda Kuramları ve Güncel Moda Eğilimi Çalışmaları”, Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi Art-E, 4 (7), 3-24.

Evans G., (2018), “POSTHUMANISM IN FASHION.” (Retrieved November 9, 2020), From Show Studio.

Fausch D., (1996), “Architecture: in Fashion” , 1st Edition, Princeton Architectural Press.

Fedorova A., (2018), “Why did designers embrace tech this season?” from Sleek Magazine.

Fortini A., (2006), How the Runway Took Off: A Brief History of the Fashion Show, Slate Magazine.

Foucault M., (2000), “Özne ve İktidar / Seçme Yazılar 2”, 7. Baskı, Ayrıntı Yayınları.

Foucault M., (2001), “The Order of Things”, 2nd Edition, Routledge.

Foucault M. (2006), “History of Madness”, 2nd Edition, Routledge.

Gezer H., (2007), “Diğer Disiplinlerle İlişkiler: İç Mimarlık, Tekstil-Moda Tasarımında Ara Yüzeyler”, İç Mimarlık Eğitimi 1. Ulusal Kongresi, 1-10, İstanbul, Türkiye, 1 Ekim 2007.

Goldman R., PAPSON S., (2003), “Simulacra Definition”, Information Technology, St. Lawrence University, 30 August 2003.

Greenberg C., (1961), “Avant-Garde and Kitsch”, In: Art and Culture: Critical Essays, Beacon Press.

Güldür M., Bayram S., (2016), “Disiplinler Arası Etkileşim Üzerine Bir Çalışma: Moda Ve Mimari Arasındaki Etkileşim”, The Journal of International Lingual Social And Educational Sciences, 2(2), 59-74.

Goralnik L., Nelson M.P., (2012), “Anthropocentrism, Encyclopedia of Applied Ethics”, 2nd Edition, Academy Press Book.

Habermas J., (2003), “The Future of Human Nature”, 1st Edition, Polity.

Hassan I., (1977), “Prometheus as Performer: Toward a Posthumanist Culture?”, The Georgia Review, 31 (4), 830–850.

Heidegger M., (2019), “Varlık ve Zaman”, Çev. K. Ökten, 2014, Alfa Yayın.

Husserl E., (1997), “Kesin Bilim Olarak Felsefe”, 1. Baskı, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.

Iavarone A. H., (2021), “Bir Simülakr Tanımı Olarak Mimari Temsilin Medyatik Hali”, Modular Journal, 4 (2), 172-183.

Jaeger R. M., (1988), “Complementary Methods for Research in Education. Washington”, 1 st Edition, Amerikan Educational Research Association.

Kaprow A., (2003), “Notes on the Creation of a Total Art Essays on the Blurring of Art and Life”, 1 st Edition, University of California Press.

Karagöz E., (2012), “Pop Up Mekân Tasarımı ve Pazarlama İlişkisi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Keller S., (2012), “Beauty, Genius, Epigenesis: The Kantian Origins of Contemporary Architecture”, Journal of Architectural Education, 65 (2), 42-51.

Kjellman-Chapin, M., (2013) Kitsch: History, Theory, Practice, Cambridge Scholars Publishing, UK.

Kuzu A., (2013), “Bilimsel araştırma yöntemleri (Scientific research methods) Araştırmaların planlanması (Research planning]”, ESOGÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 14-(1), 38-41.

Küre S., (2021), “Mimarlık Etki Alanındaki Moda Tasarımına Bakış”.

Koolhaas R. (1978), “Delirious New York: A Retroactive Manifesto for Manhattan”, 1 st Edition, The Monicelli Press.

Lacan J., (1954-55), “ The Seminar of Jacques Lacan: Book II: The Ego in Freud's Theory and in the Technique of Psychoanalysis”, 1st Edition, Newyork Company.

- Lefebvre H., (1991), "The Production of Space", Trans: Nicholson-Smith D., 1st Edition, Wiley-Blackwell.
- Lukas P., (1997), "Inconspicuous Consumption: An Obsessive Look at the Stuff We Take for Granted, From the Everyday to the Obscure", 1st Edition, Crown Pub.
- Lynn G., (2000), "Greg Lynn: Embryological Houses", AD: Contemporary Processes in Architecture" 70 (3), 26-35.
- McDonal H. P., (2014), "Environmental Philosophy", 1st Edition, Brill.
- Miller D., (1987), "Material Culture and Mass Consumption", 1st Edition, Basil Blackwell.
- Murrow L., (2012), "Transplanted Trees, Paper Kingdoms, and Flames: The Best Fashion Week Set Design" The Cut. New York Media LLC. Retrieved July 1, 2015.
- Norberg-Schulz C., (1971), "Existence, Space & Architecture", 1st Edition, Littlehampton Book Services Ltd.
- Olalquiaga C., (1993), "The Pandemoniac Junk Shop of Solitude: Kitsch and Death." The Abject America. Usitania: A Journal of Reflection and Oceanography, vI, 4.
- Pallasmaa J., (2020), "Tenin Gözleri", Çev: Kılıç A. U., 7. Baskı, Yem Yayınları.
- Platon., (1999), "Diyaloglar 2, Theaitetos", 1. Baskı, Remzi Kitabevi.
- Pooke G., Whitham G., (2013), "Çağdaş Sanatı Anlamak", Çev: Göbekçin T., 1. Baskı, Optimist.
- Quinn B., (2003), "The Fashion of Architecture", 1st Edition, Bloomsbury Academic.
- Sarup M., (2004), "Postmodernizm ve Postyapısalcılık", Çev: Güçlü A., 2. Basım, Bilim ve Sanat.
- Sharpe S., (2014), "Iris Van Herpen İs Making Fashion Future", Metropolis.
- Sheets-Johnstone, M. (2011) The Primacy of Movement- Expanded Second Edition (Advances in Consciousness Research). John Benjamins Publishing Company. Amsterdam, The Netherlands.
- Simmel G., (1957), "Fashion", American Journal of Sociology, Vol. 62, No. 6, pp. 541-558.
- Smelik A., (2020), Fractal Folds: The Posthuman Fashion of Iris Van Herpen, Fashion Theory
- Stallabrass J., (2016), Sanat A.Ş. Çağdaş Sanat ve Bienaller. (Çev. E. Soğancılar). İstanbul: İletişim Yayınları. (Eserin orijinali 2004'de yayımlandı).

Stewart, S., (2015), Contemporary Kitsch: An Examination Through Creative Practice, Edith Cowan University. Thesis Retrieved From [Http://Ro.Ecu.Edu.Au/Theses/171](http://Ro.Ecu.Edu.Au/Theses/171)

Şentürk L., (2014), Kiç Sözlüğü. İstanbul: Kült Neşriyat.

Şimşek O., Balkan S. A., Koca A., (2022), “Mekânsal Deneyimlerde Sinestezi (Çoklu Duyusal Algı) Kavramı ve Teknolojiyle Değişiminin İncelenmesi”, Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi, 7 (Özel Sayı), 40-59.

Tanyeli U., (1990),. Aslolan “Kitsch”dir. Arredamento Dekorasyon. Aralık s.103-106

Tavşan F. ve Sönmez E., (2018), Mekân Ve Moda İlişkisi: Bir Workshop Deneyimi. Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi ART-E, 11(21), 157-170. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sduarte/article/421163>

Timur Ş., (2004), Objects Of Resistance and Expression: Rethinking the Concept of ‘Kitsch’ in the Everyday Life of the Modern Individual Contemporary Kitsch: An Examination Through Creative Practice. 4th Design And Emotion Conference. ODTÜ, Ankara.

Usta G., (2020), Mekân ve Yer Kavramlarının Anlamsal Açıdan İrdelenmesi. Felsefe Dünyası, 63, 116-154.

Vantamay, S., (2008) Understanding Of Perceived Product Quality: Reviews And Recommendations, Bu Academic Review, 6 (1).

Venturi R., Brown D.S., Izenour S., (1977), Learning From Las Vegas. Cambridge: MIT Press, 1972; Revised Edition 1977. ISBN 0-262-72006-X

Wolfe, C. (2009) What Is Posthumanism?. Minneapolis: University of Minnesota Press.

WARD, P., (1991) Kitsch İn Sync - A Consumer's Guide To Bad Taste, Plexus Publishing Limited, London.

Web 1, (2011), <https://www.archdaily.com/115949/guangzhou-opera-house-zaha-hadid-architects> (Erişim tarihi:08.06.2022)

Web 2, (2011), <https://en.wikiarquitectura.com/building/guangzhou-opera-house/> (Erişim tarihi : 10.12.2022)

Web 3, (2006), https://os.typepad.com/my_weblog/2006/08/slavin_house.html (Erişim tarihi: 12.04.2021)

Web 4, (2017), Savela M., <https://www.cca.qc.ca/en/articles/issues/4/origins-of-the-digital/5/embryological-house> (Erişim tarihi:08.01.2023)

Web 5, (2020),<https://www.vogue.com/article/paco-rabanne-link-dresses-inspire-designers-for-spring-2021> (Erişim tarihi:04.05.2022)

Web 6, (2022), <https://tr.wikipedia.org/wiki/Mek%C3%A2n> (Erişim tarihi: 12.09.2022)

Web 7, (2021), <https://tr.wikipedia.org/wiki/Gesamtkunstwerk> (Erişim tarihi: 21.02.2021)

Web 8, (2022), <https://commons.m.wikimedia.org/wiki/File:Elina-Salo-1958.jpg> (Erişim tarihi: 21.03.2022)

Web 9, (2021), <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2021-menswear/prada/slideshow/collection#17> (Erişim tarihi: 13.09.2022)

Web 10, (2021), <https://www.dezeen.com/2021/01/20/rem-Koolhaas-amoo-create-faux-fur-geometric-rooms-prada-fw21-menswear-show/> (Erişim tarihi: 20.01.2021)

Web 11, (2021), <https://www.stirworld.com/see-news-rem-Koolhaas-conceives-non-spaces-for-prada-fall-winter-menswear-digital-show> (Erişim tarihi: 23.01.2021)

Web 12, (2010), <https://www.prada.com/content/pradanux/ww/en/pradasphere/fashion-shows/2010/fw-menswear.html> (Erişim tarihi: 20.01.2022)

Web 13, (2020), <https://www.dezeen.com/2020/09/30/jeremy-scott-moschino-puppet-fashion-show/> (Erişim tarihi: 10.04.2022)

Web 14, (2014), <https://www.iaacblog.com/programs/syntopia-dress-iris-van-herpen/> (Erişim tarihi: 12.06.2020)

Web 15, (2022), <https://www.irisvanherpen.com/news/miss-fame> (Erişim tarihi: 21.08.2022)

Web 16, (2022), <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2019-couture/iris-van-herpen#review> (Erişim tarihi: 01.07.2022)

Web 17, (2000), <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2000-ready-to-wear/chalayan#gallery-collection> (Erişim tarihi: 12.02.2022)

Web 18, (2013), <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/10292/eight-of-the-most-inspiring-fashion-show-venues-for-ss18> (Erişim tarihi : 23.10.2022)

Web 19, (2018), <https://www.crystal.fr/en/realisation/chanel-ready-to-wear-spring-summer-2018-fashion-show/> (Erişim tarihi: 20.12.2022)

Web 20, (2014), <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-ready-to-wear/chanel> (Erişim tarihi: 03.03.2022)

ÖZGEÇMİŞ

Sümeyye KÖKCEN 2015 yılında başladığı İstanbul Medipol Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Mimarlık Fakültesi Mimarlık Bölümünü 2019 yılında başarıyla tamamlayarak aynı yıl yüksek lisans eğitimine Gebze Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalında başladı.



EKLER

Ek A: Tez Çalışması Kapsamında Yapılan Yayınlar

Özçelik S., ve Kökcen S., (2023), “Mekânda Çoklu Duyumsal Deneyimleme: Moda ve Enstalasyon”, 2. Uluslararası Malzeme Mühendisliği Ve İleri İmalat Teknolojileri Kongresi (Imeamtc’23), Ocak 12-13, 2023 , İstanbul, Türkiye, 12-13 Ocak.

