

MİMAR SİNAN ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ  
ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI  
ANA BİLİM DALI



# ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMINDA KULLANICI İHTİYAÇLARININ BELİRLEDİĞİ YÖNELİMLER



YÜKSEK LİSANS TEZİ  
TENGÜZ ÜNSAL

Danışman: Doç. İLHAN ERHAN

*Mayıs 1991*

# İçindekiler

Özet	I
Önsöz	II
<b>1. Bölüm - Giriş</b>	
1.1. Etimoloji	1
1.2. Yönelim Kavramı	4
1.3. Yönelimsel Ürün Kavramı	4
1.4. İhtiyaç Kavramı ve Yönelimsel Ürün	5
1.5. (Yönelimsel) Ürün Tasarımını Etkileyen Boyutlar	7
1.5.1. Kültürel İçerik	8
1.5.2. Süreklilik	8
1.5.3. Değişim	9
1.5.4. Teknoloji	10
<b>2. Bölüm</b>	
2.1. Statü Sembolü ve Öykünmenin İşlevi	17
2.1.1. Alt Kültür	21
2.1.2. Ait Olunan Topluluk ve Başvuru Topluluğu	22
2.1.3. Rol	24
2.1.4. Statünün İşlevi	25
<b>3. Bölüm</b>	
3.1. Kendin - Yap	27
3.2. Kullan - At	31
3.3. Streamline	34
3.4. Military - Look	39
3.5. Satellite - Look	43
3.6. High - Tech	46
3.7. Trans High - Tech	54
3.8. Post - Modernizm	62
3.9. Minimalizm	70
3.10. Alchima / Memphis	75
<b>4. Bölüm</b>	
Sonuç	83
Kaynakça	87

## ÖZET

Bu çalışma endüstri ürünleri tasarımında kullanıcı gereksinimlerinin belirlediği trendleri (eğilimleri) ve bu trendlere kaynak oluşturan etkenleri araştırmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın birinci bölümde: kullanıcı gereksinimi ve eğilim-ürün olgusu, kültürel içerikten kaynaklanmasından dolayı süreklilik göstermesi, toplumsal kültürel değişim ve teknolojik gelişim etmenlerinin ürün eğilimleri üzerindeki etkileri incelenmiştir. İkinci bölümde, sosyal varlık olarak bireyin gereksinimleri üzerinde etkili olan sosyal psikolojik ve kültürel faktörler incelenmiş, bu faktörlerin toplumsal iletişim ortamında kullanıcı gereksinimleri üzerindeki etkileri güncel ürün eğilimleri üzerinden analiz edilmiştir. Üçüncü bölümde literatürde yer alan belli başlı ürün eğilimleri ve bu ürün eğilimlerine kaynak oluşturan sosyal kültürel faktörler incelenmiştir. Araştırmanın son bölümünde ise; bu çalışmadan elde edilmiş bulgular sergilenmiştir. Ürün tasarımında trend olgusunun kullanıcı gereksinimleri üzerindeki etkileri belirlenmiş, trend/eğilim-ürünlerin sosyal kültürel iletişim ortamda simge taşıyıcısı olduğu, pratik işlevsel kullanım değerlerini aşan bir sembolizm çerçevesinde algılandığı ve kitle iletişim ortamında iletişim kanalı oluşturduğu tespit edilmiştir.

## **Abstract**

This research aims to search the trends in industrial design that are conditioned by the user's needs and the factors effects of those trends. The first chapter determines the impacts of user needs, trend product concept, socio cultural transformation and technological improvements on trend-products. The following chapter consists of a discussion concerning the effects of the individual as a social entity and of permanent factors related to the social psychology of groups on needs within the social communication setting and their relations to trend products. The socio cultural sources of the formation of the well known product trends are analysed in chapter three. The conclusion chapter discusses the findings of the research. In this research, the main findings are the impact of the trend concept in the new product design on users' needs, the symbolic effect of trend products on socio cultural environment and the communicative role of trend product on a socio cultural communication.

## Önsöz

Homo Economicus üretilen bir ürünü herkes için aynı sayıp, bu ürünün arz ve talebini fiyatın fonksiyonu olarak gören klasik ekonomik anlayışa uygun bir insan modelinin ifadesidir ve değerlerin etkisinden arınmıştır. Kendi içinde tutarlı olan bu anlayışa göre insan ve ürün, evrensel niteliklere sahiptir. Ne kullanıcı ne de ürün bağlamında farklılaşma yoktur.

Kişisel ve sosyal değerler ürün algılamasındaki seçicilik, kullanıcılar arasında farklılaşma göstermektedir. Ancak belli bir ürün karşısında davranış özellikleri benzer olan bir kullanıcı kitlenin varlığı, psikoloji, sosyoloji ve sosyal antropoloji gibi bilimlerin ortaya koyduğu sonuçlara ters düşmektedir.

Sosyal psikolojik araştırmalar, verilen bir mesajı sadece dinleyici ya da alıcı olma özelliği etrafında birleşen bir kitlenin, yani benzer özellikler gösteren bireylerin toplamı bir kitlenin bulunmadığını, mesajların bireye doğrudan değil, bir takım sosyal kanallardan ve süzgeçlerden geçerek ulaştığını (kanaat liderleri vs aracılığıyla), alıcı kitlelerin yapısının farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. (03;108)

Günümüzde sürekli olarak çok seslilik doğrultusunda gelişen toplumlarda alıcı kitlelerin yapısı daha fazla çeşitlilik göstermektedir. Tasarımcılar belli sosyo-kültürel grup içinde yer alan bireyin kullanım ihtiyaçlarına yönelik yönelimleri desteklemek için, sürekli yeni kullanım değerleri oluşturmaya çalışmaktadır. Tasarımcılar, sosyal değişim yönelimlerini, kültürel gelişimleri ve farklılaşmaları izlemektedir. Görsel sembolleri kullanıcı gruplara yönelik kullanım ürünlerinde yine bu ürünler üzerinde düzenlemektedir.

Dolayısıyla, ürünler üzerinde gereksinimlerin belirlediği farklılaşmalar oluşmaktadır.

Tüm bunların doğrultusunda ulaşabildiğimiz kadarıyla kullanıcı ihtiyaçlarının belirlediği yönelimler içinde 'yönelimsel ürün' ve 'oluşumundaki etkenler'i incelemenin kullanıcı ihtiyaçlarını bazı yönleriyle tanımadaya yararlı olacağı kanısıyla, bu çalışmaya yöneldik.

Bu çalışmaya yönelişimizde ve konunun kapsamının belirlenmesi sırasında, lisans eğitiminden beri emeği geçen değerli hocalarıma, manevi destekte bulunan aileme ve sayın Timsal Ünsal'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

## **Konunun Ele Alınış Biçimi**

Çalışmamız, endüstri ürünleri tasarımında kullanıcı ihtiyaçlarının belirlediği yönelimler doğrultusunda, ihtiyaçları sınıflandırmayı hedeflememektedir. Kaldı ki çağın akıcılığı, yaşam biçimlerinde gözlenen değişimler, kullanıcı ihtiyaçlarının genel bir sınıflandırılması da güçleştirdiği kanısındaız.

Konumuz açısından yönelimleri oluşturan nedenselliğin geniş anlamda çok boyutluluğu, doğal olarak diğer disiplinlerle ilişkiyi zorunlu kılıyor. Araştırma süremizin kısıtlılığı, alanımızın sınırlarını aşmak ve yanlış saptamalarda bulunmak kaygısıyla sadece tartışılmaz düzeyde genel olan bilgilere yer verilmiştir.

Kullanıcı ihtiyaçlarını belirleyen, zaman zaman fizyolojik istemlerinde yönlendiren, başta toplum bilim ve teknoloji olmak üzere, tarihten antropolojiye, psikolojiden güzel sanatlara kadar geniş bir yayılma alanı sergilediğini biliyoruz. Bu alandaki verilerin bütünsel etkilerini, ulaşabildiğimiz 'yönelimsel ürün' ve 'belli başlı yönelimler'in belirlemesinde ürünlerin biçimlenme sürecindeki etmenleri incelemeye çalıştık. Daha geniş bir çözümlenmeye götürebilecek verilerin elde edilebilmesi için, dönemlere ilişkin düşünsel yapıları

kurama dayalı uygulama alanlarına ait yapıları karşılaştırmaya dayalı bir bakışla ve dönemlere ilişkin tüketici davranışlarına gerektiği kadar yer veremedik.

Belli başlı yönelimler'in (Memphis, Minimalizm,vs, Post-Modernizm) öncülüğünü yapan tasarımcı ve tasarım gruplarının görüşlerine ilgili yönelimlerde yer verdik.

Kullanım ürünlerinin, salt tasarımcı ve endüstriyel işletmelerin merkezileştirilmiş bilginin sonucu üretilmediğini kullanıcı ihtiyaçlarının etkinliğini vurgulamaya çalıştık.

Kullanıcı ihtiyaçlarını bazı yönleriyle belirlemede, ulaşabildiğimiz yönelimsel ürünlerin hangi kaynak ve ilkelere dayandığını araştırdık.

# 1. BÖLÜM

## Giriş

## 1.1. Etimoloji

'Yönelim' sözcüğünün etimolojisine bakıldığında, bu kavrama denk düşen 'eğilim' sözcüğü ile karşılaşmaktayız. İngilizcede bu kavramı konumuz açısından yakın anlamdan, uzak anlama doğru ifade eden şu sözcüklere rastlıyoruz:

**Trend, tendency**, inclination, drift, run, lean, bias, direction, turn / look; *bakış, ifade, yönelmiş olmak set; yönelmek* Orientation; *yönelme*. Course; *yön, cihet, istikamet*. Stream, current; *akım, ceryan*. Flux; *değişme, akış, ceryan*. Flow; *akış, ceryan*.

**YÖNELMEK. f., YÖNELİM i.** (Yön'den, yön-el-mek veya yön-e-l-mek. Yönelmek'ten yönel-i-m) kendine belli bir yön vermek, yüzünü belli bir yöne çevirmek. Yönelme hali. **Osmanlıca**; Tevcih, itticah, tayini cihet, istikamet, ciheti istikamet.

**YASAN**; Bu sözcük, bir işin yapılmasından önce onu amaçlayan düşünce, istek, amaç ve erek anlamına gelmektedir. Bilgi anlamıyla, yönelmeyle, bu yönelimin gerçekleştirilmesinden doğar. Buna yasansal yada yönelimsel anlam denilmektedir. **Osmanlıca**; Niyet, maksat, kasid, azim, makul, müdreğ, kast, mâksüd.

- \* İnsanları yeni bir nesne veya düşünceye yönelten duygu, güç, fikir ve görüş.
- \* Kendi durumunu yada bulunduğu yerin durumunu başka yerlere göre belirleme.
- \* Bireyin, karşılaştığı karışık ve sorunlu durumlarda kendi yönünü, tutumunu belirlemesi.
- \* Bireyin türlü ilişkiler içinde yer ve zamanı seçme koşulları, değerlendirme konusunda bilinçli olarak davranması. (Fr. Alm. İng. Intention)

**EĞİLMEK f., EĞİLİM i.;** (eğilmek' ten eğ-i-l-mek, eğilmekten eğil-i-m) Eğilmek eylemi. bir tarafa eğilme, meyletme. Konuşma dilinde; duyusal yönelme hali. Önem vermek. **Osmanlıca;** Meyil, temayül.

**EĞİNİM, EĞSİNİM, YÖNSEME;** Nefis istekleri. İnsanların bedensel ve tinsel tüm isteklerini dile getirir. **Osmanlıca;** Ehvâ, ehvâ-i seyyie, hevâ ve heves, havâ, meyil, meyelan, temayül, emel.

**TOPLUM BİLİMDE EĞİLİM;** İktisat ve toplum anlayışlarında, belirli yönlere doğru yönelme hali. Başlıca akımlara açıkça bağlı olmaksızın yalnız genel hatlarında bu akımlara uygun, düşünce sahibi olmayı ifade eden kavramdır.

**SANATTA EĞİLİM;** Aynı akım içinde gruplaşan sanatçılar arasındaki tutum farklılıklarını belirtir. Dolayısıyla, sanatta bir akım çok sayıda eğilimi içerebilir. Akımlar genel nitelikte oluşuna karşılık, eğilimler büyük ölçüde bireyseldir.

**EDEBİYATTA EĞİLİM;** Her şiirde, her romanda yazarın da yazıldığı çevrenin, zamanın da eğilimlerini, nelere inandığını görebiliriz. (Nurullah Ataç).

**TÜKETİM PSİKOLOJİSİNDE EĞİLİM;** Tavır, davranış, belli bir gerçek veya nesne karşısında gösterdiğimiz olumlu (kabul etme) veya olumsuz (reddetme) eğilimlerimizin meydana getirdiği nispetten istikrarlı bir ruhi yapıdır. Bu tarzda anlaşılan 'tavır' tüketicilerin seçime yönelişinin nedenini de açıklayabilir.

**İSTATİSTİKTE EĞİLİM** (İng. randum motion); Bir bütünü temsil edecek şekilde seçilmiş, örnek grup hareketi.

**BIYOLOJİDE YÖNELİM;** Bitki, hayvan gibi dirimli varlıkların, ışık, besin gibi türlü uyarıcı nedenlerin etkisi altında, bu uyarıcılara doğru yada tersine yer değiştirme olayı, doğrulumu.

**FİZİKTE YÖNELİM;** Bir cisme herhangi bir nesne yönünde harekete getiren kuvvet veya etki.

**DİLBİLGİSİNDE YÖNELİM;** İsim soylu bir kelimenin, taşıdığı kavrama dönüşü bildiren hal. (Türkçe'de yönelme hali -a, -e ekleriyle bildirilir.) ev-e, kapı-ya.

## 1.2. Yönelim Kavramı

Yönelim; "belli bir anlam değer ve kurallara sahip olan belli bir toplumsal kültürel grubun uzantısında, kişinin bilinen belli bir eylem veya davranış seçenekleri arasında açıkça ve kapalı biçimde tercih edilen bir değer bütününe doğru gidişi ifade eden bir kavramdır." (10;25)

İnsan doğası, insan doğa ilişkisi, zaman mekan anlayışları kişiler arası ve kişi toplum arası ilişkiler, kavram dağarcığını oluşturmaktadır. Değerler ve davranışlar düzeyinde gözlenen bu durum, dolayısıyla kullanıcı ihtiyaçlarının belirlediği ürünler üzerinde de etkin olmaktadır.

## 1.3. Yönelimsel Ürün Kavramı

Yönelimsel ürün olgusunun özünü kavrayabilmek için, kullanıcı ihtiyaçları açısından arayış tutkusu, öykünme güdüsü, farklılaşma, güzellik duyumu gibi bireysel nedenlere dönülmemelidir (27;02). Yönelimlerin nedeni, bireysel değil, toplumsal nedenlere dayanmaktadır. "Bununla beraber, tüm psikolojik süreçler grupta değil, bireyin davranışlarında somutlaşmaktadır. Dolayısıyla, burada sadece bireyin davranışlarının gruplara göre değiştiğini vurgulamak istiyoruz." (03;109)

Yönelimsel ürünler, endüstri ürünleri tasarımında, değişime bağlı olarak kullanıcı ihtiyaçlarındaki beklentilerin farklılaşması sonucu ortaya çıkmaktadır. Günlük hayat içinde kullanıcılar, değerler bütününe referansla davranışlarında doyuma ulaştıkça yönelimsel ürünler değerlerini pekiştirmekte ve varlıklarını bu referansla meşrulaştırmaktadır.

Yönelimsel ürün kavramının bir bütün ya da sistem olduğu söylenebilirse de, bütünüyle maddesel gözlemlenebilir bir olgu da değildir.

Aynı zamanda soyut bir kavramdır, bu soyutlamayı yapan kişilerin zihnindeki kavramsal yapıya bağlı olarak algılanır. Kurumsal düzeyde, insan davranışlarını düzenleyen ve bu kurumlarca oluşturulmuş sistemin kullanım ürünlerindeki görünümüdür. (27;2)

Evrim bir süreç olarak yönelimsel ürünlerin bazı nitelikleri hakkında tanımlayıcı olabilir mi? sorusuna yanıt ararken Kongar'ın verdiği toplumsal evrim niteliklerinin kullanıcı ihtiyaçlarına bağlı olarak ihtiyaçlar düzeyinde yönelme olgusuyla çakıştığını görebiliriz.

1. Kendi kendini devam ettirir,
2. Değişir,
3. Kendini aşar,
4. Zaman içinde doğrusaldır,
5. Geriye dönmez,
6. Yenilik yaratır,
7. Farklılık yaratır,
8. Karmaşık örgütlenme yaratır,
9. Artan bilinçlik yaratır,
10. Zihinsel etkinlikleri artırır,
11. Bir cinslilikten ayrı cinsliliğe doğrudur,
12. Belirsizlikten belirliliğe doğrudur,
13. Karmaşıklıktan düzene doğrudur,
14. Farklılaşma sonucu karşılıklı bağımlılığı artırır. (17;49)

#### **1.4. İhtiyaç Kavramı Ve Yönelimsel Ürün**

İhtiyaçları genel olarak iki gruba ayırabiliriz:

- . Biyolojik ihtiyaçlar
- . Sosyal-psikolojik ihtiyaçlar

Konumuz açısından ikinci grup ilgi alanımıza girmektedir. Sosyal

psikolojinin açıklayabildiği, etkilenebilir ve yönlendirilebilir istemlerden oluşmaktadır. Başka bir deyişle 'kişinin biyolojik' ihtiyaçları karşılanmış durumdadır. Bu şartlar altında psikolojik ihtiyaçlar ön plana geçmektedir. Bireyin iki yanlılığı, sosyal bir varlık olması ve bireyselliğini topluma gösterme ihtiyacı duymasına neden olmaktadır. Bireyin kendini ispat etme ihtiyacı, 'komşudan geri kalmamak' anlayışının dayandığı temeldir (05;16)

Bu anlamda ihtiyaçlar teke tek ve her biri bir şeye karşılık olarak değil, bir sistem olarak üretilir ve manipüle edilirler; bireyin ürünle ilişkisi değil, bir sistemin öğeleridir. Yönelimsel ürünlerin biçimlenişi, sosyal perspektif ve bunlara ilişkin anlamlar taşır. "Hem ürünler karşısında ekonomik bir eşitsizlik (satın alma - seçme bakımından), hem de bazılarının sadece rasyonel, özerk bir mantığa ulaşabilmesi (geniş anlamda işlevsel kullanım - kültürel doyum olguları) anlamında radikal farklılaşmalar vardır." Yönelimsel ürünler ihtiyaçlara yönelik olarak, pratik işlevsel yanlarını aşan tüm yanlarıyla sosyal öz ve bireyin konumu hakkında birer gösterge oluşturabilmektedir. Farklı türden yönelimsel ürünlere ilişkin seçimler rastlantısal değildir (03;4). Yönelimsel ürünler; 'model rolü oynayan düşünce sisteminin ya da davranış tipinin belirlemesi sonucu ortaya çıkar' (27;..). İhtiyaçlara bağlı olarak değerler sistemi içinde denetlenebilirler. İçinde oluştukları kültürel modeli yansıtırılar. (03;4)

## 1.5. (Yönelimsel) Ürün Tasarımını Etkileyen Boyutlar

"Bireysel, grupsal ya da toplumsal değişim gerçekleşmesini kavramaya yönelik bir tasarım kuramı, sorun alanlarını çok yönlü olarak vurgulayabildiği ölçüde nitelikçe zenginleşir. Diğer bilim alanlarındaki, tasarım açısından önemli bilgilerin tasarım kuramına girebilme olanağı bulmaları, kullanıcı ihtiyaçları açısından çözüm bekleyen tasarım sorunlarının değişime bağlı olarak farklı yönlerden ele alınabilmesi anlamına gelir. Ancak bu şekilde iç içe olan sorunları kavramak mümkündür.

Geniş anlamda bir tasarım kuramını etkileyen boyutlar şunlardır:

- . Bilim kuramına ilişkin boyutlar
- . Psikolojik boyutlar
- . Sosyal boyutlar
- . Ekonomik boyutlar
- . Kültür antropolojisine ilişkin boyutlar
- . Değer kuramına ilişkin boyutlar
- . Tarihsel boyutlar
- . Utopik boyutlar
- . Pedagojik boyutlar
- . ..... (05;53)

Tasarımcı, tasarımın işlevsel yapısını belirlemesi gereken bu çok boyutluluk çerçevesinde, belli bir sonuca yönelik değişik türde etkenleri farklı biçimlerde bütünleştirmekle yükümlü tek kişidir. Bu sonuç da, insan yapısı bir nesnenin yaratımıdır. Ayrıca bir ürünün biçimlenmesi tasarımcının kendisine belirlediği bir dizi amaç çerçevesinde olur. Doğru ve sağlıklı bir ürüne ulaşabilmek için birçok 'bilimsel' amaçlar ve kriterler ortaya koymak olanağı varsa da, her zaman bunların dışında tasarımcının tasarladığı ürün ile kullanıcıya

iletmek istediği çeşitli fikir ve bildiriler vardır. Tasarımcı ürünün fiziksel öğelerini, bu iletileri en iyi şekilde aktaracak biçimde seçer. Buna, tasarımcının ürünü yorumlaması ve fikirlerini "Tasarım diline" dökmesi denebilir. Bir tasarımcı, kullandığı ürün dili ile kullanıcıya belli bir toplumsal tavır, belli bir fizyolojik tavır, belli bir psikolojik tavır önerir. O ürünü alan kullanıcı da, aslında tasarımcının bu yorumunu algılamış, bu önerilerini benimsemiş kişidir. (02;254)

### **1.5.1. Kültürel İçerik**

Kültür; insanoğlunun doğayı denetime almak için yarattığı herşey ve bu çaba sonunda beliren anlamlar, değerler, kurallardır. (17;24) Kuramsal olarak bu noktada maddi kültür ve maddi olmayan kültür ayrımı ortaya çıkmaktadır. Maddi kültür bütün araç ve gereçleri kapsar, temelinde teknoloji yatar. Maddi olmayan kültür ise gelenekler, inançlar ve manevi değerlerle belirlenir. Teknoloji, insanlararası ilişkileri düzenleyen anlamları, değerleri ve kuralları biçimlendiren güç olmaktadır. Maddi olmayan kültür, en genel anlamıyla bir yaşam görüşü belirler. (17;24)

"Yaşarken kazanılan davranış tepki eğilimlerine bağlı olduğundan, öğrenmenin kurallarına, yasalarına ve ilkelerine uygunluğu söz konusudur." (27;3) Tasarımda kullanıcı ihtiyaçlarının belirlediği tüm yönelimler bu ilkeyi desteklemektedir.

### **1.5.2 Süreklilik**

"Bu noktada, öğrenilenin bir sonraki kuşağa geçirilmesi önem kazanmaktadır. Eğer öğrenilen bilgilerin nedenleri ve sonuçları belirli bir gelenek ve görenek sistemini yaratabiliyorsa, tarihsel bir varlık alanı söz konusudur." (27;3)

Endüstri ürünleri tasarımında kullanıcı ihtiyaçlarına bağlı olarak

oluşan yönelimler "kendi kendini devam ettiren, belli bir fiziksel yeri olan, varlığını uzun ya da kısa zaman sürdüren ve bir yaşam biçimini paylaşan insan topluluğu tarafından oluşturulur ve aynı nitelikleri kazanır."

Ürün tasarımında ihtiyaçlara bağlı olarak yönelimleri hazırlayan, toplumbilimsel ve kültürel açıdan bir yeterlilik ilkesi olarak belirlenebilecek dört neden bulunmaktadır.

1. Kültürün yöneldiği grup ya da kitle bir insan ömründen daha uzun yaşar.
2. Grup ya da kitle yeni üyeler kazanarak genişler.
3. Ortak ve karmaşık bir eylem sistemine bağlılıkta birleşilir
4. Bu eylem sistemi kendi kendine yeterlidir. Yani üretim örgütlenmesi, bunun için gerekli bilgi ve teknoloji, ortak yaşamın gerektirdiği kurallar, bu biçimi koruyacak olan güçler bulunmaktadır.

Olaylar, olgular ve ürünler toplumun üyeleri tarafından yaratılır ve paylaşılır. Davranış, tutum ve değerler aile, grup, kitle düzeyinde de olsalar, sonuçta bir kültür ya da alt kültürdür. Bu benzerlikler arasında, birliği ve dayanışmayı sağlayıcı duygular, görevler, toplumsal denetim mekanizmaları bulunur. (27;4)

### **1.5.3 Değişim**

Toplumsal düzeyde değişme; toplumsal eylem ve etkileşim kalıpları olan toplumsal yapının değişmesi olarak tanımlanır (17;56). "Toplum düzenin örgütleniş biçimi, dinsel ve kültürel inançlardaki tüm değişimler aslında yapısal değişimlerdir." Bu durum, en genel biçimiyle kullanıcı ihtiyaçlarına bağlı olarak yeni yönelimleri etkilemektedir. "Önce kurumlar, sonra da bireysel istek ve davranışlar değişir." (27;17). Toplumsal değişme, toplumsal kültürel değişmeyi olanaklı kılar.

Kongar'a göre toplumsal kültürel değişme, şu alanlarda karşımıza çıkar:

1. Alt yapı, üst yapı olarak bütün insan ilişkileri, yani toplumsal yapı,
2. Anlamlar, değerler, kurallar ve gelenekler; yani kültürel yapı,
3. Bunlara bağlı olarak siyasal yapı. (17;57)

Görüldüğü gibi üç yapının birbirini etkileyerek değiştirmesi ve diğerlerine yeni biçimler vermesi, değerler sistemi üzerinde de etkide bulunmaktadır. Belli bir toplumsal kültürel grubun belli bir eylem veya davranış seçenekleri arasında açık veya kapalı bir biçimde yeni bir tercihe yönelmesi değer değişimini, dolayısıyla ürün tasarımı kullanıcı ihtiyaçlarına bağlı olarak yeni yönelimlerin oluşumunu olanaklı kılmaktadır. (10;25)

#### **1.5.4. Teknoloji**

Değişimin itici gücü teknolojidir. Teknoloji insan doğa ilişkisi ya da gelişmesi sonunda ortaya çıkar. Uygulamalı amaçların gerçekleştirilmesi için örgütlenmiş bilgidir (17;300).

Teknolojinin alışıl gelmiş simgesi yüzyılımız başlarında Henry Ford'un ortaya koyduğu montaj bandıdır. Montaj bandından uzay mekiğine ya da çok daha ileri teknolojik süreçler ortaya konulduka, teknolojinin simgeleri de değişmektedir. (26;30)

Teknoloji daha çok teknolojiyi olanaklı kılarken, bir yanıyla kendi kendini beslemektedir. Yenilik sürecini değerlendirdiğimizde bunu görmekteyiz. "Teknolojik yenilik, birbirini güçlendiren bir çember biçimindeki üç evreden oluşur. İlk olarak yaratıcı uyarlanabilir düşünce vardır. İkinci evre, birincinin pratik olarak uygulanmasıdır. Üçüncü evre ise, uygulamanın topluma yayılmasıyla oluşur. Yayılma, yeni düşünceler doğurup, yeni yaratıcı düşüncenin oluşmasına ola –

nak sağladığı zaman süreç tamamlanır, çember kapanır." (26;31)

Buluş, işletme ve yayılmadaki artan hız süreci daha da kısaltmaktadır. Yeni malzemeler, yeni üretim yöntemleri, yeni kullanım ürünleri eskileri hızla ortadan kaldırmaktadır. Bu durum, sosyal, düşünsel, hatta kişisel gereksinimlere yeni çözümler öngörür, insanoğlunun düşünme yöntemlerini, dünyanın kavrayış biçimini değiştirmektedir. "Yaşam standartlarının yükselmesi teknolojik ilerlemeye bağlıdır, insana ve toplumsal yaşama yeni olanaklar, özlemler, doyumlar, gereksinimler getirmektedir. Yeni teknolojik gelişmeler ile kişiler arası, toplumsal eylem etkinlikleri değişik biçimlere bürünür" (28;175)

Teknolojik ilerleme olduğu sürece zaman tersine çevrilebilir değildir. Entegre devreler transistörlere göre, transistörler elektron lamplarına göre, motorsiklet bisiklete göre, Einstein'ın evren hareket-sizliği görüşü Newton'unkine göre, doğrudan doğruya dönüştürülemez bir gelişmedir. Bu gerçek bir tasarlama kuramında neyin, nasıl tasarlanabileceği hakkında bir önsezişi ve bir yayılma teorisini ön kılar (15;42).

Teknolojik gelişim içinde malzeme, üretim yöntemleri ve bir takım mühendislik disiplinlerindeki gelişmelerin ürünler üzerindeki etkilerini inceleyelim:



F.1  
Gerit Rietveld  
"Zig-zag" iskemle



F.2  
Mies van der Rohe  
"Brno" iskemle



F.3  
Verner Panton  
"Panton" iskemle

Tasarım tarihi içinde farklı tarihlerde tasarlanmış üç ürün görülmektedir.(F.1) Gerit Rietveld'in "zig-zag" iskemlesi yapısal açıdan, katlanmış plak prensibinin tam karşıtıdır, ancak 'yapısal manerisim' olarak kabul edilebilir. (02;254)

(F.2)Farklı bir dönemde tasarlanmış olan Mies van der Rohe'nin 'Brno" iskemlesine bakıldığında; dönem kullanıcısı bu tasarımın yeni dinamiğine aldırmadan, geleneksel iskemlenin arka ayaklarının yok edilmesi olarak kabul edebilir (02;253). Üretim yöntemi, mastarlama yöntemi ile lama sac'ın biçimlendirilmesidir.

(F.3)1960'lı yıllarda yapay malzeme dünyasının, parlak etkili renkleriyle birlikte, bu malzemelerin ürünlerde kullanılmaya başlandığını biliyoruz. Verner Panton'un Bayer A.G. için tasarladığı iskemle, cam takviyeli plastik malzeme "CTP" ile sıcak pres yöntemiyle üretilmiştir.

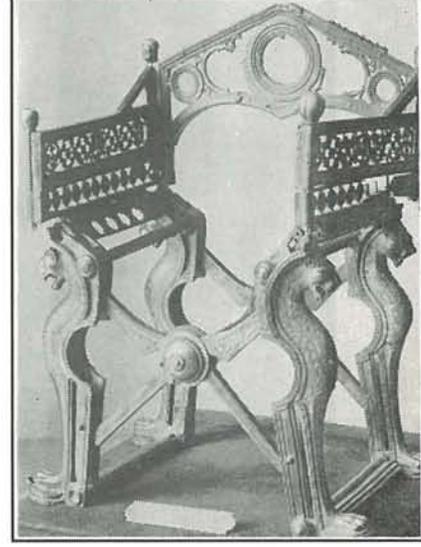
Farklı teknolojik süreçlerde üretilmiş bu ürünler, fiziksel yasalara bağlı olarak oturma düzlemindeki güçler diagramının zemin düzlemine aktarım biçimi ile bu doğrultuda yarattığı görsel etki aynıdır. Malzeme ve üretim yöntemlerin bu ürünlerin üzerinde oluşturduğu ürün kimlikleri ise farklılaşmalar göstermektedir.

Teknoloji içinde malzeme üretim yöntemlerindeki gelişmeler, kullanıcı ihtiyaçlarının belirlediği yönelimlerde dolaylı ya da dolaysız yoldan etkileyici olmaktadır. Yenilik sürecine baktığımızda, bunu görmekteyiz. Verilen çizelge teknolojik gelişimin ürün tasarımı üzerinde onar yıllık aralarla değişim süreçlerini aktarmaktadır.

Patlayan teknolojik yenilik dönemi, ürün tasarımının ilk yıllarında modernlik projesi çerçevesinde mekanik icatlar, ham mekanik fonksiyonlar ve uygulamalı dekorasyonla karakterize edilmiş yeni tüke-

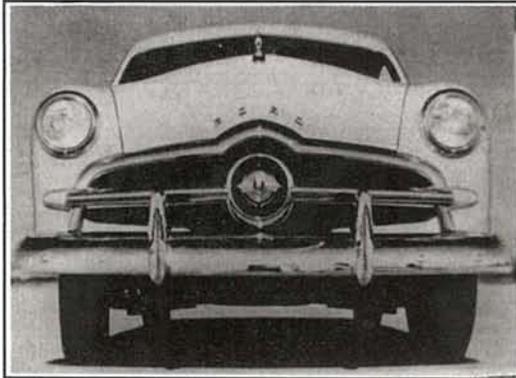
tim ürünleri üretimi baş gösterdi... (22;59)

(F.4)"Gelişen endüstri ve yeni üretim teknikleri, yeni malzemeler, daha çok ve çabuk üretmek içindi. Örneğin dökme demirle bahçe mobilyası, sokak lamba direkleri ve mezar taşları kolayca üretilebiliyordu. Devir kendi tarzını yaratacağı yerde, daha kolay bir yol olan eklektisizm'e başvuruyordu." Bilinen stillerin bu ürünler üzerinde etkilerini görmekteyiz. 'Zengin olunca da, kendimize ve komşularımıza bu zenginliğimizi, görkemli mobilyalarımızla kanıtlamak zorundayız. İskemle ve koltuklar rahatlıkla ters orantılıydı. Tam sırtınızı dayamak istediğiniz yere, makinanın becerisiyle bir oyma konuluyordu." (01;86)



F.4  
Dagobert Tahtı

(F.5.6)1930'larda hız sürat ve aerodinamik biçim anlayışını, streamline tarzının modern çevrenin sembolü haline dönüştüğünü biliyoruz. Dinamik ve statik objelerde de akışkan hatlar, biçimsel açıdan etkin olmuştur. Yüzeylerin organik ve akışkan hatlarla seçilmesine bir neden de metal presleme ve kalıplama yöntemlerinin getirdiği zorunluluktan kaynaklanmaktadır.



F.5  
Ford Motor Company



F.6  
Ekmek kızartma makinesi

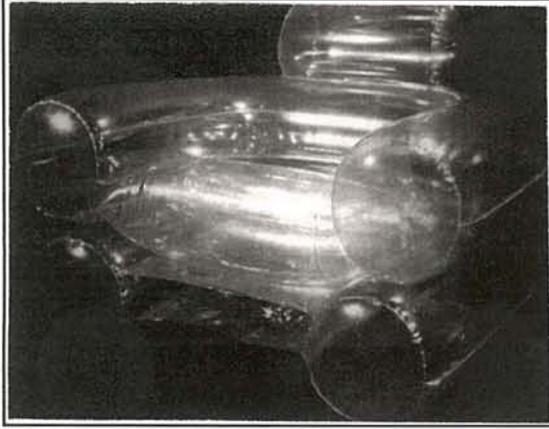
(F.7.8.9)"Plastik malzemenin bulunuşu ve 50'li yıllarda uygulama aşamasına girişı seri üretimin koşullarını daha da hızlandırırken, diğer taraftan maliyet faktörüne dayalı ciddi avantajlar kazanılmaktaydı. Daha çok üretim, daha çok tüketim dolayısıyla kullan-at kültürünün doğuşuna neden olmaktadır." (01;87)



F.7  
Eero Arnio  
"Pastilli" koltuk



F.8



F.9

(F.10.11)Elektronik araç ve gereçlerde düne göre kütlelesel küçülmenin nedeni, yarı iletkenler dünyasındaki gelişmedir. Elektron lambasından sonra, transistörün ve daha sonra entegre devrelerin bulunmasıyla mikro elektroniğe giriş, kullanım ürünlerinin biçimlenmesinde etkili olmakta ve kullanıcı ihtiyaçlarının hızla değişimine neden olmaktadır.



F.10  
Hesap makinesi, FM Radyo ve televizyon

F.11  
Kol saati-televizyon

Sonuç olarak, her ürün belli bir süreç sonucu üretilir. Bu sürecin fiziksel istekleri tasarımcının amaçladığı biçimi elde edebilmesinde en geçerli kısıtlamalardır. Kağıt üzerinde biçimlenen nesnenin fiziksel bir varlık olabilmesi, ulaşılan biçimin mevcut teknoloji aracılığı ile üretilebilmesine bağlıdır. (02; 256)

Teknoloji neyin yapılmasının mümkün olduğunu belirler. Duvardan duvara televizyon, tamamen otomatik Hi-Fi müzik setleri, uzay yolculukları, bilgisayarlar, video, birçok uzmana göre önemli olan esas teknolojik dönüm noktalarından verilecek örneklerin sadece birkaçıdır. Ancak, neyin yapılmasının mümkün olduğunu teknolojinin belirlemesine rağmen, insanların neyi kabul edeceklerini belirleyen faktör değer yargıları ve grupsal davranışlardır.(16;74)

## 2. BÖLÜM

## 2.1. Statü Sembolü Ve Öykünmenin İşlevi

"... Bir statü sembolü ile 'üstünlük taklidi' arasında kesin bir ayırım yapmak gerekir. Statü sembolü gerçekten erişmiş olduğumuz toplumsal egemenlik düzeyini belirten bir işarettir. 'Üstünlük taklidi' ise erişmek istediğimiz, ama ulaşamadığımız egemenlik düzeyini belirler." (27;26)



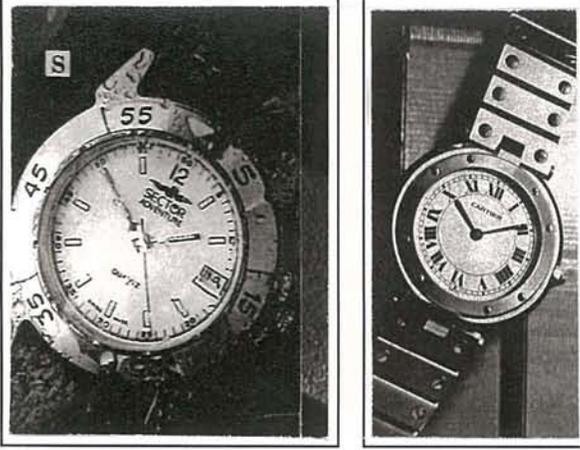
F.12,13

15. yüzyılda Kanuni Sultan Süleyman döneminde kahvenin pişirme tekniğiyle 'Türk Kahvesi' ne dönüştürüldüğünü biliyoruz. O dönemlerde saraylarda ve konaklarda kahve pişirmek için kahvecibaşı ve bu kişiye bağlı bir kahveciler teşkilatının kurulu olması. 'Kahve kültürü'nün saray ve Türk geleneğindeki önemini vurgulamaktadır (29; 780). Ayrıca kahvenin toplumsal-kültürel düzeyde atasözlerine ve edebiyata malzeme olacak kadar bir kültür üzerinde ne kadar etkin olduğu anlatmanın da anlamı yok.

(F.12,13)Yukarıdaki fotoğraflarda, 18.yüzyıl Abdülmecid dönemine ait 'kadeh' görünümünde tasarlanmış olan, porselen gümüş zarflı fincan ve bardak tasarımı görülmektedir. Bu ürünler, üretim tekniği ve malzemenin değerinden dolayı, bazı sosyal-kültürel gruplarca talep gören, gümüş ev eşyası takımı geleneğine ilişkin eski bir örnek oluşturmaktadır. Alım gücüne bağlı olarak, güç elde edilebilirliği, diğer gruplara göre egemenlik düzeyi belirten bir işarettir. Bu

anlamda bir statü sembolüdür.

Ayrıca fincan ve bardağın gümüş zarfın üzerinde olan Abdülmecit'in tuğrası, ürünün ait olduğu gruba ve çevreye (saraya) ilişkin gösterge teşkil etmektedir.



F.14,15

(F.14,15)Kullanıcı ihtiyaçları açısından bir kol saatinin pratik işleve dayalı kullanım değeri, zamanı göstermesidir. Başka bir kullanım değeri ise kullanıcının istemlerine karşılık vermesi, estetik uzlaşım sağlamasıdır. Bir kol saati, aynı zamanda kullanıcının sosyo-kültürel mensubiyetini de ifade edebilir. Rollex firması bazı ürünlerini, mikro işçilik düzeyinde ağırlıklı el emeğine dayalı bir üretim biçimi ile üretmektedir. Dış kabuğun değerli madenlerden, kayışının doğal deriden yapılması üretim maliyetini yükselten faktörlerdir. Bu tutum, tüketim düzeyinde, alım gücüne bağlı olarak zor elde edilebilen ürün niteliğini kazandırmaktadır. Bu ürünler alım gücüne ve kullanıcının sosyo-kültürel mensubiyetine bağlı olarak statü sembolüdür.

Biz, tüketiciler olarak, bir ürünün sembolik değerini elde etmek için yüksek bir bedel ödemeye hazır olmamıza rağmen, bunu satın alma motivasyonu olarak teslim olmaya o ölçüde az hazırızdır. Bir Rollex saat zamanı ucuz bir Quartz saat kadar gösterir. Günümüzde Quartz saat tasarımları, görsel bağıntılı estetik ve pratik kulla-

nım değerleri ile kaliteye aracılık etmektedir. Aynı zamanda görsel bağıntılı statüyü de sergilemektedir. (07;24)



Bu tasarıma ilişkin, haklı olarak Şu soruyu sormaya gerek duyuyoruz: Mühendis, ekonomist ve Őirket yöneticiliği gibi uğraşı alanlarının her an yoğun matematiksel hesaplamaların temelinde oluşan 'gerçek bir gereksinimin' ürüne dönüştürülmesi mi söz konusu?

Ya da böyle bir ürün, böyle bir cvrenin, işlevsel açıdan gereksinimini karŐılamak için yeterli midir? Bir dönem gerçek bir moda haline dönüŐen bu tip saatlerin kullanımının, yukarıda öngörülen mesleki grupla-

ların formal yaŐamını taklit etmek gibi bilinçdıŐı bir istekten kaynaklandığı düŐüncesindeyiz.

Hakko bu durumu Şöyle açıklamaktadır:"Gerçekliğini hesaba katmaksızın istek duyduklarımız, dŐ gücümüzün ve hayalimizin ürünüdür ve 'ben' idealine denk dŐerler. İstek duyulan ve isteklerimizin gerçekleŐememesi - vazgeilememesinden doğan model, içimizde varlığını sürdürür, isteklerimizi belirler." (11; 44)

(F.17,18)AŞağıdaki fotoğraflarda, mesleki ve özelleşmiş uğraşı alanları doğrultusunda tasarlanmış kol saatleri görülmektedir. Bu tip ürünler, mesleki rollerin üstlendiği, kontrol sistemlerinin gerekliliğinden dolayı işlevsel yapıları, çok fonksiyonluluğu içermektedir. "Belli bir uzmanlaşma eğiliminde olan mesleki ya da uğraşı alanlarındaki bireyler, aynı konuda çalıŐanlar, bir alt kültürü oluşturmaktadır." (26; 239). Bu durum maddi kültür alanında ürünlere yansımaktadır. Bu rnler, mesleki rollere bağlı bir statü göstergesidir.



F.17

F.18

İlginç olan şudur ki, pazarlar bu tip ürünlerle dolup taşmaktadır. Alıcıları ise mesleki ve uğraş grupları ile birlikte diğer tüketici gruplarıdır. Diğer tüketici grupları açısından taklitçilik söz konusudur. "Kişisel özellikleri kamufle etmek tamamen taklitçilik ile elde edilebilir. Mümkün olduğu kadar benzeşmek, öykünmek söz konusudur. Bu durum, belirli bir kişiliği bulamadığı için dış etkilere karşı savunması bulunmayan küçük çocuklardaki ve kişiliği zayıf büyüklerdeki duruma benzer." (27;15) Bu etki, "kişilerin davranışlarını bir başkasına benzetmeleri veya onu taklit etmeleri yahut onunla özdeşleşmeleri yoluyla meydana gelir. Bir diğer deyişle, bu etkinin kaynağı özdeşim ve cazibedir. (17;207)

"Kişiler mevcut statüleri tehlikeye girmedikçe, özledikleri bir statü ve kapsama yönelik bir çevre içine girmeye çalışırlar. Kullandıkları ürünler de, mevcut statülerinden çok özlem statülerinin göstergeleri durumuna geçer."(02;255) Ürün tasarımı bazında bu gösterge "hedeflenen insanlararası değerlerin görüntüsel iletişim dilidir." Öykünmenin işlevsel yapısı kullanıcı ihtiyaçları açısından yönelim oluşturmaktadır. Bundan çıkarabileceğimiz sonuç, kişiyle ilgili, kişiye bağımlı, ona kolayca uyarlanabilen bir ürünün kişisel anlatım yapmasıdır. (07;24)

### 2.1.1 Alt Kültür

Bütünleşme ya da türdeş olmaktan uzak olan ileri teknoloji toplumları çok sesliliği oluşturmaktadır. Oluşan sosyo-kültürel gruplar, kabileler, küçük mezhepler hızla çoğalmaktadır. Kişisel seçme olanaklarını artıran aynı güçler, sosyal yapının standartlaşmasını sağlamaktadır. Bu sosyo-kültürel grupların ürettiği maddi ve manevi değerler alt-kültürleri oluşturmaktadır. 'Uzmanlaşma' sürdükçe, araştırmalar yeni alanlara yayıldıkça ekonomi ve yeni teknolojiler yapıyı belirledikçe alt-kültürler hızla çoğalacaktır (26;260). Temelde alt-kültürleri oluşturan gruba katılma içgüdüsüne yönelmez. Kullanıcı ihtiyaçları açısından, alt-kültürlere bağlı olarak gelişen değer ve davranış sistemleri, ürün tasarımına da yansımaktadır.

(F.19) Modern göçebelerin Hippi alt-kültürünü yansıtan "saco" çuval koltuk, Gatti, Paolani ve Teodora tarafından tasarlanmıştır. 6 kg'ı geçmeyen ağırlığı ile, styropher tanecikleri olan büyük bir çuvaldır. Bu granüller sayesinde vücudun her hareketine uyum sağlanıyor ve her pozisyonda dik oturmaktan yatmaya kadar vücudu destekliyor.(01;90)

"Her toplum, her grup ve hatta birey için az çok değişken ve karşılıklı birbirine bağımlı değerler bütünü varolduğu bunların bir 'değerler sistemi', 'değerler hiyerarşisi' oluşturduğu kabul edilmektedir." Grubun kabuledilebilir bir üyesi olmak, normlara uymakla gerçekleşir. (03;108)



F.19

## 2.1.2. Ait olunan topluluk ve başvuru topluluğu

Ait olunan topluluk bir kişinin kendi statüsüne ilişkin, toplumsal, mesleki, ailevi, siyasal, dinsel etkinliklerinde nasıl kabul edildiğine ilişkin sahip olduğu bilinçli tasarım tarafından oluşturulur. (11;55) Her topluluk, bireylerin davranışlarını değerlendirmek ve denetlemek amacıyla belli kurallar ve değer sistemleri yaratır. Kabul edilmiş bir üye olmak, bu normlara uymakla gerçekleşebilir. Kişinin psiko-sosyal bir güvence duyabilmesi de, onun toplum tarafından kabul edildiğine inanmasıyla olur ve kişi çevresindeki ürünleri seçerken, onları kullandığında psiko-sosyal bir güvence içinde olup olmayacağını da değerlendirir. Dolayısıyla, tasarım ürünlerinin biçimsel ve kullanma nitelikleri, topluluğun değer sistemlerine uygunluğu dikkate alınmalıdır. (02;254)

(F.20,21)Çoğu kez biçimsel niteliklerin, topluluk değer sistemleri ile ilişkileri birebir izlenir. Örneğin belli vücut biçim ve tavırlarının yasaklandığı bir toplumda, ürünler kişileri, vücut biçimlerini zorlamayacak şekilde oluşurlar. Dik arkalıklı, yüksek ve sert iskemle, nasıl ütülü pantolon, kolalı gömlek, saygılı oturuş, formal yaşantı ve strüktürel dans (vals) gibi öğeleri olan bir toplumun ürünüyse, alçak ve yumuşak plastik köpüğü bir koltukta blue-jean, ayak ayak üstüne atmak, serbest yaşantı ve spontane dans (rock) gibi öğelerden oluşan bir toplumu yansıtır. (02;254)



F.20



F.21

Ait olunan topluluğun karşısında, başvuru topluluğu yer alır; Birey kendi ideal "Ben"ini işte bu topluluk içinde oluşturur. Başvuru topluluğu üç biçimde işe karışır:

- . Bireye davranış ve yaşam tarzı modelleri sunar,
- . Bireyin tavırlarını ve kendisine ilişkin imgesini etkiler,
- . Davranışlarında belli bir uygunluğu sürdürmesi yolunda çeşitli baskılara neden olur (11;55).

Başvuru topluluklarının etkisi, tüketimleri gösteriş yapmaya dayanan ürünler söz konusu olduğunda daha da artar. Tüketim çevrelerinde başvuru topluluğuna ait olan bir ürün, alım gücü elverdiği süre içinde satın alma eylemine bağlı olarak elde edilebilir...Satın almanın yeterli motivasyonu sağlayamadığı durumlarda, kullanıcı ihtiyaçlarına bağlı olarak, bu ürünler gerçek bir 'statü sembolünü' teşkil etmediği halde 'öyleymiş gibi' tasarlanmış ürünlerde görülmektedir.

### 2.1.3. Rol

Linton, toplumun üyesi olarak bireyi, belli bir toplumsal rol içine alır. Bireye bu nedenle 'aktör' der (17;154) Rol; "Şöyle bir siyasal, mesleki, ailevi, vb cinsiyete, yaşa uygun düşen ve şöyle bir toplumsal statüye sahip olan kişiden beklenen 'normal' davranışlar" bütünü olarak tanımlanabilir (11;54). Bir anlamda toplumun işleyişinin temelidir.

#### 1. Kuramsal Roller

- 1.1. Temel kişiliğe yakın toplumsal roller
- 1.2. Yaş, cinsiyet gibi bio-sosyal roller
- 1.3. Sosyal sınıf rolleri
- 1.4. Mesleki ve derneksel roller

#### 2. Küçük grup rolleri (önder grup üyeliği)

#### 3. Kişisel roller (kitle iletişim araçlarının benimsettiği roller) (27;6)

Linton'a göre, toplumların fonksiyonlarını yerine getirmesi, bireylerin ya da grupların karşılıklı davranış kalıplarına sahip olmalarına bağlıdır. Bu kalıplar içinde en önemli yeri statüler tutar. Statü olgusunu incelemeden önce rol kuramı açısından kullanım ürünlerini incelemek istiyoruz.

"Günümüzde herkes toplum içinde belli roller üstlenme durumundadır. Toplumsal rollerin sürekli devingenliği ve çağdaş yaşamın akılcılığı, insanların toplumsal varlık rollerini iletecek bir takım göstergeler kullanmaya zorlamaktadır. Bireyin kişiliği, davranışları ve fiziksel yapısıyla birlikte, kişisel ve yakın çevresindeki ürünler de bu tür göstergeleri oluştururlar." (02;254)

Sosyal etkileşim süreci içinde bireyler birbirini tanıma ihtiyacı içindedir. Etkileşimin olduğu yer tasarlanmış mekan ve kullanım

ürünleridir. Kişinin kendisini göstermek istediği biçimle ilgisi dolayısıyla, bu göstergeler anahtar bilgi niteliğindedir. Bireyin yaşam çevresi ve bu çevreyi oluşturan kullanım ürünleri, bireylerin rol ve statüleri hakkında bilgi kaynağını oluşturur. Birey açısından toplumsal kişiliğinin, onu dış görünüşünde, evinde, iş yerinde, araç ve gereçlerinde yansımaları beklenir. Dış sosyal görünüşler belli ölçüde kurumsallaşma göstermektedir. Bireylerin herhangi bir dış görünüş konusundaki beklentileri kalıplaşmaya doğru gitmektedir."(03;127)

Bireyin toplum içindeki yeri ve rolü ile kişiliğini dışa yansıtmasında payı olan çevresindeki ürünlerle ilişkileri, psiko-sosyal güvencenin bir etmenidir.

#### **2.1.4. Statünün İşlevi**

Statü, soyut olarak belli bir kalıba sahip pozisyon demektir. Bir toplumda, bireyin var olan durum ya da mevkiler arasında sahip olduğu durum ya da mevkii belirlemeye yarayan her türlü toplumsal özellik ya da konumdur. (17;154)

Rol, statünün dinamik yanısıdır. Statü, bireyin diğerlerinden bekleyebileceği (rol ise diğerlerinin bireyden beklediği) davranışlar bütünü olarak ele alındığında, bireyin elde etmek için yöneleceği veya sahip olabileceği kullanım ürünleriyle de ilgili olmaktadır. Bireyler, toplumda diğerlerinden genel olarak, statülerine uygun davranışlar görmekte ve davranışlar göstermektedir. Sosyal statü, bireyin kendisi hakkındaki imgesinin ve bilincinin bir parçası haline gelmekte ve bu anlamda, bir referans çerçevesi ve bir hayat tarzı belirlemektedir, bireye, belli bir güvenlik duygusu aşılacaktır. Zira, bireyin hangi davranışlarının diğerinin onayını ve beğenisini göreceğini, nelerin onu hoşnut edeceğini belirlemektedir (03; 120).

Birey statüsüyle özdeşerek sosyal anlamını bulmaktadır. Sosyal

statü bireyin çeşitli değerlerini, tutumlarını, özlem düzeyini ve ölçütlerini ifade etmektedir. (03;120). Davranışlar düzeyinde gözlenen sosyal statünün işlevselliği, kullanıcı ihtiyaçlarının belirlediği bazı ürünlerde de görülmektedir. Sosyal statü, bireyin ne tür ürünlere sahip olabileceğini ya da yöneleceğini, hangi ürünlerin ona sunulduğunu büyük ölçüde yansıtmaktadır.

### 3. BÖLÜM

### 3.1. Kendin Yap (Do-it-yourself )

Bireylerin küçük çapta eşya yapım ve onarımına ilişkin davranışlarında iki olgu belirleyici etkiye sahiptir.

- Gelişmekte olan endüstri ürünleri ve bunlara ilişkin teknolojik gelişmeler karşısında bireyin durumu.

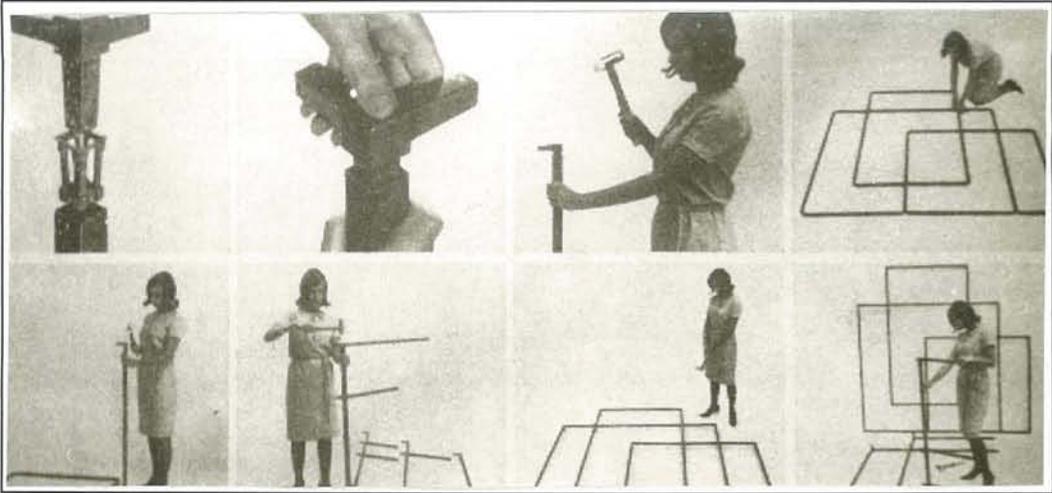
- Ürünlere ilişkin servis hizmetleri açısından karşılaşılan ekonomik durum.

İnsanoğlunun ürünlere ilişkin üretici ve tüketici rolleri tarih boyunca bir takım değişiklikler göstermektedir. Başlangıçta kullandığı ürünün direkt üreticisi ya da yapıcısı olan insan, bugün kullandığı ürünlere tamamen yabancı durumdadır. Ürünlerin üretim biçimi ile bireylerin ürünler karşısındaki psikolojik tutumları arasında belli bir ilişki olduğu saptanmıştır. Proje - tasarımcı ve üretici - kullanıcı arasındaki kopukluğun niteliği bu üretim zinciri, ürün karşısında duyulan yabancılığın ürünle bütünleşmenin önemli bir nedeni olarak görülmüştür. İhtiyaç istemler dahilinde çevreyi bilinç ile kontrol edememekten kaynaklanmaktadır.(03;75)

Endüstri ürünleri tasarımında belli bir grup ihtiyaçları açısından do-it-you self (kendin yap) yöneliminin doğuşunu bu nedenlere bağlanabileceği kanısındaız. Bu yönelimin belirlediği nitelikteki ürünlerde üretim aşamasında gerçekleştirilen hazır parçalar ürünle birlikte verilen kullanım ve oluşturma broşürü ile tüketiciye ulaştırılmaktadır. Kullanıcı kendi hesabına düşen üretim aşamasında hazır yapılmış parçaları ekleyerek tasarım programı içinde yer alan olası ürün tiplerini yada tipini kurabilmektedir. Hoby dergilerinde çıkan ürün şablonlarını ve kullanılması gereken malzemeler ve bağlantı parçalarını satın alarak projenin uygulanması gerçekleştir-

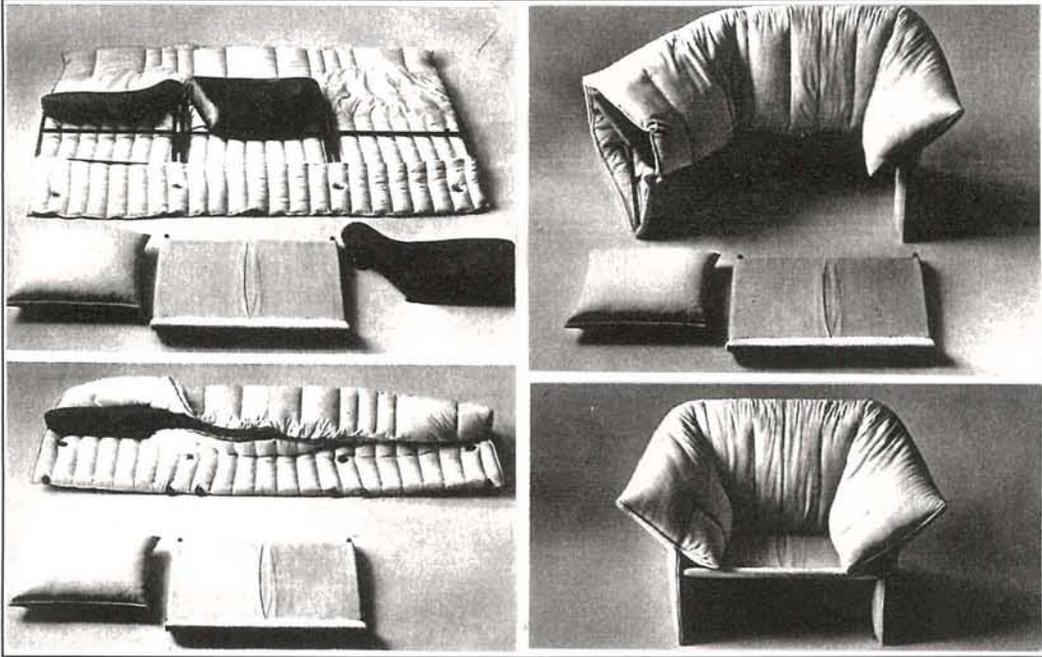
mektedir. Unutulmamalıdır ki; kullanıcı grubun özellikleri tanımlamadan yapılan montaja ya da üretime ilişkin projelendirme hataları; üretici ve kullanıcı açısından hayal kırıklığı ile sonuçlanabilmektedir.

Gelecekte tüketicinin daha fazla bağımsızlık ve kontrol kazanabilmesi için öneriler geliştirilmektedir. Charles Jencks işlerliği şöyle açıklamakta; " Ürün kullanıcı adayları işletmelerin ürünlerini kapsayan informasyon bürosunda, telexfon ve ışıklı kalem aracılığıyla, monitörde ürün üzerine ürün çağırarak tercihleri doğrultusunda işletmelerin hazır kaynakları tükeninceye kadar proje seçme şansını kazanacaktır (15;54)." Toffler'a göre standardizasyonu gerekli kılan ilkel teknolojidir. Oysa otomasyon sonsuz şaşırtıcı bir türlelendirmeye gitmektedir.



F.22 FRAME - UP (Dekion Ltd.)

Speadframe düzeninin kuruluşunu anlatan reklam metni şöyledir: "Bir sabah, herhangi bir kız, 3x3 cm'lik çelik borular, 34 sağlam bağlantı parçası, aletsiz, tornavidasız, anahtarsız, kaplamasız, boyasız. Gerçekten ucuz, düzgün, parlak mobilya raf sergi düzlemleri istiyorsanız, uluslararası yarışmalarda ödüller kazanan bu düzeni deneyiniz." 18;100)



F.23



F.25

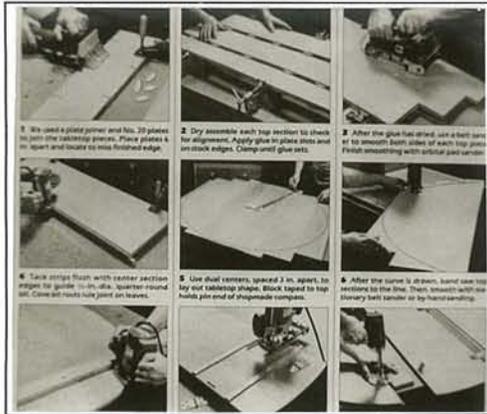


F.24

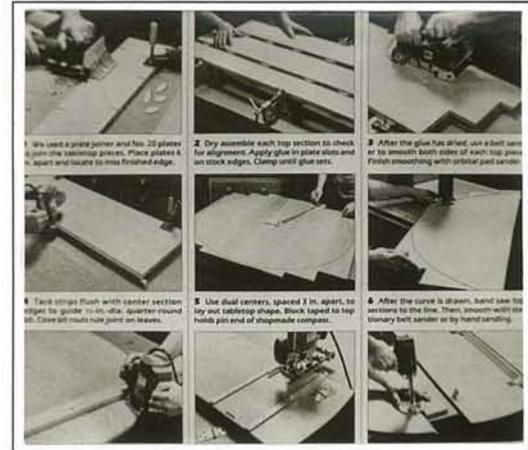
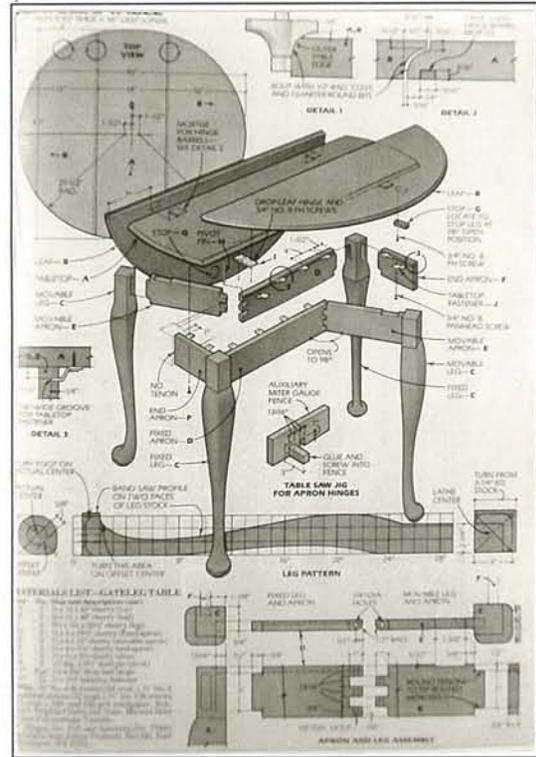
Harp sonrası hazır mutfakların tasarımıyla ortaya çıkan "*paket mobilya*" kültürü , kendisini oturma mobilyasında da gösterdi. Tüketiciler satış merkezlerinden aldıkları parçaları, çok fazla ustalık gerekmeksizin bir araya getirebiliyorlardı. Bu tasarımlar; üretim, montaj ve depolama açısından da üreticinin işine gelebiliyor. Tüketicisinde tasarıma katılmasını sağlıyordu. (01;87)

Boş zaman uğraşları arasında, kendi masanı kendin yap dedikleri işleri içe-

ren kullanım ürünlerinin bakım ve yapımına yönelik işler vardır. Bu tür yönelimleri olan kullanıcılar, hoby dergilerinde çıkan ürün şablonları ile birlikte kullanılması gereken bağlantı parçalarını satın alarak projenin uygulamasını gerçekleştirmektedir. Şablonlarla birlikte verilen montaj resimleri, rehberlik hizmetleri ile birlikte imalat ve montaj sırasında dikkat edilmesi gereken hususlar belirtilmektedir.(15;..)



F.26



F.27, 28

### 3.2. Kullan - At

Teknolojinin ürettiği çevre birey açısından gittikçe önem kazanmaktadır. Yapma nesnelere sayısı doğal çevreye oranla hızlı bir çoğalma içindedir. (26;50) Sürekli biçim değiştiren değişimler dalgası, bireylerin günlük yaşamına göz kamaştırıcı bir devinim getirmektedir. Toplumda geçicilik, hız ve karmaşıklık duygusunu arttırmaktadır. (26;67) Kişiliğin ya da kültürel grupların devingen yanına bağlı olarak, kullanım değerleri değişimleri, kullanıcının ürünlerden sağlayacağı doyum oranı kişisel toplumsal değer yargılarına bağlı olarak değişiklik göstermektedir.

Maddeci olmayanlar ürünlerin önemini alaya alma eğilimindedir. Oysa ürünler yalnızca pratik işlevsel yapılarından dolayı değil, psikolojik etkileri açısından da büyük önem taşımaktadırlar. Nesnelere süreklilik ya da süreksizlikle ilgili duygularımızı etkilemekte, durumlarının yapısı üzerinde etken olmaktadır. Bunlarla ilişkilerimizin süresi kısaldığında, yaşam hızımız artmaktadır. Ürünlere karşı taktığımız tavırlar, temel değer yargılarımızı da yansıtır. Geçmiş ile gelecek arasındaki kalıcılık üzerinde kurulu toplumlarda, geçicilik üzerine kurulu hızla biçimlenen yeni toplum arasındaki karşıtlığı bulabiliriz. (26;50)

Geçmişte kalıcılığın toplumda belirgin bir işlevi vardı, ekonominin mantığı da kalıcılık siyasetini öngörüyordu. Değişim hızı arttıkça, bu kalıcılığa dayanan ekonomi, yerini geçiciliğe, ürünlerin hızla tükendiği bir tüketim ekonomisine bıraktı. Buna bağlı olarak bir kullan-at kültürü oluştu. (27;22) Kullan-at kültürünün yaygınlaşması, insan-ürün ilişkilerindeki sürelerin kısaldığını kanıtlamaktadır. "Uzun zaman bölümü içinde tek bir ürünle ilişki kuracakken, daha kısa zaman süreleri içinde birçok ürünle ilişki kurmaktayız". Toplum

bu yönde gelişme içindedir. Kullan-at yöneliminin kültürel düzeyde genişlemesi, geçici yapıların yaratılması, modülerizmin yayılması ve tümünün aynı kaçınılmaz sonla, insan çevresindeki ürünlerle geçici ilişkiler kurmaya yönelişi, bu gelişmeyi desteklemektedir. (26;53) Kullan-at yönelimini etkileyen etmenlerin başında kullanım değerleri eskimesi gelir.

### 3.2.1. Kullanım Değeri Eskimesi

Ürünler çeşitli gruplarda, objektif özelliklerini aşan bir anlam kazanarak, bir takım yaşantılarla çağrışım içinde, kullanıcıların ihtiyaç ve isteklerinin doyum aracı haline gelmektedir. Sosyo-kültürel gruplara göre değişen bir sembolizm çerçevesinde algılanmaktadır. Bu açıdan, kullanıcıların ürünlere ilişkin davranışları sadece üründen gelen uyarılara bir tepki değil, aynı zamanda kullanıcı grubunda hakim olan değerler ve inançlar sisteminden aldığı mesajları uygun bir davranış olarak değerlendirmek durumundadır. (03;107)

Bir ürün, ister otomobil, ister dolmakalem olsun, kullanıcı ihtiyaçları açısından, değerler hiyerarşisi içinde, kullanım değerlerinden biri



öncülük kazanıyor olabilir. Söz gelişi, bir dolmakalem yazı yazmaya yönelik fonksiyonun yanısıra kullanıcı kişiliğini dışa vuran bir statü sembolüdür. (F.29)

F.29

Kişiliğin dinamik yanına bağlı olarak değişim ile birlikte kullanım değerleri yerini başka değerlere, başka sembollere bırakabilir. Bu durum sembolik değerlere bağlı eskimeyi içerir. Teknolojik gelişimin sosyo-kültürel değişim üzerindeki etkileri gözlenirken, diğer taraftan üretim ve malzeme boyutu üzerindeki etkileri, niceliksel ve niteliksel açıdan ürünün pratik, estetik, sembolik kullanım değerlerini belirlemekte, eski marka ürünlerin hızla terk edilmesine neden ol-

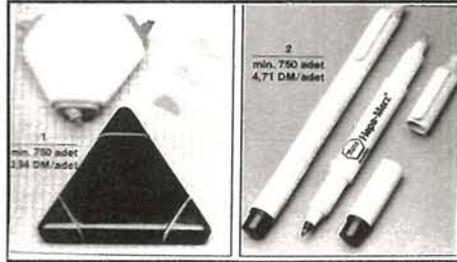
maktadır. Sonuç olarak, değişimi oluşturan etkenlerin birbiriyle organik bütünlüğü, kullanıcı ihtiyaçlarını etkilemekte, değer eskimesine dayalı geçicilik gündeme gelmektedir.



F.30 akmak



F.31 Fotoğraf Makinesi



F.32 Kalem

Kapalı sistem işlerliği içinde tasarlanmış olan bu ürünler, belli bir zaman diliminde, kullanıcının sayısal kullanımına bağlı olarak görevini tamamlar. Yenilenmeleri, bütünü satın alma eylemine bağlıdır. Tasarım, planlama süreci açısından pratik işlevsel değerlere bağlı kullan-at ürünlerini oluşturur. (F.30,31,32)

### 3.3. Streamline

Streamline tasarım tarzının kökeni, 19. yy' daki doğal yaşamla ilgili çalışmalarda balıkların ve kuşların organik formlarındaki yeterliliği kabul etmeye kadar inebilir. Bu araştırmaların amacı, saptanan temel prensiplerin denizaltılara, gemilere ve hava gemilerine uygulanması içindi. Sürtünme problemlerine karşı akışkan sıvı damlası biçimin sürtünme problemine karşı ideal biçim olduğu kabul edilmiştir. Ulaşım araçlarının biçimlendirilmesi için değerler oluşturulmuş uygulamaya da sokulmuştur. Biçimler, işleve bağlı olarak kütlelerin ön tarafları sivriltilip, geri planda kalan yüzeyler ise, hava ve sürtünme problemine karşı kavislendirilmiştir.(13;120)

Amerika' da yaşanan mali kriz nedeniyle ortaya çıkan ticari rekabet, yalnızca ürün tasarımında daha profesyonel bir yaklaşım getirmekle kalmadı. Dinamizmin ve yenilik açısından Streamline, ulaşımdaki aero-dinamik deneyim ve Futurist resimle aynı anda ortaya çıkmasıyla bir yönelim olarak modern çevrenin moda alanında sembolik işlev düzeyinde etkin bir parçası olmuştur. Onun dönemi etkileyen sembolik anlamı güç, hız ve geleceği tasvir edişinde yatıyordu. (23;114)

Streamline endüstri ürünlerinde ilk olarak, Norman Bel Geddes tarafından yaygınlaştırıldı. 1930-1940' ların Amerikan tasarımıyla eş anlamlı kabul edilebilecek bir duruma geldi. Dinamik yapılarda uygulandığı gibi, statik obje niteliğindeki buzdolabı, mikser, elektrik süpürgesi, hatta kalemtraş, çakmak gibi, bireysel kullanım ve konut içi kullanıma yönelik ürünlerde de yaygınlaştırıldı.(13;121)

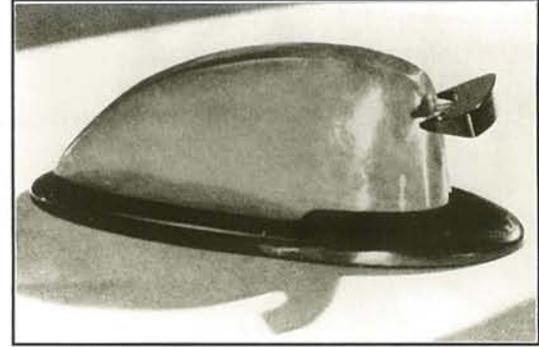
(F.33,34,35) Büyük ölçüde kalıplama biçimlerinin belirlediği kavislendirilmiş, amorf ve şişkin metal yüzeyler, ürünlerin genel biçimine hakim olmuştur. Harold Van Doren'in ifade ettiği gibi çok önemli değilse de gerçekteki " halk düzgün, neredeyse birleştirilmiş kolay-

ca temizlenen, amorf yüzeyleri seviyordu." (23; 115)



F. 33, 34, 35

Streamline tarzında tasarlanmış kullanım ürünlerinde pratik ve sembolik işlevler arasındaki denge çoğu zaman sembolik işlevler yönünde ağır basmıştır. Buna bir örnek vermek gerekirse Orh Heller'in 1936'da tasarladığı "Hotchkiss zımba aparatı"nı gösterebiliriz. (F.36)

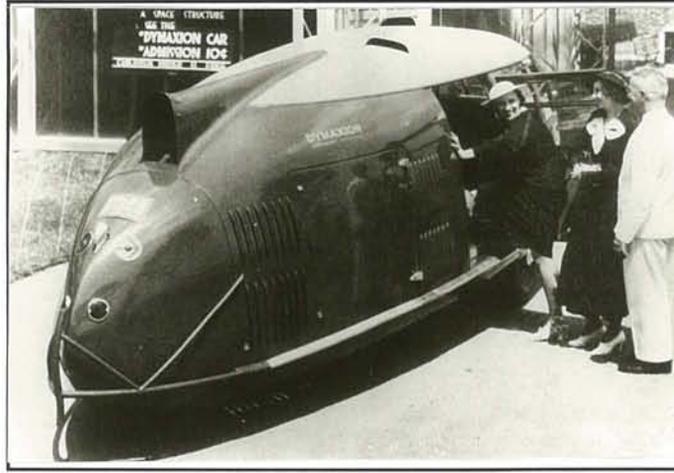


F.36

Dikey bir eksen üzerinde çalışan öndeki zımbalama kolundan kabuğun etkin olan yatay geriye doğru eğrisi, statik bir objeye uygulanmış hız imajını çağrıştırmaktadır. "Hız ve modernlik güçlü birer semboldür." Bu ürün, yeni bir fonksiyon oluşturmadığı gibi, kullanıcıyla ilişkisi işverimliliğini azaltmaktadır. (13; 121)

1921 yılında akışkan sıvı damlası biçimi İtalyan Castagna firması tarafından otomobil projelerinde uygulanmaya başladığında, dönüm noktasına gelinmiştir. Edmund Rumpler' in tasarlamış olduğu bu otomobilde hız ve denge gibi tasarım kriterleri uygulanmaya sokulmuştur. Hava taşıtlarında, malzemeye bağlı konstrüksiyon teknolojisindeki yenilikler bu alandaki gelişmelere katkıda bulundu. Hantal kutu biçimindeki uçak gövde ve kanatlar yerlerini Streamline edilmiş, monoblok integre yapılara yerlerini bıraktı.

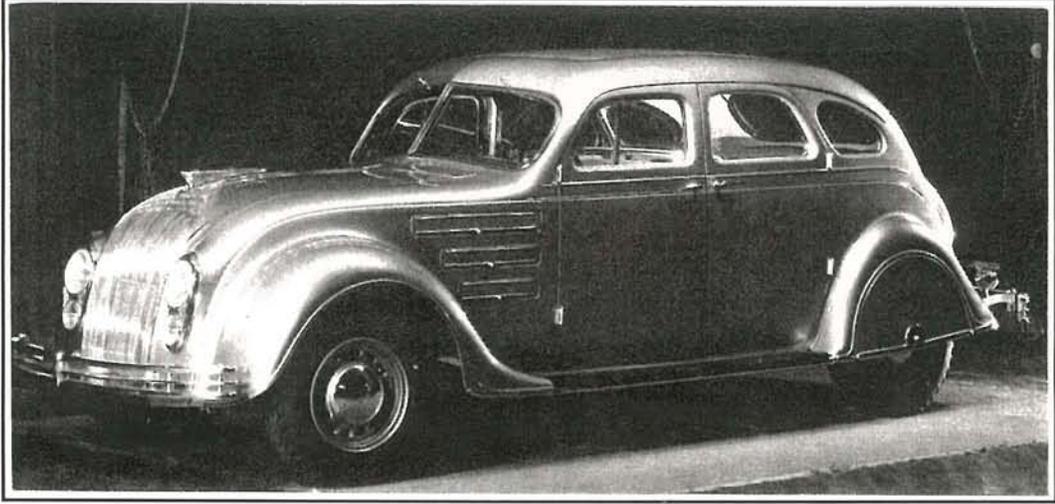
Hava tüneli testleri, otomotiv endüstrisinde de benimsenmişti. Aero-dinamik problemlerin Streamline edilmiş biçimler ile hava direncini azalttığı, dolayısıyla yakıt tasarrufu sağladığı teorik olarak saptanmıştı. Uygulama için, ileri teknik ve mekanik yenilikler gerekliydi. Ayrıca potansiyel verilerde kullanmak gerekiyordu. İlk köklü girişim, Amerikalı mimar- tasarımcı R. Buchminster Fuller'in 1933- 1934'deki 'Dymaxion' adlı binek otomobil tasarımıyla geldi. (13;123)



F.37

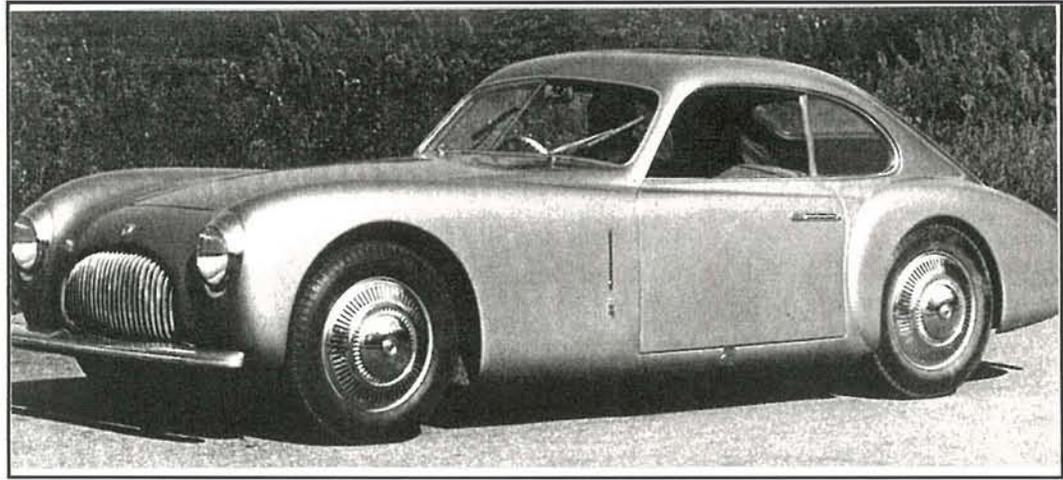
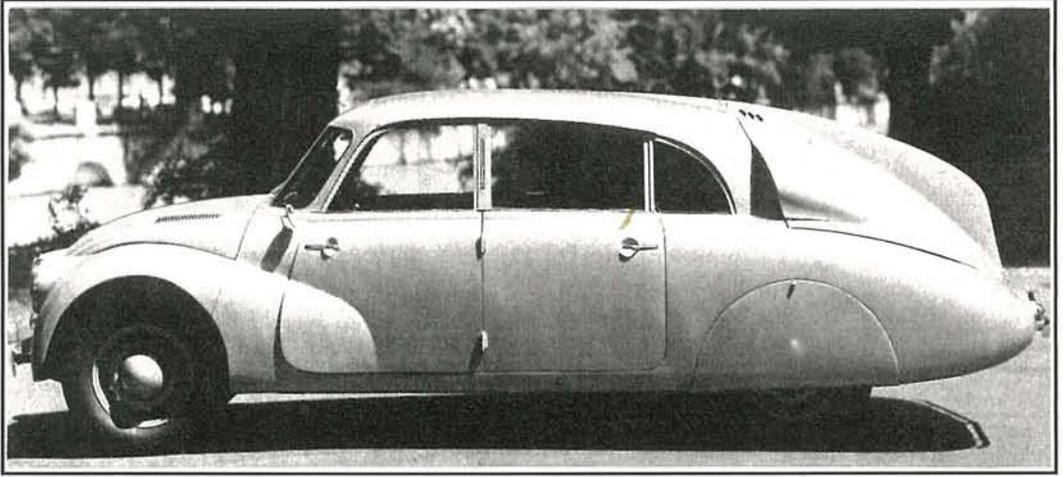
(F.37) Geniş üç tekerlekli akışkan sıvı damlası biçimindeki araç için, daha fazla performans ve 50 milde %50'lik yakıt tasarrufu sağlayacağı düşünülüyordu. Toplumun yeniliği kabul etme arzusuna dayalı bir kitle üretim anlayışı içinde bile Fuller'in biçimsel yaklaşımı, Amerikan Otomobil Endüstrisi için tartışılabilir iddialılıktaydı. (13;123)

(F.38) General Motors rekabet için yıllık model değişimi anlayışını getirmek istiyordu. Harley T. Earl 1927'de tasarım grubunun başına getirildi. Earl modasının geçmesi için tasarım yapmayı kabul etmişti. Sınırlandırılmış bir tarz içinde, tüketiciler tarafından kabul edilecek bir ürünün neye benzeyeceği gibi karmaşık bir süreci yaşamaktaydı. Chrysler şirketinin deneyimi Earl'ı haklı çıkarmıştı. Bu işletme 1937'de çoğunluğunu mühendislerin oluşturduğu bin kişilik tasarımcı kadroyu 'Airflow' (hava akışı) isimli araba tasarımında görevlendirmişti. Denge, kararlılık, konfor ve genel biçim anlayışı için çabalar sarfedilmesine rağmen sonuç başarısız olmuştur. Başarısızlığa temel neden 'modelin çok yenilikçi olması, tüketiciler psikolojisine dayalı yeterli güveni sağlayamaması' biçiminde açıklanabilir.(13;122)



F.38

(F.39,40) Avrupa ve Amerikan tarzı arasında belirgin farklılıklar vardı. Aynı tarz içinde Avrupa kk araba tasarımına yöneliyordu. ek firması 'Tatra' için alışan Hans Ledwinka başarılı çalışmalar gerçekleştirdi. Almanya'daki otobanlar Streamline için büyük coşku kaynağı olmuştur. Mercedes ve BMW gibi ortaklıklar Avrupa gele-neği ile Streamline'nin sınırlı gövde çalışmasını birleştirerek, 1937 yılının zarif 'Coupe' modeli gibi iyi araçlar üretti.



F. 39, 40

Sonuç olarak Streamline estetik teoriden çok bilimsel araştırmalar ve endüstriyel üretim şartlarından ortaya çıkmış bir tarzdır. Streamline, ulaşımdaki aero-dinamik deneyim ve Futurist resimle aynı anda ortaya çıkmasıyla, kullanıcı ihtiyaçlarının belirlenmesinde bir yönelim olarak, modern çevrenin simgesel düzeyde etkin bir parçası olmuştur. Zaman zaman, işletmeleri harisçe Streamline tarzının üzerine atlamaya iten faktör, 1930' lardaki Amerika ve dünyayı sarsan mali krizin yarattığı ticari baskılardır. (13;122)

### 3.4. Military-Look

Dünyayı sarsan II. Dünya Savaşı'nın bitmesine rağmen, dünya yüzölçümü üzerine dağılmış ülkelerdeki savaşlar, dolaylı yada dolaysız yoldan birçok insanı etkilemiştir. Dolaysız yoldan etkilenmelerde kitle iletişim araçlarının rolü büyük olmuştur. Amerika Birleşik Devletlerinde, kitle iletişim araçlarının en etkin olan televizyon üzerine yapılan bir incelemede gençlerin, büyürken televizyon izlediklerini göstermektedir. Bir lise mezunu 11.000 saat okula devam ederken, 16.000 saat televizyon seyrettiği saptanmıştır. (16;747) Kitle iletişim araçları ile izleyici arasında bir alışveriş, bir etkileşim süregider. Birey, kitle iletişim araçları karşısında yalıtılmış bir birey değildir. (20;2)

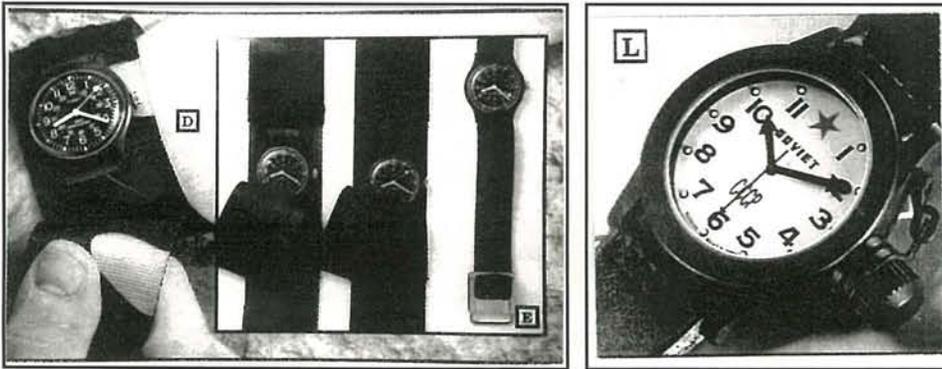
Kendi kuralları ile kendi gücü içinde televizyon haberi, toplumları çevresindeki dünyaya açmıştır. Cezayir olayları, Çekoslovakya ve Macaristan'ın işgali, Vietnam Savaşı ve Güney Amerika'daki kanlı sosyal hareketler ve buna benzer sayısız olaylar, televizyon izleyicilerinin her birinin gördüğü olaya katmayı başaramamışsa bile, görüş açısını genişletmenin yanısıra, duyguları bilemiştir. (09;26) Hollywood sinemasının Vietnam savaşı üzerine yaptığı filmlerin, niteliksel değerinin, fazlalığı kadar niteliksel açıdan kültür tüketicileri üzerinde yaptığı etkiyi düşünecek olursak, kitle iletişim araçlarının etkilediği, kullanıcı ihtiyaçları açısından ürün tasarımı için "bakış" ortamından bahsetmek mümkün olacaktır. 1960'lı yıllarda gençlerin giymeye başladığı, haki renkli, yandan cepli askeri pantolonlar, bilinçli yada bilinçsiz öykünme biçiminin birer göstergesidir. Ayrıca ürün tasarımında askeri araç-gereç ve teçhizatlara benzer biçimde tasarlanmış ürünlerle karşılaşmaktayız. Bir yönelim olan Military-Look, kullanıcı ihtiyaçlarının belirlediği bu tip ürünlerin tasarımını kapsamaktadır.

Military-Look çoğu zaman, ürünün anlamsal yapısında ifade yönte-

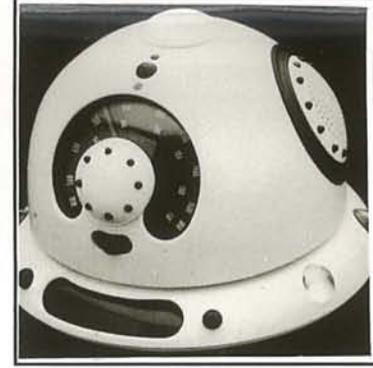
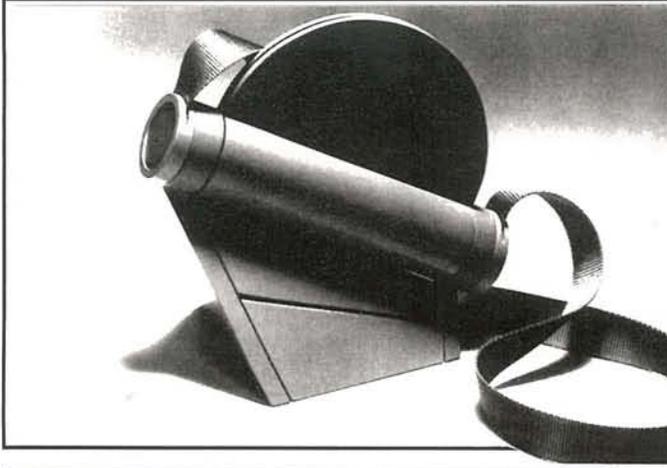
mi olarak dışavurumcu yöntemi kullanır. İlk kez "I.Dünya Savaşı öncesi ideolojik bunalım ortamında; empresyonizm, naturalizm ve akademizm gibi akımlar karşısında dışavurumculuk bir tepki olarak belirmiştir. Psikolojide imgesi görünen bir nesnenin, dışa vurulması anlamına gelen bu kavram, kişisel toplumsala, akıldışının mantıksala, biçimin muhtevaya (içeriye) önceliğinden yola çıkarak, bireyin yaşantısını nesnel gerçeklikle özdeşleştirir, dünyanın gerçek yansıması olarak ele alır."(04;88) Military-Look; dışavurumcu yöntem ile, ürünlerde savaşa ait askeri dünyanın öğelerinin vurgulanması, anlamsal yapının kendisi haline gelmesi için ana tema, bir değişmezlik ilkesi içinde merkezileştirilir.

Görülüyor ki kitle iletişim araçları,"dünyanın öbür ucundaki değişiklikleri yansıtmakla kalmayıp, aynı zamanda, gençlik alt kültürünün ayrılmaz bir parçası olanlar dahil birçok olayın önem ve tipikliğini de ölçüsüz şekilde büyötmektedir. (16;74)

Bir toplulukta kitle iletişim araçları, bir davranış türünü yada tutumunu yerleştirip, uygulamaya koyar. İnsanların davranışlarını, kitle iletişim aracının ne tür etkileyebileceğini görmek hiç de güç değildir. (20;10) Bu tür etkilenmelerde, daha önce toplum içinde varolmayan gerçeklikler sağlanabilir yada süregiden eğilimlere yeni yönler verilebilir. Bu arada yeni davranış biçimleri, tercihler grupça onaylanırken uyarlanmamak, grup dışı kalmak demektir.



F.41,42 Kol saati



F. 43,44.

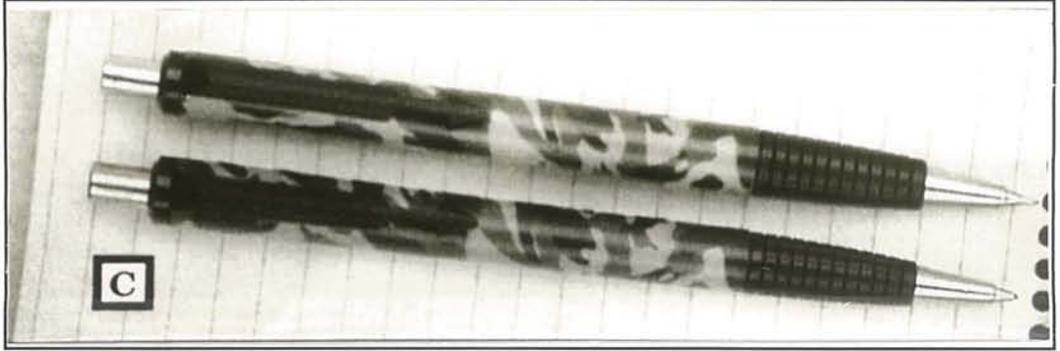
F. 45,46

Ürün tasarımında askeri araç, gereç ve teçhizatlarla benzer biçimde tasarlanmış ürünlerle karşılaşmaktayız. Bir yönelim olan Military-Look, kullanıcı ihtiyaçlarının belirlediği bu tip ürünlerin tasarımını kapsamaktadır.

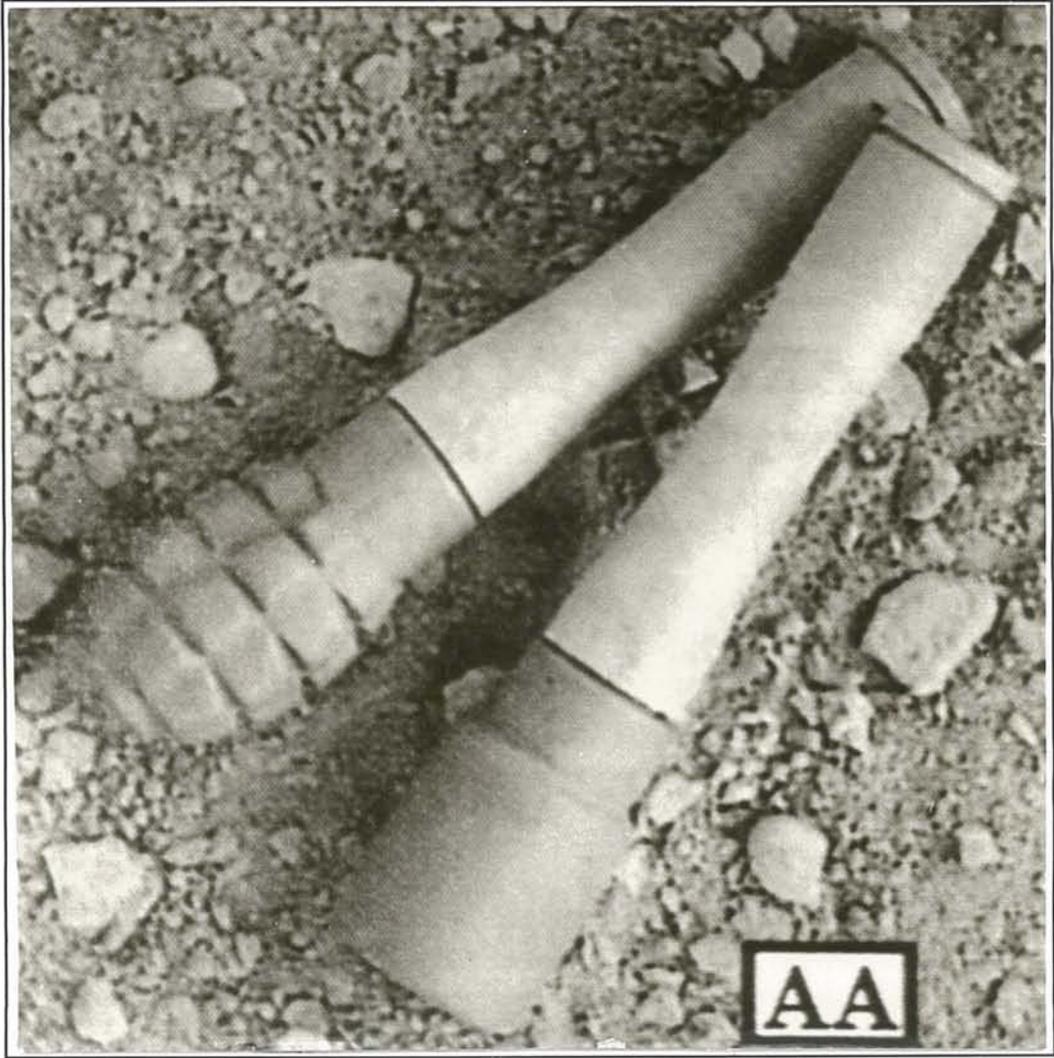


F. 47

F. 48



F. 49



F. 50

Military-Look; dışavurumcu yöntem ile, ürünlerde savaşa ait askeri dünyanın öğelerinin vurgulanması, anlamsal yapının kendisi haline gelmesi için ana tema, bir değişmezlik ilkesi içinde merkezileştirilir.

### 3.5. Satellite-Look

Sovyetler Birliği' nin 4 Ekim 1957' de uzaya fırlattığı 'Sputnik I' insan oğlunun hazırladığı ilk yapma uyduydu. Bu alışmaları, içinde insan olan veya olmayan birçok yapma uydu izledi. Böylece başlayan uzay çalışmalarına ilk hedef olarak ay seçildi. 1959'da başlayan ' Mercury Projesi' ve 1961'de başlayan 'Gemini Projesi'nin başarılı sonuçları, aya insan indirmek amacını güden 'Appolo Projesi'ne eğilmeye zorladı. 'Starun-5 Roketi' ile fırlatılan Appolo-11 ile aya iniş sağlanmış oldu. (29;524) Uzay yolculuklarının başladığı, 1957'den günümüze gelişmeleri kabaca sıralamak gerekirse, çok sık aralıklarla gönderilen askeri ve bilimsel amaçlı uyduları, Mekik Projelerini ve tasarı halindeki Yıldız Savaşları Projelerini sıralayabiliriz.

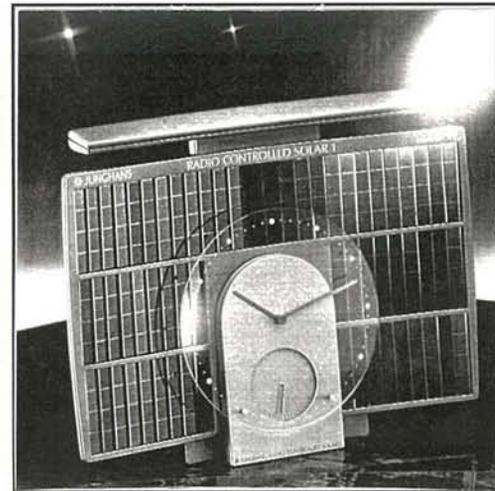
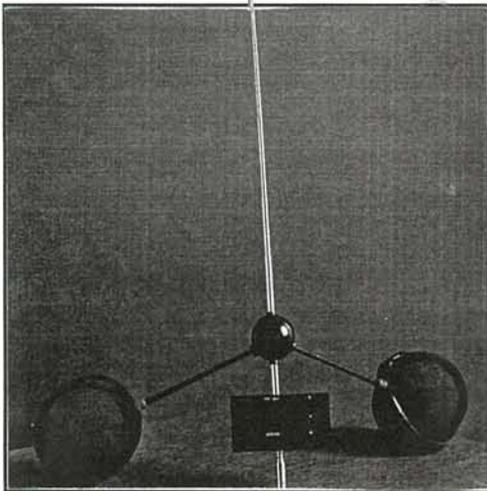
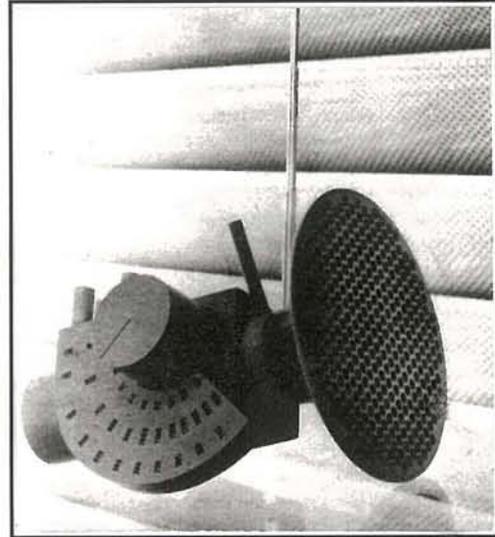
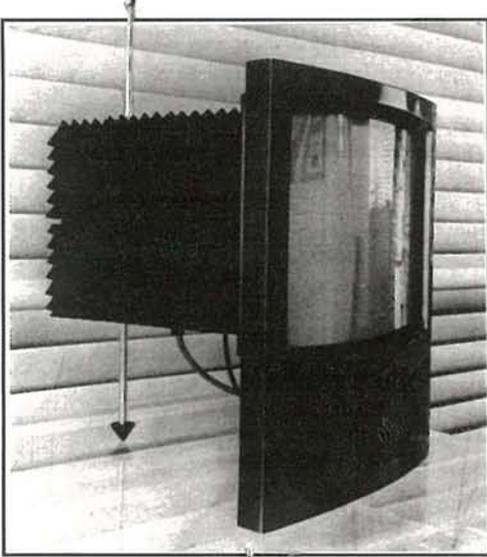
1957'den çok önceleri, bilim kurgu romanlarının ve futuristik resmin ortaya koyduğu, fantastik gibi duran ögelerin, bilim ve teknolojinin gelişimiyle gerçekleştirilmeye başlandığında, yeni bir döneme girilmişti. Bu dönem, gelişimin ışığında, beklentilerin artmasına neden olurken, insanları geniş bilimsel olanaklara inandırma yönünden başarılı olmuştur. (16;15)

Bu gelişmeler; mimarlıktan müziğe kadar çeşitli alanlarda farklılaşmayı olanaklı kılmıştır. Endüstri rnleri Tasarımında kullanıcı ihtiyaçlarının belirlediği bir yönelim olan ' Orbit-Look' yada 'Satellite-Look' adlı bir bakış biçiminin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Satellite-Look, rn tasarımında uzay araçlarına, uydulara benzer biçimde tasarlanmış ürünleri kapsamaktadır. Bu yönelimde, teknolojik ve bilimsel çalışmaların uzanımında dönemin statü simgesine dnrmş olan uzay çalışmalarındaki araç ve gereçlere biçimsel düzeyde öykünme söz konusudur.

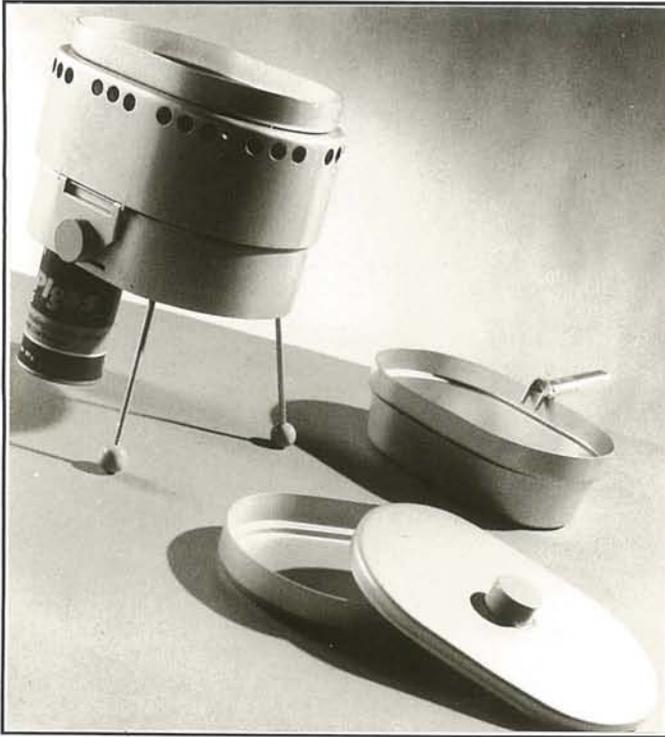
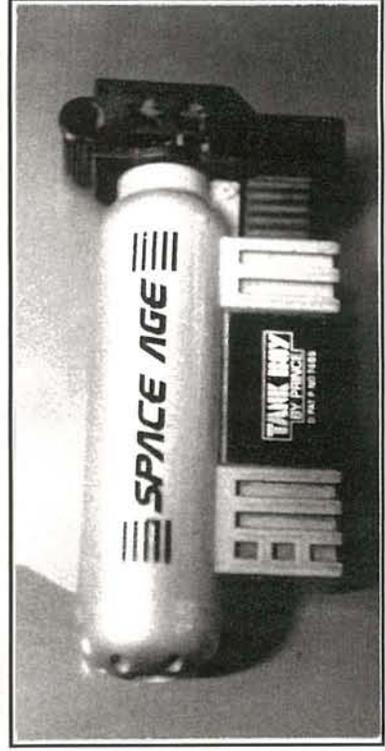
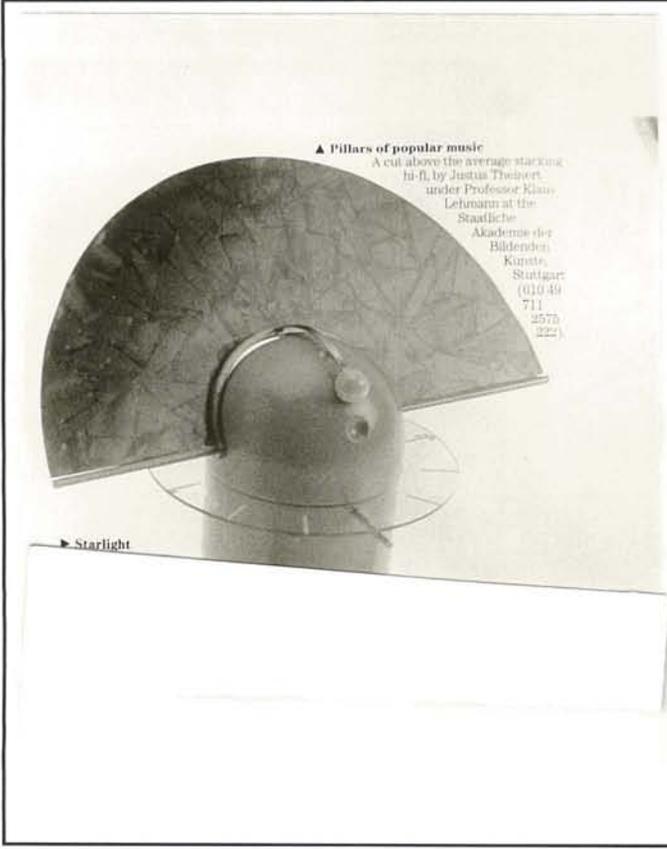
Satellite-Look, Military-Look yneliminde olduğu gibi, rne ilişkin

anlamsal yapının ifadesinde, dışavurumcu yöntemi kullanır. Tüm dışavurumcu yaklaşımlarda olduğu gibi, biçimin içeriği önceliğinden yola çıkmaktadır. Satellite-Look, ürünlerde dışavurumcu biçim anlayışı uzay çalışmalarında yer alan uydu ve roket gibi gereçlerin vurgulanması, anlamsal yapının kendisi haline gelmesi için ana tema bir değişmezlik ilkesi içinde merkezileştirilir.

Uzay çalışmalarında ki gelişmenin aktarılmasında, dolayısıyla kullanıcı ihtiyaçlarının belirlenmesinde, iletişim ortamının önemi unutulmamalıdır. Kitle İletişim Araçlarının olduğu her yerde teknoloji toplumlarından 3. Dünya Ülkelerine'dek gelişmelerin önem ve tipikliği yansıtılmıştır.



F. 51,52,53,54



F. 55,56,57

Satellite-Look, ürün tasarımı-  
mında uzay araçlarına, uy-  
dulara benzer biçimde ta-  
sarlanmış ürünleri kapsa-  
maktadır. Bu yöneimde  
teknolojik ve bilimsel çalış-  
maların uzanımında, döne-  
min statü simgesine dönüş-  
müş olan uzay çalışmala-  
rındaki araç ve gereçlere,  
biçimsel düzeyde öykünme  
söz konusudur.

### 3.6. High-Tech

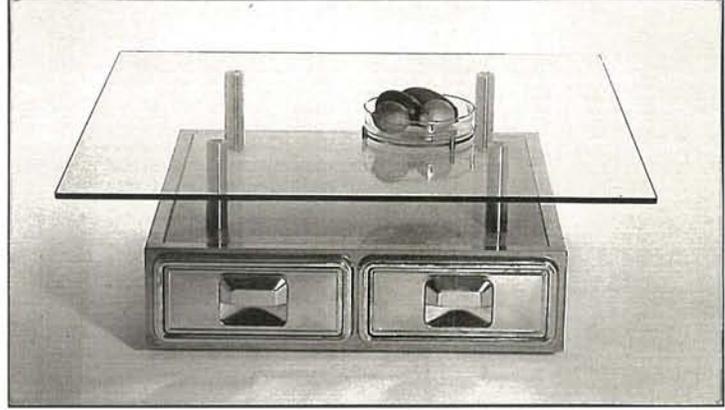
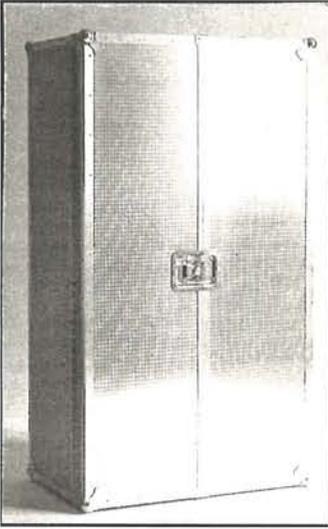
Yüzyılın başında ortaya çıkan transatlantik yolculukları teknoloji ve lüksü kapsıyordu. Teknolojik gelişme doğrultusunda lüksün sergilenmesi için gerekli bütün hususlar gemilerde, ürünlerin biçimlendirilmesinde kullanılmıştı. Bir yönelim olan ' HIGH - TECH' yüksek teknoloji olarak tanımlanır. Burada teknik detaylar, yüksek bir kullanım değeri çağrıştırmak amacıyla ürünlerin biçimlendirilmesinde bilinçli olarak vurgulanmıştır. (06;47)

"High-Tech" kavramı, Joan Kron ve Susan Slesin'in 1978'de yayınlanan aynı isimli kitabından sonra tasarım literatürüne girmiştir. Bu çalışmada kavramın genel çerçevesi oluşturulmuştur. High-Tech mimari çevrede de, "yüksek biçim", "yüksek teknoloji" olarak tanımlanır. Tasarımda High-Tech, endüstriyel mimari çevrenin özelleşmiş dünyası için, yine bu çevre gibi aykırılıklarla yüklü ürünlerin tasarımında gözlenmektedir. Bu aykırılığı bir örnekle şöyle tanımlayabiliriz. (06;47)

Araba fabrikalarında yedek parçaları depolamak için tasarlanmış raflar, profilize edilmiş taşıyıcılar ve taşıma düzlemleri, estetik işlevden uzak, pratik işlevlerin ağırlık kazandığı, işverimliliğin ve faydacılığın öncelikli olduğu tasarım ürünleridir. Bu raflar konut içinde uygulandığında, uygulama kişiye bağlı olarak estetik özellikler kazanacak ve değer yargılarıyla ifade edilecektir. Tasarıma "*Ne kadar basit, ne kadar güçlü, ne kadar güzel!*" denilecektir. Susan Sontag, bu durumu algılamının subjektif yanına bağlayarak "*Bir şey estetik açıdan kötü görüneni ifade edebilir, aslında iyidir. Buna aykırılığın çekiciliği denir*" biçiminde ifade etmektedir. (06;47)

High-Tech endüstriyel üretim çevrelerinde kullanılması gerekli gibi duran kompleks detayların ve yapıların kullanım ürünlerine yansıtılmasıyla görülmektedir. High-Tech tasarımda malzemenin ekonomik

yada üretime yönelik önemlerinden başka değeri yoktur. Bu durum ürünlere "*estetik minimalizm*" karakteri kazandırmaktadır. High-Tech yöneliminin biçimsel dili ürünün anlamsal yapısında kültürel olmayan, bir bakıma insancıl referanslardan uzak bir anlatımı tercih eder. Endüstri çevresindeki araç ve gereçler, insancıl değerlerden uzak, oldukça açık ve net, pratik işleve dayalı bir tasarım dili kullanır. High-Tech mimarinin statik dinginliği, endüstri tasarımı ürünlerinde teknoloji sembolizmine indirgenmiştir. Bir imaja, bir hayale, bir oyuna yönelme söz konusudur. (06;48)



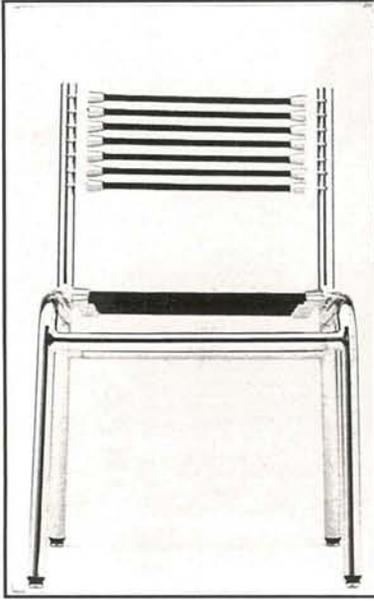
F.58  
Andreas Weber  
Couch table  
1985



F.59  
Andreas Weber  
Yüklük  
1985

F.60  
Andreas Weber  
Çekmeceli dolap  
1985

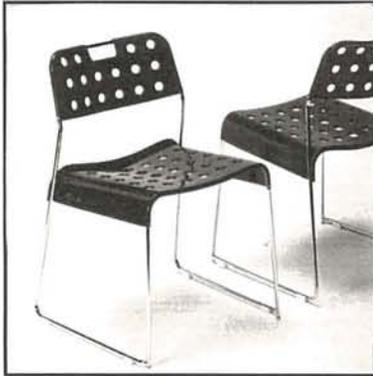
(F. 58, 59, 60) Weber'in "*konteyner sistemleri*" Paslanmaz çelik ve alüminyumdan oluşturulmuş sehpa ve dolabı, malzeme ürün ilişkisi içinde bakıldığında tamir, bakım servisleri, laboratuvar gibi teknolojik hizmetlerin verildiği endüstri çevrelerindeki ürünlerden, "*teknoloji sembolizmi*" içeren alıntılarını içermektedir. (06;48)



F.61  
Rene Herbst  
Nikel kaplamalı iskemle  
1930



F.62  
Hans Coray  
"Spartana" iskemle  
1938



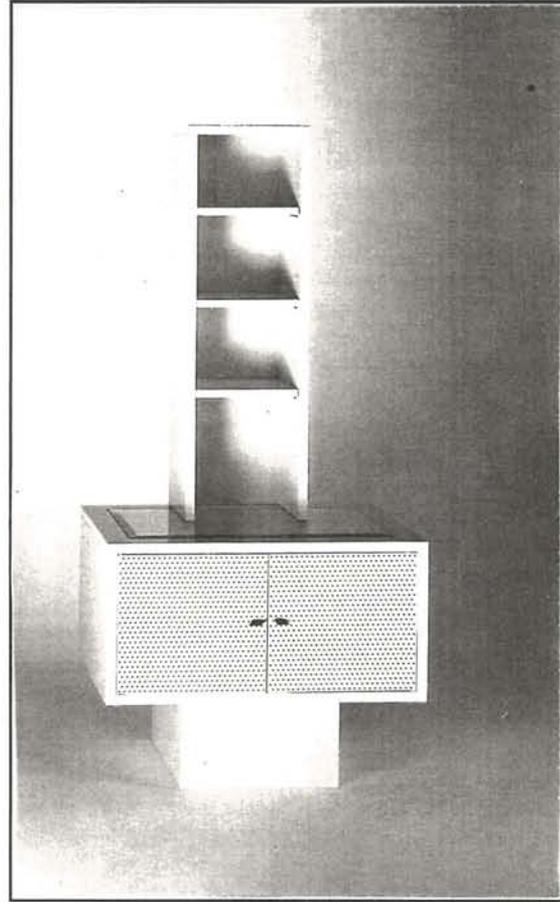
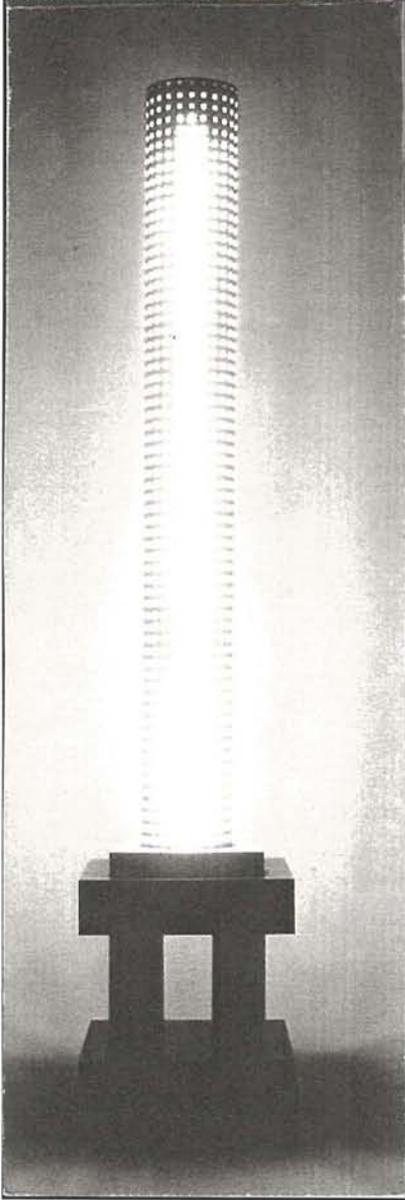
F.63  
Rodney Kinsman  
"Omstack" iskemle  
1974



F.64  
Rodney Kinsman  
"Tractor" tabure  
1969

Fotoğraflarda verilen iskemleler eski bir geleneğe dayanmakta, çelik taşıyıcılar ve delikli metal oturma düzlemleri bu ürünlerin günümüzdeki varyasyonlarıdır. İlk olarak alüminyum taşıyıcı, Coray tarafından 1938 de tasarlanmış ve ellili yıllara kadar üretilmiştir (F.62). Rene Herbst'in 'Sedia' iskemlesi, nikel kaplamalı çatı ve taşıyıcıdan oluşmaktadır. Oturma ve sırtlık düzlemlerinde elastik valiz şeritleri kullanılmıştır (F.61). High-Tech yönelimi tasarımcılarından Kinsman'ın 'Omstack' iskemlesi savaş sonrası en çok satan bahçe mobilyasıdır (F.63). 'Tractor' taburesinde ise tek ayakla desteklenen traktör oturma düzlemi kullanılmıştır (F.64). Bu ürünün statik konumu güç ve kararlılık göstermektedir. (06;49)

High-Tech yöneliminin karakteristik özelliği olan 'object trouvé' 70'li yıllardan bu yana endüstriyel çevreye ait malzeme ve ürünlerin evlere taşınmasında görülmektedir (delikli saclar, çelik taşıyıcılar gibi...).(06;48)

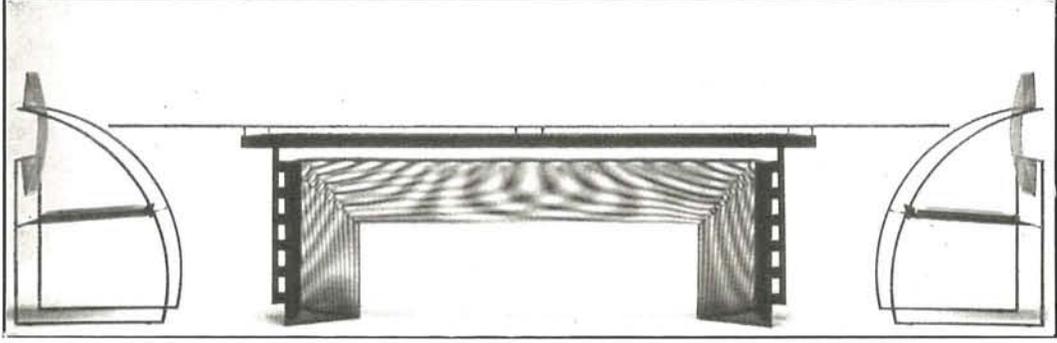


F.65  
Matteo Thun  
Raf-dolap  
1985

F.66  
Matteo Thun  
"Chicago Tribune" lamba  
1985

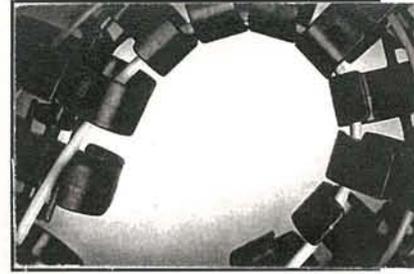
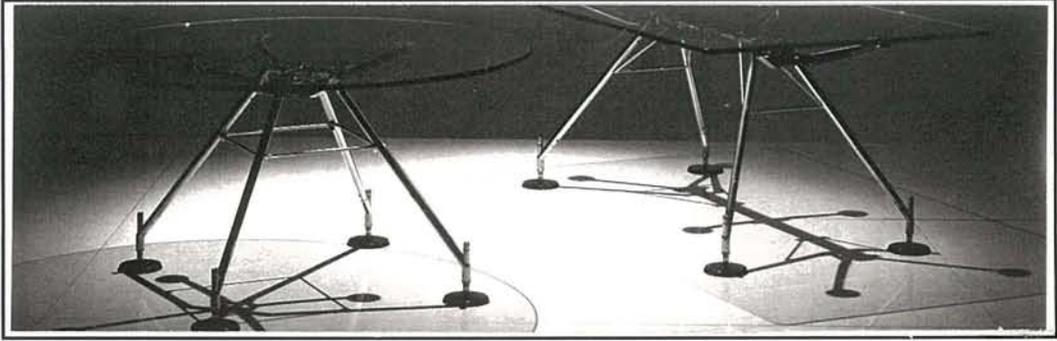
(F.65,66) Matteo Thun'un delikli dolap ve gökdelen lambası, bilgisayar destekli üretim ile gerçekleştirilmiştir. Ürün üzerinde teknolojik sürecin titizliği yansıtılmaktadır. (06;48)

(F. 67) Mario Botta iskemle ve masalarında başka bir High-Tech prensip kullanır. Delikli metal levhalar, çelik taşıyıcılar tanıdık olduğumuz ürünlere farklı imajlar sağlamaktadır. Botta'nın çalışmaları, mimaride konstrüktivizme ve minimalist heykeltraşlığa yakındır. (06;48)



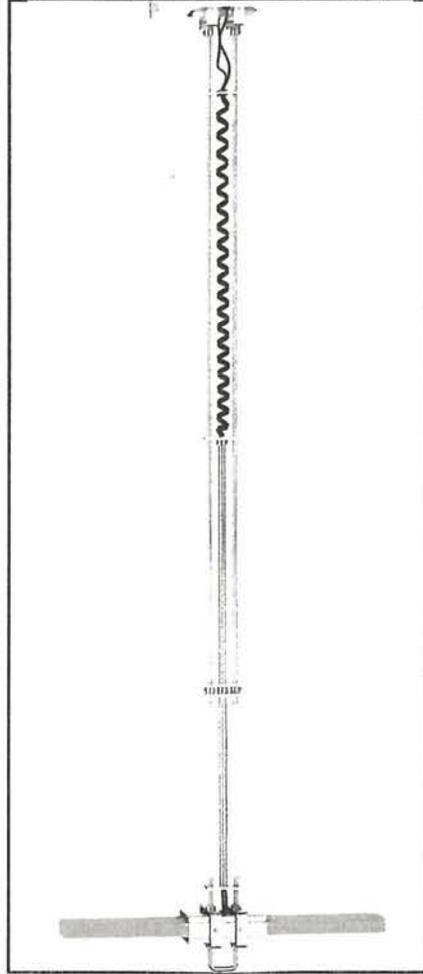
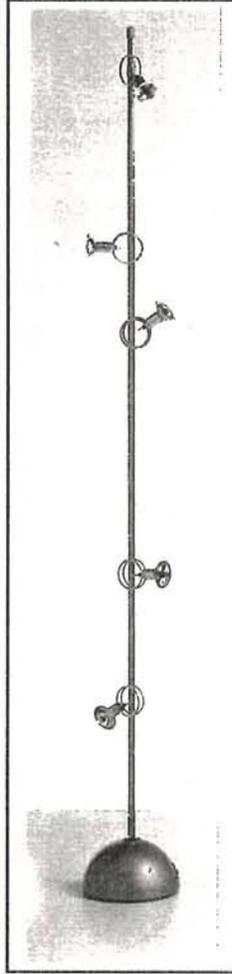
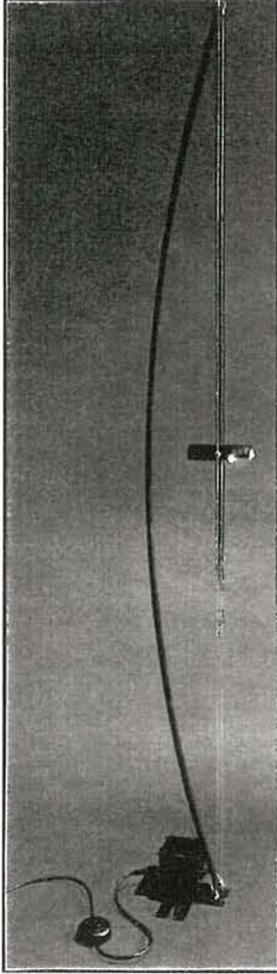
F. 67  
Mario Botta  
"Tesi" masa, 1986

(F.68) N. Foster'in '*iş istasyonu*' masası gelişmiş bir sistematığın ürünüdür. Sistemin teknolojik karmaşası, krom çelik ve çam malzemelerin hassas birleşimlerini ifade etmektedir. Uzay organizasyonlarındaki mekan anlayışının ürünü belirlemesi söz konusudur. Ürünün Yunanca'dan gelen 'Nomos' adı, norm anlamına gelmektedir. Kelime, kavram ve işlemlerden çok, kavramın ifade ettiği şeylerin ve işlemlerin neleri yürüttüğüne önem verir. 'Nomos', yemekler, toplantılar, grup çalışmaları ve ferdi çalışmalar için yüzeyler teşkil etmekte, bunu da keyboardu, terminalleri ve yapay zekasıyla sağlamaktadır. Büro yaşamındaki alan ekonomisinin öneminden dolayı sistem, altyapısındaki değişiklikleri de hesaba katmaktadır. Çalışan konsol üzerinde telefon, bilgisayar ve aydınlatma için giriş terminalleri sağlanmıştır. İhtiyaca göre yatay ve dikeyde sisteme eklemeler yapılabilmektedir. Bireysel ve yaratacı yollarla temel ofis işlemlerini optimize eden bu High-Tech mobilya hünerini, kullanıcıya nasıl ifade edecektir? 'Nomos' tıpkı bir bilgisayar gibidir. Demokratik potansiyeli sadece kullanıcıya yol göstermektedir. Sembolik ifade ile 'Nomos' üretim hattını gösterir (06;48).



F. 68  
Norman Foster  
"Nomos"  
ofis mobilya sistemi  
1987

(F. 69, 70, 71) High-Tech yönelimi kullanım ürünlerindeki alanlardan biri de aydınlatma sistemleridir. Halojen teknolojisinin bulunması ile birlikte aydınlatma elemanlarında minimalleşmeler gözükmemektedir. Aydınlatma teknolojisindeki gelişimin, ürünlere yansımaları söz konusudur. Aydınlatma düzlemlerinin hareketliliği sistemleri esnek kılmaktadır. (06;49)

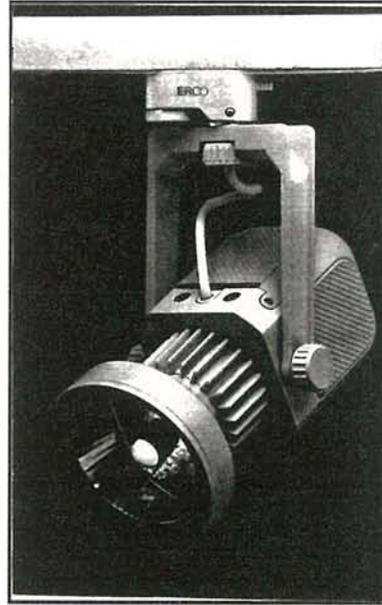


F. 69  
Urs Gramelsbacher  
"Corda d' Arco"  
aydınlatma birimi  
1983

F. 70  
Hans Dinnebier  
"Clip"  
aydınlatma birimi  
1980

F. 71  
Jean-Marc da Costa  
"Lift"  
aydınlatma birimi  
1983

Düşük voltaja bağlı olarak halojen lamba kullanımında, isteğe bağlı olarak dağınık ve sıkıştırılmış ışık açıları, yüzey soğutucuları, dairesel hareket düzlemi ve değişken filitrelere, sinema setinde ve tiyatro ışıklandırma sistemlerinde olduğu gibidir... (F. 72)



F. 72  
Mario Bellini  
"Eclips"  
spot lamba  
1987



F.73

(F.73) Casio firmasının 35. yılında üretime geçen entegre film teknolojisinin belirlediği kredi kartı görünümünde minimal çözümler. Dokunmatik kodlama, güneş enerjisi ile elektrik enerjisi elde edilmesi, kütlelerde mat siyah yüzeyler bir elektronik ürün için, yüksek teknolojiyle ilişkin imajlar yaratmaktadır. (12;27)

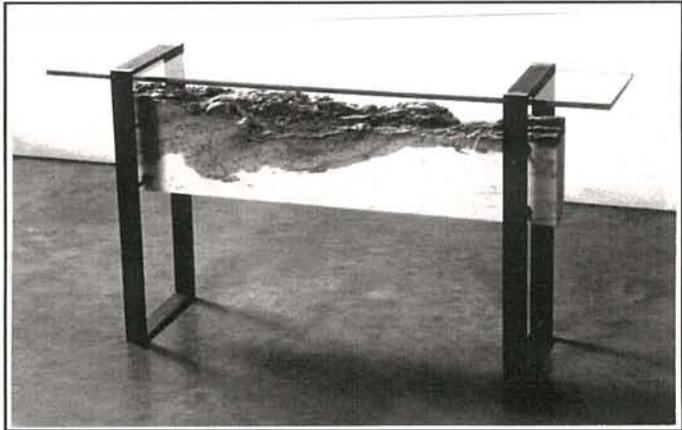
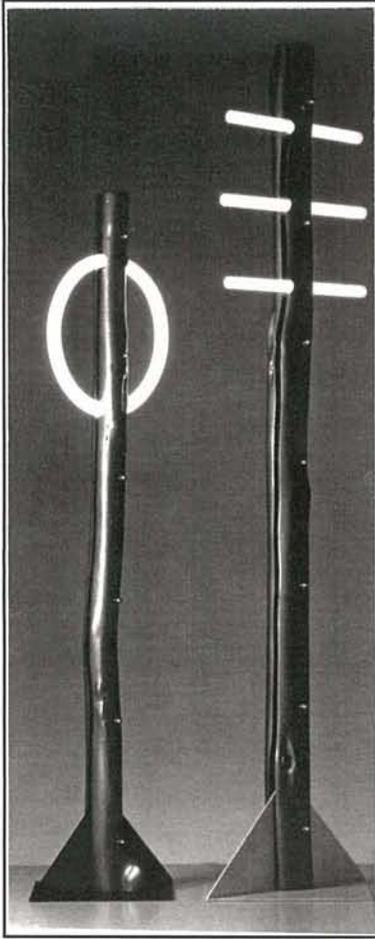
Verilen örneklerde görüldüğü gibi, High-Tech ürün tasarımı; kullanıcı ihtiyaçlarına bağlı olarak, teknolojik gelişimin zaman içinde teknolojik çevreye ilişkin karakteristik malzeme ve detaylandırmaların, göstergeler düzeyinde sembolize edilerek kullanım ürünlerine yansıtılmasıdır. Amaç, kullanıcıya yüksek kullanım değeri çağrıştırmaktır. (06;49)

### 3.7. Trans High -Tech

Modernizmin temel özelliklerinden biri de, bilim ve teknolojinin olanaklı kıldıklarının hemen uygulanmasıdır. Şimdiye kadar karşı çıkmamış bu fikir, 1980'li yıllardan beri objeler, estetik kullanım değerleri açısından sorgulanmaktadır. Mimaride başlayan sorgulama, High-Tech yöneliminin biçimsel dili ile yeni yollara kanalize olmuştur. Ayrıca High-Tech, Modernizm'in parametreleri içinde, büyük gelişmeler sağlamıştır. High-Tech'de kullanılan cam, çelik, alüminyum ve delikli sac gibi malzemeler Trans High-Tech yöneliminde de kullanılmaktadır. Bu bir rastlantı değildir. Bu yönelimde, tasarım-malzeme ilişkisi içinde, dönüştürme ve yabancılaştırma söz konusudur. Bu ürünler, uzak bir gelecekte - teknolojinin getirdiği sınırlamaları geride bırakmış ileri bir gelecek - görülüyormuş izlenimini yaratmaktadır. Trans High-Tech için ileri bir uygarlıkta teknolojiye inanç, nostaljik anıdan başka bir şey değildir. Geçmiş zaman yapıları, arkeolojik buluntular gibi görünür. Şimdi, teknolojinin bir fetiş veya totemden, animistik bir fikirden başka bir şey olmaması, büyük ölçüde gerçek "yüksek teknolojinin" daha soyut ve anlaşılabilir olmaya başlamasına bağlanabilir... Teknolojik ürünlerde belirgin şekilde ortaya çıkan zaman aşımı, aslında şiirsel bir özelliktir. Bu tür objeler birbirinin üzerine gelişen harabeler gibi, giderek "doğanın" bir parçası gibi görünürler. (06;59) Trans High-Tech yönelimini daha iyi kavrayabilmek için bu yönetime ilişkin ürünleri inceleyelim.

(F.74) Kunstflug tasarım ekibinin 'aerobatic' " Üç-Lamba" adını verdikleri çalışmalarının etkileyici renklere boyanmış olan taşıyıcı gövde, kabuğu soyulmuş meşe ağacıdır. Aydınlatma için floresan lamba kullanılmıştır. Bu "ışıklı ağaçlar", uygarlık tarihinin iki uç noktasını; taş devri ve teknoloji çağının özelliklerini betimlemektedir. Dolayısıyla teknolojiye ilişkin, soyut bir zaman sunumlaması vardır.

(F.75, 76) Belçikalı Gerard Kuijpers, heykeltıraş Desiree Verstraete'e ait yaratıcı geri itilim ile gerçekleştirilen mobilya tasarımları görülmekte.



F.74  
Kunstflug (Heiko Bartels, Harald Hullmann)  
"Üç - Lamba", 1981

F.75  
Gerard Kuijpers, Desiree Verstraete  
"Zig zag" iskemle, 1984

F.76  
Gerard Kuijpers, Desiree Verstraete  
"uzun masa", 1983

F.77  
Gaetano Pesce  
"Green Street" iskemle, 1984-86-87

"Zig zag" iskemlenin yüzeyi granitten yapılmıştır. Cilalı taştan yapılmış masanın kayıtı, bitmemiş veya tesadüfen biçim bulunmuş izlenimini yaratmaktadır.

Mit ve eskilere ait olan endüstriyel uygarlığın elemanları , doğal olanla yapılmış olan, makine yapısı, el yapısıyla birleştirilir. Bu tür tasarım stratejisi yapıcı bir etnografyacının merakı gibi bir duyguyla motive edilir. İtalyan tasarımcı Gaetano Pesce benzer bir tarzla çalışır. Tasarlamış olduğu iskemle tarih öncesi, neredeyse etnolojik bir iskemle izlenimi verir. Oturma yeri ve sırtlık düzlemi tek parçadır. Siyah yüzeyleri yeni soyulmuş ve henüz temizlenmemiş gibi bilerek, kaba haliyle bırakılmıştır. Animistik bir kılık değiştirmeyi veya bir maskı çağrıştırmaktadır. Oturma ve sırtlık düzlemi, asimetrik şekilde sekiz tane ince ve böcek ayaklarına benzer ince metal ayaklarla desteklenir. Ayakların vantuz gibi yere yapışan yüzeyleri vardır. (06;59)



Pesce'nin çelik kafes ile kuvvetlendirilmiş beton sehpa tasarımı bitmemiş bir çalışma izlenimini verirken, diğer yüzeylerin parlaklığıyla zıtlık oluşturmaktadır. (F.78)



Oturulduğunda sırtlık düzlemi, oturan kişiyi şal gibi sarmaktadır. (F.79)

F.78  
Gaetano Pesce  
"Sansonedue" sehpa, 1987

F.79  
Gaetano Pesce  
"Feltri" koltuk, 1987



(F.80) Arkeolojik eser benzeri objeler oluşturmaya çalışanlardan biri de Ron Arad'dır. En ünlü çalışması , "Beton Ses" sistemidir. Bu obje, tahrip edilmiş yerlerinden takviyelerdirilmiş beton bloklar içine inşa edilmiş, modern bir Hi-Fi sistemi içermektedir. High-Tech'de olduğu gibi, özel üretim dünyasından yerel dünyaya transfer söz konusudur. High-Tech yaklaşımından farklı olarak, teknik ve teknolojik değer yansıtılması ne ilan edilir, nede kabul e-

dilir. Eskimiş kullanılmayan, başka bir zamandan kalmış, modası geçmiş bir şey gibi uzakta tutulur. Ron Arad'ın tasarımlarında, endüstri toplumunun özellikleri, daha ileri bir teknoloji ile yok olan bir zamanın arkeolojik değerleri gibi kullanılır. Bu objelerin biçimi, doğal olarak kararsızdır. Şiirsel özelliklerini, çağın beklenen sonundan ve daha sonra kalacak kalıntılardan alır. Dominant estetik kullanım terörünün abartılması söz konusudur. (06;60)



F.81  
Ron Arad, "Aerial Light" uzaktan kumandalı lamba, 1982

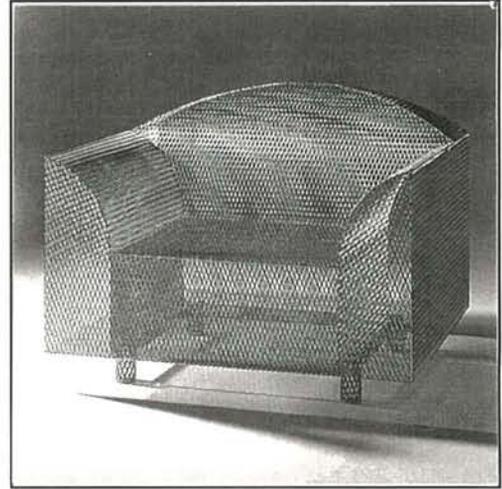


F.82  
Ron Arad, "İyi Huylu" koltuk, 1986-87

(F.81) Uzaktan kumandalı "Aerial Light" lambası sözde risksiz teknolojik ilerlemenin sönmüş volkanı etrafında dansetmektedir. Teknolojik devrimin çeşitli evrelerindeki başarılar, kaçınılmazlığını sürdürmekle beraber, daha çok asıl amaçları unutulmuş totemler gibidir. (06;60)

(F.82) Ron Arad' ın "İyi Huylu" koltuğu, geleneksel biçimi gülünç bir şekilde taklit ederek, orta sınıfın mobilya anlayışıyla eğlenir. Bilelenmiş izlenimini veren büyük metal levhalar, klasik gelenekte rahat koltuk imajını yaratmaktadır. Bağlantılarda perçin kullanılmıştır. Görünüm olarak bu koltuk, konfor hissini hem uyandırır hem de uyandırmaz. Aslında yeterli konforu sağlayacak yetenekte koltuktur. (06;60)

(F.83) Shiro Kuramata, " Ay Ne Kadar Yüksek" isimli koltuğu ile minimalist versiyon yaratmıştır. Bu koltuk, sıva takviyesinde kullanılan ramboid çelik ağdan yapılmıştır. Koltuğun biçimi artan bolluk ve burjuvazi tokluğu çağrışımları uyandırırken, tasarımı oluşturan malzeme, bunu desteklemekten uzaktır. (06;61)

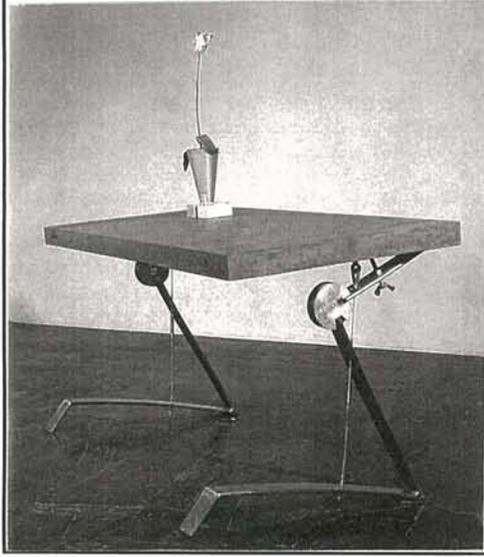


F.83

Yukarıdaki verdiğimiz örneklerde, tasarımların çoğunda risk ve yararlanmaya ilişkin değinmeler hissedilir. Bunlar, aşağıdaki örneklerde daha da belirginleşmiştir.

(F.84) Frankfurt' lu mimar Marie-Theres, alman heykeltıraş Klaus Bollinger işbirliği yaparak bir çalışma masası tasarlamışlardır. Bu masa pekçok maddeden meydana gelen bir cinsin sınırındadır. Tasarım daha çok, yapı ve algılama olaylarının en uç olabilirliklerini

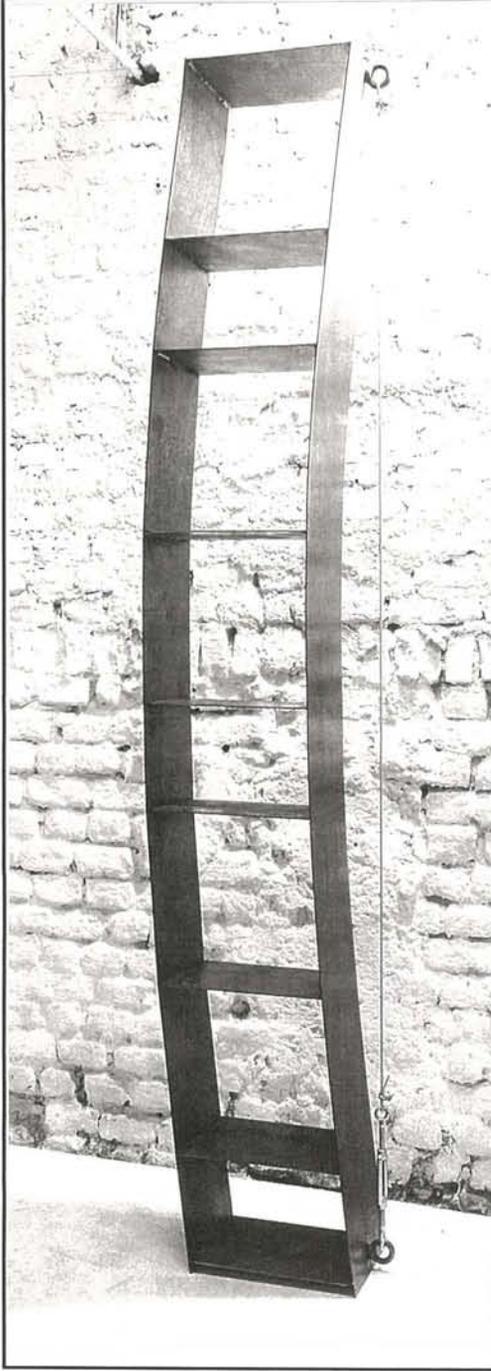
deneyen mühendislik ürünüdür. 120 kg. ağırlığındaki masa düzlemi, önceden sıkıştırılmış çelik yayla, zarif biçimde iki ayağa bağlanmıştır. Bu ayaklar düzensiz açılanmıştır. Asıl biçimini, ancak masa düzleminin ağırlığı altında alır. Yapısı, karşıt kuvvetleri dengeleyen gerilim kabloları, kitleme vidaları ve şaft levhaları ile birarada tutulur. Mekanik yapı, düzlemin eğiminin ve yüksekliğinin sonsuz sayıda düzenlemelerine izin verir. Norman Foster'ın "Nomos" isimli High-Tech tasarımında olduğu gibi, bütün yapısal elemanlar, açıkça sergilenir. High-Tech'de teknolojinin ilahlaştırılması, 'yapıya uyum' biçiminde kendini gösterir. Burada ise, parçalanmış bilimseli bilinçli olarak biraraya koyma, tabuları yaratma ve yararlanma konusu, risk ve öfke vardır. Masa, modern yaşamın soğukluğunu, de



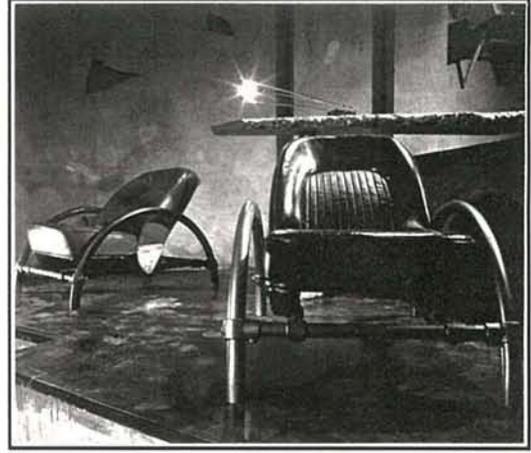
mokrasinin ilerlemesinin teknolojinin gelişimine bağlı olduğu dogmasının yıkılışını ve yerine getirilmiş sözlerden çok, verilmiş sözlerle sarhoş edilmiş bir toplumdaki nefreti sembolize eder. Betonlaşma-kentleşme ikileminin kaygılarını içinde barındırır. Dokunma duyusu, dokunabilir malzeme olduğunu kanıtlarken, kişinin anlayışı, onun görüldüğü gibi olduğunu inkar eder ve dolayısıyla

la ortaya çıkan belirsizlik, artan bir şaşkınlığa neden olur. Bu tasarımın arkasındaki filozofide önemli rol oynayan diğer nokta; 'sembolize işlemi'dir. Teknik gereklilik ve sınırlamaların, gerçek şekilde temsili örneğin, Carlo Scarpa veya Jan Prouve' nin ileri derecede ki sofistike bir estetikteki teknolojik zarifliğe çevirdiği, burada tekrar ele alınır ama bu kez deneme, mantıklı sonuca ulaştırılamaz. Teknolojik kriter ve makine estetiği, gelişmekte olan iş-obje yapım aşamasında veya yarı bitmiş cisimler gibi anlatılır. Masa bitmiş olmasına rağmen tamamlanmamış izlenimi verir, dolayısıyla izleyen

kişinin hayal gücü tasarım ve üretim işlemlerinin, heyecanlı sürecine itilir. Öyle ki, obje, istatikselsel bir hesaplamanın nesnelleştirilmiş, görsel anlatımını temsil eder. (06;62)

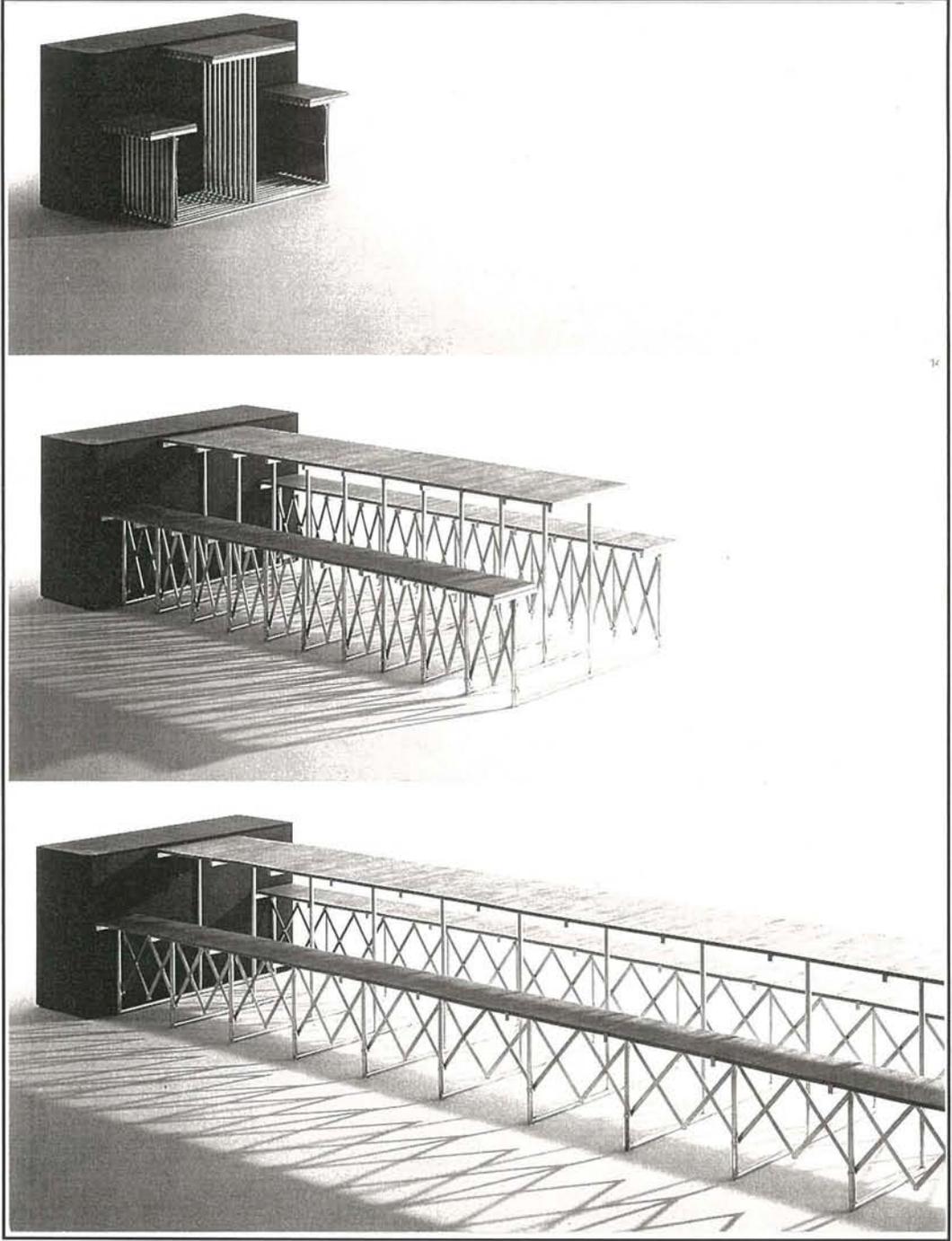


(F.86) Pentagon grubu, ham corten çeliğinden yapılmış, yüksek dikdörtgen biçimli kitaplık, çelik bir tel yardımıyla, oldukça gerilmiş yay biçimine dönüştürmüştür. Biçimsel açıdan, malzeme ve işlevsel yapıya ilişkin klasik beklentiler tamamiyle ters-yüz edilmiştir.



F.85  
Ron Arad, "Rover" iskemle, 1985

F.86  
Wolfgang Laubersheimer  
"Pentagon Grup" kitaplık, 1985



F.87

(F.87) Yukarıdaki fotoğraflarda tasarımı Gin-Bande'ye ait olan, "Tabula-Rasa" isimli çekip çıkarılan mobilyası görülmektedir. Bu oturma grubu ve masa kombinasyonu, istenildiğinde üç kişi ile istenildiğinde de otuz kişiyle kullanılabilir. Görünürde kolay, teknik olarak kompleks körüklü mekanizma ile çalışır. Bu masa, toplum ve toplum yaşamı için bir örnek, baş başa gerçekleşen görüşmelerden mezhep toplantılarına kadar pek çok olayın odak noktasıdır. Hem özel hem de genel toplantılar için uygundur. (06;62)

### 3.8. Post-Modernizm

Kelime; Avrupa ve Amerika'da sosyologlar ve eleştirmenler arasında kullanıla gelmekte, 19. yüzyıl sonlarından bu yana edebiyat ve güzel sanatlar ve bilimdeki oyun\* kurallarını değiştiren, değişimleri izleyen kültürün konumunu belirlemektedir. (19;6) Post-modernizmin nesnesi, yüksek dereceli gelişmiş toplumlarda bilginin durumudur.

Post Modernistlere göre toplumlar, post-endüstriyel kültürlerde Post-Modern olarak bilinen çağa girdikçe, bilginin konumunun değiştiğidir. Bu geçiş, yeniden inşaanın tam anlamını işaret eden 1950'lerin sonundan beri yürürlüktedir. Hızı, daha çabuk ya da yavaş ülkelere bağlı olup, bu ülkeler içerisindeki etkinlik sektörüne göre değişmektedir. Genel durum, özetleyici bir bakış açısını güçleştiren, geçici bir kopuş durumudur. (19;10)

Kopuş durumunu oluşturan temel sorun şudur: 'Modernlik projesinin amacını oluşturan sosyo-kültürel bütünlüğün kurulması sırasında, bir bütünlüğün içerisindeki gündelik hayat ve düşüncenin bütün unsurları organik bir bütünde olduğu gibi yerlerini alacaklar mıdır? Ya da farklı türden dil oyunları biliş, etik ve siyaset arasında çizilmek zorunda olan geçiş bundan farklı bir düzene mi aittir? Eğer öyleyse, bunlar arasında gerçek bileşimi etkilemeye muktedir olacak mıdır?' (19;87)

Tasarım anlayışını da yönlendiren, modernist görüşe ait olan 'toplumsal ütopya', 'ideal geleceğin tanımı', 'daha iyi bir toplum fikri', 'daha sağlıklı ve yaşanabilir dünya' gibi önemli toplumsal kaygılar Post-Modernist tasarım kaygılarını oluşturmamaktadır. (30;94)

Modernist görüşün öncülerinin ve genel olarak modernist tasarım

---

\* Modernizmin tasarım sürecini "kendi içinde tutarlı" bir sistematığe kavuşturmayı deneyecekti. Bu "tutarlılık" bir oyun tutarlılığıdır. Oyunu oyun kılan şey, onun kendi saymaca kurallarının iç ilişkileri dışında hiçbir nedensel bağla kayıtlanmamış bir süreç oluşudur. (30;95)

görüşünün ilgilenmediği, dolayısıyla çözüm getiremediği temel sorun, olağan dünyanın 'olağan' koşullarında 'olağan' bir tasarımcının tasarım etkinliğinin nasıl olacağı sorunuydu. Modernist ideoloji, tüm devrimci ideolojiler gibi, dünyayı değiştirmekle öylesine meşguldü ki, post-modern görüşe göre modernist anlayış, özellikle mimari tasarımın özgül bilgi alanını bütünüyle ihmal etmişti. Böylesi sorunlarla 1960'ların sonuna gelip dayanıldığında, her derde deva "fen ve teknoloji" reçetesiyle de yanıt verilemiyordu. (25;87) Yapısalcı dilbilimin bu dönemlerde devreye girdiğini görüyoruz. De Saussure daha 20. yüzyıl başlarında bir tasarım ürününün bir göstergeler sistemi olarak yorumlanabileceğini söyleyerek, yapısalcı dilbilimsel çözümlere ulaşan yolu açmıştı. Chomsky, dilin kendi iç mantığını çözümlmek için çalışan dilsel üretkenliğinin ve yaratıcılığın özünü araştırmış, bu amaçla da ona araç olarak sözdizimsel analiz yöntemini geliştirmişti. Dilsel çözümlmelerde amaç, sözdizim (sentaks) içinde yer alan öğelerin işlevlerini saptamak değil, onların nasıl bir ilişkiler sistemi içinde bir araya geldiklerini araştırmaktı. .. Bir tasarım ürününün gerçekliğini kavramak için, onun içerdiği işlevleri bilmenin hemen hemen hiç yararlı olmadığını anlamış olan tasarımcı, bir tasarım ürününde dil ürünü gibi, yapısalcı bir sözdizimsel çözümlmeye tabi tutulabilirdi.(25;88)

Bugün, teknolojik sorunlar epeyce ortadan kalkmışken, teknoloji dünyasından çok bir enformasyon ve enformasyon sistemleri dünyasındayız. Post-Modernizm gibi yönelimlerin ele almaya çalıştığı sembolizm; teknolojinin ve sosyal reformların mekanik olanaklarına ve tasarım olgusunun bunlara nasıl aracı olacağına ilişkindir. (30;94)

Post-Modern bilgi otoritenin basit bir aracı değildir. Farklılıklara olan duyarlılığımızı oluşturmakta, karşılaştırılmazlığı hoş görme yetimizi pekiştirmektedir. İlkesi, uzmanın homolojisi değil, yenilikçinin parolojisidir. İşlerliğin ölçütü teknolojidir, doğru ve adil olanı

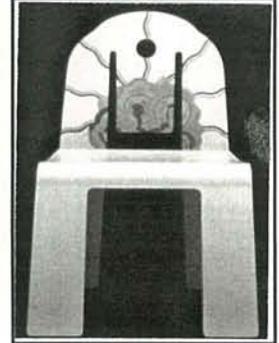
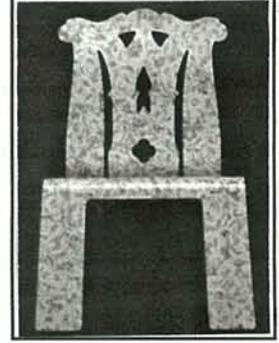
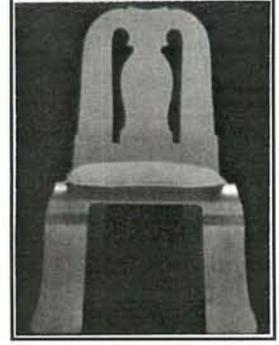
yargılamakla ilgisi yoktur. (19;8)

Tasarımda Modernistlerin başlangıç yıllarından itibaren 'Biçim işlevi izler pradiğmasını' savunurken, bu durum Modernist çizginin temel ilkesini oluşturmaktaydı. Post-Modernist'ler ise, sonuçta oluşturdukları tasarlanmış biçimler açısından birbirinden ne denli farklılaşırsa farklılaşırsınlar, bu pradiğmayı yadsıyıışları açısından ortak bir yönelim göstermişlerdir. Post-Modernist'ler, Modernizmin aksine, biçimleri işlevlerin doğal bir sonucu olarak görmemektedirler. Modernist görüşe göre, biçimleri yaratan işlevler zamanla değiştiğinde, biçimlerde işlevlerle birlikte ortadan kalkmak zorundadır. Bu bakış açısının doğal sonucu, tarihten biçim aktarımları yapmayı yadsımaktadırlar. Oysa, Post-Modernist'ler tasarlanmış biçimlerin işlevlerinden bağımsız bir gerçeklikleri olduğunu öne sürmekte, dolayısıyla da, eski üslup ve dönemlerde görülen biçimleri yeni ürünlerde uygulamanın yanlış bir tutum olmadığını savunmaktadır. (24;194)

Post-Modernizm süslemenin yeniden keşfi, renk, sembolik bağlantılar ve biçim tarihi hazinesinin meydana çıkarılmasıyla özdeşleştirilebilir. Post-Modern yaklaşım, ürün tasarımında gittikçe popülerlik kazanmaktadır. Örnekleri belli sosyo-kültürel gruplardaki 'yaşam çevrelerinde' ve 'sofra kültüründe' görülmektedir.

(F.88,89,90,91)Robert Venturi'nin, 1983-84 yıllarında Knoll International için tasarlamış olduğu mobilyaları. (F.88,91) Onun, mimarlığı da içeren tasarım anlayışına göre, "Modern hareketin saflığı, sıradan ve günlük etkenlerle, tüketim dünyasıyla, alt kültürlerle ve tarihi süslemelerle kirletilmelidir." Venturi'nin tasarlamış olduğu iskemle ve masalar, tarihi mobilya stillerinin günümüze uyarlanmış biçimleridir. Venturi'nin tasarımlarında Chippendale, Gotik, İmparatorluk, Sheraton, Beidermeier, Hepplewhite, Kralice Anne, Art Deco ve Art Nouveau biçimler, ürünlerin ironik ve biçimsel temellerini oluşturur.

Ürünlerin süssel katılığı, ticari ürünlerde hayal bile edilemeyen klasik havada olan değerlerini yeniden kazandırmaktadır. Oysa malzeme, yüzey biçimlendirilmesi, oturma biçimi açısından, ürünlerin hepsi birbirinin biçimsel tekrarıdır!

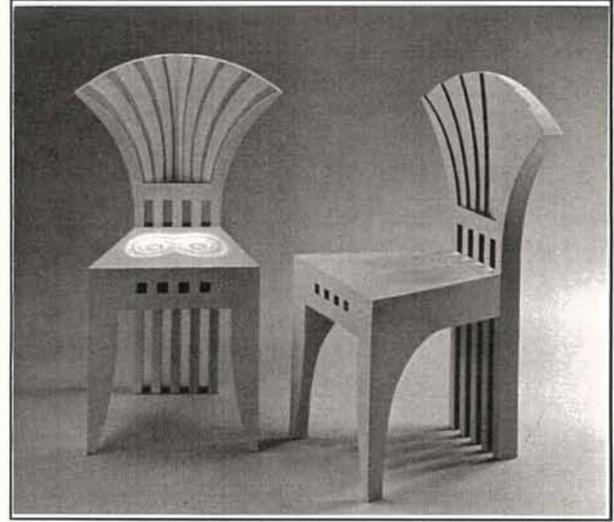
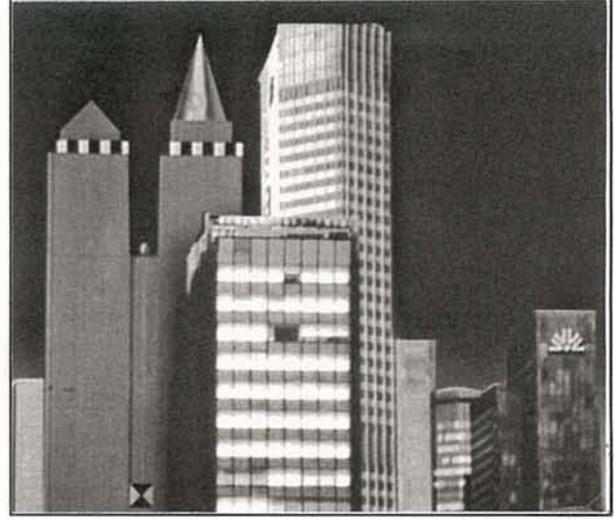
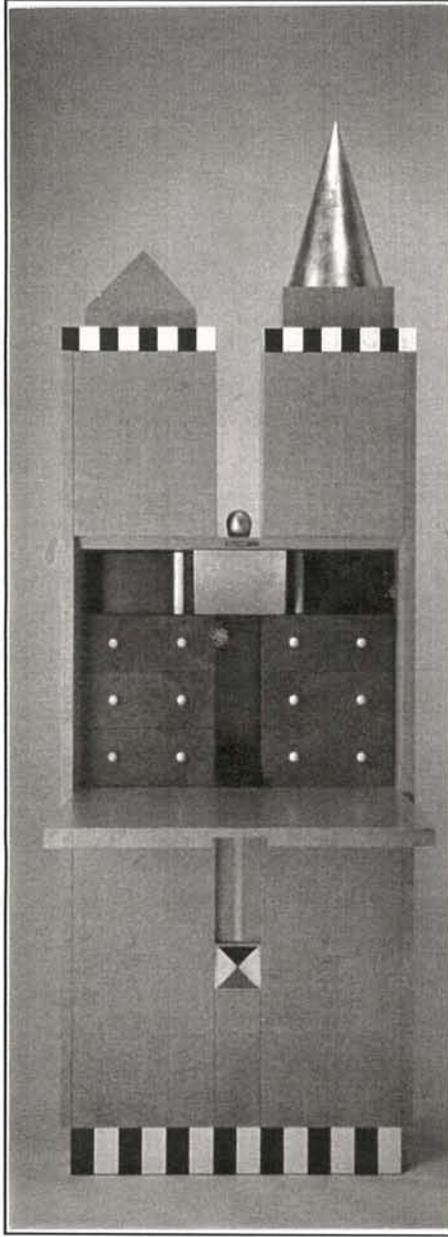


F.88  
Robert Venturi  
"Chippendale"  
İskemle  
1984

F.89  
Robert Venturi  
"Queen Anne" İskemle  
1984

F.90  
Robert Venturi  
"Art Deco" İskemle  
1984

F.91  
Robert Venturi  
"Sheraton" iskele  
1984

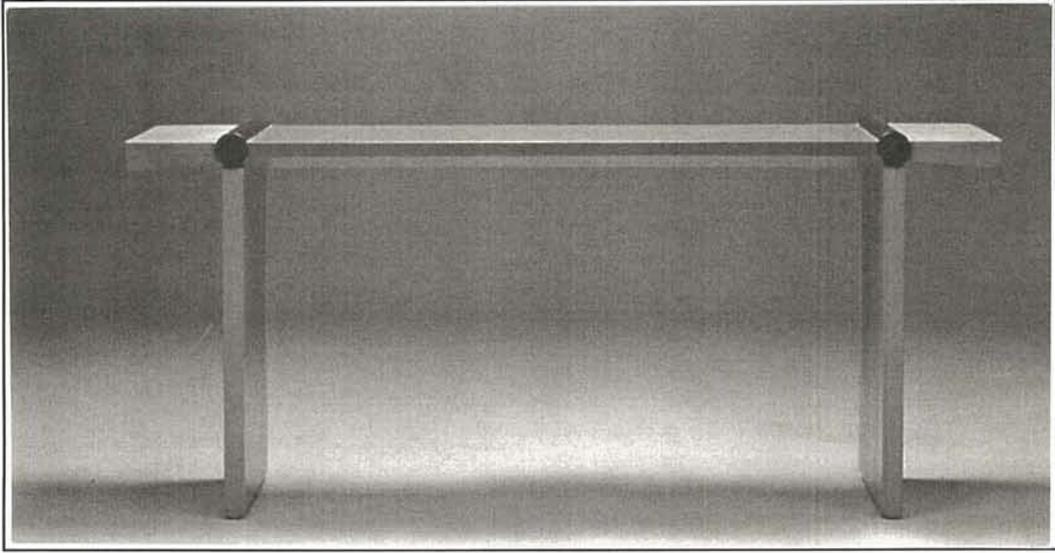


F.92,93  
Norbert Berghof,  
Michael A. Landes,  
Wolfgang Rang  
"F1 " dolap,  
1985,1986

F.94  
Charles Sencks  
"Sun Chair", 1985

Charles Sencks'in "Sun Chair" modeli (F.94) Mısır ve Art Deco süslerin karışımını üzerinde taşımaktadır. Post-Modernizm'de mobilyanın fanteziye, hatıralara, rüyalara, özlemlere, şiire, peri masallarına itki oluşturması gerektiği savunulmaktadır. Sembolik başvurular, şehir gökyüzünde yapılanmış gibi duran mikro-mimari parçası olan ürünlerde daha da belirginleşmektedir.(F.92,93)

Bu biçimsel anlayış, tarihi örneklerine başvurularında nostaljik olmaktan çok derleyici olma niteliğindedir. Bu ürünlerin genel felsefesi, yeni malikanelerin aristokratik lordları olmaya çalışan yuppilerin simgesel değerlerini taşımaktadır. Feodal değerlerin ve eskimiş artistik sembolizmin, tıpatıp aktarımı, geleneksel biçimin parça parça stilizasyonu ile önlenmiştir. Post-Modern mobilya, şiirsel anlatımıyla, ironiyle, nükteyle, geçmişini mizahi bir dille yorumlar. Tüm kibar ve lüks görünümüne karşılık, bilinçli olarak tutucu ve yüzeyselliği tercih eder. (06;87)



F.95  
Dakota Jackson  
Console, 1983

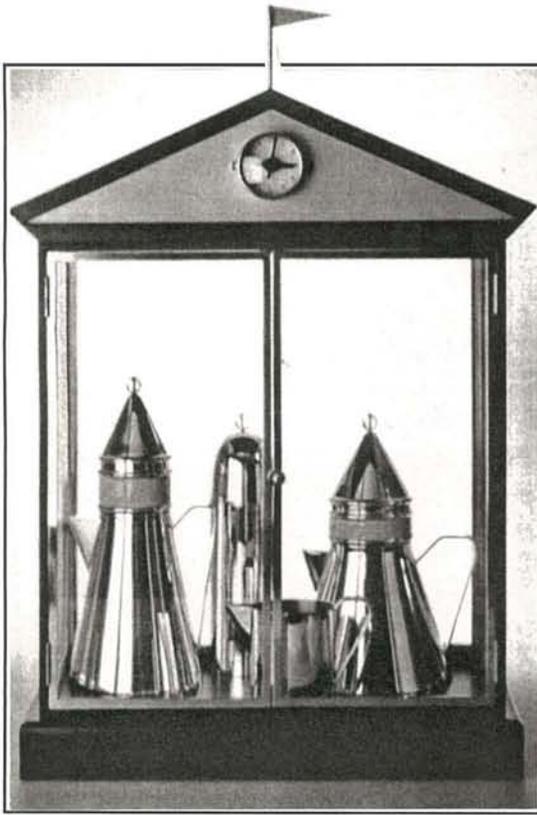
F.96  
Dakota Jackson  
Masa, 1983

(F.95,96) Dakota Jackson'ın ürünleri Post-Modern yaklaşım içinde, modernist biçim anlayışını içinde barındırır. Mies Der Rohe ve Le Corbusier'nin ürünleri, bu ürünler yanında klasik görünümde kalmaktadır. Post-Modernistler, Modernist Adolf Loos'un "süs suçtur" özlü sözünü reddetmektedirler. Post-Modern ürünlerin büyük bir çoğunluğu,"avangard potansiyelleri ile kışkırtıcı bir yapının semantik koşul ile zekice birleştirilmesi sonucu oluşur." Bu parçalar 1920'lerin modern klasisizminden, Art Deco'nun zarif ve zevkli lineariyesinden, Pop Art'ın renkli sembolizminden, Michel Graves'nin ve Charles Moore'un Post-Modern renk anlayışı olan yumuşak, pastel renk paletinden izler taşımaktadır. (06;88)

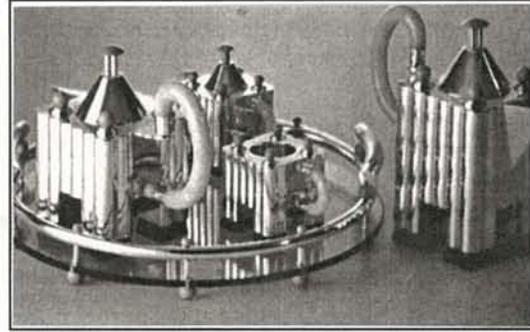
O zaman Post-Modern nedir? İmge ve anlatılamamanın kurallarında ortaya atılan sorunların baş döndürücü incelemesinde ne gibi yer işgal etmektedir? Şüphesiz modern'in bir parçasıdır. Alınan tek şey, eğer sadece dünse, şüphe edilmelidir. Bir yapı ilkin Post-Modern ise modern olabilir. Böyle anlaşılan Post-Modernizm, amacında modernizm değildir. Oluşumunda modernizmdir ve bu oluşum durumu süreklidir (19;95)

Post-Modern, modernin içinde ifade edilemeyen, ifade etmenin kendisinde ileri götüren olacaktır; güzel biçimlerin tesellisini ve elde edilemez olanın kollektif nostaljisini paylaşmayı mümkün kılan bir zevk uzlaşımını inkar edecektir. Bunlardan hoşlanmak için değil, ifade edilemeyen güçlü bir anlamını veren yeni ifadeleri araştıracaktır. (19;97)

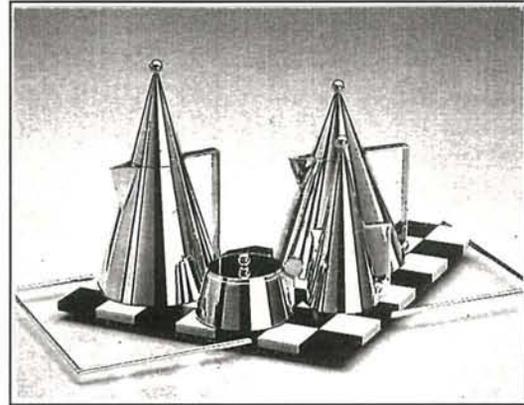
Post-Modernizm'in diğer bütün yeni yönelimlerle paylaştığı şey şudur; Estetik tanımlamaların yükseldiği günümüzde toplumun çok sesliliğini anlama, onun tüm karışık etkilenme değerleri ve gereksinimlerini kavramaktan geçer, ancak bu şekilde yeni ve çok daha zengin biçim hazinesi oluşturulabilir. Hareketi farklı kılan, Post-Modernizm'in derin çeşitli kültürel yapılarla ilişkisidir. Bugünün ve geçmişin sözcükleri, hatıralar arasından ve yaşayarak sağlanan güncel deneyimlerden alınan alıntılar, Post-Modernizmin hazinesini oluşturur. (06;88)



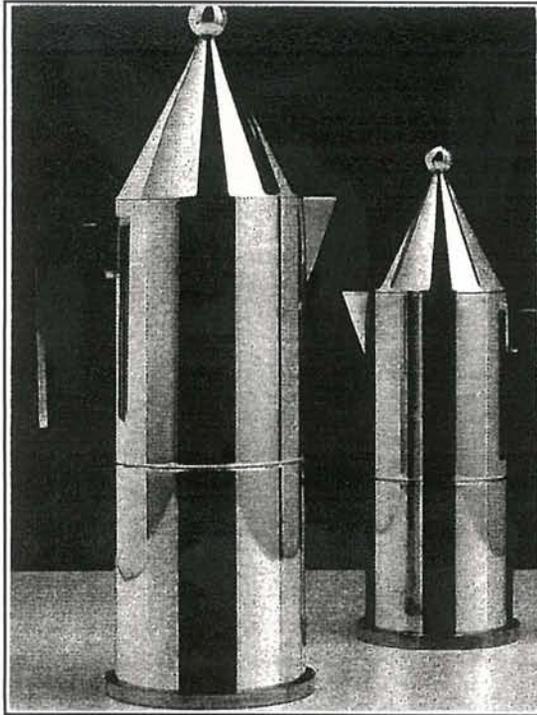
F.97  
Aldo Rossi  
Çay ve kahve seti  
1983



F.98  
Michael Graves  
Çay ve kahve seti  
1983



F.99  
Danilo Silvestrin  
Çay seti  
1985



F.100  
Aldo Rossi  
Kahve seti  
1984



F.101  
Robert Stern  
Şamdan  
1986

### 3.9. Minimalizm

Minimalist tasarımdaki karakteristik özellik, aşırı düzeyde bir estetik küçültmeciliktir. Bu tasarım ürünleri tarihsel deyinmelerle yüklü, güçlü, sembolik işlevsel düzeydeki içerikleriyle, Alchima-Memphis ve Post-modernizmin stilist dillerine karşı bir reaksiyon olarak anlaşılabilir. Calvinist\* sertliği ile gizemli olan Minimalizm'in en belirgin görsel özelliği, renkleri tamamıyla yadsımasıdır. Yapısal elamanlarının yüzeyleri mat siyah, mat metalik, bazen de gümüş ve altın rengindedir. Mobilyada oturma birimlerinde anatomik uyum nadiren rastlanan bir durumdur. Yine bu ürünlerde yumuşak malzemelerle yüzey oluşturulmasından kaçınılır. Kauçuk levhalar gibi sert ve esnek malzemelerle yüzey oluşturulur.(06;101)



F.102 Zeus  
(Maurizio Peregalli)  
"Poltroncina" chair, 1982

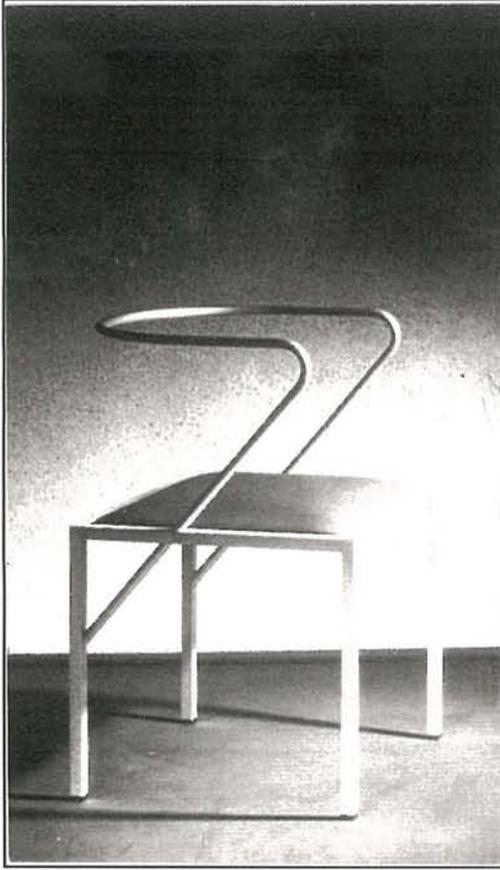


F.103 Zeus  
(Maurizio Peregalli)  
"Savonarola" chair, 1984

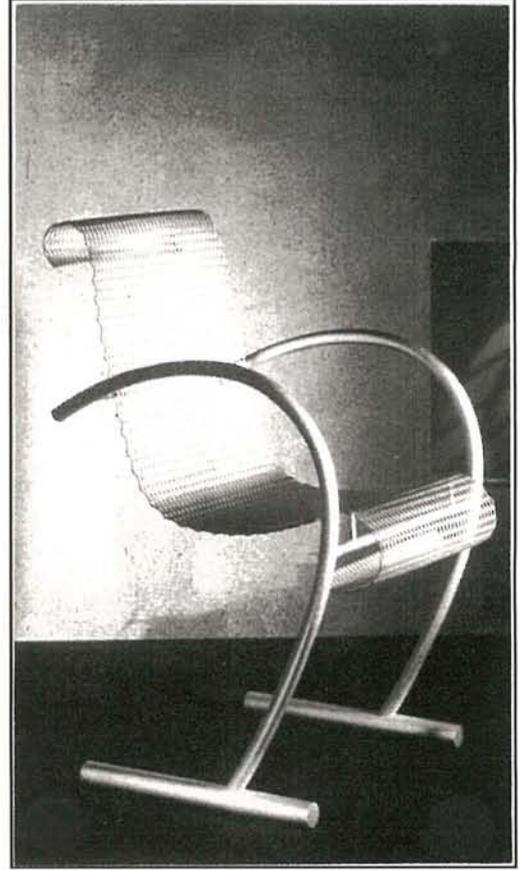
(F.102,103) Minimalist tasarımlarıyla tanınan Zeus grubunun kurucularından Maurizio Peregalli'nin tasarlamış olduğu ergonomik yakınlığın limitlerine ulaşma

\*Calvanist doktrinin temeli; reformist yaklaşımın bir yenilik getirmedeği, kilisenin iskolastik yaklaşımlarından arınarak, ilk kaynaklarına dönmesi gerektiği ilkesine dayanır. Calvinist sertlik tanımından anladığımız; minimalizmin kişisel artistik tarzları, bilinçli olarak engelleyen prensip yaklaşımına bağlanabilir.

arzusunu görsel anlatıma yansıtan iki iskemlesi. Taşıyıcı metal yüzeyler gri ve siyah renklerde boyanmış, kolçaklar oturan kişinin rahatını az da olsa katkıda bulunma amacıyla ince kauçukla kaplanmış. Kauçuk ve hasır yüzeyle kaplı oturma yeri gerçekte olduğundan daha puritanik bir görünüm vermekte.



F.104 Shiro Kurumata  
"Apple Honey" iskemle, 1986



F.105 Shiro Kurumata  
"Sing sing sing" koltuk, 1986

(F.104,105) Grafik olarak küçültmeciliği uzak doğu estetiğini çağrıştıran bu tasarım yaklaşımı, Japon tasarımcısı Shiro Kurumata tarafından da gösterilmiştir. "Sing sing sing", "Apple Honey" isimli iskemle modelleri, hasırla örülmüş, kaplama ve genel konstrüksiyonu çelik profilden yapılmış olup, Zeus parçaları kadar ketumdur. Ayakların, kolçakların ve sırtlık yüzeylerinin parabolik yapısı ironik bir biçimdedir ve 1950'lerin stilist dilinden, klasik Japon resminin çizgisel zarifliğinden esinlenmeleri temsil etmektedir. (06;101)

Minimalizm geometriyi anlatım aracı olarak ve aynı zamanda görsel dengede estetik çözümlemelere ulaştığı için kullanılmaktadır. Minimalizmin kişisel artistik tarzları, bilinçli olarak engelleyen bir prensip yaklaşımı vardır. Soyutluğun ve anlatımın bu tür birleşmesi, 'estetik birleşmeyi' 'yaşam biçimlerinin' bir parçası gibi gören kariyer düşününü yuppilerin, keskin prensipli yaklaşımlarına çok iyi uyum sağlamaktadır. Varoluşçu çağırışımı çok azdır.

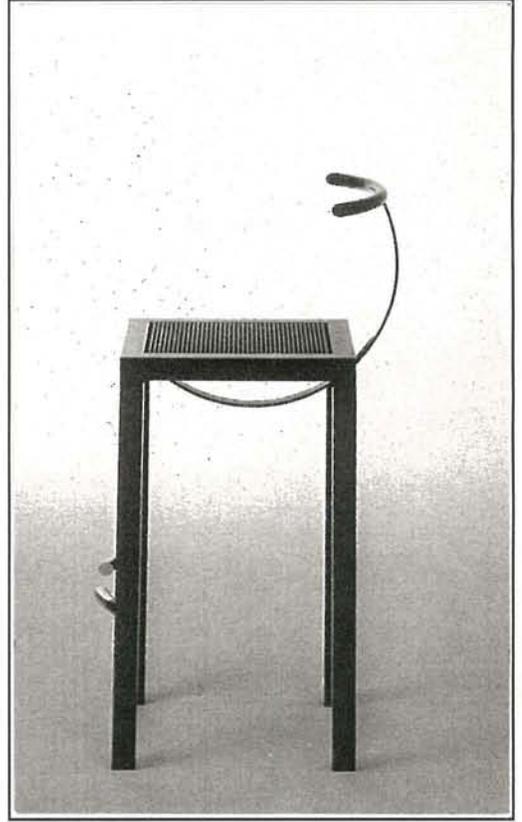
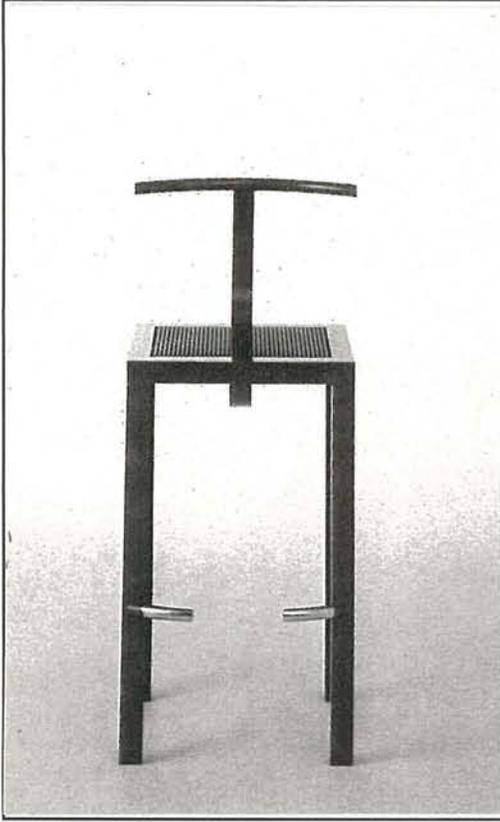


F.106 Philippe Starck  
"J" koltuk, 1986



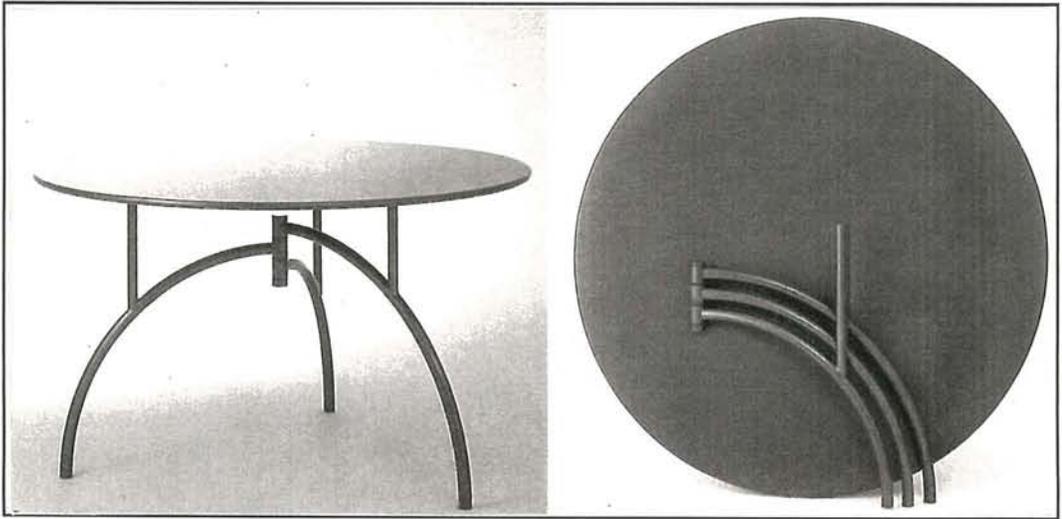
F.107 Philippe Starck  
"Pratfall" koltuk, 1982

(F.106,107) Philippe Starck' ın her iki iskemlesinde, tahta iskeletinin zarif kıvrımları, Art Deco'nun gösterişçi , biçimsel dilini anımsatmasına rağmen, basit iskeletigörsel açıdan hassas hesaplamalar dahilinde denge arzeder. Metal kıvrımlarının ilkeliliği, eğimli ağaç arkalığın ve kolçakların zarifliğiyle ustaca bir tezat ortaya koyarak yapısal bir gerilim hissi yaratmaktadır. (06;102)



F.108 a,b Philippe Starck  
"Sarapis" tabure, 1985

(F.108 a,b) Starck, " Sarapis" adlı taburesine sırtlığını oluşturan çelik yay ile biçimsel ve ergonomik bir sofistikelik kazandırmıştır.



F.109 a,b Philippe Starck "Tippy Jackson" masa, 1982



F.110 a,b Philippe Starck "Titos Apostos" masa 1985

(F.109,110) "Tippy Jackson" masası, katlanan bir masadır. İlginçliği grafik basitliğinden ve destekleme sisteminin yapısal sofistikeliğinden kaynaklanmaktadır. Masanın üzeriyle birleşik olmayan, vidalı döner merkez bağlantı parçaları, masanın katlanabilmesi için birbirinden farklı çaplardaki üç yay ayağı birbirine bağlar. Masa düzlemi, ara bağlantı parçalarıyla taşıyıcı ayaklara bağlanmıştır. Bu mekanizma, masa katlandığında basit, güçlü grafik etkisini göstermekte, öyle ki görünümü Sol Lewitt'in minimalist resimlerini çağrıştırmaktadır. Starck'ın, "Titos Apostos" masasında benzer bir ilke kullanılmaktadır. (06;102)

Azaltmacılığın görsel zenginlikten vazgeçmesi, sembolik güç kaybını oluşturmamaktadır. Aksine, yaşayan kentsel yaşamın zorluğunu açığa vurarak, bunun üzerinde kendini geliştirmektedir. Max Dudler, Kollhoff Ovaska, Brenner ve Tonon'un çalışmaları, bu yeni akımın mimarlıktaki örnekleridir.

Zeus ve Starck'ın mobilyalarının, çağdaş ressamlardan A.R.Penck'in orjinal mitolojik anlatım veya yorumlarından birini yansıtması rastlantı değildir. Burada ilginç gözüksede, mit gerçek küçültmecilikten uzaklaşmış değildir. (06;102)

### 3.10. Alchimia / Memphis

1960'ların ortalarında başlayan 'Radikal Tasarım' hareketinin öncülüğünü Gio Ponti, Marco Albini, Mario Bellini, Joe Colombo gibi tasarımcılar temsil etmiştir. Super Studio, Archizoom ve Studio 45 gibi Radikal tasarım gruplarının üretim birliği 'Global Tools', Pop Sanatın popüler estetik anlayışını tasarım alanına yansıtmıştır.

Radikal Tasarım öncülerinin de savunduğu üzere; "Üretim ve tüketim zinciri içinde kendisini yok edecek düzeyde enflasyona uğratmış bir tüketici topluma ilişkin korkuların, ürün tasarımında mantıklı bir şekilde anlatılabilmesi, düşünülmeden yapılan üretime ve tüketim karşı çıkan tasarımlarla yapılabilirdi." (06;73)

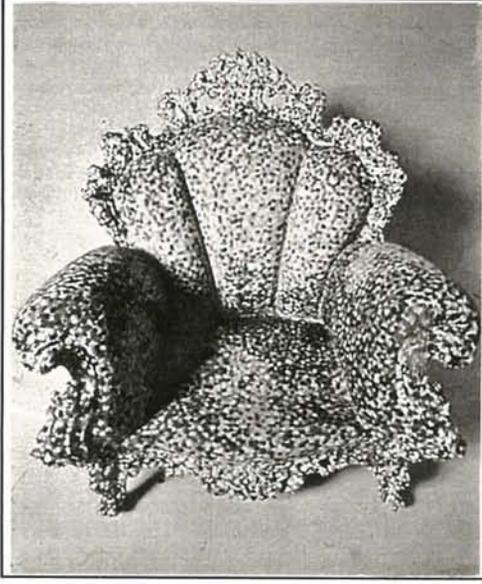
Tasarımda 'fonksiyonalizm' ve 'iyi zevk' dogmalarına ilişkin ilk karşı koyuş Radikal Tasarım tarafından hazırlanmıştır. Milano'da 1978-79'da Adriana ve Alessandro Guerriero, Bruno ve Giorgio Gregori'nin Stüdyo Alchimia'yı kurmasıyla ve Alessandro Mendini ve Ettore Sottsass'ın katılımıyla ürünler üzerinde etkinliğini göstermiştir. İsim, grubun sürekli olarak maden curufunu altına dönüştürme isteğini ifade eder ki, bu ortaçağ Alchemist'lerin hiç bitmek tükenmek bilmeyen macerasıdır. (06;73)

Sottsass ve Mendini 'Banal Design' teorisini formüle ederken, mimar Venturi ve Moore, Pop-Art'ın güncel öğeleriyle örülmüş banal ve çirkin estetiği oluşturmaya çalışıyordu. Yaklaşımlarında popüler kültür anlatılarıyla ve tarihsel seçenekleriyle onaylanan değerlerin banal orijinal dengesi içinde sentezi amaçlanmaktadır. Alınan ürünler otantik ve orijinaldir ve tarihsel, organik bir gelişimin sonucu olarak görülmektedir. Bu teorinin arkasındaki itici güç, 'alt sınıflar'la bağdaştırılan estetik değerlerin ilerleyici öncü estetiğin formülizasyonunda oynayabileceği önemli potansiyel rolün tanınmasıdır. (06;73)

Bu tarihsel ürünler hiçbir zaman orijinalliklerinden uzaklaştırılmadan, farklılaştırıldılar. Şaşırtıcı özellikler taşıyorlardı, doğal olarak farklılaşma söz konusuydu (14;10). Küçük fakat kritik değişikliklerle tüketicinin günlük yaşamındaki sıradan kullanım ürünlerinin estetik yansımasının maddi durumuna dönüştürülmesi, Mendini'nin 'Tekrar Tasarım' düşüncesinin temelini oluşturuyordu. Gündelik kullanım ürünleri, Olivetti ve Braun'un klasik tasarımları, 1950'li yılların çekmeceli dolapları, yüksek sırtlıklı antika koltuklar, böbrek biçimli masalar ya da ellerine hangi ürün geçerse, bazen sürrealist, bazen empresyonist, kubist, Art-Deco, 1950'lerin stili veya pop gibi yeni stillerle ele alınıp çivileme projelerle ve renkli yamalarla kaplanıyordu. Böylece Alchimist yöntemlerle ürünler dönüştürülüyordu. Tarihsel menüden yararlanmanın asalet verici bir etkisi olduğu düşünölmekteydi... (06;74)



F.111  
Alessandro Mendini  
"Kandinsky" Kanepesi, 1978



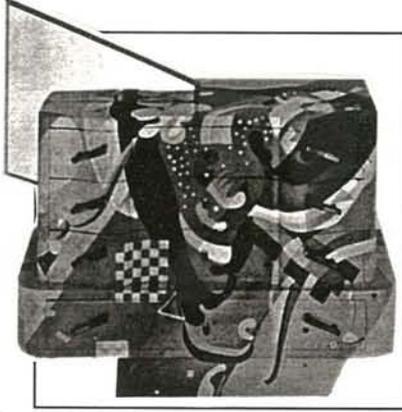
F.112 Alessandro Mendini  
"Proust" koltuk, 1979  
"Bau-Haus" koleksiyon



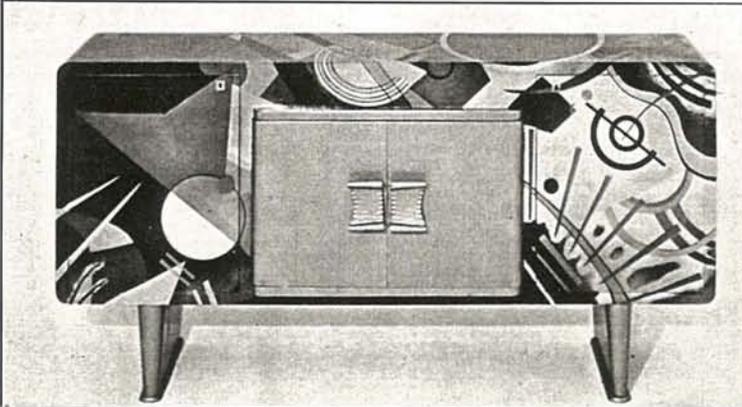
F.113 Alessandro Mendini  
"Breuer'den Redesign"  
"Wassily" koltuk 1925-1973



F.114 Alessandro Mendini  
Thonet' den redesign  
"214" iskemle 1859-1973



F.115  
Alessandro Mendini  
"1950'lerin  
çekmeceli dolabından  
redesign"  
1980-1981



F.116  
Alessandro Mendini  
"1950'lerin  
çekmeceli dolabından  
redesign"  
1980-1981

(F.111.112,113,114,115) Alchimia için, çağdaş kültürel deneyimin anahtar faktörü insanların, stillerin sadece 'detaylarını' görme eğiliminde olmalarıdır. Bu düşüncenin diğer yönelimlere göre ayırıcı bir etkisi vardır. İlk olarak, resim dilinde malzemeye dayalı anlatım aracı olarak ortaya çıkan kolaj Alchimia ürünlerde de modern yaşamın değer ve kesitsel deneyimlerini eski bir objenin yeni bir ifadesini yakalamak için kullanılmaktadır. Birbiriyle ilişkisiz birçok malzeme, yüce ile gülüncü, estetik işlevsel çözümlenme ile stil açısından berbat olan, Miro, Pollock, Leger veya Kandinsky'nin resimsel dili ile bir ürüne yansıtıldığında, ürün üzerindeki senelerin verdiği kullanım ve algılama alışkanlıkları sorgulanmaktadır. Post-modernizmin aksine, bu resimsel dil sadece bir süsleme değil, yeni bir anlatım biçimiyle eski haline dönüştürülür. (14;153)

Sottasass sosyal ve hiyerarşik öğeler üzerinde durmayan bir alt kültürü olumlu kılmakta, kimseye ait olmayan, dolayısıyla da herkeşe ait olanı ürün tasarımında onaylamaktadır. Genelin ikonografisini tasvip eden Sottasass'ın, Avrupalı olmayan toplumların kültürlerinin bozulmamış banallikteki tasarımlarına ilgisi, bu konudaki ürünleriyle ortaya çıkmaktadır. Alchimia grubunun belirleyici mentalitesi, hem gücü hem de zayıflığıdır. Tasarım estetiğinin birleştirici ve yıkıcı bir oyun olarak ele alınması, ticari gerçeklikten çok kişisel anlatım deneyimlerine önem verilmesine yol açar.

Alchimia'nın tasarım yaklaşımında şu temel sorular yatar:

- . Tasarım, neden ürünlerin dili gibi dolaysız iletişime dayalı anlamsal bir araç olmasın?
- . Bauhaus Ulm Okulu ve çeşitli fonksiyonalistlerin bizi inandırmaya çalıştığı gibi, ürünlerin en temel öğelerine kadar indirgemenin tasarım açısından daha iyi olduğu gerçekten doğru mudur?
- . Ürün dillerini yaratma özgürlüğümüzün, isteksel düşünmeye dayanan ahlaki bir teoloji ile sınırlanmasına izin vermeli miyiz?
- . "Daha iyi" bir tasarımla, yeni ve daha iyi bir insan modelinin ufukta belireceğine inanıyor muyuz? (06;74)

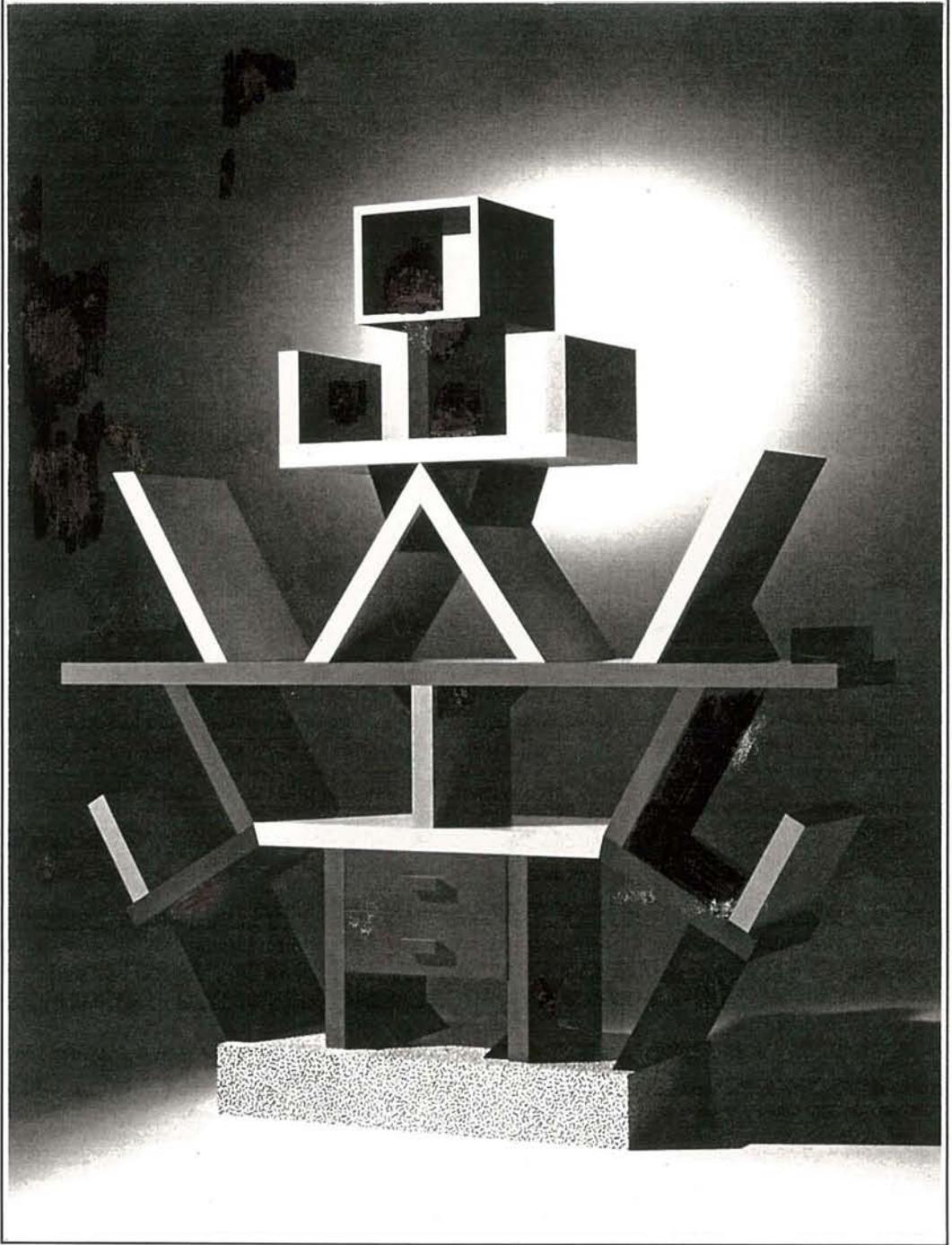
Bu akılcı ahlakın reddi Alchimia da dahil olmak üzere, 1960 ve 70'li yılların Radikal tasarım hareketinde kendini göstermiş, 1981 yılında "yeni ulusal stil" olarak ortaya konan Memphis isimli yeni bir grubun kurulmasına yol açmıştır. (06;75)

"Memphis" isim olarak hem eski Mısır'ın başkenti, hem de Elvis Presley'in Tennessee'de gömüldüğü yeri simgelemekte, dolayısıyla tasarım programı tarih ve Pop sanat birleşimlerini kapsar. Memphis malzemelerin ironik bir biçimde koordinasyonunu sağlamaya çalışır. Kontrast malzemelerin kolajı, testere dişli, benekli, cafcıflı-çizgisel etkileri, gösterişli pop ve modern renkler, post-modern pastel renkler Hollywood üslubuyla 1950'lerin stiline karışımı-Pop, tarihsel klasik hepsi yeni kullanımlar için "çılgın" fikirler içerisinde karışmışlardır. Reçete; şen kaygısız heterojen mekan ve ürünler ortaya çıkarmaktadır. (06;75)

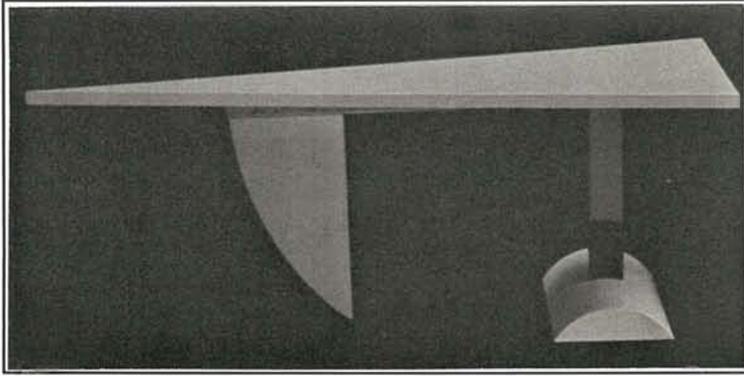
Ulm Okulu tarafından desteklenen Bauhaus tasarım öğretisi, materyal ve amacın karşılıklı ilgisini inceler. Memphis bu ilgiyi genelde absurd ekstremlerle taşır. Genel biçim anlayışında, temel renkler ve geometrik biçimler kullanılmaktadır.Sottasass'ın da belirttiği gibi "Memphis, bütünsel bir dil yaratmayı amaçlamaz; çağdaş üst kentlinin günlük dilinden ve eski ya da egzotik nesnelere öğeler alarak, tasarımın görsel sözcük dağarcığını zenginleştirmesine yol açar. (14;26) Ev-içi kullanım ürünlerinin tasarım sürecinde semantik ve sembolik önemleri açısından yaklaşılması pek çok tüketicinin gereksinimlerine denk düşmektedir. (06;75)

Memphis tasarımlarının görsel basitliği, ileri teknoloji ve bilgisayar toplumunun ürünlerini 'insancıllaştırmaya' hizmet eder. Bu tasarımlar hayvanları, antropomorfik figürleri ve robotları çağrıştırır. (F.117, 118,119,120,122) Bu ürünler her zamanki ergonomik ve fonksiyonel ama isimsiz obje durumundan kurtarılarak, kişiliği olan bir varlığa

dönüştürülmeye çalışılmıştır. Biçim anlatımı takip eder, "köpek ba-  
lığı" masası, "robot" kitaplık, "ördek" lamba da olduğu gibi.



F.117  
Ettore Sottsass "Robot" kitaplık 1981

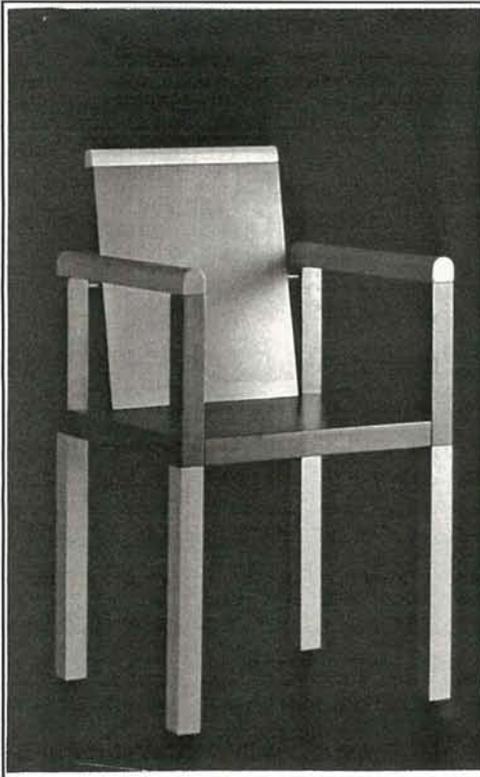


F.118  
Peter Shire  
"Köpek Balığı Masa"  
1981

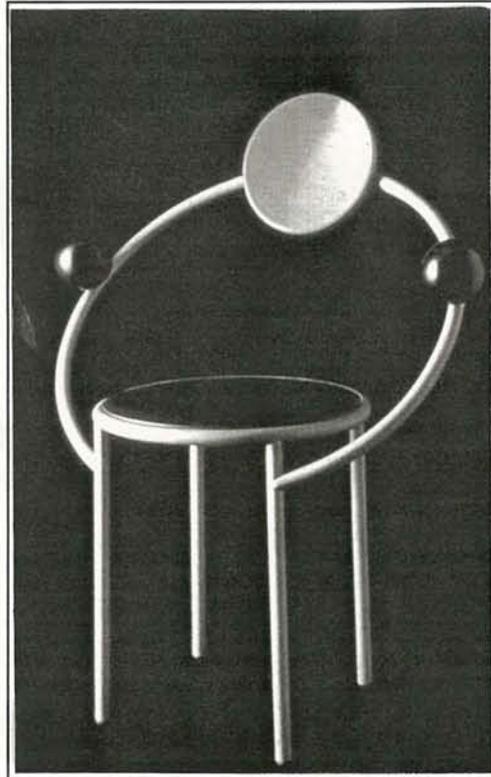
F.119  
Ettore Sottsass  
"Ördek Lamba"  
1981



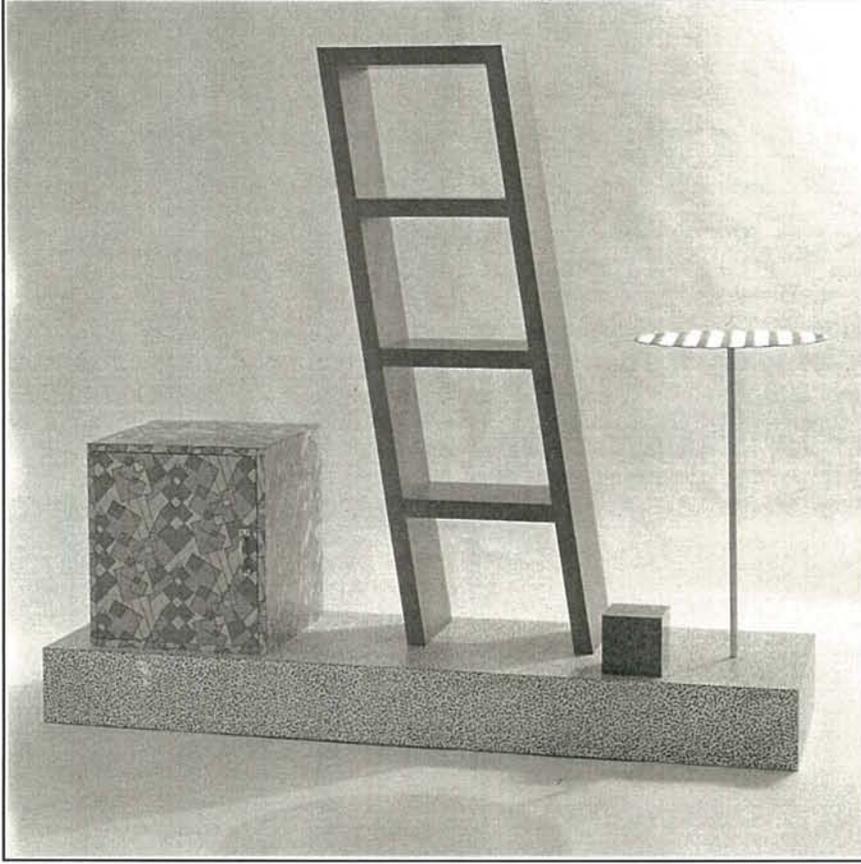
F.120  
Martine Bedin  
"Lamba"  
1981



F.121  
George Sowden  
"Place" Koltuk 1983



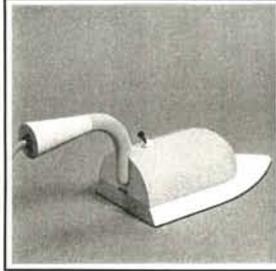
F.122  
Michele de Lucchi  
"First Koltuk" 1983



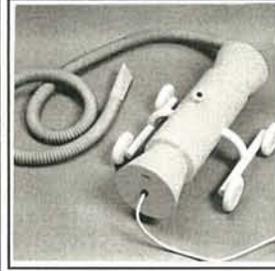
F.123  
Ettore Sottsass  
"Cargo"  
çok işlevli ünite  
1981



F.124  
Michele de Lucchi  
Saç Kurutma Makinası  
1975



F.125  
Michele de Lucchi  
Ütü  
1979



F.126  
Michele de Lucchi  
Vakumlu Süpürge  
1975

Bu ürünler tarihsel biçimlerin stilizasyonunu içinde barındırmazlar. Tasarımda üç klasik yapıtaşı biçim, işlev, malzeme her zaman bir-biriyle bağımlılıklarıyla ifade edilse de, Memphis ürünlerde bağımsızlaştırılarak ele alınır. (06;75)

## 4. BÖLÜM Sonuç

## 4. Sonuç

Kullanıcı ihtiyaçlarının belirlediği yönelimsel ürünleri ve yönelimleri, ulaşabildiğimiz kaynaklar ve örnekler çerçevesinde incelemeye çalıştık. Araştırma sırasında görülmüştür ki, yönelimsel ürünler özelleşmiş yaşam çevrelerinden, bireysel kullanım ürünlerine ve alım gücüne bağlı olarak uç noktayı oluşturan ürünlere kadar, geniş bir yayılma alanı sergilemektedir.

Rastlanan örnekler içinde özellikle mobilya ağırlık kazanmaktadır. Tüketim çevrelerinde mobilyanın geniş bir yayılma alanı göstermesinin nedeni, diğer yönelimsel ürünlerde olduğu gibi, kişiyle ilgili, kişiye bağımlı olmasından dolayı, yaşam çevresi içinde kişinin kendisini ifade etmede, uygun 'dekor' işlevi yüklenmesinden kaynaklanmaktadır.

Diğer taraftan ihtiyaçların, ekonomik yapı doğrultusunda göreceleşmesi, bu ürünlerin ekonomik ölçütlere göre genel bir değerlendirme ile tanımlanmasını güçleştireceği görüşündeyiz. Bir dönem 'streamline' yönteminin otomotiv endüstrisindeki etkinliğini biliyoruz. Günümüzde ise, bazı otomotiv endüstrisi kuruluşları 'kendin-yap' yönelimini desteklemekte ve paket araba projeleriyle ilgili tüketim çevrelerine yönelmektedir. Alım gücü elverdiği süre içinde ihtiyaçların, genele göre uç noktayı oluşturan ürünlerin satın alınması eylemi ile sonuçlanması, sunduğumuz görüşü desteklemektedir.

İhtiyaçlara bağlı olarak oluşan yönelimler, 'kendini devam ettiren belli bir fiziksel yeri olan, varlığını uzun ya da kısa zaman sürdüren ve bir yaşam biçimini paylaşan insan topluluğu tarafından oluşturulur'. Bireysellikten ayrı olarak müşterek bir olgu ve nesnel bir varlıktır. (27;36;39)

Sosyo-kültürel mensubiyetine bağlı olarak bireyler, ait oldukları

topluluk içinde katılma güdüsü, grup dışı kalmamak gibi belirleyici öğelerle grup normlarına yönelmektedir. Diğer sosyo-kültürel gruplara göre bu yöneliş, ihtiyaçların belirlenmesinde seçicilik faktörlerinin farklılaşmasına neden olmaktadır.

Yönelimsel ürünlerdeki tipolojik farklılaşmanın kaynağı; ihtiyaçlar ve kullanım ürünleriyle ilişkiler, belli bir sosyo-kültürel grubun, yaşam biçiminin bütünü ve geliştirdiği değerler sistemi içinde kavranmak durumundadır. Bir yönelimsel ürünün yaşam süreci, pratik işlevsel değer yitiminden çok, değerler değişimine bağlı 'kullanım değerleri eskimesi' ile ilgili olmaktadır. Yönelimlerin ortaya çıkışı, yok oluşu, toplumsal değişiklikleri, gözlenen ilişkilerin ve ekonomik süreçlerin evrimini, toplumsal kurumların ve yapılarının değişikliklerinin göstergesidir. (27;39)

Yönelimsel ürünler pratik işlevsel kullanım değerlerine göre değil, bir sembolizm çerçevesinde algılanmaktadır. Bu ürünler aşağıdaki bir takım ortak özellikleri göstermektedir.

- Simge taşıyıcısı olmakta, 'kitle kültürü ortamında iletişim kanalı oluşturmaktadır.' (11;52)
- Davranışların düşünce ve duyguların simgelerinden oluşan, simgelere dayanan örgütlenme biçimi oluşturmaktadır.
- Semboller aracılığıyla grup davranışlarına uyumu olanaklı kılmaktadır. (27;38)
- Ortak sosyo-kültürel özellikler gösteren grup üyelerinin grup normu, davranış ve değer sistemlerine ilişkin göstergeler oluşturmaktadır.
- Toplumsal konumu saptama, böylece de belirli bir toplumsal sınıf ya da mevki belirlemede gösterge aracı olmaktadır (27;38)

Teknolojik ve ekonomik yapı, sosyal rol ve statüler, gelenek ve görenekler, insanlar arası ilişkiler, sosyal olaylar çağın ve dönemin

simgeleşmiş gelişmeleri, iletişim sistemleri, kişilik özellikleri ve benzeri sosyo-kültürel sistem öğeleri; değişimin gözlemlendiği alanlardan sadece birkaçıdır. Daha genel bir deyişle, 'sosyal değişim, bir takım maddi dönüşüm süreçlerini, sosyal ilişkilerin değişim süreçlerini ve psiko-sosyal süreçleri kapsamaktadır'. Yönelimsel ürünler, "teknolojik, ekonomik, sosyo-kültürel ve psikolojik alanlar gibi yaşam alanlarını yansıtan göstergeler taşımaktadır". (03;145)

Araştırmamızın sınırları içinde ve ulaşabildiğimiz yönelimlerin kullanıcı ihtiyaçlarında belirleyici etkiye sahip olan ve yönelimsel ürünlerin dar anlamda ortaya çıkmasına neden olan etmenler şunlardır:

- Bilim, sanat ve benzeri uğraşı alanlarındaki uzmanlaşmanın çoğalması, alt kültürleri çeşitlendirmekte, alt kültürler yönelimsel ürün tasarımı için kaynak oluşturabilmektedir.
- Rol'le organik bir bütünlük içinde olan statü, ihtiyaçları tümüyle belirlemekte, gelişimin ve değişimin akıcılığına bağlı olarak yönelimsel ürün üzerindeki statü göstergelerindeki farklılaşmalara neden olmaktadır.
- Ülküselleşmiş davranış kalıpları, başvuru topluluklarına öykünmeyi oluşturmakta, bu durum ürün tasarımında yönelimsel ürün için kaynak oluşturmaktadır.
- Teknolojik yapıda meydana gelen değişimler sosyo-psikolojik süreçlere yansırken, ürünler üzerinde yapısal farklılaşmalara neden olmaktadır.
- Çağın ya da dönemlerin simgesel boyutlarındaki gelişim ve değişim faktörleri (uçanın bulunuşu, savaşlar vb, uzay yolculukları) dönemlerin sosyo-psikolojik görünümleri, sosyo-kültürel gruplarda etkisini gösterirken tüketim davranışlarında etken olmaktadır. Bu simgesel boyuttaki değişimler ürünler üzerinde sembolik işlevler düzeyinde gösterge oluşturabilmektedir.
- Genel yorumlamayla 'yeni akım ne kadar çok ilgi uyandırır ve ne kadar çok toplum katmanları tarafından tutulursa, o kadar ivme

kazanmaktadır.' (27;39)

Yönelimsel ürünlerin meydana gelmesinde ve kullanıcılar tarafından yorumlanmasında, yaşam biçimleri ön plana çıkmaktadır. Sosyo-psikolojinin üzerinde önemle durduğu bu yaşantılar, konumuz açısından başlıca iki ana bölümde toplanabileceği kanısındayız; "bir yanda tasarımcıya ait olup üründe beliren, ürünü (ihtiyaçları) biçimlendiren yaşantılar, öte yandan, kendisine sunulan ürün karşısında kullanıcıda oluşan çağrışımlar." (21;86)

Yönelimsel ürünler üzerinde, sosyo-psikolojide yaşantı diye adlandırılan fenomen'lerin temelini coşkusal karakterdeki gerilim ve boşaltım edimlerinde aramak gerekiyor. Psiko-fizik görünüm nitelikleri bakımından yönelimsel ürün üzerindeki 'biçim' edimleri yaratabilecek güçlü bir sembolik etkiyi ürün üzerinde barındırabilecek niteliktedir.

İhtiyaçlara ilişkin tercihler rastlantısal değildir. Sosyal olarak denetlenebilirler ve içinde oluşturdukları kültürel modeli yansıtmaktadır. "Yaşam biçimlerinde meydana gelen köklü değişimler, bu temeldeki evrime bağlı olmakla birlikte, bireyler, kullanım ürünleri ile sosyo-psikolojik çevrede karşılaşmakta ve temelin bilincinden yoksun olarak, otomatik bilinç-altı tercihleri belli bir tüketim tipini, tüketim stilini ön kılmaktadır ve bu bir seçim değildir..." (03;4)

Tüm bunların ışığında araştırmamızı, endüstri ürünleri tasarımında, kullanıcı ihtiyaçlarının belirlediği yönelimlerin çok boyutluluğu, gerek alan araştırması olarak, gerekse kuramsal yanıyla uzun zahmetli görgül çalışmaların birikiminden sonra oluşturabileceği ve bundan sonraki çalışmalarımıza zemin oluşturacağı kanısıyla çalışmamı tamamlıyorum.

## Kaynakça

01. ALYANAK, Şermin., "Tutankhamon' dan Starck'a Sandalye", Arredamento-Dekorasyon, İstanbul 1989.
02. ASATEKİN, Mehmet., "Endütri Tasarımında Tasarım Ölçütlerine Bütünsel Bir Yaklaşım", O.D.T.Ü. Mim. Fak. Dergisi, Sayı-Cilt: 2, Ankara 1976
03. BİLGİN, Nuri., Çeşitli Sosyo-Kültürel Gruplarda Eşya Sistemleri ve İnsan Eşya İlişkisi, Makro Desing A.Ş., İstanbul 1986.
04. ÇALIŞLAR, Aziz., Gerçekçi Tiyatro Sözlüğü, Kültür Yayınları, İstanbul 1978.
05. ERHAN, İhan., Tasarımda Temel İlkeler ve Amacın Belirlenmesi, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul 1983.
06. FISHER, Volker., Desing Now, Industry or Art ?, Prestel-Verlag, Munich 1989.
07. FRIENDLANDER, Uri., "Produkt Semantik und Steinezeit", Form 128, Verlag Form 6mbH, Seeheim-Jungenheim 1989.
08. FUSTIER, Michel., Tüketim Psikolojisi, Çev. Süheyl Gürbaşkan, İstanbul Reklam Yayınları Sayı: 35, İstanbul 1974.
09. GROOMBRIDGE, Brian., Televizyon ve Toplum, Çev. A.Usluata, İstanbul Reklam Yayınları, İstanbul 1974.
10. GÜVENÇ, Bozkurt., "Değerler, Tutumlar, Davranışlar", Toplum Bilimlerinde Araştırma ve Yöntem, Todaie Yayınları, İstanbul 1976.

11. HAKKO, Cem., Moda Olgusu, Vakko Yayınları, İstanbul.....
12. HAWILINS, Helen., "Review of 1985", Desing Magazine, London December 1985.
13. HESKETT, Jhon., "The Introduction of Streamlining", Industrial Desing, Thames and Hudson Ltd., London 1980
14. HORN, Richard., "Take Five Memphis", İD, Januaryl February, Cİncinnati Ohio 1986.
15. JENCKS, Charles., Architecture 2000, Sstudio Vista, London 1968.
16. JOLSON, Marvin., Pazarlama Yönetimi, Çev. Seval Yakışan, Dünya Yayıncılık A.Ş., İstanbul 1988.
17. KONGAR, Emre., Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği, Remzi Kitabevi, İstanbul 1985.
18. KÜÇÜKERMAN, Önder., Kişi Çevre İlişkilerinde Çağdaş Gelişmeler ve Oturma Eylemi, İ.D.G.S.A. Yayını No: 54, İstanbul 1978.
19. LYOTARD, J. François., Postmodern Durum, Çev. Ahmet Çiğdem, Ara Yayıncılık, İstanbul 1990.
20. MASSON, H., QUAIL, Mc., Televizyonun Etkileri, Çev. Süheyl Gürbaşkan, İstanbul Reklam Yayınları, İstanbul 1973.
21. ÖZER, Bülent., Yorumlar, Mimar Sinan Üniversitesi Yayınları, İstanbul 1986.
22. PIRKL, James., "Desing is Seen Entering a New 'Humanic' Stage", İD.,..... Cincinnati, Ohio.....

23. SPARKE, Peny., An Introduction to Desing & Culture In the Twentieth Century, Alen & Unwin (Publishers) Ltd., London 1986.
24. SÖZEN, Metin.,  
TANYELİ, Uğur., Sanat Terimleri Sözlüğü, Remzi Kitabevi, İstanbul 1986.
25. TANYELİ, Uğur., " Eisenman yada Modernist'in Hazin Sonu, Arredamento-Dekorasyon, İstanbul, Aralık 1990.
26. TOFFLER, Alvin., Gelecek Korkusu, Altın Kitaplar Yayınevi. İstanbul 1981.
27. TOKA, Harika., Moda İlkeleri, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul 1987.
28. UYGUR. Nermi., Çağdaş Ortamda Teknik, Ara Yayıncılık, İstanbul 1989
29. ...., Meydan Larousse, Meydan Yayınevi, İstanbul 1973.
30. ...., "Peter Eisenman Arredamento-Dekorasyon Söyleşisi", Arredamento-Dekorasyon, İstanbul, Aralık 1990.
31. ...., "Products That Endure and a Desing History, Industrial Desing Magazine, Cincinnati, Ohio, January / February 1979.