



ESERİN ZAMAN-MEKÂNDAN BAĞIMSIZ VE BİRİCİK OLARAK SERGİLENMESİ EXHIBITING THE WORK AS TIME-SPACE INDEPENDENT AND UNIQUE

Gülçin KARACA

Dr. Öğr. Gör., Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümü
Asst. Prof., Anadolu University, Fine Arts Faculty, Painting Department
gulcinkaraca@anadolu.edu.tr

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8768-1667>

Remzi SAN

Arş. Gör., Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Çizgi Film Animasyon Bölümü
Res. Asst., Anadolu University, Fine Arts Faculty, Cartoon and Animation Department
remzisan@anadolu.edu.tr

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8406-8069>

Atf/Citation

Karaca, G, San, R. (2021). "Eserin Zaman-Mekândan Bağımsız Ve Biricik Olarak Sergilenmesi".
Sanat Dergisi. (38), 176-195.

Araştırma Makalesi/Research Article

Doi: <http://doi.org/10.47571/ataunigsfd.934099>

Öz

Sanat, antik çağlardan günümüze kadar olan süreç içerisinde birçok alanda var olmuştur. Sanatın, farklılaşmalar ve kırımlar dâhilinde gerçekleştirdiği gelişim süreci içerisinde sanatçılar, çeşitli sebeplerle farklı sergileme yöntemleri tasarlama çabası içerisinde girmişlerdir. Tasarlanan sergileme yöntemleri; bienaller, çalıştaylar gibi farklı mecralarda ve farklı sanat dallarında çeşitli şekillerde gelişip değişmiştir. Bahsedilen değişim tarihsel süreç içerisinde teknolojinin gelişiminden faydalanmış; üretilen eserler fotoğraf makinesi aracılığı ile kopyalanabilir, sanal uzamda tasarlanabilir ve çoğaltılabilir hale gelmiştir. Bu durum, bir anlamda eserin *biricikliğini* yitirmesine, o eserin üretim aşamasında sanatçı tarafından esere yüklenen anlamından çıkarak başkalaşmasına ve çeşitli alanlarda farklı anlamlarda algılanabilir hale

Abstract

Art has existed in many areas from ancient times to the present. During the development process of art artists have tried to design different exhibition methods. These methods have changed in various ways in different mediums such as biennials, workshops and in different branches of art. The mentioned change has benefited from the development of technology in the historical process; the artworks can be copied with the camera, also designed and reproduced in virtual space. This situation, in a sense, caused the work to lose its uniqueness and to change the meaning of the work. One of the most important examples of that can be observed in the clothing industry. It can be assumed that the works of art that are printed on the fabric with the digital re-enactment method, transform into a consumer material as a result of the

gelmesine neden olmuştur. Meydana gelen durumun en önemli örneklerinden birisi giyim sektöründe gözlemlenmektedir; dijital ortamda yeniden canlandırma yöntemi ile giysi üzerine basılan sanat tarihine mal olmuş eserlerin, müşterinin giysisi olarak üzerine giymesi sonucunda başkalaşarak, bir tüketim malzemesi haline geldiği kabul edilebilir. Bu çalışmada da, biricikliğini koruyan aynı zamanda giyilebilen ve yaşamın içinde olabilen eserler bağlamında alternatif bir sergileme yöntemi ortaya konması amaçlanmaktadır. Araştırmada yöntem olarak, doküman analizi yöntemi kullanılmış olup aynı zamanda sunulan amaca uygun gerçekleştirilen sanat uygulamalarından örnekler ortaya konmuştur. Sonuç olarak, sanat eserinin biricikliği bağlamında eserin zaman ve mekâna bağlı kalmadan rastlantısal bir boyutta dolaşması ve sergilenmesi konusunda önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Biriciklik, Resim sanatı, Giyilebilir sanat, Katılımcı sanat, Dijital çoğaltma.

customer taking the garment. In this study, it is aimed to reveal an exhibition method in which works that preserve their uniqueness, can be worn and can be in life. As a method in the study, literature review method was used. As a result, suggestions were made that could be applied in the field of art.

Key words: Uniqueness, Painting art, Wearable art, Participatory art, Digital reproduction.

Structured Abstract

In this study, the effect of the period that started with mechanical reproduction on the field of art in general and on exhibition was examined. It has been mentioned with the expression of Walter Benjamin that mechanical reproduction has lost the aura, uniqueness and cult value of the work of art and it has been emphasized that in 21th century there are prints of the works of art on clothes. In particular, the artworks on t-shirts which are a piece of clothing are discussed and the effect of reaching only the image of the artwork printed on t-shirts, not the original, on the art taste of the buyer, as well as uniformization and consumer society is mentioned. Thus, it can be briefly stated that the aim of this study is to present an alternative exhibition method independent of space and time, by using t-shirts as the artist's canvas for the paintings with traditional methods and by integrating of the painting into the life of the person who wears the t-shirt.

Art has existed in many fields from ancient times to the present. In the development process of art, within the scope of differentiations and breaks, artists have tried to design different exhibition methods for various reasons. Designed exhibition methods have developed and changed in various ways in different media such as biennials, workshops and in different branches of art. The mentioned change has benefited from the development of technology in the historical process; The produced works have been to a stiation which can be copied via a camera, designed and reproduced in virtual space. This situation, in a sense, caused the work to lose its uniqueness, leave the meaning attributed to the work by the artist at the production stage, become different and become perceptible in different meanings in various fields. One of the most important examples of the situation is observed in the clothing

industry: It can be accepted that the works of art, which have been printed on clothes with the method of re-enactment in the digital environment, become a consumption material by transforming as a result of the customer taking the garment and putting it on. This study started out with the question of whether it is possible to produce original and wearable artworks that can be exhibited independently of the space and time involved in life in the aforementioned environment.

As a method in the research, document analysis method was used and at the same time examples of art applications that were carried out in accordance with the presented purpose were presented together with the expressions of the artists. In the context of these features, the research was carried out within the scope of the Interpretive Paradigm, one of the research methods in Social Sciences.

In the scanned sources, it has been found that art and clothing design have common points. In the concept of "wearable art", the features such as the uniqueness of the garment produced by the artist and the individual hand of the artist draw attention in terms of overlapping with the aura and uniqueness of the art emphasized by Walter Benjamin. As Leventon (2005: 12-14) states, there is a relationship that the garment establishes with the person wearing it. It can be accepted that the garment produced as wearable art is integrated into the wearer's life and is exhibited as long as he wears the garment. But today, the clothes of the brands that have turned into consumption objects are used in daily life. T-shirts are also pieces of clothing that we use a lot in our daily life in our age. At the same time, the t-shirt is similar to the canvas with its fabric structure and it can be accepted that the person who wears work as a clothing object in life can have different meanings by being integrated into life. In this direction, the works of the artists, who use a ready-made material such as a t-shirt as a base, interfere it with paint and various methods and create examples that transform the t-shirt into a work of art, are discussed. As artists working in this way Merve Üstüenalp and Remzi San are given as an example and their works are discussed. With the artist's experiences, recordings and visuals, it can be accepted that both Üstüenalp's and San's works blend into the participant's life after they are worn. The t-shirt, which has become a work of art, continues to be exhibited again and again as long as the participant wears the t-shirt in the places where the participant's own life moments and life pass, without the need for a defined time and place concept. There is an effect not only in the relationship between the work of art and the participant, but also in bringing the work together with the people it encounters as a carrier of the work of art; the people who the participant encounters also encounter the work of art. Thus, a multifaceted influence network is formed.

Applying original artworks on t-shirts can be considered a method to create original works that can be deployed in public spaces. With this method, it can be accepted that an alternative exhibition method has been put forward against the demonstration created by brands, massification and uniformization, without producing forms and images that activate the culture industry process, by connecting the works with different places in life. It is thought that re-questioning some concepts in art history with alternative methods like the way in which the production and exhibition method proposed with this study are handled, will bring different perspectives to the field.

Giriş

Sanat, insan yaşamının içinde, pek çok alanda ve amaçlar doğrultusunda var olarak, değişimler geçirmiştir. Aynı şekilde, sanat çalışmaları sunulurken / sergilenirken / paylaşılrken farklı sergileme yöntemleri kullanılmıştır. Sergi kavramı, tanıma bağı olarak da sergileme; “bazı şeyleri göstermek, tanıtmak veya satmak amacıyla herhangi bir biçimde, herkesin görebileceği bir yere yerleştirmek, teşhir etmek” olarak açıklanmıştır (TDK, Erişim Tarihi: 01.07.2021).

Sergileme davranışının, insanın saklama, biriktirme ve biriktirdiklerini paylaşma içgüdüğü ile hareket etmesiyle doğduğu kabul edilebilir (Özkan, 2019: 20). Velarde (1988: 13) tarafından tarihin en eski tanıtım yöntemlerinden biri olan sergileme tarihinin, pazarların içerisinde satılan ilk ürünlerin sergilenişlerine kadar dayanmakta olduğu ifade edilmektedir. Konuya yönelik olarak bilinen net bulgular ve kanıtlar, sergi kavramının M.Ö. 2. yüzyıla kadar uzanmakta olduğunu göstermektedir (Lewis, t.y: 3’ten aktaran Özkan, 2019: 25). 1730’lara gelindiğinde ise, Roma’da ve sonrasında Amerika’da kurulan müzelerle birlikte sergileme kavramı farklı bir yöne taşınmıştır. Batı sanatı tarihi incelendiğinde, görülebilir ki, 1950’lere kadar, sanat eserleri genellikle kilise ve sarayların duvarlarında, üst-orta-alt sınıfın yaşam alanlarında, müze, galeri, vb. alanlarda bulunmaktadır. 1960’lardan itibaren asamblaj, mekân düzenlemesi, oluşum, performans, kavramsal düzenlemeler, çevre, arazi düzenlemeleri ve teknolojik gelişmeler ile birlikte resim ve heykel gibi sanatlar, alışılmış sanat mekânlarının sınırlarını aşmıştır. Böylelikle mekân-izleyici-eser-hatta sanatçı ilişkisi yeni anlayışlarla ele alınmaya başlanmıştır (Girgin, 2014: 216). Bu doğrultuda, müzeler ve galerilerle birlikte, alternatif mekânlar ve dijital platformlar sanatın sergilendiği alanlar haline gelmiştir.

Özellikle 1960’lardan sonra oluşan ve birbirini etkileyen yeni üslup ve yöntemler, sergileme konusunda en klasik mekânlar olan müzelerin de sergileme yöntemlerinin, nesne odaklı sergilemeden, ziyaretçi odaklı sergilemeye doğru gitmesini sağlamıştır. Bu eğilim ve oluşumlardaki niyet; müzelere kapatılmış kalıcı, yüce sanat yapıtlarının yerine, sürece odaklanan geçici uygulamalarla sanat yapıtı fikrini değişime uğratmaktır. Hayatın bir temsili olduğu düşünülen sanatın, hayata entegre olması ve izleyiciye yeni roller eklemesi istenmiş, böylece izleyicinin eserin karşısında haz alan pasif konumdan, aktif-katılımcı konuma geçmesi amaçlanmıştır (Ünay, 2015: 175). Özellikle 20. ve 21. yüzyıllarda gündeme gelen interaktif-ilişkisel-katılımcı sanat çalışmaları bu eksen de dikkat çeker. Sanatın dönüşümü ve gelişiminde sanatın içinden sesler ve fikirler etkili olsa da elbette ki toplumsal-siyasi olaylar ve teknolojik gelişmelerin etkisi de yadsınamaz. Kapsayıcı bir anlayışla bütün bu etkenlerin, sanattaki kırılmaların oluşumunu desteklediği kabul edilebilir.

Bu kırılmalardan birinin de 20. yüzyılda sanat eserinin çoğaltma teknolojilerinin gelişimiyle birlikte yaşandığı kabul edilebilir. Fotoğraf teknolojisi, sanat eserlerinin çoğaltılmasıyla, onun kutsallığının, şimdi ve buradalığının sorgulanmasını yanında, temsil sorununu da gündeme getirmiştir. 1960’lardan sonra ise hem sanatta kavramsal yan önemsenmeye başlanmış hem de teknolojik gelişmeler sanatı farklı bir noktaya taşımıştır. Sonrasında yeni teknolojilerin katkısıyla farklı bir estetik algısının ortaya çıkması imgelerin ulaşılabilirliğinin ve çoğaltımının kolaylaşmasıyla resim sanatı açısından

sorgulama alanını genişletmiştir. Her an geri çağrılmaya uygun, internet ağlarında hazır olarak ulaşılabilen görüntülerin, geçmiş ve bu güne ait teknik ve biçimlerle sanatçının kullanımına açık olduğu günümüzde “resim yapmak artık özgür ve yaratıcı ve bir o kadar da sorunlu bir süreç olarak öne çıkmaktadır” (Özkaplan, 2009: v).

Bilim ve teknoloji alanında yaşanan bir gelişme ya da ortaya çıkan yeni bir düşünce ya da bilimsel bir devrim, içinde yaşanan toplumun ideolojisinde köklü bir değişime neden olur ve bunun etkilerini hemen her alanda olduğu gibi sanatta da gözlemlemek mümkündür (Tokdil, 2020: 43). Tüm alanlardaki gelişme ve dijitalleşmeye vurgu yapan Endüstri 4.0 kavramı, Sanayi Devrimiyle başlayan süreçle birlikte teknolojinin getirdiği özelliklerle oluşan gelişmeleri tanımlamak için kullanılmaktadır (Özsoylu, 2017: 45; Soylu, 2018: 44). 21. yüzyılda teknoloji, bilim ve endüstri alanında 4.0 olarak öne çıkan kavramın, sanat alanına da taşınmış olduğu kabul edilebilir. Bu araştırmada da içinde bulunulan ortamda sanat alanındaki eser ve izleyici arasındaki ilişkinin geldiği noktayı, eserin konumunu ve eserin sergilenme yönteminin önemini anlayabilmek için öncelikle teknolojik yöntemlerle sanat eserinin çoğaltılmasının yol açtığı kırılmayı incelemek gerektiği düşünülmüştür. Özellikle bu konulara değinen Walter Benjamin ve Theodor Adorno’nun fikirleri ele alınmış aynı zamanda kitle kültürü içerisinde sanatın izleyiciye ulaşması bağlamında tekstil ürünleri ve sanat ilişkisini içeren bir doküman analizi yapılmıştır. Birinci Bölüm araştırmanın kuramsal temelini oluştururken, İkinci Bölüm’de ise kuramların nasıl konumlandığını deneyimleyen sanat çalışmaları sunulmuştur. Bu özellikler bağlamında araştırma sosyal bilimlerde araştırma yöntemlerinden Yorumlayıcı Paradigma kapsamında gerçekleştirilmiştir (Demir, Erişim Tarihi: 01.07.2021).

1. Benjamin ve Adorno ile Yeniden Üretilirliği Düşünmek

Walter Benjamin, Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilirliği Çağda Sanat Yapıtı (1936) başlıklı yazısında sanatın *aurasından* bahsetmektedir. Yeniden üretimle birlikte çoğaltılan ve sanat izleyicisine bu şekilde ulaşan sanat çalışmasının müzede sergilenen eserin kendisinde de bir değer kaybı yarattığını; yapıtın özel atmosferini ve gücünü yitirdiğini, böylelikle sanat eserinin *aurasını* ve *biricikliğini* yitirmiş olduğunu belirtir (Benjamin, 2001: 56). Benjamin şu şekilde devam eder:

“En etkin düzeydeki yeniden-üretimde bile eksik olan bir yan vardır: sanat yapıtının şimdi ve buradalığı-başka değişle, bulunduğu yerde biriciklik niteliği taşıyan varlığı. (...) Bu söylenenin kapsamına gerek zamanla sanat yapmanın fizik yapısının uğradığı değişimler, gerekse sanat yapıtının üzerindeki çeşitli mülkiyet ilişkileri girmektedir. (...) yeniden-üretimde çoğaltarak, onun bir defaya özgü varlığının yerine, yine onun bu kez kitlesel varlığını geçirmektedir” (Benjamin, 2001: 54-56).

Benjamin (2001), *aura* ve *biriciklik* kavramlarıyla birlikte, sanat eserinin *kült* değerinden de vazgeçildiğini vurgulamaktadır. Eser çoğaltılabilir olmadan önce, izleyici sanat eserini görmek için, eserin bulunduğu mekâna gitmek zorundadır. Sanatın zor erişilebilir olması onu *kült* konumuna getirir. *“İstendiği yere gönderilebilecek bir portre büstünün sergilenmesi, tapınağın içinde sabit yeri bulunan bir tanrı heykelinin sergilenmesinden daha kolaydır”* (Benjamin, 2001: 59). Bu

bağlamda yeniden üretimle çoğaltılabilen ve her yerde sergilenebilir olan sanat çalışmaları *kült* sanat bağlamından çıkmıştır.

Sanat eserinin kaybettiği değerler olsa da Benjamin'e göre, bu durum hem kaçınılmazdır hem de bazı avantajları bulunmaktadır: “Bunlar, sanatı estetik tecritten kurtararak sanatın gündelik hayatta siyasal ve iletişimsel bir işlev icra etmesini mümkün kılmıştır” (Bolat Aydoğan, 2008: 28). Gürdal da (2015:71) Benjamin'nin sanat yapıtının kutsallığının ve kült değerinin kaybolmasını, böylelikle daha çok insana ulaşmasını bir tür demokratikleşme hareketi olarak görmüş olduğunu belirtir. Çoğaltılabilir olmadan önce eser alımlayıcıyla uzaktır, çoğaltılabilir olduktan sonra ise sanat nesnesi toplumla yakınlaşır (Perniola, 2015: 76). Benzer konulara değinen bir düşünür olan Adorno ise aynı durumu farklı bir tehlike olarak görerek *kitleleşme* hareketi olarak kabul eder. Bu doğrultuda Adorno, sanatın kitleleşen bir kültür endüstrisi içerisinde ve izleyici üzerindeki büyük etkisiyle hızlı tüketilir bir meta halini almakta olduğunu belirtir (Adorno, 2003: 76).

1.1. Kültür Endüstrisi ve Sanat

“Kültür endüstrisi eski olanla tanıdık olanı yeni bir nitelikte birleştirir. Kitlelerin tüketimine göre düzenlenen ve büyük ölçüde o tüketim yapısını belirleyen ürünler, tüm sektörlerde az çok bir plana göre üretilir. Tüm sektörler yapısal olarak benzerdir ya da en azından birbirlerinin açıklarını kapatarak, neredeyse tamamen gediksiz bir sistem oluştururlar. Bunu olanaklı kılan sadece çağdaş teknik yeterlikler değil, aynı zamanda ekonomik ve yönetsel yoğunlaşmadır. Kültür endüstrisi kasıtlı olarak tüketicileri kendisine uydurur” (Adorno, 2003, 76'dan akt. Gürdal, 2015: 72).

Kültür endüstrisine can veren kavram piyasa olduğu için, imgeler pazara yönelik olarak oluşturulur. Böylelikle, kültüre damgasını vuran temel güdü satış yapmak, çabuk bir biçimde kar sağlamak haline gelir. Bu durumda verili değerlerin, genel geçer anlayışa uyum sağlamanın dışına çıkılamaz ve sanatın yaratıcılık özelliği kültür yapıtından giderek koparak *aurasını* yitirir. Bu sayede sanat yapıtı bir diğerinden ayırt edilemez ve kitleselleşmiş bir duruma gelir (Dellaloğlu 2007: 120'den akt. Gürdal, 2015: 72). Sanatın tüketim metaları içerisinde yerini almasını Donald Kuspit *Sanatın Sonu* isimli kitabında şu şekilde ele almaktadır:

“Eser, kişisel olmadığı için seri olarak yeniden üretilen imgeler, birey için değil, kitleler için üretilen imgeler olarak toplumsal ürünler haline gelir. Bu nedenler mekanik röprodüksiyon, toplumsal konuyu basit bir gösteriye dönüştürerek kitleler için anlaşılabilir kılar (...) Herhangi bir şeyin mekanik röprodüksiyonu onu toplumsal bir gösteriye dönüştürecektir, daha önce olduğundan daha alelade gibi gösterecektir. Sanatın temsil biçimi olarak halen yerini gösteri alır: Sanat kendini maskara etmediği sürece, bir değeri ya da çekiciliği yoktur” (Kuspit, 2010: 105-107).

Kültür endüstrisinin içerisindeki markaların, tüketiciyi kendisine uydurması ve herkesin benzer ürünleri tüketmesiyle kitleleşme durumunu destekler nitelikte olduğu gözlemlenebilir. İçinde yaşadığımız çağda, giyim markalarını da aynı kategoride ele alarak, reklam araçlarıyla durumu bir *gösteriye* dönüştürdükleri gözlemlenebilir. Bu durum, tekstil ürünleriyle yaşamımıza entegre olur ve markalar eliyle bir *yaşam stili*

tasarlanarak reklam aracılığıyla kültür endüstrisine katkı sağlar. Böylelikle Kuspit'in belirttiği *gösteriyi* yaratmış olurlar.

1.2. Tekstil Ürünleri ve Sanat Eseri

Tekstil ürünleri (giysi) üretimi ile sanatın ve tasarımın yadsınamaz bir ilişkisi bulunur. Tarih başından beri, giyilecek eşyaların üretiminin fonksiyonel olmakla birlikte estetik bir anlayışta geliştiği kabul edilebilir. 21. yüzyılda kültür endüstrisinin içinde oluşan ve tüketimi amaç edinen markaların bünyesinde tasarımcılar ve sanatçılar çalışmaktadır. Ayrıca işbirlikleri olarak proje bazında da zaman zaman sanatçılarla birlikte çalışmalar gerçekleştirilir. Böylelikle markalar tasarımlarında sanatçıların özgün tasarımlarını ve sanatlarında yola çıktıkları tarzları markalarına yansıtmışlardır. Örnek olarak PUMA markasının giyim parçalarında Sanatçı Bradley Theodore'nin çalışmalarını kullanması verilebilir (Görsel 1). Başka bir örnek de Nike markasının *Tight of Movement* serisinde Brezilyalı fotoğraf sanatçıları Flavio Smelo ve Jayelle Hudson'un özel çekim fotoğraflarını sınırlı sayıda ürettiği özgün giysi tasarımlarında kullanması olarak verilebilir (Sarı, 2017: 82) (Görsel 2).



Görsel 1. Sanatçı Bradley Theodore'nin çalışmalarından yola çıkan PUMA markasının tasarımları.



Görsel 2. Nike, Tight of Movement serisi reklam fotoğrafları, 2014.

Yukarıdaki örnekler için üzerinde durulması gereken başka bir konu, ürünlerin sınırlı sayıda üretilmiş olduğunun belirtilmesidir. Reklam metninde teknolojik olanaklarla çoğaltılarak üretilen bir ürünün az sayıda üretilmiş olduğuna yapılan vurgu, sanat eseri değerinin azalması görüşüne paralellik teşkil eder. Bir başka unsur da herkes için üretilen tek tip ürünlerdense özel kumaşlar kullanarak giysiyi giyen kişinin vücut özelliklerine göre giysinin şekil aldığına vurgulanmasıdır (Sarı, 2017: 83). Bu durum, markanın, seri üretimle ürettiklerini bir *gösteriyi* dönüştürürken, *kitleleşme* tehlikesinden uzak durmak istemesi olarak kabul edilebilir. Tek tipleşen bir üründense

herkesin bedenine göre şekillenen ve kişiselleşen bir ürün ortaya koymanın niyeti bu noktada hissedilmektedir.

Markalar çoğaltma teknikleriyle aynı üründen pek çok sayıda üretse bile sanatçılarla iş birlikli olarak oluşturulan ürünlerin fiyatlarının da yükselmesine ve toplumdaki bireyler tarafından daha değerli görülmesine neden olmaktadır. Yapılan bir araştırmada, tasarım kıyafetli olan insanların ilk izlenimde daha değerli olarak algılandıkları ortaya konmuştur (Howlett, Pine, Orakçıoğlu ve Fletcher, 2013: 38). Bu sonuç da toplumda herkesin giydiği kıyafetleri giymektense kendisine özgü, kendisini yansıtan ve kitleleşme durumundan uzak bir mantıkta, bir sanatçı-tasarımcı tarafından özgün ve tek olarak üretilen giysinin toplumsal hayattaki ve sosyal ilişkilerdeki önemini ortaya koyar. Giysi nesnesi her şeyden önce “*duyusal ve düşünsel olarak deneyimlediğimiz ve de yansıtmak istediğimiz tüm yaşantılarımızın en öncelikli dışavurum aracıdır*” (Günay, 2011: 51).

Bir giysi tasarımının da bir sanat eseri gibi biricik olmasının bu doğrultuda önemli olduğu kabul edilebilir. Genel olarak sadece sanatçıların ve markaların değil, daha özelden ressam ve moda tasarımcılarının da iş birliği içinde olduğu pek çok dönem ve örnek mevcuttur. Endüstrileşme sonrası dünya geneline yayılan tüketim kültürünün karşısında durmak için, özellikle Batı’da, seri üretime karşı, *lif sanatının*¹ öne çıkarılmak istenmesi, geleneksel yöntemlerle el işçiliğine dayalı ve ustanın bilgeliğini takdir eden bir tavrın gerekli olduğunun düşünülmesindedir. Fonksiyonel dekoratif sanat ile fonksiyonsuz güzel sanatlar arasındaki mücadelenin kızıştığı bu dönemde Avrupa’da birçok sanatçı artistik giysi yaratmaya başlamıştır (Leventon, 2005: 12-14). Örneğin 1930’larda Elsa Schiaparelli Sürrealist akımdan etkilenmiş ve Sürrealist ressam Salvador Dali ve Jean Cocteau ile ortak giysi tasarımları gerçekleştirmiştir. İspanyol ressam Pablo Picasso’nun resimleri 1960’larda tişörtlere basılmıştır. Üretiminde canlı bedenini referans alan örnekler 1930’lu yıllarda en çok takı olarak karşımıza çıksa da avant-garde sanatçıların tuval yerine farklı malzemeler kullanımına yönelmeleri ile kıyafet olarak pek çok örnek ortaya çıkmıştır (Günay, 2011: 52).

Sanat alanının Avrupa’dan Amerika’ya taşındığı yıllardan sonra Varvara Stepanova, Giacomo Balla, Ferdinand Leger gibi sanatçılar çizimlerini yansıtan giyilebilir parçalar üzerinde durarak çalışmalar üretmişlerdir. Çeşitli sanatçılarla evrilen bu akım 1983 yılında New York American Craft Museum’da ilk defa *Art to Wear: New Handmade Clothing* isimli sergi ile sadece giyilebilir parçalar üzerine satışa sunulmuştur. Aynı yıllarda New York’ta Julie Dale giyilebilir sanat adı altında *Artisans Gallery*’i açarak tekstil ürünü ve takılardan oluşan parçaları sergilemiştir (Rüstem, Erişim Tarihi: 12.12.2020).

Bu örneklerden de anlaşılacağı üzere hem tekstil hem de resim sanatı alanının birleşimiyle disiplinlerarası ürünler ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda Leventon’un (2005:18) tanımladığı *Giyilebilir Sanat* terimi öne çıkar: Leventon (2005: 18), giyilebilir sanatı “bir sanatçının ürettiği tekstillerden yine bir başka sanatçı tarafından yapılmış giysi” olarak tanımlamaktadır. Giyilebilir sanat hareketi, özetle bireylerin giysilerle olan ilişkisine odaklanmaktadır. Hareket, giysinin sadece bedenle değil ruhla da ilişkili olduğunu benimsemektedir. Buna göre beden, görseli uyaran ve ifade eden bir araçtır.

“Giysiyi tasarlayan sanatçı, fikir, duygu, heyecan ve formun bileşimini eserlerine aktarmaktadır” (Yetmen, 2012: 77). Sanat eseri giyilebilir olarak, eseri giyen bireyle birlikte, sanatın yaratıcılık sürecine yaşam ve canlılığı ekleyerek eseri tekrar yorumlamış olur. Giyilebilir sanat hareketinde hem sanatçı hem de giyen için özel bir tür iletişim ortaya çıkar. Elle tutulur ve dokunulabilir olan tekstiller bu bağlamda kullanıcısı ile doğrudan temas sağlar (Leventon, 2005: 18).

Giyilebilir sanatın tanımında yer alan, üretilen giysinin kişiye özgü ve sanatçının elinden tek olarak oluşması gibi özellikler, Benjamin’in vurguladığı sanatın *aura* ve *biriciklik* özellikleriyle örtüşmesi bakımından dikkat çeker. Giyilebilir sanat tanımı aynı zamanda, tekstil sektöründe tek ve özel ürün olarak kullanılan *haute couture* terimini de akla getirir 1860’larda *haute couture*’ün ortaya çıkması modanın sanatsal bir yorum kazanmasını sağlamıştır. Charles Frederick Worth bu doğrultuda özgün tasarımlar yapmak için savaştığı ilk tasarımcı olmuş, Paul Poiret de kendisinin bir giysi üreticisi değil, bir sanatçı olduğunu belirterek amacını açıklamıştır (Günay, 2011: 52). Bu örneklerle görülmektedir ki, giyilebilir parçalar biricik ve özgün olarak hem sanatın hem de hayatın içinde yer bulmuşlardır.

2. Sanat Çalışmasının Giyilebilir Olması Bağlamında Alternatif Bir Sergileme Yöntemi

Giyilebilir sanat teriminde Leventon’un (2005: 12-14) da belirttiği gibi, giysinin onu giyen kişiyle kurduğu bir ilişki mevcuttur. Bu ilişkiye giyilebilir sanat ürününü kamusal alanda veya özel alanda görenlerle kurduğu başka bir ilişki türü de eklenebilir. Bu doğrultuda giysinin bir sanat eseri olarak görülmesinin, sanat izleyicisinin izleyici rolünden çıkararak katılımcıya dönüşme süreciyle de ilişkili olduğu kabul edilebilir. Metnin başında değinilen kırılmalar ve farklı sergileme yollarının gelişmesinde rol oynayan interaktif, katılımcı, ilişkisel sanat, yeni tip kamusal sanat çalışmaları ve giyilebilir sanat olarak nitelendirilen çalışmalar bu doğrultuda beraber ele alınabilir. Bu sanat türlerinin ortak noktası olarak, izleyiciyi katılımcıya dönüştüren, gündelik hayatın içine karışarak, kimi zaman toplumsal sorunlara odaklanan ve farkındalık yaratan süreç odaklı sanat türleri olmaları olarak kabul edilebilir.

Toplumla entegre sanat türlerinin oluşumunda performans sanatının yeri oldukça önemlidir. Performans sanatında da süreç içerisinde gerçekleşen bir eylem ve genellikle performansı izleyenlerle kurulan bir ilişki söz konusudur. Giyilebilir sanat olarak üretilen giysinin, giyen kişinin yaşamına entegre olduğu ve giysiği giydiği süre boyunca sergileniyor olduğu kabul edilebilir. Bu doğrultuda giyilebilir sanat terimi beden ve süreci içinde barındırması bağlamında performans sanatıyla örtüşmektedir (Wollen ve Bradley, 1998: 14-15). 1960’lardan sonra performans sanatının bir türü olan beden sanatı da giyilebilir sanat örnekleriyle birlikte sanat çalışmalarının bir parçası olarak var olmuştur. Örneğin, Japon Moda tasarımcısı Issey Miyake, 1970’lü yıllarda, batı ve doğu kültürlerini birleştiren motiflerle vücuda ikinci bir deri izlenimi veren vücut dövmelemleri oluşturmuştur. Sanatçının esin kaynağı geleneksel Japon Sanatlarından aldığı 1971 tarihli *Dövme Koleksiyonunda* kullandığı elbise tasarımı, vücut dövmelemlerinin kumaş ile bedeni bütün olarak gösteren böylelikle tekstil ve beden sanatını buluşturan örneklerden biridir (Sarı, 2017: 77-80).



Görsel 3. Issey Miyake, TATTO Kollection, 1971.

Issey'in yaptığı çalışmalar süreç odaklı ve yaşamla buluşan çalışmalar olarak ele alınırsa, giyilen giysinin ya da vücuda yapılan dövmenin bir ifade aracı olarak o kişinin ve onu gören kişilerin hayatına karıştığı kabul edilebilir. Bu doğrultuda seri üretimle oluşturulmuş bir giysi, sanatçının tuvali gibi kullanılarak üzerine özgün bir sanat çalışması oluşturulması ve sonrasında izleyicinin katılımcıya dönüşerek, onu kendi bedeninde ve hayatı içinde sergilemesi bir yöntem olarak öne sürülebilir. Benjamin'in belirttiği sanatın *biriciklik*, *aura* ve *kült* kavramları bu fikir ekseninde ele alınırsa, sanatın bu değerlerinden vazgeçilmeden aynı zamanda sanat eserinin sadece müzelerde veya özel mekânlarda sabit bir şekilde sergilenmesine de bağlı kalınmadan zamandan ve mekândan bağımsız olarak alternatif bir sergileme yönteminin var olduğu ortaya konabilir. Böylelikle *kitleleşmeye* mecbur olmayan, sanat ve tekstilin, sanat ve zanaatın bulunduğu katılımcı çalışmalar üretilebildiği kabul edilebilir.

Tişört gibi hazır bir malzemeyi kullanarak üzerine boya ve çeşitli yöntemlerle müdahalelerde bulunan, bütün nesneyi bir sanat çalışmasına dönüştüren örnekler oluşturan bir sanatçı olarak Merve Üstünalp örnek verilebilir. Tişörtün, kumaştan oluşan yapısıyla tuvalle ilişki gösterdiği gibi, aynı zamanda yaşam içerisinde bir giyim nesnesi olarak, çalışmayı üzerine giyen kişinin yaşama entegre olarak farklı anlamları bünyesinde barındırdığı kabul edilebilir. "*Sanatsal bakış her yerde olmalı, giydiklerimiz karakterimizi, beğenilerimizi yansıtmalı*" düşüncesi ile yola çıkan Üstünalp de, *giyilebilir sanat* sloganıyla 2015 yılında MÜÜ markasının temellerini atmıştır (Rüstem, Erişim Tarihi: 12.12.2020). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Resim Bölümü mezunu olan sanatçı, tasarımlarının konularına Japon Shunga sanatı, kültür kitap karakterleri, mitolojik hikâyeler ile başlayıp, daha sonra ilgi alanına farklı konuları dâhil etmiştir. Kullanıcılarına kendini farklı hissettiren tasarımların özelliği olarak; "*tamamı el yapımı ve sadece tek adet olmasıdır*" şeklinde fikirlerini belirtmektedir (Rüstem, Erişim Tarihi: 12.12.2020). Sanatçının seçtiği konular ise, daha çok kadın, eğitim, toplumsal bellek, var olma gibi konulardır. Her serisini belirli bir tema üzerinden üreten sanatçının, giyilebilir sanat çalışmalarına bakıldığında da, konu ve teknik olarak kişisel sanat üretiminden uzaklaşmadığı görülmektedir.



Görsel 4. Merve Üstüenalp, Giyilebilir sanat çalışmalarıyla atölyesinde, 2017.

Remzi San'ın eserleri de bu doğrultuda başka bir örnek olarak gösterilebilir. San, hazır tekstil malzemeleri olan farklı renklerdeki tişörtlerin üzerine boya ile müdahalelerde bulunarak çalışmalarını üretmektedir. Çalışmaları oluştururken San kimin için yapıldığını, yapıldığı kişinin zevklerini, beğendiklerini dikkate alarak tişörtü giyen kişinin yaşamıyla ve beğenileriyle ilgili olarak tasarımlarını oluşturmaktadır. Tasarlanan her bir eser, o eseri giyen ya da kullanan kişinin beğenilerinin yanında o eseri giydiği süreç içerisinde yaptığı tercihleri ile başkalaşımolar yaşayarak sergilenmektedir.

Tişörtlerde yoğunlukta olarak sinema ve çizgi roman dünyasında var olan karakterler ve onların betimlemelerine yer verilmektedir (Görsel 5-8). Onların ekranda ya da bir sayfa üzerinde gerçekleşen görsel anlatımın etkisi özgün bir anlayış eşliğinde tişörtlere uygulanarak farkındalık oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda görseller yaşamın içerisinde sürreal figürlerle ayrı bir gerçeklik oluşturuyor gibi durmaktadır. Farklı renklerde seçilen tişörtler üzerine uygulanan renklerin birbirleriyle karşıt bir uyum yarattığı görülmektedir. Çoğu tasarımda portre çalışılmış olup, her bir tişört için ayrı karakterler oluşturulduğu gözlemlenebilir. Tişört üzerine her türlü zemin üzerinde uygulanabilen su bazlı akrilik boya ile gerçekleştirilen resimler; yıkanabilir ve tekrar giyilebilir olması için sıcak bir ütü yardımıyla ile tişörtün iç yüzeyinden baskı yapılarak sabitlenmektedir. Çalışmalara bu yöntem uygulanarak, diğer tekstil ürünlerinden ayrımı olmaksızın gündelik yaşam içerisinde kullanımı gerçekleştirilebilir.



Görsel 5. Hellboy isimli portre çalışması, Remzi SAN, Eskişehir, 2019.



Görsel 6. Balık Adam isimli portre çalışması, Remzi SAN, Eskişehir, 2019.



Görsel 7. Gerçek Yaşam isimli resim, Remzi SAN, Eskişehir, 2019.



Görsel 8. Çıglık isimli resim, Remzi SAN, Eskişehir, 2019.

Hem Üztüenalp'in hem de San'ın çalışmalarında olduğu gibi, hazır tişörtlerin üzerine gerçekleştirilen uygulamalar çizim, boyama, kolaj ya da dikiş gibi geleneksel yöntemlerle oluşturulsa da, sergileme söz konusu olduğunda çalışmaların günümüzdeki alternatif sanat türlerinde geçen kavramlar olan performans, ilişkisellik ve katılımcılık kavramlarıyla ilişkili olduğu, böylelikle post modern bir bakış açısının ortaya konulduğu kabul edilebilir. Çalışmalar katılımcının üzerine giyildikten sonra katılımcının yaşamının bir parçası olarak yaşamına karışır. Böylelikle bir sanat eseri haline gelen tişört, sanat mekânı ya da sergi açılışındaki sunumunda olduğu gibi, belirlenmiş bir zaman ve mekân kavramına gerek duyulmadan, katılımcının kendi yaşam anları ve yaşamının geçtiği mekânlarda katılımcı tişörtü giydikçe tekrar tekrar sergilenmeye devam eder. Her bir katılımcıda farklı etkiler doğurarak, Nike markasının reklamında vurguladığı *vücutunuzun şeklini alan giysi* sloganındaki anlamla örtüşerek, her katılımcı için farklı olarak üretilen çalışmalar farklı hayatların içinde ayrı anlamlar üretir. Bir başka özellik olarak eserin sergilenenebilir olması için katılımcının onu giymeyi tercih etmesi ve böylelikle eserin sergilenip-sergilenmemesi konusuna katılımcının karar vermesi gerekir. Böylelikle sanat izleyicisinden katılımcıya dönüşme sürecine yeni bir özellik daha eklenir.

Sadece sanat eseri ve katılımcının kendi içinde oluşan ilişki değil, bir sanat eseri taşıyıcısı olarak eseri kendi karşılaştığı kişilerle buluşturması yönünde de bir etki oluşur; katılımcının karşılaştığı kişiler de sanat eseriyle karşılaşmış olurlar. Her karşılaşmada sanat eseri, eseri görende farklı bir etki yaratabilir. Böylelikle çok yönlü bir etki ağı oluşmaktadır. *İlişkisel Estetik* kuramında özellikle 1990'lardan sonraki çalışmalarla ele alınan çağdaş sanat yapıtlarındaki karşılaşma mevzusu şu şekilde belirtilir:

“Bu yoğunlaştırılmış karşılaşma düzeni, uygarlığın mutlak bir kuralının gücüne yükseltince kendine uygun sanatsal uygulamalar üretti: Yani, dayanağı karşılıklı öznellik olan, merkezi tema olarak da birlikte varolmayı, seyirciyle tablo arasındaki

'karşılaşmayı', anlamın kolektif olarak özümsemesini alan bir sanat biçimi" (Bourriaud, 2003: 23).

Bu bağlamda hazır tişört üzerine yapılan resimlerin birer ifade aracı olarak toplum içinde oluşan karşılaşmalarla ilişkisel bir estetik türü yarattığı kabul edilebilir. Eseri giyen kişinin davranışları, tutumları, jest ve mimikleri o eserin karşıdaki izleyicide bıraktığı anlamları değiştirmekte, eserin etkisi ya da *aurası* bu anlamda farklılaşmaktadır. Eserin rastlantısal bir biçimde günlük yaşamda dolaşımı, o eseri giyen kişinin gün içerisinde yaşadıkları ile birlikte davranış ve tutumlarında oluşan değişimler, eser üzerinden izleyiciye ya da eseri giyen kişinin karşılaştığı kitlelere aktarımını gerçekleştirmektedir (Görsel 9). Böylelikle eserin etkisi ya da *aurası* sadece tişörtün üzerinde yer alan resmin yanında o tişörtü taşıyan kişinin hayata dair yaklaşımları, tutum ve davranışları kapsamında da çeşitlilik gösterebilir.



Görsel 9. Remzi San'ın çalışması Hellboy'un bir esnaf lokantasından fotoğrafı, Eskişehir, 2019.

Leventon'un (2005: 18) *giyilebilir sanatı* tanımlarken belirttiği "*Sanat eserini giyenler yaratıcılık sürecine yaşam ve canlılığı ekleyerek eseri tekrar yorumlamaktadır*" şeklindeki görüşüyle bu çalışmaların örtüştüğü kabul edilebilir. Issey Miyake'nin beden üzerinde tekstil ve resim sanatını buluşturarak oluşturduğu çalışmalarla (Görsel 3) yapmak istediği kişilerin kendisini ifade etmesiyse, San'ın çalışmaları da aynı yönde okunabilir. Böylelikle sanat eserinin onu giyenle kurduğu bağdan kaynaklanan kendini imgelerle ifade etme biçimi de ayrı bir etki olarak sürece dâhil olmaktadır.

Şimdiye kadar bahsedilen özellikler, aynı zamanda yeni tip kamusal sanat çalışmalarının da temellendiği bir terim olan kamusal alanı akla getirir. Özgün ve biricik olarak *aurasını* koruyan, izleyicisiyle buluşan, hatta hayatına dâhil olan sanat çalışmaları, tekstil sektöründe genel olarak markaların oluşturduğu kitlesel etkilerden uzaklaşır. Böylelikle, Negt ve Kluge'un (2004: 133-141) tanımladığı farklılıkları içinde barındıran, çoğul bir kamusal alan fikriyle örtüşür. Giysinin bir ifade ve iletişim aracı olarak sanat çalışmasına dönüşmüş biçimi, toplum içinde de farklı ifadelerin oluşması yönünden etki sağlayabilir. Aynı şekilde bir mekân içerisinde sabit bir şekilde sergilenmeye gerek duymadığı için de sürekli bir gezinti halinde olarak mekan anlamında da kamusal alana karışabilir (Görsel 10-13).



Görsel 10. Çığlık isimli tişört çalışması, Remzi San, Kütahya, 2019.



Görsel 11. Flash Universe isimli tişört çalışmalarının gündelik yaşamdan fotoğrafı, Remzi San, Eskişehir, 2019.



Görsel 12. The Eye of Pirate Skull isimli tişört çalışmalarının gündelik yaşamdan fotoğrafı, Remzi San, İzmir, 2019.



Görsel 13. Towards to End isimli tişört çalışmasının gündelik yaşamdan fotoğrafları, Remzi San, Eskişehir, 2020.

Farklı bir yönden bakılırsa birer eser niteliğine dönüşen tişörtler sadece katılımcılar üzerinde sergilenmek ve hareket halinde olmak durumunda da değildir. Çalışmalar aynı zamanda sokakta ya da bir sergi mekânında var olabilen örnekler olarak, sergileme mekânları isteğe göre değiştirilebilir (Görsel 14, 15). Böylelikle Benjamin, (2001: 59) eserin *kült* olma özelliğinden dolayı sahip olduğu, eserin sergileneceği mekâna izleyicinin ulaşması gerektiği konusundaki değer tekrar düşünülebilir. Aynı zaman da yine sergileme yeri ve zamanının belirsizliği içerisinde, günün her saati, farklı bir mekânda zaman ve mekan değişiklikleri yapılarak sergilenir olabilir.



Görsel 14. Gardırop isimli kişisel resim sergisi, Remzi San, Eskişehir, 2017.



Görsel 15. The Joker isimli tişört çalışmasının gündelik yaşamdan fotoğrafı, Remzi San, Nairobi, 2020.

Önerilen bu yöntemle birlikte, kamusal mekânlara yayılabilen eserler özgün sanat çalışmalarını olduğu için dijital veya mekanik çoğaltma yöntemlerinde olduğu gibi çok sayıda üretilmesine bile yine de toplumdaki bireylerle buluşabilirlik yönünden bir etki sağlandığı kabul edilebilir; hem de özgün ve tek olarak üretilen sanat eserine mal edilen, *biriciklik*, böylelikle *aura* ve hatta kült değerinden vazgeçilmeden. Bu şekilde, eserlerin hem sergi mekânında hem de hayatın içinde farklı mekânlarla katılımcıyla/katılımcılarla bağ kurarak, kültür endüstrisi sürecini harekete geçiren biçimler ve imgeler üretmeden, markalarla yaratılan gösteriye, kitleselleşmeye ve tek tipleşmeye karşı alternatif bir sergileme yöntemi ortaya konduğu kabul edilebilir.

Sonuç

Sanat tarihi her dönem içerisinde yenilik ve doğal olarak farklılıklar barındırır. Sanat tarihinde yaşanan kırılmalar, yeni anlayışların, paradigmalardan ve ürünlerin ortaya çıkmasına sebep olur. 21. yüzyılda var olan dijital üretim ve sergileme yöntemlerinin temelini, 20. yüzyıldaki sanat eserinin mekanik olarak çoğaltılmasıyla oluştuğu kabul edilebilir. Teknolojide, bilimde, endüstride ve tabii ki sanatta yaşanan kırılmalar yeni gelişmeler ve tekniklerle bir sonraki aşamayı da gündeme getirmektedir.

Eserin çoğaltılabilir olmasıyla bağlantılı olarak ortaya çıkan ve değişim gösteren bir konu da eserin sergilenme, başka bir ifadeyle izleyiciye ulaşma yöntemleridir. Yine özellikle 20. yüzyılda ve sonrasında, performans sanatı, katılımcı sanat, yeni tip kamusal sanat, ilişkisel estetik gibi sanat türleri ve kuramlarıyla birlikte dijital yöntemlerin gündeme geldiği görülmektedir. Bütün bu değişimler ve yenilikler, sanatın süreç odaklı olmasını ve izleyicinin katılımcıya dönüşmesini temel alan gelişmeleri beraberinde getirirken, sanatın yaşamdaki yeri ile birlikte yaşamın sanattaki yeri de sorgulanır olmuştur.

Bu çalışmada, mekanik çoğaltmayla başlayan sürecin, sanat alanına genel etkisiyle birlikte, sergileme üzerindeki etkisi üzerinde durulmuş ve bu durum, giyilebilir sanatla ilişkilendirilerek, sanat örnekleri üzerinden alternatif bir sergileme yöntemi sunulmuştur. Özetle, giyilebilir bir nesne olan tişörtün sanatçının tuvali gibi kullanılarak, üzerine geleneksel yöntemlerle resim yapımı ve bu yaratılan eserin birisi tarafından giyilerek, kamusal ve özel alanlarda dolaşımıyla yaratılan etkiler üzerinde durulmuş, böylelikle sanat eserinin *aurasını*, *biricikliğini* ve *kült* değerini yitirmeden sergilenebilir olduğu ortaya konulmuştur.

Sunulan bu yöntem ile birlikte, çağımızda belki de kaçınılmaz görülen dijital yöntemlerin aksine, geleneksel resim tekniğinin, farklı sergileme olanaklarıyla birlikte kurgulanarak, çağdaş anlamda bir anlayışının öne çıktığı görülebilir. Böylelikle geleneksel ve çağdaş yöntemlerin birlikte kullanılabilirliğine de vurgu yapılmıştır. Sergileme sürecinde katılımcı ve ilişkisel bir hale bürünen sanat çalışması, kamusal alan kavramıyla da ilişkilendirilmiştir. Bu doğrultuda sanat izleyicisinin pasif durumdan aktif bir katılımcıya dönüşmesi anlamlıdır. Katılımcı istediği zaman eseri giyerek sergilenebilir bir hale dönüştürür ve yaşamındaki karşılaşmalar sanat eserinin etkisini ve anlamını her an yeniden oluşturur. Katılımcının tercih ettiği zaman ve kurumsallaşmış sergi mekânlarındansa, kendi yaşamının geçtiği mekânlarda, giyilebilir olan eserin sergileniyor olması, sanatın, belli bir zaman ve mekânda sergilemesi gerektiği anlayışından uzaklaştırır.

Bu çalışmayla birlikte önerilen üretim ve sergileme yönteminin ele alınış biçiminde olduğu gibi, sanat tarihinde doğru olarak kabul edilmiş bazı kavramların alternatif yöntemlerle yeniden sorgulanmasının, alana farklı bakış açıları kazandıracağı düşünülmektedir. Özellikle teknolojik gelişmelerin hızlı bir şekilde yaşandığı ve bu gelişmelerin her alana entegre olduğu 21. Yüzyıldaki sistem içerisinde, sanat eseri ve sergilenmesi konusunda alternatif yöntemlerin sorgulanmasının önemli olduğu belirtilebilir. Aynı şekilde, geleneksel olandan vazgeçmeden, gelenek ve çağdaşın birlikte kurgulanmasının alternatif yöntemlerin yaratılması için katkı yapabileceği kabul edilebilir. Başka bir öneri olarak ise, müze veya galeri gibi, kurumsallaşan sergi mekanlarında, bu yöntemin, bir proje olarak gerçekleştirilmesi önerilebilir. Böylelikle, kurumsallaşmış sanat mekanlarında da farklı yöntemlerin deneyimlenmesi açısından bir etki yaratılabilir.

Son Notlar

¹ Lif sanatı: Batıda 1970'lerde teknoloji, bilim ve seri üretim ekseninde şekillenen sosyal ve kültürel sisteme tepki duyulmasıyla sanat ve zanaatlara karşı oluşan ilginin sonucunda ortaya çıkıp şekillenen sanat dalı (Colchester, 1996: 8).

Kaynakça

- Adorno, T. (2003). "Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken". (Çev: Bülent Doğan). *Cogito*, sayı 36, 76-83, İstanbul Yapıkredi Yayınları.
- Benjamin, W. (2001). *Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilebildiği Çağda Sanat Yapıtı*. (Çev: Ahmet Cemal). İstanbul: Yapıkredi Yayınları.

- Bolat Aydoğan, E. (2008). “Walter Benjamin ve Sanat Yapıtının ‘Aura’sı”. *Akdeniz Sanat Dergisi*, Cilt 1, Sayı 2, 27-33.
- Bourriaud, N. (2003). *İlişkisel Estetik*. (Çev: Saadet Özen). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Colchester, C (1996). *The New Textiles Trends and Traditions*. Thames and Hudson, London.
- Girgin, F. (2014). “Çağdaş Sanatta Sanatın Malzemesi Olarak Mekan”. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 2014, Cilt 7, Sayı 13, 214-234.
- Günay, A. (2011). “Giyside Sanatsal Yaklaşım”. *Akdeniz Sanat Dergisi*, Cilt 4, Sayı 7, 51-54.
- Gürdal, N. (2015). “Aura’nın Yitiminden Sonra Sanat Eseri”. *Yıldız Journal of Art and Design*, Volume 2, 67-78.
- Howlett, N., Pine, K., Orakçıoğlu, I. and Fletcher, B. (2013). The Influence Of Clothing On First Impressions: Rapid And Positive Responses To Minor Changes In Male Attire. *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 17 No. 1, 38-48.
- Kuspit, D. (2010). *Sanatın Sonu*. (Çev. Yasemin Tezgiden). İstanbul: Metis Yayınları.
- Negt, O. ve Kluge, A. (2004). “Kamusal Alan ve Tecrübe’ye Giriş. (Ed: Meral Özbek). *Kamusal Alan*. İstanbul: Hil Yayınları, 133-141.
- Leventon, M. (2005). *Artwear, Fashion and Anti-Fashion*, Thames&Hudson, New York.
- Özkan, H. S. (2019). *Sanat ve Tasarım Müzelerindeki Sergileme Tasarımının Grafik Tasarım Açısından İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Özkaplan, O. (2009). *Günümüz Resim Sanatı ve Teknoloji*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Resim Anasanat Dalı.
- Özsoylu, A. F. (2017). “Endüstri 4.0”. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt:21. Sayı:1. Haziran 2017, 41-64.
- Perniola, M. (2015). *Sanat ve Gölgesi-Sanattan Geriye Ne Kaldı?* (Çev: Kemal Atalay), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sarı, S. (2017). “Giyilebilir Sanat ve Beden Sanatında Dijital Tekstil Tasarımı Uygulamaları”. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 38, 69-85.
- Soylu, A. (2018). “Endüstri 4.0 ve Girişimcilikte Yeni Yaklaşımlar”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 32, 43-57.
- Tokdil, E. (2020). *Bilim Felsefesinde Paradigmatik Yaklaşım Kapsamında Sanat ve Bilim İlişkisinin Lisansüstü Sanat Eğitimi Programlarında Yansımaları*. Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Resim-İş Öğretmenliği Programı.

Ünay, S. (2015). “Görsel Sanatlarda İzleyicinin Rolü”. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 34- Erzurum, 170-181.

Wollen, P., Bradley, F. (1998). *Addressing the Century 100 Years of Art&Fashion*. Hayward Gallery Publishing, London, 1998, 14-16.

Velarde, G. (1988). *Designing Exhibitions*. London: The Design Council.

Yetmen, G. (2012). “Giyilebilir Sanat”. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, SciencesOcak/January 2012, 5(1), 76-93.

İnternet Kaynakça

Demir, E. (2019). Notlarım: Bilimsel Araştırma Paradigmaları. https://www.researchgate.net/publication/331223767_Bilimsel_Arastirma_Paradigmaları (Erişim Tarihi: 01.07.2021).

Rüstem, A. Giyilebilir Sanat Üzerine. <https://ahmetrustem.blogspot.com/2017/07/giyilebilir-sanat-uzerine.html> (Erişim Tarihi: 12.12.2020).

TDK. <https://sozluk.gov.tr>. (Erişim Tarihi: 01.07.2021).

Görsel Kaynakça

Görsel 1. Sanatçı Bradley Theodore'nin çalışmalarından yola çıkan PUMA markasının tasarımları. , <https://hypebeast.com/2018/8/puma-suede-bradley-theodore-interview> (Erişim Tarihi: 01.01.2021).

Görsel 2. Nike, 2014, Sarı, S. (2017). Giyilebilir Sanat ve Beden Sanatında Dijital Tekstil Tasarımı Uygulamaları: Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, Sayı: 38, 83.

Görsel 3. Issey Miyake, Tatta Kollection, 1971, Sarı, S. (2017). Giyilebilir Sanat ve Beden Sanatında Dijital Tekstil Tasarım Uygulamaları: 80.

Görsel 4. Merve Üstüenalp, 2017, <https://ahmetrustem.blogspot.com/2017/07/giyilebilir-sanat-uzerine.html> (Erişim Tarihi: 01.01.2021).

Görsel 5. Hellboy isimli portre çalışması, Remzi San, Eskişehir, 2019, Remzi San Arşivi.

Görsel 6. Balık Adam isimli portre çalışması, Remzi SAN, Eskişehir, 2020, Remzi San Arşivi.

Görsel 7. Balık Adam tişört resminin ön yüzünde yer alan “Gerçek Yaşam” isimli resim, Remzi San, Eskişehir, 2019, Remzi San Arşivi.

Görsel 8. Çılgılık isimli resim, Remzi SAN, Eskişehir, 2019, Remzi San Arşivi.

Görsel 9. Hellboy tişört üzerine akrilik çalışmasının bir esnaf lokantasında fotoğrafı, Remzi San, Eskişehir, 2019, Remzi San Arşivi.

- Görsel 10.** Çılgılık isimli tişört çalışması, Remzi San, Kütahya, 2019, Remzi San Arşivi.
- Görsel 11.** Flash Universe isimli tişört çalışmalarının gündelik yaşamdan fotoğrafı, Eskişehir, 2019, Remzi San Arşivi.
- Görsel 12.** The Eye of Pirate Skull isimli tişört çalışmalarının gündelik yaşamdan fotoğrafı, Remzi San, İzmir, 2019, Remzi San Arşivi.
- Görsel 13.** Towards to End isimli tişört çalışmasının gündelik yaşamdan fotoğrafları, Remzi San, Eskişehir, 2020, Remzi San Arşivi.
- Görsel 14.** Gardırop isimli kişisel resim sergisi, Eskişehir, 2017, Remzi San Arşivi.
- Görsel 15.** The Joker isimli tişört çalışmasının gündelik yaşamdan fotoğrafı, Remzi San, Nairobi, 2020, Remzi San Arşivi.