

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

2000 SONRASI TÜRKİYE TAKİ SANATINDA İNANÇ SEMBOLİZMİ



YÜKSEK LİSANS TEZİ

SELEN TUTAR ENER

Sanat Tarihi Anabilim Dalı

Sanat Tarihi Programı

HAZİRAN 2022

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

2000 SONRASI TÜRKİYE TAKİ SANATINDA İNANÇ SEMBOLİZMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**SELEN TUTAR ENER
402071015**

Sanat Tarihi Anabilim Dalı

Sanat Tarihi Programı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Oğuz HAŞLAKOĞLU

HAZİRAN 2022

İTÜ, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nün 402071015 numaralı Yüksek Lisans Öğrencisi Selen TUTAR ENER, ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı “2000 Sonrası Türkiye Takı Sanatında İnanç Sembolizmi” başlıklı tezini aşağıda imzaları olan jüri önünde başarı ile sunmuştur.

Tez Danışmanı : **Doç. Dr. Oğuz HAŞLAKOĞLU**
İstanbul Teknik Üniversitesi

Jüri Üyeleri : **Doç. Dr. Aslıhan ERKMEN BİRKANDAN**.....
İstanbul Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Evangelia Aleksandru ŞARLAK.....
FMV Işık Üniversitesi

Teslim Tarihi : 2 Haziran 2022
Savunma Tarihi : 22 Haziran 2022





Eşime ve aileme,



ÖNSÖZ

Öncelikle, bu çalışmaya başlarken ve çalışma süresince bana desteğini esirgemeyen değerli Hocalarım ve tez danışmanlarım Prof. Dr. Evangelia Şarlak ve Doç. Dr. Oğuz Haşlakoğlu'na çok teşekkür ederim. Çalışmamda tüm içtenliğiyle bana yol gösteren arkeolog yazar Altan Türe'ye, kaynak ve birikimleriyle bana yardımcı olan sosyolog yazar Prof. Dr. Mustafa Arslan'a, tez kapsamında röportaj yapmayı kabul eden ve samimiyetle sorularımı cevaplayan takı tasarımcılarına, anketlerime katılım sağlayan tüm katılımcılara, destekleri için okul arkadaşlarıma teşekkürü bir borç bilirim. Son olarak, tüm öğrenim hayatım boyunca maddi, manevi desteğini benden hiç esirgemeyen Annem Dilek Tutar, Babam Dursun Tutar, kardeşim Denizhan Tutar, Anneannem Zayide Bayraktar ve tez sürecinde her ihtiyacıma koşan sevgili Eşim Cem Adnan Ener'e tüm kalbimle teşekkür ederim.

Haziran 2022

Selen TUTAR ENER



İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	vii
KISALTMALAR	xi
ŞEKİL LİSTESİ.....	xiii
ÖZET.....	xix
SUMMARY	xxi
1. GİRİŞ	1
1.1 Tezin Amacı	1
1.2 Literatür Taraması	4
1.3 Hipotezler	8
1.4 Metodoloji	9
2. EVRENSEL BİR SANAT BİÇİMİ VE İNANÇ SEMBOLİZMİNİN İFADESİ OLARAK TAKI SANATI.....	13
2.1 Evrensel Bir Sanat Biçimi Olarak Takı	13
2.2 Bir İfade Aracı Olarak Takı.....	17
2.3 Kültürel Öge Olarak Takı ve Takı Sanatında İmgelerin Sürekliliği	18
2.4 İnanç Sembolizminin İfadesi Olarak Takı.....	20
2.4.1 İnanç sembolizmi	22
2.4.2 Takıda inanç simgeleri	27
3. TARİHSEL SÜREÇTE İNANÇ İMGELERİ VE SOSYO-KÜLTÜREL DEĞİŞKENLERİN TAKI SANATINA YANSIMASI.....	39
3.1 21. Yüzyıla Dek Tarihsel Süreçte Sosyo-Kültürel Değişkenler Bağlamında İnanç İmgelerinin Takıya Yansıması	40
3.1.1 Tarihsel süreçte din faktörü ve orta çağ sonuna kadar dinde sembol kullanımının takıya etkisi.....	40
3.1.1.1 Anadolu Medeniyetleri çok tanrılı dinlerde sembol kullanımının takıya etkisi	41
3.1.1.2 Tek tanrılı “İbrahimi” dinlerde sembol kullanımının takıya etkisi	65
3.1.2 Yeni Çağ ve sonrasında sosyo-kültürel değişimlerin takıya etkisi	78
3.1.3 20. yüzyılda sosyo-kültürel değişimlerin takıya etkisi.....	87
3.2 21. Yüzyıl’da Takı Sanatı.....	104
3.2.1 2000 sonrası dünyada ve Avrupa’da takı sanatı.....	105
3.2.2 2000 sonrası Türkiye’de takı sanatı	127
3.2.2.1 Türkiye takı sanatında İnanç sembolizmi öğeleri	138
3.2.2.2 2000 sonrası sosyo-kültürel değişimlerin Türkiye takı sanatına yansıması.....	145
4. 2000 SONRASI TÜRKİYE TAKI SANATINDA İNANÇ SEMBOLİZMİNİ BİR İFADE BİÇİMİ OLARAK KULLANAN SANATÇILAR	153
4.1 Sanatçıların Tanıtılması ve Eser İncelemesi	153
4.1.1 Arman Suciyan.....	154
4.1.2 Ece Şirin.....	160

4.1.3 Gülşah Sürel Erdem	169
4.1.4 Beste Cesur ve Yonca Albayrak.....	176
4.1.5 İris Sülos Özbaş ve Begüm Özbaş	183
4.1.6 Selda Okutan	190
4.1.7 Kutlay Tansel Susam.....	195
4.2 2000 Sonrası Türkiye Takı Sanatında İnanç Sembolizmi Konusundaki Tasarımcı Görüşleri ve İzlenimler.....	201
5. ANKET ÇALIŞMALARI VE SONUÇLARIN ANALİZİ	219
5.1 Anketler ve Katılımcılar Hakkında Genel Bilgi	219
5.2 Anket Analizleri ve Değerlendirmeler	221
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	235
KAYNAKLAR.....	241
EKLER.....	259
ÖZGEÇMİŞ.....	299



KISALTMALAR

A.S.	: Arman Suciyan.
B.C.	: Beste Cesur.
B.Ö.	: Begüm Özbaş.
E.Ş.	: Ece Şirin.
G.S.E.	: Gülşah Sürel Erdem.
İ.S.Ö.	: İris Süloş Özbaş.
İTÜ	: İstanbul Teknik Üniversitesi.
K.G._A.S.	: (Arman Suciyan, kişisel görüşme, 04 Şubat 2021).
K.G._B.C.	: (Beste Cesur, kişisel görüşme, 06 Haziran 2021).
K.G._B.Ö.	: (Begüm Özbaş, kişisel görüşme, 18 Mayıs 2021).
K.G._E.Ş.	: (Ece Şirin, kişisel görüşme, 10 Mayıs 2021).
K.G._G.S.E.	: (Gülşah Sürel Erdem, kişisel görüşme, 24 Ekim 2021).
K.G._İ.S.Ö.	: (İris Süloş Özbaş, kişisel görüşme, 18 Mayıs 2021).
K.G._K.T.S.	: (Kutlay Tansel Susam, kişisel görüşme, 07 Mayıs 2021).
K.G._S.O.	: (Selda Okutan ile kişisel görüşme, 18 Kasım 2021).
K.G._Y.A.	: (Yonca Albayrak, kişisel görüşme, 06 Haziran 2021).
K.T.S.	: Kutlay Tansel Susam.
S.O.	: Selda Okutan.
S.T.E.	: Selen Tutar Ener.
MÖ	: Milattan Önce.
Y.A.	: Yonca Albayrak.
YY	: Yüzyıl.



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2.1 : Fatma Ana'nın Eli nazar kolye (Url-1).	29
Şekil 2.2 : Muska takı (Url-2).	29
Şekil 2.3 : Haç kolye (Url-3).	30
Şekil 2.4 : Skarabe yüzük (Url-4).	31
Şekil 2.5 : Ay ve kutup yıldızı, kolye (Url-5).	32
Şekil 2.6 : Çift başlı kartal sembolü yüzük (Url-6).	34
Şekil 2.7 : Çift başlı kartal kolye (Url-7).	35
Şekil 2.8 : Artemis kolye (Url-8).	35
Şekil 2.9 : Medusa kolye (Url-9).	36
Şekil 2.10 : Kibele kolye (Url-10).	36
Şekil 2.11 : İnanna kolye (Url-11).	37
Şekil 2.12 : Atmaca küpe (Url-12).	37
Şekil 2.13 : Anonim, Kübey Hatun-yaşam ağacı kolye (Url-13).	38
Şekil 3.1 : Kolye, Hitit Dönemi (Url-32).	42
Şekil 3.2 : Mühür yüzük, Hitit Dönemi (Url-33).	43
Şekil 3.3 : Geyik başlı rhyton, Hitit Dönemi (Url-34).	43
Şekil 3.4 : Fibula, Frig Dönemi (Türe, 2011a)	44
Şekil 3.5 : Güneş kursu takı, Lidya Dönemi (Yeşilmen, 2018a).	44
Şekil 3.6 : Aplik, Lidya Dönemi (Aydingün, 2010).	45
Şekil 3.7 : Elektromdan gerdanlık, Lidya Bölgesi (Url-35).	46
Şekil 3.8 : Oturan koç sarkaç, Lidya Dönemi (Url-35).	47
Şekil 3.9 : İkiztepe Tümülüs'ü, piramidal mühür, Lidya Dönemi (Url-35).	47
Şekil 3.10 : Nar topuzlu arı kovani iğne, Lidya Dönemi (Url-35).	47
Şekil 3.11 : Uçları volutlu aplik, Efes Dönemi (Url-35).	48
Şekil 3.12 : Efesli Artemis heykeli (Url-36).	49
Şekil 3.13 : Bronz kemer parçası, Urartu Dönemi (Ergürer, 2010).	49
Şekil 3.14 : Hayvan başlı takılar, Urartu Dönemi (Url-37)	50
Şekil 3.15 : Kral Mes-kalam-dug'un miğferi, Sümer Dönemi (Url-38).	51
Şekil 3.16 : Ur Kraliyet Mezarları, kolye, Sümer Dönemi (Url-39).	51
Şekil 3.17 : Oxus hazinesi, çift başlı bilezik, Pers Dönemi (Url-40).	52
Şekil 3.18 : Mavi sır kaplı kolye 18. sülale MÖ.1520-1320 (Url-42).	54
Şekil 3.19 : Skarabe, 19. Sülale MÖ. 1320-1200 (Url-42).	55
Şekil 3.20 : Arı broş, Minos Uygarlığı (Url-43).	55
Şekil 3.21 : Hayvanların Ustası broş, Minos Uygarlığı (Url-43)	56
Şekil 3.22 : Aslan başlı küpe, MÖ. 4. yy (Url-43).	56
Şekil 3.23 : Saç takısı, Helenistik Dönem (Url-44).	57
Şekil 3.24 : Diadem, Helen Uygarlığı (Url-45).	58
Şekil 3.25 : Hayvan başlı küpeler, Helenistik Dönem (Url-44).	58
Şekil 3.26 : Melek ve kadın figürlü üpeler, Helenistik Dönem (Url-44).	58
Şekil 3.27 : Herakles düğümü, MÖ. 3. yy (Url-46).	59
Şekil 3.28 : Bilezik, Helenistik Dönem (Url-44).	60
Şekil 3.29 : Yılan başlı bilezik, MÖ. 3. yy (Url-44).	60
Şekil 3.30 : Bilezik, Roma Dönemi (Url-47).	61
Şekil 3.31 : Anonim, küpe, 4.yy (Url-47).	62

Şekil 3.32 : Anonim, mühür yüzük, 1. yy (Url-47).	62
Şekil 3.33 : Anonim, Abraksas/Abrasaks kolye, Bizans Dönemi (Url-48).	63
Şekil 3.34 : Saç takıları, Antik Yunan (Url-49).	64
Şekil 3.35 : Anonim, tek küpe, Doğu Roma İmparatorluğu Dönemi (Url-50).	66
Şekil 3.36 : Sekiz kollu haç, Bizans Dönemi (Url-51).	67
Şekil 3.37 : Anonim, İsa ve Meryem Ana Hristiyanlık Madalyası (Url-52).	68
Şekil 3.38 : Anonim, teslis kolye (Url-53).	68
Şekil 3.39 : Anonim, tılsım davut yıldızı kolye (Url-54).	69
Şekil 3.40 : Anonim, Hamse kolye (Url-55).	70
Şekil 3.41 : Anonim, beş metaller yüzüğü (Url-56).	70
Şekil 3.42 : Anonim, Süleyman Mührü muska, Osmanlı Dönemi (Türe, 2003).	71
Şekil 3.43 : Anonim, muska kapları, Osmanlı Dönemi (Türe, 2003).	72
Şekil 3.44 : Anonim, vefk takı, Osmanlı Dönemi (Türe, 2003).	72
Şekil 3.45 : Anonim, tılsım kolye, Osmanlı Dönemi (Türe, 2003).	73
Şekil 3.46 : Anonim, sorguç, 18. yy (Url-57).	78
Şekil 3.47 : III. Mustafa'ya ait portre (Url-58).	80
Şekil 3.48 : Benvenuto Cellini imzalı, takılar, 16. yy (Url-59).	81
Şekil 3.49 : Anonim, nikah yüzükleri, 16. yy (Url-60).	81
Şekil 3.50 : Rönesans yüzük sanatı (Url-60).	82
Şekil 3.51 : Anonim, Barok Dönem broş, 17. yy. (Url-61).	82
Şekil 3.52 : Anonim, memento- mori yüzükleri, geç 17. yy (Url-62).	83
Şekil 3.53 : Anonim, kolye, Berlin (Url-63).	84
Şekil 3.54 : Anonim, Romantik (Victorian) Dönem broş (Url-64).	85
Şekil 3.55 : Charles Robert Ashbee imzalı, Arts and Crafts kolye (Url-65).	86
Şekil 3.56 : Lalique imzalı, broş (Url-66).	88
Şekil 3.57 : Lalique imzalı, broş (Url-66).	88
Şekil 3.58 : Archibald Knox imzalı, saç takısı (Url-67).	89
Şekil 3.59 : Jean Foquet imzalı, Art Deco takı, 1925 (Url-68).	90
Şekil 3.60 : Coco Chanel imzalı, takılar (Url-69).	91
Şekil 3.61 : Schiaparelli imzalı, Sirk Koleksiyonu İstakoz broş, 1938 (Url-70).	91
Şekil 3.62 : Alexander Calder imzalı, kolye (Url-71).	93
Şekil 3.63 : Alexander Calder imzalı, kolye (Url-71).	93
Şekil 3.64 : Salvador Dali imzalı, takılar (Url-72).	94
Şekil 3.65 : Picasso imzalı, takılar, 1959-1972 (Url-73).	94
Şekil 3.66 : Naum Slutzky imzalı, kolye, 1932 (Url-74).	95
Şekil 3.67 : Anonim, zafer işareti-barış sembolü kolye, 1960'lar (Url-75).	95
Şekil 3.68 : Bvlgari imzalı, takı, 1960 (Url-76).	96
Şekil 3.69 : Art Smith imzalı, kolye (Url-77).	97
Şekil 3.70 : Art Smith imzalı, broş (Url-77).	97
Şekil 3.71 : Jean Filhos imzalı, kolye, 1970 (Url-78).	98
Şekil 3.72 : Jean Filhos imzalı, heykelsi yüzük, 1970 (Url-79).	98
Şekil 3.73 : Mario Bellini imzalı, el ve kulak takıları, 1986 (Url-80).	99
Şekil 3.74 : Bvlgari imzalı, Roma Dönemi Para kolye ve küpe, 1980 (Url-80).	99
Şekil 3.75 : Suzan Syz imzalı, Pop Art küpeler, 1990'lar (Url-81).	100
Şekil 3.76 : Geoff Roberts imzalı, takılar, 1990'lar sonu (Url-82).	100
Şekil 3.77 : Hermann Junger imzalı, kolye, 1967 (Url-83).	101
Şekil 3.78 : Hermann Junger imzalı, broş, 1994 (Url-83).	101
Şekil 3.79 : Peter Chang imzalı, bileklikler, 1998-2004 (Url-86).	102
Şekil 3.80 : Friedrich Becker imzalı, kübist yüzük (Url-87).	103
Şekil 3.81 : Friedrich Becker imzalı, kinetik sanat yüzükler (Url-87).	103

Şekil 3.82 : Raluca Bazura imzalı, Bleached broş, 2014 (Url-88).	107
Şekil 3.83 : Raluca Bazura imzalı, kolyeler, 2014 (Url-89).	108
Şekil 3.84 : Ute van der Plaats imzalı, broş ve kolye, 2016 (Url-90).	108
Şekil 3.85 : Isabella Liu imzalı, Yara İzi Artık Yara İzi Değil kolye, 2016 (Url-92).	109
Şekil 3.86 : Andrea Wagner imzalı, broş, 2014 (Url-94).	109
Şekil 3.87 : Andrea Wagner imzalı, yüzük, 2014 (Url-93).	110
Şekil 3.88 : Konrad Mehus imzalı, Çan broş, 2010 ve Cennet kolye, 1998 (Url-96).	110
Şekil 3.89 : Konrad Mehus imzalı, Evin Bölümleri broşlar, 2000 (Url-96).	110
Şekil 3.90 : Teresa Milheiro imzalı, “The Aunt’s Cow Wears Braces” kolye, 2004 (Url-97).	111
Şekil 3.91 : Arline Fisch imzalı giyilebilir kolye (Url-98).	112
Şekil 3.92 : Arline Fisch imzalı, takılar, 1999-2005 (Url-99).	112
Şekil 3.93 : David Watkins imzalı, Heykelsi takılar (Url-102).	113
Şekil 3.94 : David Watkins imzalı, kolye, 2001 (Url-101).	113
Şekil 3.95 : Pawel Kaczynski imzalı, takılar (Url-183).	114
Şekil 3.96 : Zaha Hadid imzalı, mimari tasarım ve bileklik 2016 (Url-103).	114
Şekil 3.97 : Christian Dior imzalı, takılar, 2000 (Url-104).	115
Şekil 3.98 : Van Cleef Arpels imzalı, kolye ve broş, 2003-2004 (Url-105).	115
Şekil 3.99 : Van Cleef & Arpels imzalı, kolye 2010 ve broş 2014 (Url-106).	116
Şekil 3.100 : Kevin Coates imzalı, Nocturne yüzük, 2015 (Url-107).	116
Şekil 3.101 : Kevin Coates imzalı, Dragontias broş, 2005 (Url-108).	117
Şekil 3.102 : Maison Schiaparelli imzalı, beden takıları, 2021 (Url-109).	117
Şekil 3.103 : Schiaparelli imzalı, vücut takısı, 2021 (Url-110).	118
Şekil 3.104 : Schiaparelli imzalı, inanç sembolizmi temalı takılar, 2022 (Url-111).	118
Şekil 3.105 : Solange Azagury-Partridge imzalı, Kırık kalp ve Cadı yüzükler (Url- 113).	119
Şekil 3.106 : Solange Azagury-Partridge imzalı, kolyeler (Url-114 ve Url-115). ..	119
Şekil 3.107 : Wallace Chan imzalı, sinek ve sevgi kuyruğu broşlar, 2017 (Url-117).	120
Şekil 3.108 : Wallace Chan imzalı, kolye, 2019 (Url-119).	120
Şekil 3.109 : Wallece Chan imzalı, Hera broş, 2019 (Url-120).	120
Şekil 3.110 : Scott Armstrong imzalı, yüzük, 2018 (Url-124).	121
Şekil 3.111 : Scott Armstrong imzalı, Vertiges taç, 2017 (Url-125).	121
Şekil 3.112 : Monique Péan imzalı, kolye, 2019 (Url-121).	122
Şekil 3.113 : Takako Komiya imzalı, Gökyüzündeki kale yüzük, 2015 (Url-126). ..	122
Şekil 3.114 : Luisa Bruni imzalı, Orkide koleksiyonu yüzük (Url-128).	123
Şekil 3.115 : Luisa Bruni imzalı, yüzükler (Url-128).	123
Şekil 3.116 : Chiara Scarpitti imzalı, kolye (Url-130).	123
Şekil 3.117 : Chiara Scarpitti imzalı, kolye (Url-129).	124
Şekil 3.118 : Chiara Scarpitti imzalı, broş (Url-131).	124
Şekil 3.119 : Lydia Hirte imzalı, kolye, 2018 (Url-132).	124
Şekil 3.120 : Daniela Villegas imzalı, Kelt tanrısı (Grannus) yüzük, 2017 (Url-121).	125
Şekil 3.121 : Daniela Villegas imzalı, Günbatımı Bukalemun kolye, 2018 (Url-121).	125
Şekil 3.122 : H. Stern imzalı, Tüy bileklik, 2014 (Url-135).	126
Şekil 3.123 : Yonca Evcimik kolye ve vücut takıları, 1993 (Url-137).	128

Şekil 3.124 : Tasma kolye, 1994 (Url-138).	129
Şekil 3.125 : Molu imzalı, takı, 1995 (Url-139).	130
Şekil 3.126 : Molu imzalı, yüzükler, 1996 ve 2001 (Url-139).	130
Şekil 3.127 : Ela Cindoruk imzalı, Yaz isimli kolye (Url-140).	131
Şekil 3.128 : Ela Cindoruk imzalı, broş (Duru, 2019).	132
Şekil 3.129 : Burcu Büyükünall imzalı, Korkunç Güzel Koleksiyonu, yüz takıları (Url-143).	132
Şekil 3.130 : Selen Özus imzalı, En yakın Koleksiyonu, broş, 2017 (Url-145).	133
Şekil 3.131 : Selen Özus imzalı, Piyano kolye, 2010 (Url-145).	133
Şekil 3.132 : Burcu Sülek imzalı, Boşluk Koleksiyonu, kolye (Url-148).	134
Şekil 3.133 : Burcu Sülek imzalı, Kutlama Koleksiyonu, broş (Url-149).	135
Şekil 3.134 : Ezgi Okur imzalı zincir kolye ve Ütopya Paleti isimli broş (Url-151).	135
Şekil 3.135 : Hakan Aktuğ imzalı broşlar (Url-152).	136
Şekil 3.136 : Manuk Durmazgüler imzalı küpeler (Url-153).	136
Şekil 3.137 : Milka Karaağaçlı imzalı, Madonna için hazırlanan yüzük (Url-153).	136
Şekil 3.138 : Hraç Arslanyan imzalı gerdanlık (Url-156).	137
Şekil 3.139 : Verda Alaton imzalı gümüş ve lapis lazuli kullanılmış Cycle isimli yüzük (Url-158).	137
Şekil 3.140 : Verda Alaton imzalı gümüş üzeri altın kaplama olarak üretilmiş gerdanlık (Url-159).	138
Şekil 3.141 : Yeşim Yüksek imzalı yüzük (Url-159).	138
Şekil 3.142 : Özlem Kapani imzalı, Hz. Fatma'nın eli yüzük, 2008 (Url-162).	141
Şekil 3.143 : Selda Okutan imzalı "Fare ve insan" isimli yüzük, 2007 (Url-163). .	142
Şekil 3.144 : Selda Okutan imzalı, zincire vurulmuş kadın ve erkek yüzük (Url-164).	142
Şekil 3.145 : Burcu Sülek imzalı, Kibele küpe (Url-166).	143
Şekil 3.146 : Arman Suciyan imzalı, Dragon Koleksiyonu erkek yüzükleri (Url-168).	143
Şekil 3.147 : Sevan Bıçakçı imzalı, Hristiyan sembolizmi içeren yüzük (Url-169).	144
Şekil 3.148 : Sevan Bıçakçı imzalı, Medusa yüzük (Url-170).	144
Şekil 3.149 : Sevan Bıçakçı imzalı, İslamiyet ikonografisi içeren yüzük (Url-171).	144
Şekil 3.150 : Pınar Söylemez imzalı, uzun ömür sembolü kolye (Url-173).	145
Şekil 4.1 : A. Suciyan, Süzülen Tanrıça&Ruhların Kavuşması yüzük, 2014 (Url-15).	156
Şekil 4.2 : Arman Suciyan, Odyssey yüzük, 2014 (Url-19).	158
Şekil 4.3 : Arman Suciyan, Odyssey kolye, 2014 (Url-20).	159
Şekil 4.4 : Arman Suciyan, Intersection haç kolyeler, 2014 (Url-21).	160
Şekil 4.5 : Efes Artemis'i heykel (Url-23).	165
Şekil 4.6 : Ece Şirin, Artemis kolye, 2004 (Url-24).	165
Şekil 4.7 : Mimaride karşılaşılan Tanit kabartma, Güzelyurt (Url-25).	166
Şekil 4.8 : Ece Şirin, Tanit Yüzük, 2005 (Url-26).	167
Şekil 4.9 : Tanrıça Minerva heykeli (Url-28).	168
Şekil 4.10 : Ece Şirin, Minerva küpe, 2005 (Url-29).	168
Şekil 4.11 : Osmanlı Dönemi hamam taşı (Url-30).	171
Şekil 4.12 : G. S. Erdem, Kutsal Kâse yüzük, 2014 (Url-30).	172
Şekil 4.13 : G. S. Erdem, Döngü bileklik, 2015 (Url-31).	173
Şekil 4.14 : Döngü Bilekliğe esin kaynağı olan Padişah gömleği (K.G._G.S.E.). ..	173

Şekil 4.15 : G.S. Erdem, Kutsal Kare bileklik, 2015 (Url-31).	175
Şekil 4.16 : Padişah gömleği üzerindeki kare çizimler (K.G. _G.S.E.).	175
Şekil 4.17 : B. Cesur ve Y. Albayrak, Medusa kolye, 2015 (Url-9).	178
Şekil 4.18 : Bernini, Medusa Başlı heykel (Url-16).	179
Şekil 4.19 : B. Cesur, Y. Albayrak, Z. Tosun, İnanna kolye, 2020 (Url-11).	180
Şekil 4.20 : Tanrıça İnanna taş kabartması, Sümer Dönemi (Url-17).	181
Şekil 4.21 : Cesur ve Albayrak, Elibelinde-Kibele Makrome, 2015 (Url-27).	182
Şekil 4.22 : Elibelinde motif (Url-80).	182
Şekil 4.23 : Begüm Özbaş ve İris S. Özbaş, Nazar Yüzük, 2015 (Url-95).	186
Şekil 4.24 : Begüm Özbaş ve İris S. Özbaş, Arı Madalyon, 2015 (Url-174).	187
Şekil 4.25 : Begüm Özbaş ve İris S. Özbaş, Intaglio küpe, 2015 (Url-175).	189
Şekil 4.26 : Selda Okutan, Gabriel Yüzük, 2010 (Url-177).	192
Şekil 4.27 : Selda Okutan, Cennet Bileklik, 2010 (Url-178).	193
Şekil 4.28 : Selda Okutan, Cennet Bileklik detayları, 2010 (Url-178).	193
Şekil 4.29 : Selda Okutan, Araf Yüzük, 2009 (Url-179).	194
Şekil 4.30 : Ayasofya pendentifinde bulunan Seraphim/Serafin Meleği (Url-180).	197
Şekil 4.31 : Kutlay Tansel Susam, Seraphim/Serafin yüzük, 2010 (Url-181).	197
Şekil 4.32 : Ters Medusa Başlı sütun kaidesi (Url-182).	199
Şekil 4.33 : Kutlay Tansel Susam, Medusa'nın Bakışı Yüzük, 2010 (Url-181).	199
Şekil 4.34 : Kutlay Tansel Susam, Pan kol düğmeleri, 2010 (Url-181).	200
Şekil 5.1 : Tüketici anketi, katılımcı yaş dağılımı.	220
Şekil 5.2 : Tüketici anketi, katılımcı eğitim seviyesi dağılımı.	220
Şekil 5.3 : Tüketici anketi, katılımcı gelir seviyesi dağılımı.	221
Şekil 5.4 : Tüketici anketi, inanç sembolizmi ve mitolojik hikayelere duyulan ilgi.	222
Şekil 5.5 : Tüketici anketi, inanç sembolizmi temalı takılar hakkındaki görüşler. .	222
Şekil 5.6 : Tüketici anketi, takıyı alırken anlamını soran kişilerin dağılımı.	223
Şekil 5.7 : Tüketici anketi, takının mitolojik hikayesini önceden bilen kişilerin oranı.	223
Şekil 5.8 : Tüketici anketi, inanç sembolizmi temalı takıların iyi hissettirme duygusuna olan tüketici ilgisi.	224
Şekil 5.9 : Tüketici anketi, inanç sembolizmi temalı takının tercihinde tılsımın önemi.	224
Şekil 5.10 : Tüketici anketi, inanç sembolizmi temalı takıya yaklaşma sebepleri. .	225
Şekil 5.11 : Tüketici anketi, katılımcıların takı tercihleri hakkındaki bilgiler.	226
Şekil 5.12 : Tasarımcı anketi, inanç sembolizmi içeren takılarının sebepleri.	228
Şekil 5.13 : Tüketici anketi, inanç sembolizmi ve mitolojik hikayelere ilgi.	230
Şekil 5.14 : Tasarımcı anketi, 2000 sonrası inanç sembolizmi temalı takılara ilgi.	231
Şekil 5.15 : Tüketici anketi, dini inançlara olan ilgi seviyesi ile iyi hissetme ve tılsım gücüne duyulan eğilim arasındaki ilişkiler.	232
Şekil 5.16 : Tasarımcı anketi, inanç sembolizmi temalı takıya ilginin sebepleri. ...	232



2000 SONRASI TÜRKİYE TAKI SANATINDA İNANÇ SEMBOLİZMİ

ÖZET

Her medeniyette hatta medeniyet öncesi toplumlarda karşımıza çıkan takı, taşıdığı derin anlamlar sebebiyle toplumdan topluma, kültürden kültüre, nesilden nesle mesaj ileten ifade araçlarından birisi olmuştur. Ayrıca tarih boyunca tüm sanat akımlarının değişimi ve gelişimini takı sanatının tarihini inceleyerek çözümlemek mümkündür. Bu yönüyle takı tarihsel değişimlere ışık tutan kültürel bir öğedir. Takı insanlığın yaşadığı kültürel, sosyolojik, dini, siyasi, psikolojik değişiklikleri bazen net, bazen de içerdiği simgelerle çözümlenmesi zor ve karmaşık olarak yansıtan sanat eseridir.

Takıya bakış açısı, teması, işlevi ve işlenmesi alanındaki köklü değişimler 18- 19. yüzyılda başlayıp Endüstri Çağı'nın da etkisiyle 20. yüzyılda artarak devam etmiştir. 20. yüzyılda yaşanan büyük savaşlar, yıkımlar, hayal kırıklıkları ve travmalar sonucu insanoğlu hayata ve sanata karşı eskiye oranla bambaşka bir bakış açısı geliştirmiştir. Bu durum 21. yüzyılın getirdiği sosyo-kültürel etkilerle daha farklı bir boyuta ulaşmıştır. Takı ise 20. yüzyıl ve özellikle 21. yüzyılda sosyo-kültürel farklılıkların ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle bu zamana kadar alışlagelmiş şekilde tariflenen niteliklerinin ötesine geçerek büyük bir değişime uğramıştır. Ayrıca farklı disiplinlerden takıya merak salan kişiler kendi vizyonlarını katarak kendi bakış açılarıyla ürettikleri tasarımlarla, kavramsal ve biçimsel açıdan takıya farklı bir soluk getirmişlerdir. Yarattıkları takıları birer kavrama, hikâye anlatıcısına, mimari objeye, heykele, arkeolojik bulguya, sanat eserine hatta modern koruma kalkanlarına dönüştürmüşlerdir. 21. yüzyılda Türkiye takı sanatçılarının Anadolu öz kültüründen beslenerek kendi ideolojilerine ve felsefelerine göre yarattıkları takılarda inanç kavramlarına yer verme hatta gündelik hayata dahil etme eğilimlerinin yükselişe geçtiği söylenebilir. Bu doğrultuda inanç kavramlarına yönelik halkın talebinin de yükselişe geçtiğini söylemek doğru olacaktır.

Bu çalışmada 2000 sonrası Türkiye takı sanatında inanç sembolizmi öğelerini incelerken, bu öğelerin artışa geçmesine zemin hazırlayan faktörler araştırılmıştır. 21. yüzyılın getirdiği sosyo-kültürel değişimlere ek olarak 2000 sonrası iktidar söylemlerindeki dini ve milli değerler vurgusunun Türkiye takı sanatını etkilemiş olduğunu söylemek mümkündür. Tez kapsamında bu etkinin hem tasarımcılar hem de takı tüketicisi açısından izdüşümlerini değerlendirebilmek adına takılarında inanç sembolizmi temasını işleyen tasarımcılarla röportajlar yapılarak inanç sembolizmi temalı takılarından seçkiler incelenmiştir. Ayrıca hem tasarımcılara hem takı tüketicilerine yönelik 2 adet anonim anket çalışması yapılmıştır. Röportajlar ve anketler kaynaklar kısmında yer almaktadır. Röportajlar ve anket incelemelerine dayanarak takı tasarımcılarının inanç sembolizmine karşı bakış açılarının, eserlerinde inanç sembolizmine sıklıkla yer vermelerinin sebeplerinin, halkın inanç sembolizmi konusundaki düşüncelerinin ve inanç sembolizmine duyulan ilginin sebeplerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Sonuç olarak 2000 sonrası Türkiye takı sanatında inanç sembolizmi öğelerindeki artışın sosyo-kültürel sebepleri hem tasarımcılar hem de halkın ilgisi açısından değerlendirilerek yorumlanmaya çalışılmıştır.



SYMBOLISM OF FAITH IN JEWELRY ART IN TURKEY AFTER 2000

SUMMARY

Jewelry, which we encounter in every civilization and even in pre-civilizational societies, has become one of the means of expression that conveys messages from society to society, from culture to culture, from generation to generation, from past to present due to its deep meanings. In addition, it is possible to analyze the change and development of all art movements throughout history by examining art of jewelry.

It is known that the first examples of jewelry, which are thought to have appeared on the stage of history with the existence of man, were not worn by humans to adorn themselves, but to instill fear in their surroundings, their enemies, and evil spirits, to give a message to their surroundings, or to achieve their goals thanks to the meaning of the jewelry and/or the talisman of the jewelry. While the jewelry served a specific purpose in the first period, they became symbolic elements dedicating the concept it evokes in the next period. When we look at the jewelry with very high symbolic power, it can be seen that; The person has transferred the knowledge, teachings, experiences, inner development journey, the social consciousness he has acquired, the social norms of the social environment in which he lives, and even the belief in god to jewelry. Symbols have a very important place in cultural values. Since jewelry has become a means of expression, it has gained the feature of being a very valuable cultural carrier.

Fundamental changes in the perspective, theme, function, and processing of jewelry started in the 18th-19th centuries and continued increasingly in the 20th century with the influence of the Industrial Age. As a result of the great wars, destructions, disappointments, and traumas experienced in the 20th century, human beings have developed a completely different perspective towards life and art compared to the past. At the beginning of the changing conditions are socio-cultural changes, rapid and intense technological developments, and the rapid spread of scientific knowledge and opinions. The fact that traditional beliefs and values can no longer be interpreted is one of the factors affecting art. The dominant element of art is human behavior, so changing human attitudes and behaviors should be examined and interpreted in a social context. Stating that the reflections of the socio-cultural changes observed in the 20th century to the 21st century will be very different, social scientists have stated that the need for faith, religious facts and the search for the sacred will increase in the 21st century. It is thought that the orientation to the need for belief may have brought with it the search for different or new beliefs besides the Abrahamic religions and philosophical teachings. Societies may have consciously or unconsciously developed new popular religions in order to survive against the challenges of the age, such as mythologies, mythical gods or goddesses and their protective powers, talismans and spells. In order to overcome the economic, social, cultural and psychological difficulties that the modern man has put on his shoulders, human beings may have adopted sheltering in beliefs as an escape route, as in the very old times, when confronting the difficulties they face. Under these conditions,

although each of the contemporary art branches has different interpretations, attitudes and forms of expression, one of the common denominators that all contemporary arts meet is the desire to express the emotional reaction to the changing conditions of the 20th century and the 21st century.

This situation has reached a different dimension with the socio-cultural effects brought by the 21st century. Jewelry, on the other hand, has undergone a great change in the 20th century, and especially in the 21st century, with the effect of socio-cultural differences and technological developments, going beyond its traditionally described qualities.

Moreover, another situation that started in the 20th century and continues with an increasing momentum today; Artists from different branches and people who have received education in different disciplines have produced their own jewelry with different visions. They have attributed their own perspectives, philosophies and ideologies to these jewelry. They have transformed the jewelry they have created into clutches, storytellers, architectural objects, sculptures, archaeological finds, works of art, mythological items, and even modern shields. It is thought that people who are interested in artistic jewelry may have felt the motivation of self-discovery, differentiation from the society or exhibiting an intellectual stance and gaining appreciation in the society during this conceptual journey. Even when it comes to jewelry containing symbolism such as talisman, protection and abundance, this feeling is; With the thought of coping with her fears, protection, finding the strength to hope and reaching her wishes and desires, it has turned into a desire to acquire that jewelry and carry it on her body. At this point, when the mythological stories within the elements of belief symbolism that we encounter in jewelry in the last twenty years are evaluated; It is known how strong the place and decisiveness of mythology in art is. Art history has mostly focused on some pre-modern periods in mythology. However, when it comes to artistic and design objects created today, it is undoubtedly thought to emerge under a different influence than the evident storytelling in classical art. Searching for the traces of mythology in our age will bring a new breath to today's works of art and artistic designs, and keeping mythology alive in our daily lives will underline the integration of belief systems into each other. Mythology in today's jewelry designs; Creation, rooting, power and ethical values in Turkish-Shaman and Anatolian myths with the Dionysian rebellion philosophy are embodied in the works of artists who directly interpret mythological stories. In our age, the effect of Modern and Contemporary Art on jewelry design, especially after 2000, and the concentration of demand on jewelry with strong art and story aspects, suggests that jewelry is also functioned as a way of self-expression. It is seen that a certain myth is not far ahead of the others in the latest period jewellery. References to mythological characters that find their place in popular culture constitute the majority of jewelry containing the symbolism of belief in the last period. Considering the influence and recognition of mythologies on popular culture, their close relationship with symbolism, and the narratives and characters that reflect various life views, it is not surprising that references to mythological stories and legends and reinterpretations of mythological symbols are one of the prominent forms of expression in today's jewelry art.

In the 21st century, it is possible to see the effects of ancient belief systems, myths, mythological stories, symbolism and belief symbolism in the context of conceptual art in many branches of art. When these changes are evaluated in terms of jewelry art, they have led to the breaking of the traditional jewelry perception in the 21st

century. Following the transformation of jewelry, the emergence of the concept of artistic jewelry in Turkey coincides with this period.

On the other hand, people from different disciplines who are interested in jewelry have brought a different perspective to jewelry in terms of conceptual and stylistic aspects, with the designs they have produced with their own perspectives by adding their own visions. They have transformed the jewelry they have created into concepts, storytellers, architectural objects, sculptures, archaeological finds, works of art, and even modern shields. In the 21st century, it can be said that the tendency of Turkish jewelry artists to include the concepts of belief in the jewelry they create according to their own ideologies and philosophies by feeding on the Anatolian culture, and even to include them in daily life, is on the rise. In this direction, it would be correct to say that the demand of the people for the concepts of belief is on the rise.

In this study, while examining the elements of belief symbolism in the jewelry art of Turkey after 2000, the factors that paved the way for the increase in these elements were investigated. Besides to the socio-cultural changes brought by the 21st century, it is possible to say that the emphasis on religious and national values in the discourses of power after 2000 has affected the art of jewelry in Turkey.

Based on all these statements, the main problematics of this study are; As in other branches of art, jewelry is social, cultural, psychological, economic, religious, etc. that societies encounter. It is affected by induced changes and reacts as a means of expression. Therefore, it will be examined whether the reason for the increasing belief symbolism-themed jewelry in Turkey's jewelry art after 2000 is dependent on the socio-cultural changes experienced after 2000. In addition, the socio-cultural changes and economic and political conjuncture in Turkey after 2000, the jewelry artists who created works in their own style in Turkey after 2000 concentrated on working on belief systems in psychological and philosophical terms, even using their works as a means of expression, the expression of their own ideologies. Whether they aim to convey their philosophy to the public will be examined. Finally, if we evaluate it in terms of social attitude; the passion of modern people to carry the symbols of faith in their bodies, to go deep into the inner world of people, to struggle against the difficulties of the age in which they live with the help of ancient teachings, to stay strong; in short, it will be examined whether the symbolism of faith is intended to take shelter in the power of talisman. As a result, the aim of the study is to identify the prominent arguments in these three problematics.

Within the scope of the thesis, to evaluate the projections of this effect in terms of both designers and jewelry consumers, interviews were made with designers who used the theme of faith symbolism in their jewelry, and a selection of jewelry with the theme of faith symbolism was examined. Moreover 2 anonymous surveys were conducted for both designers and jewellery consumers. Interviews and surveys are in the resources section.

Based on interviews and surveys, it is aimed to reveal the perspectives of jewellery designers towards belief symbolism, the reasons why they frequently include belief symbolism in their works, the thoughts of the public on belief symbolism and the reasons for the interest in belief symbolism.

As a result, the socio-cultural reasons for the increase in the elements of belief symbolism in the jewelry art of Turkey after 2000 were evaluated and interpreted in terms of the interest of both designers and the public.



1. GİRİŞ

Her medeniyette hatta medeniyet öncesi toplumlarda karşımıza çıkan takı, taşıdığı derin anlamlar sebebiyle toplumdan topluma, kültürden kültüre, nesilden nesile mesaj ileten ifade araçlarından birisi olmuştur. Ayrıca tarih boyunca tüm sanat akımlarının değişimi ve gelişimini takı sanatının tarihini inceleyerek çözümlemek mümkündür. Bu yönüyle takı tarihsel değişimlerin anlaşılmasına ışık tutan kültürel bir ögedir. Takı insanlığın yaşadığı kültürel, sosyolojik, dini, siyasi, psikolojik değişiklikleri bazen net, bazen de içerdiği simgelerle çözümlenmesi zor ve karmaşık bir şekilde yansıtan sanat eseridir. Takıya bakış açısı, teması, işlevi, malzemesi, tekniği konusundaki değişimler 18 - 19. yüzyılda başlayıp 20. yüzyılda artarak devam etmiştir. Bu bölümde tarih boyunca takıya yansıyan sosyo-kültürel değişikliklerin 2000 sonrası Türkiye takı sanatında inanç sembolizmi öğelerine etkisi değerlendirilerek çalışmanın amacı ve metodolojisi aktarılacaktır.

1.1 Tezin Amacı

21. yüzyılda takı sanatçılarının kendi ideolojilerine, duygu ve düşüncelerine göre yarattıkları sanatsal takılarda inanç kavramlarına ve inanç sembolizmine yer vererek gündelik hayata dahil etme eğilimlerinin Türkiye takı sanatında yükselişe geçtiği söylenebilir.

21. yüzyıl Türkiye takı sanatçılarının inanç sistemleri ve inanç sembolizmine yöneliminin süreç içerisinde nasıl geliştiğini anlatırken sanatın 20. ve 21. yüzyılda katettiği sosyo-kültürel değişikliklere değinmek gerekir. 20. yüzyılda yaşanan büyük savaşlar, yıkımlar, hayal kırıklıkları ve travmalar sonucu insan kendi varlığını, kimliğini, ahlaki değerlerini sorgular olmuş hayata ve sanata bakış açısı büyük ölçüde değişmiştir. 19. yüzyıl sonu başlayıp 20. yüzyılı büyük ölçüde etkileyen Endüstri Çağı ise, her koşulda sorgulayan, araştıran, öğrenen ve zincirlerini kırmak isteyen hür ruhlar yaratmıştır. Çağlar boyunca özgür ve bağımsız olmak isteyen sanatçı endüstri çağının kendisine sunduğu özgürlüklerle kendinden önce gelen gelenek ve kalıplarını yerle bir etmek istemiş, kural ve tekniklere baş kaldırmış, eski

ustaların mükemmeliyetçi akademik tavırlarını kırmaya çalışmış, sanata yepyeni bir ruh ve vizyon yüklemek için çabalamıştır. Bu yönüyle Endüstri Çağı tüm insanlık tarihi için yeni bir aşama olarak değerlendirilmelidir.

Değişen koşulların başında sosyo-kültürel değişiklikler, hızlı ve yoğun teknolojik gelişmeler, bilimsel bilgi ve görüşlerin hızla yayılması gelmektedir. Artık geleneksel inanç ve değerlerin yorumlanamaz hale gelmesi de sanatı etkileyen faktörlerdendir. Sanatın başat ögesi insan davranışlarıdır dolayısıyla değişen beşerî tavır ve davranışlar toplumsal çerçevede irdelenmeli ve yorumlanmalıdır. 20. yüzyılda gözlemlenen sosyo-kültürel değişimlerin 21. yüzyıla yansımalarının çok farklı olacağını dile getiren sosyal bilimciler, 21. yüzyılda inanca olan ihtiyacın, dinsel olguların ve kutsal arayışlarının artacağını belirtmişlerdir. İnanç ihtiyacına yönelim İbrahimi dinler ve felsefi öğretilerin yanında farklı ya da yeni inanç arayışlarını beraberinde getirmiş olabileceği düşünülmektedir. Toplumlar bilinçli ya da bilinçsizce mitolojiler, efsanevi tanrılar ya da tanrıçalar ile onların koruyucu güçleri, tılsımları, büyüler gibi içinde yaşanan çağın zorluklarına karşı ayakta kalabilmek için yeni popüler dinler geliştirmiş olabilirler. Çağın modern insanın omuzlarına yüklediği ekonomik, sosyal, kültürel, psikolojik zorlukların üstesinden gelebilmek için insanoğlu karşılaştığı zorluklarla yüzleşme anında çok eski dönemlerdeki gibi yine inançlara sığınmayı kaçış yolu olarak benimsemiş olabilir. Bu koşullar altında çağdaş sanat dallarının her birinin birbirinden farklı yorumlanması, tavrı ve ifade biçimi olsa da çağdaş sanatların hepsinin bulunduğu ortak paydalardan birisi, 20. yüzyıl ve beraberinde 21. yüzyılın değişen koşullarına karşı duyulan duygusal tepkiyi dile getirme isteğidir denebilir.

Dünya çapında takı değerlendirildiğinde, takıya bakış açısı, işlevi, işlenişi, teması, ifade ediş şekli alanındaki gelişmeler 18 - 19. yüzyılda başlayıp 20. yüzyılda artarak devam etmiştir. 21. yüzyılda ise, teknolojik, sosyal, siyasal ve kültürel dönüşümlerin etkisiyle, o zamana kadar alışlagelmiş şekilde tariflenen niteliklerinin ötesine geçerek, dramatik bir değişime uğramıştır. Başlıca takı firmaları, önceki yüzyıldan kalan takı stillerini değerli malzemelerle üretmeye devam ederken; asıl atılım, sanat okullarında eğitim almış ve takılarının üretimini bizzat yapan tasarımcı ve sanatçılardan gelmiştir. Bu sanatçılar takıyı eskisi gibi ticari çıkarlar için değil, kendilerini ifade etme aracı olarak değerlendirmişler, yeni malzemelerin kullanımıyla, kökten değişik formlarla geleneksel takı kavramına meydan

okumuşlardır. Farklı bakış açılarının eklenmesiyle birlikte yepyeni bir takı kültürü yükselişe geçmiştir. Klasikleşmiş takı formlarının, kullanım şekli ve takılma biçiminin dışına çıkan bu takılar, bilinen takı formları arasında farklı bir duruşa sahip olmuşlardır. Bu yeni anlayışın içerisinde, boyutlarında ya da kullanım şekillerindeki değişimle, sanatsal takı; giyilebilir/takılabilir bir anlatım aracı olmuştur. Takı sanatçısı ise, üretimini daha çarpıcı, benzersiz ve özgün hale getirmek için yaratmak istediği anlam bütünlüğüne uygun malzeme, sembol veya hikâye yorumlarıyla kendi kişisel bakış açısını yansıtan kurguyu geliştirmeyi amaçlayarak, sanatsal bağlamda bireysel bir ifade tarzı oluşturmuştur.

Dahası 20. yüzyılda başlayıp günümüzde artan bir ivmeyle devam eden diğer bir durum ise; farklı dallardan gelen sanatçılar ve farklı disiplinlerde eğitim alarak gelen kişiler farklı vizyonlarla kendi takılarını üretmişlerdir. Kendi bakış açılarını, felsefelerini, ideolojilerini bu takılara yüklemişlerdir. Yarattıkları takıları birer kavrama, hikâye anlatıcıya, mimari objeye, heykele, arkeolojik bulguya, sanat eserine, mitolojik öğeye hatta modern koruma kalkanlarına dönüştürmüşlerdir. Sanatsal takılara ilgi duyan kişilerin bu kavramsal yolculukta, kendini keşfetme, toplumdan farklılaşma ya da entelektüel bir duruş sergileme ve toplumda beğeni toplama güdüsü hissetmiş olabilecekleri düşünülmektedir. Hatta tılsım, korunma bereket gibi sembolizm içeren takılar söz konusu olduğunda bu hissiyat; korkularıyla başa çıkma, korunma, umut etme gücü bularak dilek ve isteklerine ulaşma düşüncesiyle o takıyı edinme, vücudunda taşıma isteğine dönüşmüştür.

Bu noktada özellikle son yirmi yılda takıda karşımıza çıkan inanç sembolizmi öğeleri içerisindeki mitolojik hikayeler değerlendirildiğinde; mitolojinin sanattaki yeri ve belirleyiciliği ne denli güçlü olduğu bilinmektedir. Sanat tarihi mitolojide çoğunlukla modernizm öncesi bazı dönemlere odaklanmıştır. Ancak günümüzde yaratılan sanatsal ve tasarımsal objeler söz konusu olduğunda, şüphesiz ki klasik sanattaki belirgin hikâye aktarımından farklı bir etki altında ortaya çıktığı düşünülmektedir. Çağımızda mitolojinin izini aramak, hem günümüz sanat eserleri ve sanatsal tasarımlarına yeni bir soluk getirecek hem de mitolojiyi günlük hayatımız içerisinde yaşatıyor olmak inanç sistemlerinin birbiri içerisine entegrasyonunun altını çizecektir. Günümüz takı tasarımlarında mitoloji; Dionysosçu başkaldırı felsefesi ile Türk-Şaman ve Anadolu mitlerindeki yaradılış, kök salma, güç ve etik değerlerin yanı sıra doğrudan mitolojik hikâyeleri yorumlayan sanatçıların eserlerinde vücut

bulmaktadır (Can, 1997). Çağımızda özellikle 2000 sonrası Modern ve Çağdaş Sanatın takı tasarımına etkisi, talebin sanat ve hikaye yönü güçlü takılarda yoğunlaşması, takının kendini ifade etme biçimi olarak da işlevlendirildiğini düşündürmektedir. Son dönem takılarında belli bir mitosun diğerlerinin çok önüne geçmediği görülmektedir. Popüler kültür içinde kendine yer bulan mitolojik karakterlere yapılan atıflar son dönem inanç sembolizmi içeren takıların çoğunluğunu oluşturmaktadır. Mitolojilerin popüler kültür üzerindeki etkisi ve tanınırlığı, sembolizm ile yakın ilişkisi ve çeşitli hayat görüşlerini yansıtan anlatılar ve karakterler içerdiği göz önüne alındığında, mitolojik hikayelere ve efsanelere yapılan atıflar ile mitolojik sembollerin yeniden yorumlanışlarının günümüz takı sanatı içinde öne çıkan ifade biçimlerinden biri olması şaşırtıcı değildir.

Tüm bu ifadelere dayanarak bu çalışmanın temel sorunsalları; takı da diğer sanat dallarında olduğu gibi toplumların karşılaştığı sosyal, kültürel, psikolojik, ekonomik, dini vb. sebepli değişikliklerden etkilenmekte ve bir ifade aracı olarak tepki vermektedir. Dolayısıyla 2000 sonrası Türkiye takı sanatında artan inanç sembolizmi temalı takıların sebebinin 2000 sonrası yaşanan sosyo-kültürel değişikliklere bağımlı olup olmadığı irdelenecektir. Ayrıca 2000 sonrası Türkiye'nin içinde bulunduğu sosyo-kültürel değişimler ile ekonomik ve siyasi konjonktür, Türkiye'de 2000 sonrası kendi tarzında eserler yaratan takı sanatçıların psikolojik ve felsefi açıdan inanç sistemleri üzerine çalışmaya yoğunlaştırdığı, hatta eserlerini birer ifade aracı, kendi ideolojilerinin dışavurumu olarak kullanıp felsefelerini halka aktarma amacı içinde olup olmadıkları incelenecektir. Son olarak toplumsal tavır açısından değerlendirecek olursak; çağımız insanının inanç sembollerini bedeninde taşımaya olan tutkusu, insanın iç dünyasının derinliklerine inme, eski öğretilerin yardımıyla içinde yaşadığı çağın zorluklarına karşı mücadele verme, güçlü kalabilme; kısacası inanç sembolizminin tılsım gücüne sığınma amaçlı olup olmadığı incelenecektir. Sonuç olarak çalışmanın amacı bu üç sorunsalda öne çıkan savları tespit etmektir.

1.2 Literatür Taraması

Bu çalışmanın çıkış noktası ve başlığı 2000 sonrası Türkiye Takı Sanatında İnanç Sembolizmidir. Bu konu başlığının seçiminde, yapılan araştırmalar doğrultusunda takı sanatında inanç sembolizmi kullanımının özellikle 2000 sonrasında yoğunlaşması yönlendirici bir unsur niteliğinde olduğu görülmüştür. Çalışma

sürecinde konuyla ilgili literatür taraması yapılırken konunun içerdği anahtar kelimeleri barındıran Türkiye’ de yazılmış tüm tezler, makaleler ve kitaplar online taranmış, online ulaşılamayan baskıların kütüphane ziyaretiyle basılı hallerine ulaşılmış ve incelenmiştir. İstanbul’da bulunan kütüphaneler, bünyesinde güzel sanatlar ve takı tasarımı bulunduran üniversite ve yüksek okulların kütüphaneleri tek tek incelenmiştir. Takı ve mücevher konusunda yazılmış yabancı kaynaklara ulaşılmış ve incelenmiştir.

Günümüzde sanatsal takıların incelenmesi ile sanatsal yoğunluğa sahip ve inanç sembolizmi ögesi barındıran takıların daha çok 2000’li yıllarda yoğunluk kazandığı yani 21. yüzyıl eserleri olduğu görülmüştür. Bunun altında yatan sebeplerden birisi farklı disiplinlerden gelen kişilerin takı sanatına yönelimleri iken, bir diğer sebep ise 2000 sonrası sayıları hızla artan butik takı tasarımcıları ve bu tasarımcıların birçoğunun modern sanat etkisinde veya Anadolu öz kültüründen beslenme eğiliminde olmalarıdır. Takı sanatçısı, akılda beliren duygu veya fikirleriyle sadece objeye şekil vererek değil vurguladığı kavramı değerlendirerek sanatsal objenin görsel yönünü güçlendirmelidir. Bu düşüncelerle tez çalışması kapsamına alınacak sanatçılar, takılarını 2000 sonrası hayata geçirmiş, kavramsal yönü güçlü, hikayesi olan, mesaj veren eserler yaratan, kendine özgü tarzı olan takı sanatçıları ile inanç sembolizmi teması içeren öne çıkan çalışmaları olarak belirlenmiştir. Belirlenen dokuz takı sanatçısıyla röportaj yapılacaktır. Çalışmanın 4. bölümünde tasarımcı röportajlarına değinilerek tasarımcıların inanç sembolizmi temalı takılarından seçkiler incelenecektir.

Çalışmanın bölümlerine kısaca değinecek olursak; ilk bölümü çalışma hakkında genel bilgi veren Giriş bölümüdür. İkinci bölümde kültürel bir öge olarak, bir ifade aracı olarak ve evrensel bir sanat biçimi olarak takı sanatı anlatılacak, sembolizm ve takıda inanç simgeleri bağlamında kavramsal takı olgusu ele alınarak açıklanacaktır.

Neredeyse insanlık tarihiyle eşit bir geçmişe sahip takılar kullanıcıya göre birçok şekilde tanımlanabilmektedir. Kimisi tarafından beden ve giysileri güzelleştiren süs aracı, imtiyaz göstergesi, zenginlik belirtisi olarak kullanıldıysa da kimisi tarafından sanat eseri olarak değer görmektedir. Takının birçok amacı ve tanımı olsa da ona sanat eseri misyonu yükleyen başat yönü takının hikayesi olan bir kültür aktarıcısı olmasıdır. Bu bağlamda takı sanatı şöyle tanımlanabilir; süslenmenin ötesinde, tıpkı bir sanat eseri gibi değerlendirilebilen, kavramsal ifade derdi olan ve bedende

taşınabilen sanat objeleridir. Yapılan literatür taraması göstermiştir ki günümüzde takı, toplumların sosyo-kültürel değişim süreçlerinde ortaya çıkan, duygusal ve kültürel öğelerdir.

Duyguların ifadesi için gerekli olan inanç sistemleri, simgebilim, semboller, hikayeler, metaforlar düşüncelerin somutlaşmış şeklidir. İnanç sembolleri, mitler, hikayeler birbirinden farklı olsalar da aslında birbirleriyle doğrudan ilişkilendirilmektedir. Günümüzde sanatsal takı; belli bir fikir, mit, inanç, hikaye gibi kavramsal bilgiyi esere yansıtarak mesaj içeren, hikayesi olan, özgün sanatsal simgeler yaratma çabasıyla oluşmaktadır. Bu bağlamda sanatsal takının onu yaratan kişinin duygularının, fikirlerinin, inançlarının, tarzının dışı vurumu, yani sanatçının iç dünyasını kendine has ifade etme şekli olduğu söylenebilir.

Çalışmanın 3. Bölümünde, takı sanatının insanlık tarihiyle eş zamanlı tarihsel gelişimi inanç sembolizmi odağında incelenecek ve 21. yüzyıla dek takının evrimsel değişimi değerlendirilecektir. 21. yüzyıla gelindiğinde toplumda ve sanatta göze çarpan sosyo-kültürel değişikliklerin takı sanatına etkisi işlenecektir. Takı sanatının doğuşu ve gelişimi de tıpkı inanma ihtiyacı gibi insanlık tarihiyle eş zamanlı olarak ilişkilendirilebilir. İnsanoğlu ilk zamanlarda giysilerini tutturmak, klan içerisinde statü sembolü veya hayvanlardan kendisini koruyarak hayatta kalmak için silah amacıyla takılardan faydalanmıştır. Bunun yanı sıra kendini gizli güçlerden, kötü enerji ve kötü ruhlardan koruma çabası ile uğur, tılsım ve büyüye olan inancın baskın gücü, takı kullanımını yaşıntının ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. İnsanoğlunun takı kullanım amacı tarih boyunca değişse de takının bir duyguyu dışı vurma aracı olarak kullanılması değişmemiştir. Korku, sevinç, aidiyet gibi birçok duygu takı aracılığıyla anlatılmış, takı bir anlatım ve ifade tarzı olarak kullanılmıştır. Kolye, taç, bilezik, iğne, yüzük, küpe, halhal gibi takılar Mezopotamya ve Anadolu Medeniyetleri, Mısır, Etrüsk ve Helen Kralları gibi tüm eski uygarlıklarda soylu sınıfların kendilerini gösterebilmek amacıyla taktıkları birer simge olmuştur. Görüldüğü gibi eski kültürlerde geleneksel yönüyle takı; muska, nazarlık, tılsım gibi formlarda oluşmuş, ya da kişinin önce kabile toplumu içindeki statüsünü belirlemek sonraları halk ve soylular arasındaki farkı vurgulamak amacıyla önem kazanmıştır. Ancak 20. yüzyıla gelindiğinde batılı toplumlarda yaşanan olağanüstü gelişmeler ve bunların sanata yansması tüm dünyada kültürel yapının değişmesine neden olmuştur.

20. yüzyıl sosyo-kültürel açıdan ele alınacak olursa büyük yıkımların, hayal kırıklıklarının yüzyılı olmuştur. 20. yüzyılın sanat anlayışına bakıldığında, yaşanan büyük krizlerden ve travmalardan sonra, insanın bu dünyadaki yeri, ahlaki değerleri, kim olduğu yeniden sorgulanmaya başlamıştır. Travma sonrası kuşağın sanata bakış açısı, insanı değerlendirmesi farklılaşmıştır. Günümüzde sanat modern insanın isteklerine, dertlerine, fikirlerine, tavrına göre değişmiştir. Geleneksel estetik değerlerin ve alışlagelmiş görme biçimlerinin değiştiği 20. yüzyılla birlikte sanatın nicelik ve nitelik açısından tamamen kendine özgü değerler geliştirip, geçmişle bağlarını büyük ölçüde kopararak, sadece kendi arzularıyla hareket etmeye başladığı söylenebilir. 20. yüzyıl sanat akımları genellikle hızlı endüstrileşmeyi takiben patlama yapan kentleşme ve kentte yaşayan bireyin sorunlarından beslenmiş olabileceği düşünülmektedir. 21. yüzyıla gelindiğinde ise; 20. yüzyılda yaşanan yıkımların psikolojik yansımaları ile teknolojik gelişmelerin hızı ve özellikle de kitle iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması birey ve toplum hayatını etkilemiştir. Tüm bu hızlı değişimin sanata yansması kaçınılmazdır.

Yapılan literatür araştırmalarına göre 21. yüzyılda sosyo-kültürel değişimlerin etkisiyle büyük İbrahimi dinlere olan ilginin yanı sıra mitolojilere, tılsım, büyü, ruhçuluk gibi paranormal yönelimlere olan ilgi de artmıştır, bunun yansımaları ise birçok sanat dalı ve popüler kültür öğelerinde görülmektedir. 2000 sonrası popüler kültür öğelerine baktığımızda örneğin “Harry Potter”, “Twilight Alacakaranlık Efsaneleri” ilkel toplumlardan beri süregelen büyücü, vampir efsanelerini romantik bir dille işler, günümüz dünyasına taşırlar. “The Lord Of The Rings” eski çağların öğretileriyle fantastik yepyeni bir dünya yaratmış, özgün kurgusuyla kendine has dil ve din geliştirmiştir. “Da Vinci’s Code” serisi insanlık tarihinin derinliklerinden gelen kadim öğretileri, sembollerle örülmüş şifreleri simge bilimcinin gözünden anlatmaktadır. Türkiye’deki örneklerden ilerleyecek olursak Zülfü Livaneli’nin “Şahmeran” Filmi Anadolu mitolojisinde önemli yer tutan yılan sembolü ve şahmeran mitini seyirciyle buluşturmuştur. Son dönemde ses getiren Türk yapımı “Atiye” dizisi ise; tamamiyle inanç sistemlerinin başlangıç noktası sayılması sebebiyle insanlık tarihinin seyrini değiştiren Göbeklitepe ve inanç sembolizmi üzerine kurgulanmıştır. 21. yüzyılda sanat dallarının birçoğunda kadim inanç sistemlerinin, mitlerin, mitolojik hikayelerin, kavramsal sanat bağlamında simgecilik ve inanç sembolizminin etkilerini görmek mümkündür. Söz konusu değişimler takı

sanatı açısından değerlendirildiğinde 21. yüzyılda alışlagelmiş takı algısının kalıplarının kırılmasına yol açmıştır. Takının geçirdiği dönüşümü takiben Türkiye’de sanatsal takı kavramının ortaya çıkışı da bu döneme denk gelmektedir.

Tezin 4. Bölümünde daha önce de belirtildiği gibi 2000 sonrası Türkiye takı sanatında inanç sembolizmi temalı özgün takılar tasarlayan, tasarımlarını ve markasını 2000 sonrası hayata geçirmiş 7 takı markası sahibi, 9 takı tasarımcısı belirlenerek röportaj yapılacaktır. Sorulan sorular neticesinde sanatçıların ideolojileri, bakış açıları, o sembolü, miti veya kavramı çalışmaya sevk eden duygular sorgulanacaktır. 21. yüzyıl sosyo-kültürel veya sosyo-dini değişimlerden etkilenip etkilenmedikleri irdelenerek 2000 sonrası Türkiye takı sanatında inanç sembolizmi temasındaki artışın sebepleri, inanç sembolizmi temalı takılara olan ilginin sebepleri konusunda fikirleri alınacaktır. Dokuz takı tasarımcısının inanç sembolizmi temasını ele alış ve takıya yansıtma şekli açısından takılarından farklı seçkiler incelenecek, sanatçıların takıda inanç sembolizmi tavırları yorumlanacaktır.

5. Bölümünde tüketiciler ve tasarımcılara yönelik yapılan anonim anketlerin sonuçları analiz edilecektir. Bu analiz sonuçları yorumlanırken yararlanılan grafiklerden ve analizlerde kullanılan methodlardan bahsedilerek değerlendirmeler yapılacaktır.

6. ve son bölümünde literatür taraması, röportajlar ve anketlerden edinilen bilgiler ışığında teze başlarken sorulan sorulara cevaplar aranacaktır. Sonuç ve Öneriler bölümünde varılmak istenen nokta bir sonraki hipotez başlığında detaylandırılacaktır.

1.3 Hipotezler

Günümüz toplumlarındaki sosyo-kültürel değişimlerin sanata yansması özellikle 2000 sonrası gelişen teknolojinin de etkisiyle sanatın gündelik yaşama daha çok nüfus etmesini beraberinde getirmiştir. Tüm bu değişim ve gelişimlerin takı sanatına yoğun etkisi olmuştur. Takı sanatçılarının çeşitli inanç sistemlerine ait imgeleri, hikayeleri ve inanç sembolizmini eserlerinde kullanmaları Türkiye’de de takının bir ifade biçimi olarak işlevlendirildiğini göstermektedir. Mitlerin popüler kültür üzerindeki etkisi ve tanınırlığı yüksektir ayrıca inanç sistemlerinin sembolizm ile yakın ilişkisi, çeşitli hayat görüşlerine vurgu yapan anlatılar ve karakterler içermesi takı sanatçılarının inanç sembolizminden beslenmelerini kolaylaştırmakta ve cazip

hale getirmektedir. Tüm bu muhteviyat göz önüne alındığında inanç sistemleri ekseninde hikayelere ve efsanelere yapılan atıflar ile çeşitli inanç sembollerinin yeniden yorumlanışları günümüz takı sanatı içinde öne çıkan ifade biçimlerinden olması şaşırtıcı değildir. Çalışmaya başlarken ispatlamak için yola çıkılan hipotezler aşağıdadır:

H1: Diğer sanat dallarıyla eş zamanlı beslenen ve gelişen takı, Anadolu coğrafyasında; önceki dönemlerde olduğu gibi 2000 sonrasında da sosyo, kültürel, ekonomik, dini etkilerle şekillenmiştir ve 2000 sonrası Türkiye’de sanatsal takı öğelerinde inanç sembolizminin sıklıkla karşımıza çıkmasının sebebi sosyo-kültürel etkenlerdir.

H2: 21. yy’ da Türkiye’de hikayesi olan sanatsal eserler üreten takı sanatçıları, içinde yaşadıkları sosyo-kültürel birikimlerinden beslenmişler sanatsal takılarda kullandıkları inanç sembolizmi temalı öğelerle kendi felsefelerini halka aktarmayı ve tasarımlarını bir iletişim aracı olarak kullanmayı amaçlamışlardır.

H3: Günümüz insanının takılar vesilesiyle inanç sembolizmi öğelerini vücudunda taşıması; kişinin toplum içinde farklılaşma çabasının yanı sıra, kişiyi içinde yaşadığı çağın zorluklarına karşı mücadele verebilme, korunma ve güçlü kalabilme gibi ihtiyaçlarla inanç sembolizminin tılsımlı gücüne sığınmaya yöneltmektedir.

1.4 Metodoloji

Çalışmaya başlarken Türkiye’de takı ve mücevher konusunda yazılan tüm tezler, akademik makaleler, takı tarihine yönelik çalışmalar incelenmiştir. Takının tarihi gelişimi ve 20. yüzyılda Dünya ve Avrupa’da takı sanatı konusunda Türkiye’deki online ve kütüphanelerden ulaşılan akademik kaynaklar ile özellikle çağdaş takı konusunda yazılmış Avrupa ve Amerika menşeli yabancı kaynaklar incelenerek, faydalanılmıştır. Yararlanılan kaynaklar tezin kaynakça kısmında paylaşılmaktadır. Literatür taraması sırasında konuyla ilgili tüm kaynaklar araştırılmış okunmuş ve yararlanılmıştır.

Takının tarihsel gelişimi, yüzyıllara göre evrimi, sanat olarak takı, sembolizm, dini-simbolizm, takı ve sembol ilişkisi, inanç sembolizminin artışına etki eden sosyo-kültürel sebepler gibi alanlarla ilgili yapılan literatür araştırmasında yararlanılan kaynaklardan bazıları aşağıda belirtilmektedir.

Takının tarihsel gelişimi, modern sanatın takı sanatına yansımaları, kavramsal sanat olarak takı gibi konularda yazılmış akademik tezler (Akyüz, 2020; Öner, 2020; Yağmur, 2007; Yeşilmen, 2018a) okunmuş, Kapalıçarşıda takı konusunda (Altınbaş Sarıgül, 2015) imzalı doktora tezinden yararlanılmıştır. Hakemli dergide yayınlanmış Anadolu medeniyetlerinde takı, giyilebilir sanat olarak takı sanatı, dini sembolizm, inanç sembolizmi, Bizans sanatında takı, modernizm etkisinde takı gibi konuları işleyen makalelerden (Dikmen, 2008; Dilmaç, 2015; Duru ve Şaman, 2015; Kızıl, 2018a; Koca, 2010; Köroğlu, 2004; Schon, 2004; Yeşilmen, 2018b; Yükçü & Atağan, 2011) yararlanılmıştır.

Ayrıca arkeolog yazar Altan Türe'nin takı tarihi, Anadolu medeniyetlerinde takı, takıda sembolizm konusunda yazdığı tüm kitaplar (Türe, 2004; Türe, 2011a; Türe, 2011b; Türe ve Erdener, 2006; Türe ve Savaşçın, 2002) ve makaleler okunmuş, yazarın kendisiyle iletişime geçilerek Türkiye takı sanatı ve inanç sembolizmi konusunda fikirleri alınmıştır.

2000 sonrası Türkiye takı tasarımında sosyo-kültürel, sosyo-dini yönelimlerin ve popüler dini değişimlerin sosyolojik olarak takıya etkisi araştırılırken yararlanılan kaynaklardan popüler dini yönelimlerle geniş kitlelerin tılsım büyü gibi konulara oldukça fazla yöneldiği öğrenilirken (Arslan, 2006; Arslan, 2010; Arslan, 2013;) 20. yüzyılda gözlemlenen sosyo-kültürel değişikliklerin toplum yapısı ve inanç sistemleri üzerindeki etkisi çalışılırken (Bell, 1976; Erinç, 1995) gibi kaynaklar okunmuştur. Takının nesilden nesle kültürel bir aktarım aracı oluşu ve kültür taşıyıcısı olma özelliği çalışılırken (İrepoğlu, 2013) makalesinden yararlanılmıştır. Ayrıca Prof. Dr. Mustafa Arslan ile iletişime geçilerek konu hakkındaki fikirlerine danışılmış ve kaynak konusunda yönlendirmeleri alınmıştır. 2000 sonrası popülist politikaların halkın üzerindeki sosyolojik etkisini açıklamaya yönelik yapılan okumalardan birisi de (Altıntaş ve Önder, 2021) ait makaledir.

Takı tarihi ile ilgili bölümler anlatılırken yararlanılan görsellerde genellikle akademik kaynaklar ve kitaplardan alıntı yapılmış, takı tarihinde 20. yüzyıl ve sonrası anlatılırken tüm görseller uluslararası makaleler, tezler ve online platformlardan alınmıştır. 20. ve 21. yüzyıl takıları anlatılırken yararlanılan online kaynaklar; Türk tasarımcılarla ilgili tasarımcıların kendi web siteleri, yabancı tasarımcılarla ilgili sanat müzeleri, popüler sanat makaleleri, çeşitli online sanat kuruluşları ve blogların online adresleri ve yine sanatçıların kendi web siteleridir.

Bunlara ek olarak, çalışmanın amacına ve sorunsalı oluşturan sorulara cevap ararken literatür taramasının yeterli olmadığı konular tespit edilmiştir. 2000 sonrası Türkiye takı sanatında inanç sembolizmi temalı takılara olan ilginin sebeplerini araştırırken takı tasarımcılarının konu ile ilgili görüşleri, tasarımcıyı inanç sembolizmi ögesi barındıran takı tasarlamaya iten faktörler ve bunun duygusal, kültürel, toplumsal, ekonomik nedenleri sorgulanmış ve en doğru cevaba birebir inanç sembolizmi temalı takılar tasarlayan tasarımcılarla görüşerek ulaşılabileceği tespit edilmiştir. İnanç sembolizmi temalı hikayesi olan takılar tasarlayan veya en az bir koleksiyonunu inanç sembolizmi üzerine kurgulamış, markasını ve tasarımlarını 2000 sonrası hayata geçiren dokuz tasarımcı belirlenmiştir. Tasarımcılar Arman Suciyan, Ece Şirin, Gülşah Sürel Erdem, Beste Cesur ve Yonca Albayrak, İris Suloş Özbaş ve Begüm Özbaş, Selda Okutan, Kutlay Tansel Susam ile röportajlar yapılmış, sorulan sorularla 2000 sonrası Türkiye ve dünyada inanç sembolizmi temalı takılardaki artışın sebepleri, Türkiye’de inanç sembolizmi konusuna yönelik toplumun ve tasarımcıların ilgisi ve kendilerini hikayesi olan inanç sembolizmi öğeleri barındıran takılar tasarlamaya iten sebepler irdelenmiştir.

Dahası, sorunsalda yer alan sorulara yanıt ararken iki ayrı anonim anket çalışması yapılacaktır. Anketler ile hem tasarımcıların hem de halkın inanç sembolizmi temalı takılar hakkındaki ilgi ve bilgi düzeyi değerlendirilecektir. Anketlerde sorulan sorularla hem tasarımcıların hem de halkın inanç sembolizmi temalı takılar hakkındaki düşünceleri, inanç sembolizmi temalı takılara olan ilginin sosyo-kültürel, sosyo-dini, sosyo-ekonomik sebepleri araştırılacaktır. Tasarımcılara yönelik ankette tasarımcıların inanç sembolizmi konusundaki görüşleri alınırken, takı tüketicilerine yönelik ankette takıya ilgisi olan kesimin inanç sembolizmi temalı takıları sevip sevmediği, seviyorsa hangi sebeplerle tercih ettiği sorgulanacaktır. Tasarımcı ve tüketicilere yönelik anketler Google forms üzerinde tasarlanmış ve cevaplar Google forms üzerinden çekilmiştir. Anketi dolduracak hedef kitleye ulaşırken demografik hedeflemeye dayalı ücretli reklam çıkmıştır. Tüketici anketini konuyla alakalı kişilere ulaştırabilmek için takıya ilgisi olan kişiler belirlenerek, anketler online reklam yoluyla ulaştırılmıştır. Kişilerin kimlik bilgileri alınmamış, kişilerin anketleri anonim olarak doldurmaları sağlanmıştır. Anket çalışmalarının analizleri çalışmanın 5. Bölümünde değerlendirilecektir. Temmuz 2021 ile Ocak 2022 arasında yapılan iki

anonim anket çalışması ve 2021 yılı süresince yapılan yedi röportaj çalışması için İTÜ Sosyal ve Beşeri Bilimler İnsan Araştırmaları Etik Kurulu onayı alınmıştır.

Sonuç olarak 2000 sonrası Türkiye takı sanatında inanç sembolizmi öğelerindeki artışın sosyo-kültürel sebepleri hem takı sanatçıları hem de halkın ilgisi açısından değerlendirilerek yorumlanmaya çalışılmıştır.



2. EVRENSEL BİR SANAT BİÇİMİ VE İNANÇ SEMBOLİZMİNİN İFADESİ OLARAK TAKI SANATI

Bu bölümde insanlık tarihiyle yaşıt olan takının hayatta kalma, korunma, inanma gibi en ilkel ihtiyaçlardan insanoğlunun gelişimiyle beraber kendini ifade etme aracı olarak kullanılma serüvenine dikkat çekilmektedir. Takının barındırdığı imgeler, işaret ettiği kavramlar ile sanat objesi olarak kabul görmesine değinilmektedir.

Takı; kendini ifade etme aracı olmaya başlamasıyla beraber binlerce yıl içerisinde bir kültür taşıyıcısı haline gelmiştir. Yoğun kültürel değerlerin sembolik anlamlar kazanarak takıya dönüşme süreci ise; yine neredeyse insanın varoluşuyla eş zamanlıdır. Günümüzde de modern insanın hala bilinçaltındaki manevi değerlere yani köklerine inip onları gün yüzüne çıkarma arzusu bu bölümde ele alınmaya başlayarak ilerleyen bölümlerde detaylandırılacaktır.

2.1 Evrensel Bir Sanat Biçimi Olarak Takı

İnsanın içerisinde yaşadığı sosyal ortamın düşünce tarzının, yaşam algısının, hayat görüşünün, toplumsal normlarının, inanç sistemlerinin, zevklerinin, günlük yaşantısının tümü hakkında mesajlar ileten ve insanın kendini süsleme sanatını en güzel şekilde dışa vuran vücutta taşınan derin anlamlar barındıran simgesel bir sanattır takı.

Hayatı ve kendisini tanımaya çalışan insan sorularının cevabını doğayı inceleyerek ve anlamlar yükleyerek bulmaya çalışmıştır. Doğanın içerisindeki canlı cansız gördüğü her şeye anlam yükleme ve bu canlı cansız doğal objeleri vücudunda taşıyarak kendisiyle bütünleştirme çabası, hep doğanın yani doğalın bir parçası olma, doğanın içinde saklanma arzusundan ileri gelmiştir. Doğayla iç içe olup doğaya öykünme, doğadan güç alma güdüsüne birçok örnek bulabileceğimiz gibi en yaygın örneklerden birisi olarak deniz (işçil) kabuğu söylenebilir. Kadın cinsel organına benzeyen deniz kabuğu; Asya, Avrupa, Avustralya, Afrika, Amerika, Mezopotamya, Anadolu gibi dünyanın neredeyse her bölgesinde aynı sebeple yani üreme, kök salma, doğurganlık tilsiminden umut ışığı yaratma, güç bulma amacıyla

kullanılmıştır. Bu durum şüphesiz takının içinde gizlediği mesajlar, barındırdığı sembolik anlamlar sebebiyle nasıl bir evrensel boyuta ulaştığının en net örneklerindendir. Farklı coğrafyalarda ve farklı zamanlarda aynı örneklerle karşılaşılıyor olmamız formların evrenselliğini ve takı sanatının ne denli güçlü bir kültür taşıyıcısı olduğunu kanıtlar niteliktedir (Hızal, 1990).

İnsanoğlu; düşmanları korkutma, kötü ruhları kaçırma, kendini koruma, tılsım, tanrıya yaklaşma, tanrılarla bağlantı kurma, doğa ile ilgili veya doğa üstü konulara olan merak, büyü gibi sebeplerle bedeninde farklı objeler bulundurmıştır. Takı kavramı binlerce yıl önce bu tür korku, ihtiyaç, güven, tercih gibi duygularla doğmaya başlamıştır. Takı kültürünün temelleri insanın hayatta kalmak, korunmak, inanmak gibi insana ait en temel ihtiyaçları karşılama amacıyla atılırken, insanlık tarihi içerisinde insanoğlunun yaşam koşullarına bağlı olarak ihtiyaç ve önceliklerin değişmesiyle takılar; toplum içerisinde varlığını kabul ettirme, sosyal statü kazanma, karşı cinsi etkileme, kendi cinsi içinde fark yaratma, süslenme gibi ihtiyaçlarla farklı bir boyut kazanmıştır (Türe, 2004).

Takı, insanlığın varoluşuyla eş zamanlı olarak tarih sahnesine çıkmıştır. Tarih öncesi çağlarda insanoğlu içinde yaşadığı coğrafyaya iklim koşullarına göre giyinme, hayvanlardan korunma ve korkutma, yağmur, sel, fırtına, kar, kuraklık, şimşek, yıldırım, ay tutulması gibi anlamlandıramadıkları doğa olaylarının karşısında çaresiz kalma, inanç, büyü gibi sebeplerle ya doğayı taklit etme ya hayvanları taklit ederek korkutma ya da inanılan tanrı veya ruhları taklit etme amacıyla tüy, dal, hayvan ve insan kemikleri, deri parçaları, taş, kabuklu deniz canlıları, çiçek bitki gibi materyalleri farklı şekiller vererek veya şekil vermeden sadece üzerlerinde taşıyarak ilk takıları oluşturmuşlardır.

Takı; insanlık tarihi boyunca her coğrafya, her medeniyette çeşitli amaçlara yönelik kullanımıyla karşımıza çıkması sebebiyle çok çeşitli tanımları vardır. Türk Dil Kurumu mücevheri “Değerli süs eşyası” olarak adlandırmaktadır. Mücevher eski Türkçe olarak adlandırılan Osmanlıca’dan evrilerek günümüze gelmiş cevher yani değerli taşla çevrili olan anlamına gelmektedir. Sonuç olarak değerli taş ve değerli madenle çevrili olan boyut önemsiz maddelerin tüm eşyalar mücevher olarak adlandırılmaktadır (İrepoğlu, 2016).

İngilizce’ de değerli ya da değersiz herhangi bir malzemeyle yapılan, insan bedeni üzerine takılan her şey “jewelry/jewellery” olarak adlandırılmıştır. Ancak Türkçe’de jewelry/jewellery kelimesine denk gelen iki kelime mevcuttur “takı ve mücevher”. Geleneksel kullanım uyarınca takı değerli ya da değersiz herhangi bir malzeme ya da malzemelerle üretilen beden üzerinde taşınan objeler iken Mücevher sadece değerli ya da yarı değerli taş (eski kullanımıyla cevher) ve değerli madenden oluşmuş vücut üzerinde taşınan objeler olarak tanımlanırdı. Çağdaş sanatsal takı tasarımında kullanılan değerli veya değersiz malzemelerin takının maddi anlamda değerine değil tasarımına etki eden araçlar olarak değerlendirildiği için bu çalışma boyunca takı ve mücevher aynı anlama karşılık gelecek olup kişinin bedeni üzerinde taşıdığı çeşitli amaçlara hizmet eden aksesuar objeler olarak kullanılacaktır. Takı eski dönemlerden beri barındırdığı değerli madenler itibariyle süslenme eşyası olmasının yanında, yatırım aracı, statü veya zenginlik göstergesi olarak algılanırdı Türk Dil Kurumu’nun geleneksel tanımlarından birisi de takı tanımıdır. Takı düğün ve nişanda geline takılan yüzük küpe gibi eşyalara verilen genel ad olarak tanımlanan takı aslında gerek nesilden nesile kültürel geçişin simgesi olması sebebiyle, gerek belli bir kavrama işaret eden simgesel, sembolik anlamlar barındırması sebebiyle gerekse sanatsal tasarımlarla donanarak tıpkı bir resim, heykel, mimari bezeme gibi sanatsal bir özelliğe bürünmesi sebebiyle son yıllarda geleneksel tanımından farklılaşarak sanatsal bir boyuta ulaşmıştır. Akyüz (2020) çalışmasında Prof. Dr. Meriç Hızal’ın takının bir sanat dalı olmasıyla ilgili altta yer alan sözlerine yer vermiştir:

İnsanın çevresini örgütlemesine mimari ve plastik sanatlar diyoruz. Kendi bedenini örgütlemesine dans, bale, onu estetize etmesine de takı sanatı diyebiliriz (Akyüz, 2020).

İnsanlık tarihiyle yaşıt olan ve ilk homosapienden modern insana geçiş aşamalarının iz düşümünü üzerinde taşıyan takı sanatı, sadece bir süs objesi olmaktan çok daha fazlasıdır. Takı barındırdığı anlamlar, verdiği mesajlar ile bir ifade aracı; kavramsal sanat, modern sanat, çağdaş sanat, sembolizm vb. gibi sanatın her döneminde karşılaştığımız sanat eserlerindeki benzerlikleriyle bir sanat objesidir. İnsanoğlu içinde yaşadığı coğrafyaya, zamana ve yaşam koşullarına göre kendi kurallarını şekillendirerek kendi kültürünü yaratır. Bu oluşum çağa göre değişmekle beraber bazen yıllar bazen yüzyıllar içerisinde gözlemlenirken çağımız iletişim çağında ise; milletler arası kültür alışverişi sayesinde çok daha kısa sürede kültür

geçişkenliklerinin yaşandığı gözlemlenmektedir. Bu geçişkenlik yöresel olarak başlayıp önce kendi ülkesini etkiler ve kabul gördüğü taktirde evrensel bir boyut alabilir. Eski dönemlerde kültür geçişkenliğinin halkları ve nesilleri etkilemesi çok uzun zamana ihtiyaç duyarken, günümüzde bu durum çok daha hızlı bir hale gelmekle beraber, yöresel bir kültürün geniş kitleler tarafından tanınması, sevilmesi hatta evrensel bir boyuta ulaşması da oldukça hızlı olabilmektedir (Koca, 2010). Her medeniyetin takıya da kendi geleneksel kültürünü yansıtması, kendi değerleriyle çeşitli anlamlar katması ile takı; kavramsal bir olgu haline gelmiş, medeniyetler arası kültür geçirgenliği yaratılmasında önemli bir rol oynayarak evrensel bir nitelik kazanmıştır.

Avcı toplayıcı toplumdan tarım toplumuna, yerleşik hayata geçiş sürecinde takı kullanım şekillerine göre ve toplumsal gelişmişlik düzeyiyle doğru orantılı olarak değişim göstermiştir. Avcı toplayıcı düzende takıların; korku, korkutma, taklit, cinsel kimlikleri vurgulama, karşı cinsi etkileme, tanrısal öğeler, tılsım etkisi ve inanç sembolizmi yönü takı kullanımında belirleyici olmuşken, toplumlarda gelişmişlik düzeyine bağlı olarak ekonomik gücü elinde barındıran, medeniyet ve kültür düzeyi gelişmiş olan bölgelerde takı; bir refah ve güç göstergesi, ekonomik sınıf vurgusu yapan sembol haline gelmiştir.

İlk ilkel topluluklardan, ilk modern insana ve çağdaş, günümüz insanına kadar insanlık, takıyı karşısındakilere olumlu ya da olumsuz bir mesaj vermek için, kendisini veya içinde yaşadığı topluluğun değerlerini göstermek için, yani bir ifade aracı olarak kullanmıştır. Tüm insanlık tarihinde takı vazgeçilmez bir beden giysi ve imaj tamamlayıcısı vazgeçilmez bir kültür aktarıcısı olmuştur. Takı diğer kültür aktarıcısı niteliği taşıyan tüm sanat eserleri içerisinde kuşkusuz en dikkat çekici ve en özenle yaratılmış olanıdır. Dolayısıyla takı hem erkek hem kadın için; bilinçli veya bilinçaltımızı uyarak bize estetik yanı güçlü gelen veya kendimizle özdeşleştirdiğimiz kavramları, sembolleri, kültür öğelerini üzerimizde taşıma, onlara sahip olma dürtümüzü devreye sokmaktadır (Köroğlu, 2004).

Günümüzde takı estetik kaygılardan uzak, sınırsız materyal kullanılarak vücut üzerinde sergilenmesi için üretilmiş sanat eserleri olarak kabul görmektedir. Modern insan takıyı yatırım ve süslenme aracı, sanat objesi veya semboller gibi belli bir kavrama işaret eden mesaj verme aracı olarak çeşitli sebeplerle kullanırken, çoğu zaman da takının binlerce yıl öncesinden günümüze aktardığı kültür ve manevi

gelenek sebebiyle üzerinde taşımayı tercih etmektedir. Dolayısıyla kültürel değerler barındıran, kültür taşıyıcısı olma özelliği üstlenmiş, hikayesi ve kavramsal ifade gücü olan takılar sanatsal takı kategorisinde değerlendirilmektedir. Bu bağlamda sanatsal takının tanımı şöyle yapılabilir; insan bedeni üzerinde taşınan malzeme sınırı olmaksızın her tür materyal kullanılarak üretilebilen varlığıyla insanlığı aktarmak istediği bir söylemi olan, yani bir ifade aracı olarak kullanılan sanatsal objelerdir (Yeşilmen, 2018a).

2.2 Bir İfade Aracı Olarak Takı

Takılar, insanoğlunun kendini güzelleştirme, kötülüklerden korunma, bolluk bereket içinde yaşama arzusu, huzur, güç ve refaha ulaşmanın göstergesi şeklinde pek çok amaçla kullanılmışlardır. Kullanım sebebi her ne olursa olsun takılan takılar; kişinin bireysel tarzı, zevkleri, tercihleri ve içinde yaşadığı toplum hakkında pek çok bilgi verirler çünkü takı kullanan herkes bilinçli veya bilinçaltının yönlendirmesiyle o takıyı üzerinde taşımaktan zevk almaktadır. Takı takan kişi muhakkak taktığı takıyı kendi hayatıyla bağdaştırır, takıya anlam yükler, takıyı kendisiyle özdeşleştirir, dolayısıyla her takının bir takılma sebebi vardır. Bu bağlamda kişiler takılarının barındırdığı anlam veya estetik değerleri sebebiyle takılarıyla bir bağ kurmaktadır. Kişinin stilini tamamlayan veya kişiliğinin bir parçası olarak gördüğü takılar hayatın diğer yanlarıyla birlikte uyumlu bir biçimde alışkanlık haline gelmiş, hatta bazen ihtiyaca hizmet etmiş, bazen de günlük yaşantının vazgeçilmezi olmuşlardır.

Kültür; toplumun en küçük yapı taşı olan bireyin içinde yaşadığı toplumdan edindiği öğretilerin tümünü kapsar. Öğretileri detaylandırmak gerekirse; yaşam tarzı, eğlence tarzı, ibadet tarzı, ahlaki değerler, doğru ve yanlış davranışlar, alışkanlıklar, manevi değerler, sosyal normlar, örf ve adetler, sanat, edebiyat, dil, din, inanış şekilleri, yaşantının ve hayatın içerisinde var olan her şeyin birey üzerine kodlanmasıdır kültür (Sharma ve Malhotra, 2007).

İnsanlık tarihi içerisinde sanat tarihini ele aldığımızda; insanlığın karşılaştığı tüm iyi ya da kötü olaylar, savaşlar, siyasi ve ekonomik krizler, salgın hastalıklar, kıtlık ve göçler, dini arayışları ve inanç sistemleri, devrimler, barış ortamları, ekonomik, kültürel ve teknolojik gelişmelerin sanat tarihini eş zamanlı olarak nasıl etkilediği ve şekillendirdiğini gözlemleyebiliyoruz. Takı sanatı da insanlık tarihiyle yaşıt olup sanatın diğer dalları gibi insanlığın karşılaştığı tüm olaylar ve tüm yaşanan tüm

gelişmelerden etkilenecek ve gelişerek günümüze ulaşmıştır. İnsanlık tarihi boyunca takı tarihi de iç içe incelendiğinde görülüyor ki tüm kültürlerde en naif ifade aracı hep takı olmuştur. Takılar uygarlıkların yaşadığı her tür sosyo-kültürel koşuldan etkilenecek gelişmiş ve en derin anlamları içinde barındırarak tarih boyunca kültürden kültüre aktarmışlardır. Bu yönleriyle bazı takıların barındırdığı kavramsal muhteviyat ile simgesel değerleri üzerinde taşıdığı materyallerin maddi değerinin çok üzerinde kıymet görmüştür. Takı tüm kültürlerde en naif özelliğe sahip, yoğun anlamlar barındıran kültür taşıyıcısı olma özelliğine sahiptir. Prof. Gül İrepoğlu Osmanlı Saray Mücevheri adlı kitabında takının sanatsal bir kültür taşıyıcısı olma özelliğine işaret ederken takının geçirdiği gelişimleri anlamının toplumsal tarihi tüm çıplaklığıyla anlamakla eşdeğer olduğunu belirtmiştir. Ayrıca tarih boyunca tüm sanat akımlarının değişimi ve gelişimini tarih içerisindeki takı sanatını değişimini inceleyerek çözümleyebiliriz. Bu yönüyle takı tarihsel değişimlere ışık tutan hem en net ve açık hem de çözümlenmesi en zor ve karmaşık olan ögedir (İrepoğlu, 2013).

2.3 Kültürel Öge Olarak Takı ve Takı Sanatında İmgelerin Sürekliliği

Prof. Dr. M. Zeki Kuşoğlu takının insan hayatındaki yeri ve öneminden bahsederken insanoğlunun ihtiyaçlarının her dönem farklı olduğunu ancak beslenme, barınma ve süslenme ihtiyaçlarının hep aynı olduğuna dikkat çekmiştir (Kuşoğlu, 1998). Takının tarihi sosyolojik açıdan incelenirse ortaya çıkışı insanların vücutlarını örtme ihtiyacından daha eski neredeyse insanlık tarihiyle eş zamanlı olduğu söylenebilir. Ancak takının kullanım amacı vücudu örtme gibi işlevsel ihtiyaçlardan dolayı gelişmediği görülür. Takının; kendisini meydana getiren toplumun toplumsal normlarından, örf ve adetlerinden alışkanlıklarında, inançlarından beslenerek vücut bulmuş kültür aktarıcısı olduğunu söylemek mümkündür. Kültür, bir inançlar, bilgiler bütünüdür; yani maddi değildir. Bu manevi bütün, uygulama halinde maddi formlara bürünür (Güngör, 2003). Her sosyal grup manevi değerlerinin tamamından beslenerek maddi imkanları uyarınca kendi kültürünü yaratmaktadır (Kafesoğlu, 1992). Bu yaratılar kültürü oluşturan toplumun en küçük yapı taşı olan bireye kodlanmıştır. Her bireyi tek tek gözlemlediğimizde hangi kültüre ait olduğuna dair çok fazla ipuçları alırız. Tüm bu ipuçları kültürün somut göstergeleridir. Her birey bilerek ya da bilmeden bu somut göstergeleri kullanarak kendi kültürünü diğer

kültürlere mensup olan başka bireylere veya toplumlara taşımaktadır. İşte bu milletler arası ve nesiller arası kültür geçirgenliği, kültür aktarımıdır.

Takılar antik çağlardan hatta bilinen tarih öncesinden günümüze kadar uzanan aynı amaca aynı görsellikle hizmet eden, binlerce yıllık tarihi değişmeden günümüze taşıyan kültürel öğelerdir. İnançlar, tılsımlar, duygular, istekler sembol formunda takıda vücut bulmuştur.

Metal takılar madenin icadıyla üretilmeye başlamıştır. Öncesinde insanoğlu doğada bulduğu organik tüm malzemelerle takı yapmıştır ve bu takılar genellikle bir amaca hizmet etmektedir. Bazıları sosyal statüyü veya bir klana aidiyeti gösterirken bazıları inançlara, tılsımlara göre farklı anlamlar yüklenmişlerdir. Ölüyle beraber değerli eşyalarının gömülmesi ritüeli sonucunda eski dönemlere ait birçok takı yerin altından hiç zarar görmeden çıkarılabilmektedir. Arkeolojik bulgular sayesinde çok eski çağlardaki günlük yaşantı, sosyal yaşantı, beşerî ilişkiler, sanat, kültür hakkında çokça bilgi edinmiş durumdayız. Dolayısıyla o dönemde önemli ritüellerde ritüelin amacı doğrultusunda toplumsal normlar, büyüler, statülere göre farklı takılar takılırken, doğum, ölüm, evlilik gibi önemli günlerde o günün ya da olayın önemine göre farklı takıların takıldığını görmekteyiz (Türe, 2011a). Takı amacı itibarıyla sadece süslenme aracı olmamış, bazen güç, soy, statü göstergesi iken, bazen toplum içindeki sosyal statüyü bazen de kötü ruhlardan, kötü enerjilerden koruyan, kişinin dileklerinin yerine gelmesini sağlayan tılsım amacıyla kullanılmıştır.

Modern insan bilinçaltındaki zengin mitolojik evrenle günümüzde yaşantısına devam etmektedir, bu mitolojik evren öyle geniş ve güçlüdür ki çoğu zaman akli ve mantığıyla görebileceğinden çok daha fazla görmesine ve algılamasına imkân tanımaktadır. Günümüzde bilimsel veriler ışığında yapılan tüm hareketler dahi imgeler ve simgelerle doludur. Yani imgeler hiçbir koşulda ve zaman diliminde gücünü yitirmez, işlevi aynı kalmak suretiyle, sadece simge şekli değişebilir. Yani baktığımız simgenin ne olduğunu eski köklerine giderek anlamlandırabilmek için modern makyajını silmek gerekir. Bu geniş manevi mitsel evren modern insanın her anına ışık tutmaktadır sadece bu zenginlik modernleşmiş, sekülerleşmiş, güncellenmiş yeni haliyle günümüz koşullarına ayak uydurmuştur (Eliade, 2017a).

İnsan psikolojisinin kolayca kabul etmek istemediği insanın başına gelen kötü olaylar, kötülük kavramı, ölüm, yoğun duygular, tanrı inancı gibi kavramları da inanç

sistemleri açıklamaya çalışmaktadır. İnsanoğlu yaşadığı şiddet, çeşitli kötü doğa olayları, hastalık, ölüm gibi olaylarla karşılaştığında mantıksal bir açıklama bulamadığı hallerde çeşitli ritüellere, inanç sistemlerine ve sembollere başvurarak bunlardan medet ummuştur. Bu bağlamda ritüeller ve semboller inanın karşılaştığı ve anlamlandıramadığı zor koşullarda, bir nevi oyunculuk sergileyerek olmasını istediği durumu yaşıyormuş gibi davranması ve bilişsel olarak anlamlandıramadığı duruma bir nevi anlam yükleme çabasıdır. Bu çaba zaman içerisinde her insan gurubunun kendi kültürünü oluşturmaya sebep olmuş ve ortak değerler dilden dile dolaşarak kültür entegrasyonu ile evrensel kültürleri meydana getirmiştir.

İnsanın karşılaştığı olayları bilişsel olarak ya da o döneme kadar oluşan bilgi düzeyiyle çözemediği, bir anlam veremediği durumlarda bilinç bilinç dışının ürettiği metafiziksel öğeler görevi devralır. İnsanın varoluş serüvenleri, mitolojiler, inanç sistemleri hep bu korku ve umut ikilemi arasında giderken ortaya çıkmıştır (Eliade, 2017b). (İnsanları kötülükten, kötü enerjiden koruyan nazar boncuğu, hamsa; kötülüğü uzak tutup umut edileni yaklaştırmaya gücüne inanılan deniz kabuğu istiridye; bolluk bereketi simgeleyen nar, turna kuşu, kuş kanadı, nal; doğurganlığın ve sonsuz döngünün sembolü olan ana tanrıça, hayat ağacı gibi semboller insanın bilinçaltında yarattığı olguları somutlaştırmak ve anlamlandırmak üzere ortaya çıkmış kültürel değerlerdir (Yalçın, 2016).

Bahsi geçen tüm bu yoğun kültürel sembolik değerlerin süreç içerisinde güçlenerek, bu değerlerden daha çok faydalanma veya korunma amacıyla vücutta taşınan takılara dönüşmüştür. Yoğun kültürel değerlerin sembolik anlamlar kazanarak takıya dönüşme süreci ise; neredeyse insanlık tarihiyle eş zamanlıdır. Günümüzde hala bilinçaltımızdaki değerlerimize yani köklerimize inip onları gün yüzüne çıkarma arzumuz bu çalışmaya ilham veren ve çalışmanın en heyecan verici unsurudur.

2.4 İnanç Sembolizminin İfadesi Olarak Takı

İnsanın varoluşuyla birlikte tarih sahnesine çıktığı düşünülen takının, bulunan ilk örnekleri insanın takıyı kendini süslemek için takmadığı, takı vesilesiyle çevresine, düşmanlarına, kötü ruhlara korku salmak, çevresine mesaj vermek veya takının barındırdığı anlam ve/veya takının tılsımı sayesinde amaçlarına ulaşmak için takıyı üzerinde taşıdığı bilinmektedir. Takılar ilk dönemlerde kendileri direkt belli bir amaca hizmet ederken, sonraki süreçte çağrıştırdığı kavrama ithaf eden sembolik

öğeler halini almışlardır. Sembolik gücü çok yüksek olan takılara bakıldığında görülüyor ki; kişi yaşantısı içerisinde edindiği bilgileri, öğretileri, tecrübeleri, içsel gelişim yolculuğunu, edindiği toplumsal bilinci, içinde yaşadığı sosyal çevrenin toplumsal normlarını ve hatta tanrı inancını takıya aktarmıştır.

Takı bir ifade aracı haline geldiğinden beri çok değerli bir kültür taşıyıcısı olma özelliği kazanmıştır. Semboller kültürel değerler içerisinde çok önemli bir yere sahiptir. Leslie White'a göre kültür; maddi, manevi değerlerin, duyguların, düşüncelerin, yargıların sembollerden oluşan simgelere dayalı bir örgütlenme biçimidir (aktaran Güvenç, 2003). Kısacası küçük küçük simgelerin birleşimiyle arka planda kodlanmış sembollerin tamamı kültürü oluşturmaktadır. Sembol ile kültür kendi öğelerini de geçirmektedir. Semboller çok farklı alanlarda kullanılmalarına rağmen ortak amaçları herkese aynı şeyi işaret etmektir (Ersoy, 1990). Dolayısıyla semboller bir kültüre ışık tutan ayna gibidir. Tıpkı ayna gibi gerçek görüntünün dışında zahiri birçok çağrışımı da izleyiciye sunmaktadırlar.

Kültürün devamlılığı ve yeni nesillere aktarılmasında çok önemli bir yere sahip olan sembol maddi veya manevi kavramları insan zihninde çağrıştırılmasında büyük rol oynamaktadır. Sembolün bu gücü tüm inanç sistemlerince kullanılmış, dini öğelerin toplum arasında kabul görmesi, diğer toplumlara tanıtılması ve yeni kuşaklara aktarılması için en önemli araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Sembollerin bu denli yoğun kullanımı sembolik anlatımın ortaya çıkmasına sebep olmuş, dini kavramları sembol vasıtasıyla çağrıştıran inanç sembolizminde de kendisine çok geniş bir yer bulmuştur (Koca, 2010).

İnanç sembolizminin takıya yansıması tıpkı takının tarih sahnesine çıkması gibi insanın varoluşuyla eş zamanlı gelişmiştir. Tanrıların yeryüzündeki temsilcileri din adamları, bu güçlerini insanlara göstermek için birçok yöntem kullandılar. Ayinlerde, tanrılarla iletişim kurmalarına vasıta olduğunu düşündükleri birçok simgeyi üzerlerine giydiler veya taktılar. Yapılan bu ayinlerde kötü ruhlardan korunmak ve bereket için tabiatı ve insanları kutsarlardı. Tanrılar tarafından bağışlanan semboller ve bu sembollerin güçlerini, tanrılar ve rahipler üzerlerinde taşırlardı. Bu semboller, kıymetli maden ve taşlardan yapılırdı (Kuşoğlu, 1998).

2.4.1 İnanç sembolizmi

İnsanlar tarihin her döneminde beşerî ve dini ilişkilerini dil üzerinden gerçekleştirmişlerdir. Ancak dilin yetersiz kaldığı yani anlatılmak istenen kavramı tam olarak ifade edemediği haller olmaktadır. Bu gibi hallerde devreye sembol kavramı girer. Sembol; kendisi dışında bir gerçekliğe işaret eden, herhangi bir şeyle aynı anlamı ifade eden veya o şeyi dolaylı olarak anlatmaya/göstermeye yarayan bir eşya, bir hareket/eylem veya insanların metaforik olarak herhangi bir varlığı ya da düşünceyi işaret etmek için ürettikleri herhangi bir şey veya bir şekildir (Bevan, 1962; Hinnells, 1985; Kimpel, 1954). Sembol kelimesinin kökeni binlerce yıl öncesine eski Yunanca'da symbolon kelimesine dayanmaktadır, Latince'deki kullanımı 4. yüzyılda symbolum, Avrupa dillerinde symbole, symbol olarak karşımıza çıkarken, Türkçe'ye sembol olarak geçmiş veya bazı kavramsal kullanımlarda simge olarak kullanıldığı görülmektedir (Tokat, 2004). Kelimenin kökenini incelediğimizde bütünü tanımamızı sağlayan yani bize genel resmi veren parçaların her birini işaret ettiğini görüyoruz (Koca, 2010). Bu çerçevede sembol kavramıyla ilgili pek çok tanım bulunmaktadır bunlardan sembol ve kültür ilişkisini en çok vurgulayanı insanın hayatı boyunca bir şekilde maruz kaldığı tüm bilgilerin bilinçaltında yer edip bilinç dahilinde ortaya çıkaramadığı bazı şeyleri, kendisiyle ilişkilendirip dile getiren veya ortaya çıkaran şekil veya işaretlere sembol denir (Benton, 1965). Belkıs Temren'in tasavvufî bakış açısıyla semboller, insanın duygularıyla anlamlandıramadığı bazı şeyleri anlamlandıran, bir şekilde algılamasını sağlayan veya somutlaştırmasında yardımcı olan şeylerdir (Temren, 1995).

İnsanoğlu mağara resimlerinden yani kendisini çizerek ifade etmeye başladığından bu yana sembol insan yaşantısında hep var olmuştur. Sembol insanın kelimelerle ifade etmekte zorlandığı, dilin, yazının, çizimin yetersiz kaldığı noktada geliştirdiği en güçlü iletişim ve ifade aracıdır. Semboller insan zihninin düşleyebildiği; sanatın her dalı, edebiyat, düşünce sistemleri, inanç sistemleri, bilim gibi her alanda hayatı ve evreni şekillendirircesine var olmuşlardır. İlk insandan bu yana semavi dinler ve tüm inanç sistemleri ile öğretilerde semboller yoğun bir şekilde yer almıştır. Günümüz modern toplumlarında da sembol kavramı kendisini güncelleyerek tüm ideolojiler ve dinlerin içinde vazgeçilmez bir unsur olarak yer bulmaya devam etmektedir (Kızıl, 2018a).

Sembolün tarihini tarihi olaylar ve kültür bağlamında değerlendirecek olursak. Çok fazla sembol tarihe damga vuran olayların beraberinde kimlik kazanmıştır diyebiliriz (Eliade, 1965). Buna Hristiyanlıkta Hz. İsa'nın çarmıha gerilişinden sonra haç sembolünün kazandığı mana ve yine Hristiyanlıkta Evharistiya ayininde şarap ve ekmeğin Hz. İsa'nın eti ve kanıyla ilişkilendirilmesi Hz. İsa'nın havarileriyle yediği son akşam yemeğinden sonra olmuştur. Sembolün oluşumunda diğer bir tarihi süreç de kültür olduğu düşünülmektedir. Kültür bir sembolü kendi içerisinde organik bir kültürel değer olarak üretmiş olabilir. Diğer kültürlerde de kültür geçişleri vesilesiyle aynı sembolle karşılaşmamız bu sebeptendir. Yani semboller insanı ilgilendiren doğa olayları, gece-gündüz, doğum-ölüm, ilkbahar-sonbahar, ayın, yıldızların, gezegenlerin, dünyanın döngüsü, ziraat, krallıklar, dini oluşumlar ve değişimler, sanayi, teknoloji ve kültürel olaylar ile veya bunlara bağlı olarak ortaya çıkmış ve şekillenmişlerdir.

Dini sembolizm dendiğinde tüm dinlerde karşımıza çıkan dini sembollerin ortak noktaları hepsinin tanrıya atıfta bulunmalarıdır. İlahi mesajlar insanın da içinde olduğu tüm yaratılanların ve yaratılışın orijininden kaynaklanıp bize ulaşmaktadır. Dini semboller de hakikatin merkezinden gelen bu mesajları araya dil ve dilin kelimelere dökülmüş hali olan yazı gibi yetersiz iletişim araçlarını sokmadan sembolün tüm yoğunluğu ve maneviyatını kullanarak insanlığa aktarmaktadırlar (Kılıç, 2013). René Guénon'a göre iman ise; tanrının kendi silüetini sembolik anlatımlar ile zuhur ettirme şeklidir (Guénon, 2001). Bu açıdan baktığımızda dinde sembol; insanlığa aktarılmak istenen dini fikirleri çeşitli şekillerle iletme aracıdır.

Tüm inanç sistemleri gerek şekil, nesne, işaret gerek resim, heykel, müzik gibi sanat ögesi gerekse bitki, çiçek, ağaç, dağ, deniz, ırmak, gökyüzü, ay, güneş, yıldız gibi doğanın içinden gelen kavramları kullanarak sembole başvurmuştur. Görülüyor ki semboller her alanda ve her şekilde karşımıza çıkabilecek kadar zengin bir içeriğe sahiptir. Konu Dinler Tarihi açısından ele alındığında dini metinler, ibadetler, öğretiler vb. acıdan hemen her dinin zengin bir sembolik içeriğe sahip olduğu, her dinin sembollerle örülmüş olduğu görülmektedir (Eliade, 2003). Dinlerin semboller içermesi insanın sembolik bir varlık olmasından sembollerle daha hızlı anlayabilme özelliğinden kaynaklanmaktadır. Dinlerin kendi inananlarına maneviyat yoğunluklu soyut anlamlar aktarması, dinin doktrinlerini öğretmesi semboller vasıtasıyla daha hızlı ve pratik olmaktadır. Anlamak, insanın önemli bir yetisi iken anlamamanın yetersiz

kaldığı durumlarda yardımcı öğelerden yararlanılmaktadır (Eliade, 2017b). İster din adamı ister halktan biri herhangi bir dindar sayfalarla ifade edilecek bir manayı semboller vasıtasıyla kısa bir zaman içerisinde manayı anlamakta ve muhatabına iletmektedir. Yahudilik, Budizm, Hinduizm, Hristiyanlık, Zerdüştlük vb tüm dinler için düşünüldüğünde dini öğretilerin sembollerle tüm din mensuplarına daha rahat ifade edilebileceği, yine dinin muhatabının insan olduğu düşünüldüğünde ister din adamı ister okumamış bir din mensubunun dini sembolleri daha rahat okuyabilecekleri anlaşılır (Kızıl, 2018a).

Bu noktada işaret ve sembol arasındaki farka kısaca değinmek gerekir. İşaret, sembol bazen karıştırılsa da aslında aralarında oldukça ciddi bir fark vardır. İşaretler doğrudan bir nesneye ya da anlatmak istediği şeye kılavuzluk eder, yani işaret doğrudan bir yönlendirme aracıdır ve işaretleri ihtiyaç halinde değiştirmek mümkündür (Tillich, 1968). Dolayısıyla işaret ile gösterdiği nesne arasındaki ilişki çok basittir hatta bu ikisi doğrudan eşittir de denebilir. Ancak semboller temsil ettiği düşünce, inanç ya da kavramın vekili değil o düşünce veya kavram ile bütünleşen, hatta onun vücut bulmuş hali olarak adlandırabileceğimiz değiştirilmesi neredeyse imkânsız olan organik ve köklü yapılardır. Semboller herhangi bir şeye işaret etmez bizzat gerçekliğin saklı gizli kalmış, bilinmez taraflarını gün yüzüne çıkarırlar (Tillich, 1968).

Sembollerin farklı uzmanlık alanlarına göre birçok sınıflandırması yapılmaktadır. Sembollerin 4 grupta incelendiği bu sınıflandırmanın her maddesine müdahil olan semboller bu çalışmada incelenecek takıda inanç sembolizmi öğelerini kapsamaktadır.

Dil sembolü; tüm kültürlerin kendi dillerde yer alan çok değerli ve temel sözlerin tümüdür denebilir. Dinlerde geçen tüm ses, şekil, kavram hepsi birer semboldür, çünkü hepsi soyut olan maneviyata, ruhani boyuta anlam yükler (Kızıl, 2018b).

Organizasyon sembolleri; bu semboller aslında dini sembollerin diğer adıdır. Tamamen dini amaçla yapılan etkinlikler, ibadetler, rutinler, ayinler bu kapsama girer. Mitolojilerden, ilkel dinlerden günümüze uzanan dini amaçla yapılan aksiyonların tümünü içerir (Atasagun, 1997).

Tabiat sembolleri; İnsanın günlük yaşantısında şahit olduğu doğa ve evrenin içerisindeki sembollerdir. Ağaç, çiçek, bitki, kuş, güneş, yıldız, ay, dünya, insan, hayvan hepsi bu sınıflandırmaya dahil olur.

Sanat sembolleri; İnsan zihninin gücüyle bağlantılar kurularak yaratılmış sanatın her dalında karşımıza çıkan sembollerin tümüdür (Schimmel, 1954).

Dini sembollerin her iki maddeye de dahil olduğu bir sınıflandırma şu şekildedir. Bu sınıflandırmada semboller temsil ettiği kavrama ne kadar karşılık geldiğine göre şeffaf ve şeffaf olmayan semboller diye ikiye ayrılmaktadır (Atasagun, 1997).

Şeffaf semboller; bu tarz semboller anlamlandırmak istediği kavramı başka bir dil veya ifade şekliyle daha rahat anlayacağımız sembollerdir. Bu semboller farklı sembollerin yerine de kullanılabilir (Schimmel, 1954).

Şeffaf olmayan semboller ise; tamamen soyut ve oldukça yoğun maneviyata sahip olan kavramları anlamlandırmak için kullanılırlar ve asla değişmez başka bir sembolün yerine kullanılamazlar tüm dini semboller bu sınıfa dahil edebiliriz (Schimmel, 1954).

Dini semboller niteliklerine göre ayrıştırmak gerekirse: Çağrıştırma, somutlaştırma, yerine geçme, canlı olma, olumlu ve olumsuz olma niteliklerine kısaca değinmek gerekir.

Çağrıştırma niteliği; semboller insan zihninin kolaylıkla algılayamadığı kavramları ya da çok derinlerde manevi yoğunluğu yüksek olan fakat aklın saf bilgiyi açığa çıkaramadığı durumlarda semboller devreye girer ve çağrıştırma yaparak saf bilgiyi derinlerden gün yüzüne çıkarır, üstü kapalı, gizli kalmış maneviyatı gerçekliğe insanın anlamlandırabileceği bir noktaya ulaştırır.

Somitlaştırma niteliği; semboller, beş duyu organımızla algılayamayacağımız soyut kavramların semboller vesilesiyle somutlaştırarak daha kolay algılanmasını ve akılda kalmasını sağlar.

Yerine geçme niteliği; semboller bazı kavramlara işaret etse de o kavramı her yönüyle açıklayamadığı durumlar olabilir. Bu gibi durumlarda sembol tamamıyla anlatmak istediği kavramla kendisini özdeşleştirir yani o kavramı temsil eden bir şekle bürünür. Mitolojik ve sanatsal semboller bu özelliği yoğun olarak barındıran sembollerdir. Dinsel semboller ise; ilişki kurmanın çok güç hatta imkânsız olduğu bir

yapıyı yani insan zihninin hayal edebileceği sistemin dışındakini anlamlandırmak için temsiliyet becerisini devreye sokar.

Canlı olma niteliği; semboller tarih içerisinde tarihi ve insanlığı etkileyen olaylara bağlı olarak organik bir şekilde kendiliğinden ortaya çıkmışlardır. İnsan eliyle yapılan yapılar değildir bu nedenle de canlıdır, yaşar, gelişir değişime uğrayabilir hatta kendiliğinden ortadan kalkabilirler.

Olumlu ve olumsuz olma niteliği; dinsel sembollerin en öne çıkan özelliği o dine mensup olan insanları hatta toplumları tek gaye altında birleştirmesi bütünleştirmesidir. Bu sembollerin olumlu yönünü gösterir. Ancak bir yandan birleştirirken diğer yandan o dine mensup olmayan kişilerce tepkiye ve büyük yıkımlara neden olabilir. Bu da sembollerin olumsuz yönleri olduğunu da göstermektedir (Koç, 1995).

Dini Sembolizmi tersinden okunacak olursak Durkheim'in savları farklı bir güzergaha işaret etmektedir. Durkheim'in mitoloji ve ilkel inançların ortaya çıkışındaki totem ve sembolizm ile ilgili araştırmalarının bulgusu şu şekildedir: ilkel inançların doğuş mitolojilerinde tanrıların yarı insan, yarı hayvan sembolizmi içermesinin kökeni bu ilkel inançlardaki totem geleneğine bağlanabilir (Durkheim ve Swain, 1915). Malinowski de aşırı, uç boyutlarda tanrı tasvirlerinin günlük hayatta rastlanan güçlü veya artı değere sahip hayvanlara ithaf etme ihtiyacını yine o dönemlere denk gelen totem geleneğinden ileri gelebileceğinden bahsetmiştir (Durkheim ve Swain, 1915). Tanrı ile insan arasında bağ kurmak, ibadet ederken, hatta günlük yaşantısı içerisinde insana tanrıyı çağrıştırmak insanın doğa içerisinde tanrının bir yansıması olduğuna dikkat çekmek adına yapılan insan ve hayvan silüetinde heykel veya putlar zaman içerisinde tanrılaştırılmış ve ilk amacının çok ötesine geçerek tanrıya ulaşmaktaki araç olma görevinden uzaklaşmış bizzat tapınılan tanrının yerine geçmiştir. Bu bağlamda dini semboller tanrı ile kurulmak istenen bağda soyuta ulaşmak için somut bir araçken, ilerleyen süreçte sabit bir anlam kazanmış hatta ulaşılacak istenen soyut mananın kendisi haline gelmişlerdir (Kaval, 2015).

Kadim ve engin bir derinliğe sahip inanç sembolizmi hayatın her alanına olduğu gibi günümüz takılarında da yoğun bir şekilde karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın sorunsalını oluşturan başlıca sorular şunlardır: Takılarda karşılaştığımız

inanç sembolizmi öğelerini vücudunda taşımayı tercih eden modern insanın bilinçaltındaki köklerinden gün yüzüne çıkardığı maneviyatına olan bağlılığın altında yatan sebepler nelerdir? O maneviyattan medet ummak mıdır? O maneviyattan alınan güç vesilesiyle mevcut tanrı inancına yaklaşmak mıdır? Yoksa sadece bilinçaltının dürtüleriyle estetik açıdan çekici bulunan inanç sembolizmi öğelerinin günlük imajı tamamlayan bir aksesuar olarak görülmesi midir? Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde bu sorulara yanıt aranmaya çalışılacaktır.

2.4.2 Takıda inanç simgeleri

Takılar; bir yandan kişilerin tarzını tamamlayan aksesuar olma özelliği ile zarif ve güzel olana dikkat çekerek estetik algıları uyandırırken diğer yandan sadece süslenme amacı ile değil içerdiği anlamlar, aktarmak istediği mesajlar nedeniyle çok tercih edilirler. Takılar işaret ettiği kavram veya barındırdığı anlam sayesinde kötülüklerden koruma, sabır, huzur, bereket verme veya güç kazandırma vb. unsuru olarak kabul görüp tercih edilmişlerdir. Doğanın parçası olan insan ve inanç sahibi insanın kullandığı takılar bu tür çeşitli amaçlara, kavramlara işaret eden ya da tılsım özelliği olan takılardır. Her toplum kendi kültürünü yaratırken her kültür kendi değer yargıları uyarınca kendi takı sanatını geliştirmiştir. Dolayısıyla her medeniyet kendi sanatını, kültürünü, moda tarzını, ekonomisini, teknolojisini, estetik algısını, dini değerlerini, ibadet şekillerini geliştirirken takı sanatı da bunlara bağlı olarak gelişmiştir. Nasıl arkeolojik kazılarda bulunan takılar kendi medeniyetinin ekonomisi, teknolojisinin gelişmişlik düzeyi, inanç sistemleri, manevi değerleri hakkında bizlere bilgi veriyorsa, içinde bulunduğumuz medeniyetin yansıması olarak ürettiğimiz takılar da gelecek kuşaklara bizim medeniyetimiz hakkında ışık tutacaktır (Türe, 2004). Önceki başlıklarda da bahsedildiği gibi takılar medeniyetlerin gelişmişlik düzeylerinden birebir etkilenen sanat objeleri olarak önde gelen kültür taşıyıcılarındandır. Her medeniyet kendi kültürünü geliştirmektedir, dolayısıyla her toplum kendi takı sanatını yaratmıştır. Yaşadığımız coğrafya üzerinde yaşayan toplulukların her birinde ortak inanış olan nazar ile kötü gözden, kötü enerjiden korunma inancı çerçevesinde gelişen nazar boncukları veya nazar temalı takılar üzerinde yaşadığımız topraklarda gelişen kültürün takıya yansımasının önde gelen örnekleridir.

Doç. Dr. Nilgün Çıblak nazar inancı ile ilgili yaptığı araştırmada şöyle yazmıştır: Nazar çok eski dönemlerden bugüne dek yaşadığımız coğrafyanın her bir yöresinde çok ufak nüans farklılıklarıyla karşımıza çıkan bir inanış ve imgedir. Zaman içerisinde bu inanış çeşitli simgelerle bağdaştırılmış ve sembolik kullanımları oluşmuştur. Trakya ve Anadolu coğrafyasını gezdiğimizde nazar ve kötü enerjiye karşı koruduğuna inanılan çiçeklere asılmış yumurta kabukları, mavi renkli boncuklar, at nalı, ortası delik taş, hocaya muska yazdırıp boynunda taşıma gibi uygulamalar görürüz ve açıkça şöyle söyleyebiliriz ki; nazar inancı kendi sembolizmini yaratmıştır (Çıblak, 2004).

Anadolu coğrafyasında kullanılan inanç sembolizmi öğelerinden bazıları incelenecektir. Semavi dinlerle beraber Tanrıça kültleri etkinliğini yitirmekle birlikte, farklı semboller kullanılmıştır, ancak bu sembollerin içerisinde de kadim kültürlerin etkisi görülmekte hatta tüm inanç ve semboller iç içe geçmiş şekilde günümüze ulaşmaktadır. Bunların önde gelenleri nazara, kötü enerjiye karşı koruduğuna inanılan sembollerdir. Sembol olarak genelde insana işaret eden insanın uzvu veya organı kullanılır. El insanın işaretidir, sabrın, sadakatin, bereketin sembolüdür. Göz nazar, kem göz inancıdır, tılsımları ise ortaktır insanı kötü enerjiden korur göz şekli aslında üçgen formuna benzediği için kötü enerjiyi kovan bir sembol olarak günümüze kadar gelmektedir aslında kökeni çok daha eski dönemde türemiş üçgen sembolünün ikonografisinden gelmektedir. En iyi nazarlık, mavi camdan yapılandır. Akik, kalsedon, turkuaz, lapis lazuli gibi doğal taşlara göz görünümü verilmiş böylece nazara karşı etkilerinin arttırıldığına inanılmıştır (Türe, 2004).

Nazara karşı korunmada mavi boncuk ve 'Fatma Ana'nın eli' olarak adlandırılan takı çeşitlerini kişinin üzerinde taşıması en çok başvurulan yöntemdir (Şekil 2.1). Ayrıca kökleri şamanizme uzanan inanç ve uygulamaların sembolik ifadesi olan nazar boncuğu, nazarla ilgili inanç ve uygulamaların bir parçası olarak günümüzde somut olmayan kültürel mirasın bir unsuru olarak yaşamaktadır (Ekici ve Fedakâr, 2014). Nazara karşı korunmada ülkemizde çok farklı yöntemler kullanılmış olsa da en yaygın takı şeklidir.



Şekil 2.1 : Fatma Ana'nın Eli nazar kolye (Url-1).

Takı olarak kullanılan bir diğer korunma yöntemi ise muskalarlardır. İslam inancına göre bazı duaların insan bedeni üzerinde taşınması kişiyi nazardan ve kötülüklerden korumaktadır. Bu muskalar tılsım olarak da adlandırılabilir.

Tılsım, insanları koruduğuna veya uğur getirdiğine inanılan doğa veya insan eseri olan nesnelerin tamamını içine alır. Tılsımları insanlar kendi üzerlerinde taşıyabilecekleri gibi, tesirli olmasını istedikleri yerlerde de saklayabilirler. İnsan yapısı tılsımlar, daha çok hayvan veya eşyaların küçük modelleriyle, üzerinde dinî yazılar bulunan madalyonlar ve yazılı kâğıtlardan oluşur. Bazı metal ve muskaların tılsım için kullanıldığı da oldukça yaygın uygulamadır (Güler ve Büyükyazıcı, 2007). Muskalar özellikle üçgen şeklinde sarılır veya üçgen saklama kabına konur (Şekil 2.2). Bu şekilde saklanması sebebi ise üçgenin kadim öğretilerden gelen koruyucu gücü olmasıdır dolayısıyla muskanın kendi gücü üçgen formuyla pekiştirilmiş olur.



Şekil 2.2 : Muska takı (Url-2).

Takılar korunma amacının yanı sıra dini sembollerde taşıyabilmektedir. Neredeyse her dinde belli başlı semboller bulunmaktadır. İnsan bedeni üzerinde zaman zaman dini ifade aracı, zaman zamanda kötülüklerden korunma amacı ile kullanılmıştır. Örneğin Hristiyanlıkla birlikte Haç kristogram, İsa, Meryem gibi dinsel motifler ön plana çıkmaktadır. Göğüste taşınan haçlar ve rölikler (Hristiyanlıkta kutsal kişilerle ilgili semboller) koruyucu olarak kullanılır. Haç, biçimsel olarak insan vücuduna benzemektedir. İsa'nın çarmıha gerilmesinin ifadesi olan haç, Hristiyanlığın günümüze kadar süren kutsal bir sembolüdür (Şekil 2.3). Erken Hristiyanlık dönemi ikonlarında, azizlerin resmedilmesi yasaklanmıştır. İsa açıkça resmedilemediğinden sadece basit bir haç olarak tasvir etmişlerdir. İnanca göre haç kiliseyi ve tüm inananları şeytan azabından ve kötülüklerden korumaktadır (Soytogay, 2006).



Şekil 2.3 : Haç kolye (Url-3).

Her kültür kendi sembolünü ve kültürünü aktarma amacı ile belli başlı yollara başvurmaktadır. Bunlar günlük yaşamda kullanılan eşyalar, aksesuarlar, objeler ve takılar olabilmektedir. Takı yolu ile kültür aktarımı tarihte en sık karşılaştığımız biçimdir. Antik çağda Mısır sembolizm konusunda akla ilk gelebilecek medeniyettir. Alfabeleri bile bir çeşit semboller dizisinden oluşmakta, öğreti ve inanç dili de sembollerini içermektedir. Antik Mısır'da sembol kullanmanın ve taşınmanın en kolay yolu ise takılar olmuştur. Mısır halkının neredeyse tamamı takı kullanmıştır ve bu alışkanlık salt süslenme içgüdüsünün ötesinde belli inanç ve sembollerini barındırmasından kaynaklanmaktadır. Mısır'da neredeyse her konu için anlamı olan takılar kullanılmıştır. İbadet, süslenme, doğum, evlilik, rütbe vb. birçok ritüel için

özel takılar yapılmıştır. Bunlardan biri de Scarab (bok böceği) adı verilen, kutsal olan, Mısırlıların kozmogoni anlayışında da bir simge olarak yerini almış ve takılarda sıkça betimlenmiş böcektir. Skarabeler güneş sistemi ile sembolik bir ilişki içerisinde tutulmuştur. Yeniden doğuş, yaratma gibi kozmik güçleri olduklarına inanılmıştır. Eski Mısırlılar, bu böceğin gübresini yer üstünde yuvarlamasını, güneşin gökyüzündeki hareketleri ile özdeşleştirmiştir. Aynı zamanda, yuvarladığı gübrenin ona yiyecek kaynağı olması, güneşin dünyaya bereket salmasını hatırlatmıştır. Daha sonra bu gübreyi toprağın altına gömerek, altına gömerek, onunla ortadan kaybolması, güneşin batışı ile ilişkilendirilmiştir. Bu böcek, güneşle bir tutulmuş ve böylece önemli sembolik anlamlar kazanmıştır (İren, 2021). Takılarda sıkça kullanılan bu böceğin kutsal olduğu için hem koruyucu olduğuna hem de üzerinde taşıyan kişiye güç verdiğine inanılmıştır (Yeşilmen, 2018a).



Şekil 2.4 : Skarabe yüzük (Url-4).

Takılarda kullanılan figürler, semboller de takıyı takan kişi için önemli olmuştur. Astrolojik simgelerden, güneş, çok tanrılı dinlerde, tanrı olarak kabul edilmiş, ışığın ve adaletin, skarabe değişmeler ve hayatın yenilenmesinin, hilal, ay tanrısının sembollüdür. At tanrı ve tanrıçası ise doğumun ya da bereketin kaynağıdır. Gecenin karanlığında, insanların yön bulmasını sağlayan yıldızlar da tanrı ve kahramanlarla özdeşleştirilmiştir. İç içe geçmiş iki ikizkenar üçgenin oluşturduğu altı köşeli yıldız, Museviliğin, dinsel kimliklerinin belirtisi olarak kolyelerde kullanılmıştır.

Üçgen, bereketin simgesidir, Hristiyanlıkta ise Kutsal Üçlüyü temsil etmiştir, iç içe geçmiş iki üçgenin ise büyüsel gücü iki katına arttırdığına inanılmıştır. İç içe geçmiş

iki kareden oluşan sekiz köşeli yıldızın ise, eski bir inanca göre evrenin dört unsurunu (hava, su, toprak, ateş) ve onların yarattığı kozmik dengeyi ifade ettiğine inanılmıştır (Türe, 2004).

Hilal ve yıldız, İslam dininin sembolleridir. Sekiz köşeli yıldız, kozmik düzenin, beş köşeli pentagramın ucu yukarı doğru ise tanrısal, mutluluk, şans ve ahengi, aşağı doğru ise şeytani, dengesizlik, ruhsal gerilim ve mutsuzluğu simgeler (Şekil 2.5). Geleceğe olan merak, gökyüzündeki yıldızların oluşturduğu geometrik biçimlerle özdeşleştirilmiş ve burç inançları doğmuştur. Geometrik şekiller koruma ve bereket büyülerinin yanında, kara büyü törenlerinde de kullanılmıştır. Daire, sonsuzluk ve ölümsüz ruhun; kare, eşkenar dörtgen, haç, gamalı haç, evrenin kozmik sembollerinin, spiral, ışığın kaynağı ve doğadaki kozmik güçlerin sembolleridir (Türe, 2004).



Şekil 2.5 : Ay ve kutup yıldızı, kolye (Url-5).

Mitolojinin sanattaki yeri ve belirleyiciliği oldukça güçlüdür. Ancak, mitoloji söz konusu olduğunda Sanat Tarihi yoğunlukla Modernizm öncesi belirli dönemlere odaklanmıştır. Günümüzde yaratılan sanatsal ve tasarımsal objelerin mitoloji ışığında değerlendirilmesine daha nadir rastlanmaktadır. Burada söz konusu olan, şüphesiz ki klasik sanattaki belirgin hikâye aktarımından farklı bir etkidir. Çağımızda mitolojinin izini aramak, hem günümüz sanat eserleri ve sanatsal tasarımlarına yeni bir soluk getirecek hem de mitolojiyi günlük hayatımız içerisinde yaşatıyor olmak inanç sistemlerinin birbiri içerisine entegrasyonunun altını çizecektir. Günümüz takı tasarımlarında mitoloji; Dionysosçu başkaldırı felsefesi ile Türk-Şaman ve Anadolu

mitlerindeki yaradılış, kök salma, güç ve etik değerlerin yanı sıra doğrudan mitolojik hikâyeleri yorumlayan sanatçıların eserlerinde vücut bulmaktadır (Şefik, 1997).

Takı sanatının doğuşu ve gelişimi de tıpkı mitoloji gibi insanlık tarihiyle eş zamanlı olarak ilişkilendirilebilir. İnsanoğlu ilk zamanlarda giysilerini tutturmak, klan içerisinde statü sembolü ve vahşi hayvanlara karşı silah amacıyla takı ve aksesuardan faydalanmıştır, bunun yanı sıra kendini gizli güçlerden, kötü enerji ve kötü ruhlardan koruma çabası ile uğur, tılsım ve büyüye olan inançların baskın gücü, takı ve aksesuar kullanımını her dönem yaşantısının ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. İnsanoğlunun takı kullanım amacı tarih boyunca değişse de takının bir duygunun dışa vurulma amacı olarak kullanılması değişmemiştir. Korku, sevinç, aidiyet gibi birçok duygu takı aracılığıyla bir anlatım ve ifade tarzı olarak kullanılmıştır. Kolye, taç, bilezik, iğne, kemer, yüzük, küpe, halhal gibi takılar Mezopotamya ve Anadolu Medeniyetleri, Mısır, Etrüsk ve Helen Krallarının ve toplumda hâkim olan sınıfların kendilerini gösterebilmek amacıyla taktıkları birer simge olmuştur. Dolayısıyla takı binlerce yıllık serüveni olan bir kavramdır ve bu kavram bulunduğu topluma ve medeniyete göre şekillenmiştir. Yaşadığımız yüzyılda uzun bir geçmişe sahip takılar kullanıcıya göre birçok şekilde tanımlanabilmektedir. Kimisi tarafından beden ve giysileri güzelleştiren süs aracı, imtiyaz göstergesi, zenginlik belirtisi olarak kullanıldıysa da kimisi tarafından sanat eseri, sembol olarak kullanılmaktadır. Takının birçok amacı ve tanımı olsa da ona sanat eseri misyonu yükleyen başat yönü takıların hikayesi olan birer kültür aktarıcısı olmalarıdır. Bu bağlamda takı sanatı şöyle tanımlanabilir; süslenmenin ötesinde, tıpkı bir sanat eseri gibi değerlendirilebilen, kavramsal ifade derdi olan ve bedende taşınabilen sanat objeleridir (Dilmaç, 2015).

Çağımızda özellikle 2000 sonrası Modern ve Çağdaş Sanatın takı tasarımına etkisi, talebin sanat ve hikâye yönü güçlü takılarda yoğunlaşması, takının kendini ifade etme biçimi olarak da işlevlendirildiğini düşündürmektedir. Mitolojilerin popüler kültür üzerindeki etkisi ve tanınırlığı, sembolizm ile yakın ilişkisi ve çeşitli hayat görüşlerini yansıtan anlatılar ve karakterler içerdiği göz önüne alındığında mitolojik hikayelere ve efsanelere yapılan atıflar ile mitolojik sembollerin yeniden yorumlanışlarının günümüz takı sanatı içinde öne çıkan ifade biçimlerinden biri olması şaşırtıcı değildir.

Türkiye coğrafyasında yaşamış halkların mitolojileri incelendiğinde günümüz takılarına yansıyan sembol halini almış bazı mitolojik inanç sembolizmi öğelerine aşağıda yer verilecektir. İlk olarak ele alınacak sembol çift başlı kartal sembolizasyonudur (Şekil 2.6). Çift başlı kartal sembolü, Avrasya bölgesinde pek çok farklı kültür tarafından benimsenmiş çok eski dönemlerden günümüze aktarılmış bir semboldür. Hititler ve Sümerlerde rastlanır. Sümerler’de Lagaş kentinin simgesi çift başlı kartaldır. Onlardan; Akadlara, Asurlulara, Sasanilere, Bizanslara ve Türklere geçer. Aynı zamanda: Hititlilerde, Büyük krallık döneminde: Hattuşa, Alacahöyük ve Yazılıkaya’daki kabartmalarda, yine çift başlı kartal görülür (Atakuman ve diğ, 2006).



Şekil 2.6 : Çift başlı kartal sembollü yüzük (Url-6).

Anadolu’da durum böyle iken, Orta Asya’da Şamanizm’e göre yer ile göğün arasındaki çelik kapıyı kartal tutar. İnsanlara gökyüzü ve yeryüzü yolculuklarında refakat eden varlıklar kuş şeklindedir. Kartal, kuşlar arasında ululuk ve yükseklik timsalidir. Bu yüzden Türkler, kılıç kabzalarında, çift başlı kartal figürü kullanmışlardır (İnan, 1952).

Çift başlı kartal figürü ilk kez, M.Ö. 3000 sonları ve 2000 başlangıcında, Mezopotamya’da görülür. Daha sonra ise bütün Orta Asya’ya yayılmıştır. Anadolu’ya kadar uzanan evrede çift başlı kartal, Türk medeniyetleri tarafından sevilerek kullanılmıştır (Şekil 2.7).



Şekil 2.7 : Çift başlı kartal kolye (Url-7).

Takılarda sıklıkla karşımıza çıkan tanrıça sembollerinden birisi de Artemis'in silüetidir (Şekil 2.8). Artemis Apollon'un ikiz kız kardeşi, vahşi doğa, avcılık, okçuluk ve ay tanrıçasıdır. Ares'in dostu ve en büyük Yunan tanrıçalarından birisidir. Kullanıldığı temalar doğum tanrıçası, yeni doğanların koruyucusu, iç ve dış doğanın bütünlüğünün ve güçlerinin en yüksek temsilidir (Budin, 2015). Artemis sembolünü üzerinde taşıyan kişilere vereceğine inanılan tılsımlı enerjiler ise; yeni başlangıçlar, doğurganlık, şifa, saflık, bağımsızlık ve zarafettir.



Şekil 2.8 : Artemis kolye (Url-8).

Medusa, Yunan mitolojisinde gözlerine bakanı taşa çevirdiğine inanılan yılan saçlı, keskin dişli, dişi canavar (Şekil 2.9). Mitolojik hikayesine bakıldığında yaşadığı zorluklar karşısında ayakta kalabilmeyi başarmış güçlü bir kadın görülmektedir (Bowers, 1990). Üzerinde taşıyan kişiye vereceğine inanılan enerji ve tılsımı güzellik, sabır, zorluklar karşısında güçlü olmaktır.



Şekil 2.9 : Medusa kolye (Url-9).

Kibele veya Kybele Ana Tanrıça, Anadolu Medeniyetlerinde ve birçok kültürün mitolojilerinde farklı isimlerle karşımıza çıkan bir ana tanrıçadır. Ana tanrıçayı yakınında bulundurmak eski inanışlara göre bolluk, bereket, doğurganlık tılsımına sahip olmakla eşdeğerdir (Özmen, 2016). Kibele genelde düzgün vücutlu ayakta ya da oturan bir kadın figürü olarak sembolize edilir (Şekil 2.10). Ana tanrıça sembolünü üzerinde taşıyan kişilere aşk, üreme ve bolluk getirdiğine inanılır. Ana Tanrıça sembolleri muska-takı olarak kullanıldığı gibi, kadınların giysi ve takılarına, hayvanların boynuzlarına ve koşum takımlarına doğurganlığı arttırmak için kaplumbağa, kabuklu deniz canlılarının kabukları takılmıştır.



Şekil 2.10 : Kibele kolye (Url-10).

Takılarda kullanılan bir diğer mitolojik tanrıça İnanna'dır. İnanna, Sümerlerin aşk ve bereket tanrıçasıdır. Yüzyıllar boyu Mezopotamya ve Anadolu'da birçok kadın tanrıça silüetinde karşımıza çıkmaktadır (Şekil 2.11). İnanna verimlilik, cazibe ve güzellik yanında bilgelik ve güçlü kadını simgeler (Collins, 1994) İnanna sembolünü üzerinde taşıyan kişilere vereceğine inanılan enerjiler veya tılsımlar doğurganlık, karşı cinsi cazibeyle kolay etkileme ve güçtür.



Şekil 2.11 : İnanna kolye (Url-11).

Mitolojilerde kuş kavramına çok rastlanmaktadır. Ebabil, güvercin, kartal, bülbül gibi pek çok kuş farklı kavramları çağrıştırmıştır (Sever, 1999). Bunlardan birisi de atmaca kuşudur (Şekil 2.12). Atmaca gücü ve dayanıklılığı temsil eder. Uğur ve iyilik getiren koruyucu bir ruh olduğuna inanılır. Aynı zamanda cesaretin, kudretin ve adaletin simgesidir. Atmaca figürünü ya da sembolünü üzerinde taşıyan kişilere cesaret, güç, özgüven enerjileri vereceği düşünülmektedir.



Şekil 2.12 : Atmaca küpe (Url-12).

Kübey Hatun Türk mitolojisinde farklı sembolizasyonlarla karşımıza çıkmaktadır. Kübey Hatun yaşamı, hayatı simgeleyen tanrıçadır. Türk mitolojisinde, yaşam ağacı olan ulu kayının gövdesinde yaşayan Kübey Hatun' un belinden aşağısı ağaç köklerine birleşiktir (Şekil 2.13). Kökünden hayat suyu, göğüslerinden süt akan Kübey Hatun mitolojisiyle sonsuz hayat, bolluk ve bereketi simgeler (Küçük, 2013). Kübey Hatunu veya yaşam ağacını üzerinde taşıyan kişilerin doğurganlık, kök salma, uzun ömür, bereket gibi tılsımlara sahip olacağına inanılmaktadır.



Şekil 2.13 : Anonim, Kübey Hatun-yaşam ağacı kolye (Url-13).

Takılarda kullanılan malzemeler simgesel anlamları olan figür, obje ve bitkiler kadar önemlidir. Takılarda kullanılan altın, gümüş, bronz ve demire yüklenen anlamlar vardır. Altın, insanı kendine çeken parlaklığı, rengi, az bulunurluğu, kolay işlenebilirliği ile tanrılarla özdeşleştirilmiştir. Erken çağlarda insanlar ufak da olsa bir altın parçasıyla gömülmüşlerdir. Sunaklara altın ya da altın kaplama eşyalar konulmuştur. Altın, güç ve görkemin, kralların madenidir. Cilalanınca parlak bir yüzeyi olan gümüşün kem gözleri kovduğu ve iyi şans getirdiğine inanılmıştır. Bakır (tunç), bronz ve kalayın alışımdır ve dökümü kolay yapılıdır. Değerli bir metal olmadığı için bakır, daha çok halk tarafından kullanılmış, altın kaplayarak daha çekici kılınmıştır. Demir, meteor taşlarından elde edilebildiği için gökyüzünden geldiğine ve tanrısal bir maden olduğuna inanılmıştır. Demir oksitlendiği için demir takılar, günümüze kadar ulaşmamıştır. Ritüellerde, giysi ve takılarda tanrılara ve atalara ait ruhlara saygı göstermek için fil dişi; kuşlar göksel simge ya da haberci olarak kabul edildiği için kuş tüyü kullanılmıştır. Boncuk kullanımı, takı tarihi kadar eskidir, bütün kültürlerde sosyal seviye, din, politik ve kültürel değerlerin sembolü olmuştur (Türe, 2004).

Kendini ifade etme, arka plandaki kavramı anlamlandırmak amacıyla sadece figürler, resimler, şekiller değil renkler de inaç, ideoloji, düşünce, kültür ve etnik kimliği vurgulamak için takılarda kullanılmıştır (Yalçın, 2016).

Geçmişten bugüne takı, varlığını farklı şekillerde sürdürebilmiş nadir kavramlardan biridir. Kültürel, sosyal, fiziksel ve soyut olarak değişimler yaşamış olsa da temellerinin çok güçlü olduğunu bugünkü takı anlayışının geldiği noktadan anlayabilmekteyiz. Her bir takı dünden bugüne bir kültür aktarıcısı olmaya devam etmekte, yeni anlam ve kavramlarla bugünden geleceğe doğru yol almaktadır (Yeşilmen, 2018a).

3. TARİHSEL SÜREÇTE İNANÇ İMGELERİ VE SOSYO-KÜLTÜREL DEĞİŞKENLERİN TAKI SANATINA YANSIMASI

Her medeniyette hatta medeniyet öncesi toplumlarda karşımıza çıkan takı, taşıdığı derin anlamlar sebebiyle en estetik ve direkt mesaj veren en net kültür aktarıcılarından ve ifade araçlarından birisi olmuştur.

Tarih öncesi çağlarda insanoğlu aklıyla anlamlandıramadığı doğa olaylarına sebep olan bilinmeyen ruhlar olduğunu düşünerek onlarla iletişime geçmek için yaptıkları kült figürleri vücutlarına asarak takı yapmışlardır. Halklar kendi kültürel değerleri ve estetik algılarına göre kendi bedenlerini dövme, yara izi, resim, delik, takı gibi süsleme çeşitleriyle süslemişler veya bunu ruhlarını beslemek için tamamen manevi amaçlarla yapmışlardır. İnsanoğlu her dönemde çeşitli sebeplerle ve dönemin şartlarına göre her tür malzemedan takı yapmış ve kullanmıştır. Eski medeniyetlerde değerli yarı değerli metaller, değerli yarı değerli taşlar, cam kullanılırken daha eski dönemlerde hayvan kemiği, tüyler, insan veya hayvan dişleri, deniz kabukluları, kil takı yapımında kullanılan malzemelerdi.

Tarihsel süreçte insanlığın şahit olduğu her alandaki değişimler sanatsal üsluplara olduğu kadar takıya da yansımıştır. Takı insanlığın yaşadığı en yoğun kültürel, siyasi, dini, sosyolojik veya psikolojik değişiklikleri direkt olarak tüm derinliğiyle bazen en sade ve net, bazen de en karmaşık simgelerle yansıtan sanat eseridir. Ayrıca takılar insanın iç dünyasına en yakın yerde, tenine temas ederek bedenin üzerinde yer aldığı için kişiye en yakın, en değerli sığınağı da olmuşlardır. (İrepoğlu, 2013).

Bu bölümde takının tarihsel evrimini anlatırken takının oluşmasına etki eden faktörlere değinilecek ve 21. Yüzyıla gelindiğinde değişen takı olgusu ile bu değişikliğin sosyo-kültürel sebepleri incelenecektir. 21. Yüzyıl takılarının karakteristiğini anlamlandırmaya çalışırken özellikle 2000 sonrası takılarda yoğunlukla karşımıza çıkan inanç sembolizmi öğelerinin sosyo-kültürel, sosyo-politik, sosyo-dini alt yapıları sorgulanmaya çalışılacaktır.

3.1 21. Yüzyıla Dek Tarihsel Süreçte Sosyo-Kültürel Değişkenler Bağlamında İnanç İmgelerinin Takıya Yansıması

İnsan tarih boyunca her konuda edindiği tecrübe ve birikimlerini nasıl ki her alanda kullanıp bu şekilde gelişme kaydettiye, takı sanatı da insanın köklerinden taşıdığı bilgileri güncel yaşama uyarlamasıyla güncellenmiş ve gelişmiştir. İnsanoğlu diğer sanat dallarına olduğu gibi takı sanatına da her türlü bilgi-birikimini, kültürünü, örf-adetlerini, günlük yaşantıya ait öğeleri, dini değerlerini kısaca insana dair her şeyi yani kendisini yansıtmıştır.

Bu bölümde takının evrim geçirmesine katkı sağlayan, takıyı bir sanat haline getiren ve geliştirerek günümüze ulaştıran başlıca faktörler olduğu düşünülen; sosyo kültürel değişikliklere etki eden insan, din ve inanç sembolleri, moda, teknoloji gibi birçok faktör takıya etkileri bağlamında incelenecektir.

3.1.1 Tarihsel süreçte din faktörü ve orta çağ sonuna kadar dinde sembol kullanımının takıya etkisi

Yapılan araştırmalara göre modern insanın tarihi 50 bin yıl, insanlık tarihini de bildiğimiz kadarıyla 10-12 bin yıl öncesine dayandırıyorlardı ancak Jean-Jacques Hublin 2017’de yazdığı makalesinde Afrika’da 300 bin yıl öncesinden kalan homo sapiense ait kalıntılar bulunduğunu belirtmektedir (Hublin ve diğ, 2017). O dönemin insanı kendi kültürüyle ilgili kendi dönemine ışık tutacak çok önemli kanıtlar bırakmıştır. Toprakta yapılmış idol olduğu düşünülen kültler, hayvansal malzeme kullanılarak yapılmış takılar kendi döneminin yaşantısına ve kültürüne dair bilgiler vererek kendi tarihine ışık tutmuştur.

Antropolojik kayıtlara göre ilk akıllı insan toplulukları günümüzden yaklaşık otuzbeş bin yıl önce Son Buzul Çağ’da yaşamış atalarımızın mağara resimleri, ritüellerinde çaldıkları müzikler, yaptıkları danslar, vücutlarına çizdikleri ya da taktıkları takılar, vücut süslemeleri yani bizlere ulaşan her şey o dönemin sanatıydı. O ilkel toplumların kültür varlıkları bugün bizim sanat algımızın temelini meydana getirmektedir. Bu ilk sanatsal öğelerin temel sebebi manevi inançlar ve sonucu da manevi inançların yarattığı dini sembolizm olmuştur (Türe, 1998).

İlk insanın takıda kullandığı organik malzemeleri metaller takip etmiştir. Altının bulunmasıyla kullanılması arasında bin yıl, alaşımlarla kolay işlenebilir hale

getirilmesi arasında üç bin yıl geçtiği düşünülmektedir. Metallerin taşların işleme teknikleri de teknolojiyle doğru orantılı gelişmiş olup takı işçiliğindeki en büyük ilerleme son yüz yılda kaydedilmiştir. Günümüzde takı yapımında kullanılan teknikler ve malzemeler çok çeşitli ve gelişmiş olmakla birlikte en eski dönemlerde kullanılan teknikler ve malzemeler bile hala kullanılmakta ve araştırılmaktadır. Dolayısıyla takı tüm çeşitliliklere, gelişmelere açık olan ve insanlığın kaydettiği her tür gelişim ve değişimi üzerinde barındıran bir kültür taşıyıcısıdır.

3.1.1.1 Anadolu Medeniyetleri çok tanrılı dinlerde sembol kullanımının takıya etkisi

Antik Dönem’de tanrıça kültleri, çeşitli mitolojik öğeler ile tanrıların sembolleri, İlk Çağ ve Orta Çağ’da tek tanrılı baskın inanç ile tanrıyı ve dini çağrıştıran sembolik öğeler takıyı şekillendirmiş ve takı sanatının gelişimine büyük katkı sunmuştur. Tarih öncesi ilkel toplulukların yarattığı semboller tarih öncesi dönem kadar antik dönem takılarının oluşumunda da büyük etkiye sahiptir. Hatta bu sembollerin tek tanrılı üç büyük din olan Musevilik, Hristiyanlık ve İslam dinlerinin takılarına ve takıda sembol kullanımlarına büyük katkıları gözlemlenmektedir.

Bu tezin çıkış noktası ve ana hatlarını oluşturan; medeniyetler beşiği Türkiye ve Anadolu Coğrafyası’nda hüküm sürmüş halkların kültürlerine işlemiş olan, dini sembolizm öğelerinin günümüz Türkiye takılarına etkileridir. Bu coğrafyada kök salmış çok tanrılı ve tek tanrılı medeniyetlerin inanç sembolizmi öğelerini incelerken kültürlerin birbiri içerisinde ne denli geçirgen olduğu görülmektedir. Aynı denebilecek kadar benzer ya da daha doğru bir söylemle aynı mitolojiye atfedilen ve benzer sembolizme sahip tanrıların kendinden sonraki medeniyette farklı isimle anıldığını da belirtmek gerekir. Bu tanrılara dair başat örneklerle Anadolu Coğrafyası’nda çok tanrılı dinlerin takı üzerindeki sembolik etkileri incelenmeye çalışılacaktır.

Hititlerde Takı; Hitit Medeniyetini kuracak olan toplulukların küçük kabileler halinde Anadolu’ya gelişi M.Ö. 2000’lere denk gelmektedir. Kral 1. Hattuşili devrini takiben sınırlarını ve medeniyetlerini geliştirerek Anadolu’da 400 yıl hüküm sürecek ve kendinden sonra gelecek olan medeniyetleri derinden etkileyecek olan köklü kültürleriyle Hitit İmparatorluğunu yaratmışlardır. Hitit kültürü içinde de dini öğeler önemli yer tutmaktadır. İnanç, statü, sosyal sınıf, unvan gibi toplumsal kavramların

göstergesi olarak Hititler de kendilerinden önce gelen tüm medeniyetler gibi takıyı kullanmışlardır (Türe ve Savaşçın, 2002).

Hititler kazandıkları topraklardan ele geçirdikleri ganimetler ve değerli metallere takı yapmışlar ve takı kültürünü gelişmelerinde zenginleşmelerinin de büyük payı olmuştur. Halk tunç, bakır gibi metallere takı takarken, soylular altın ve gümüş takılar kullanmışlardır. Başındaki hare sebebiyle Hititlerin Güneş Tanrısı Arinna'yı sembolize ettiği düşünülen kucağında çocuk tutan, küpe ve kolye takmış olan tanrıça kolye ucu, saf altından döküm tekniği ile yapılmıştır ve günümüze dek hayatta kalabilmiş çok değerli bir Hitit sanatı örneğidir (Şekil 3.1). Hititlerde İmparatorluğun zenginleşmesi ile artan metal kullanımı ve gelişen metal işleme tekniği ile değerli metallere dini semboller barındıran kolye, küpe gibi takılar üretilmiştir.

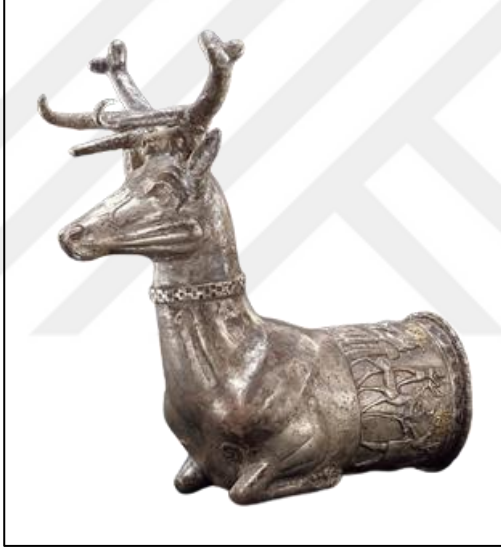


Şekil 3.1 : Kolye, Hitit Dönemi (Url-32).

Çağında imza yerine geçen mühürler de Hitit Döneminde görülmektedir. Hitit Döneminde tören, ritüel gibi özel toplantılarda kullandıkları düşünülen muska, yüzük tanrıça heykelcikleri üzerindeki rölyef ve kabartma bezemeleri de dikkat çekici takı örneklerdir (Şekil 3.2). Gümüş kullanılarak yapılmış geyik başlı rhyton Hititlerin M.Ö. 1300 ortalarına tarihlenen ve günümüze ışık tutan en önemli eserlerindendir (Şekil 3.3).



Şekil 3.2 : Mühür yüzük, Hitit Dönemi (Url-33).



Şekil 3.3 : Geyik başlı rhyton, Hitit Dönemi (Url-34).

Frig kültüründe takı: Hititlerin yaklaşık çöküşü ile Frigler Anadolu'ya göç edip M.Ö. 1000'li yıllarda Polatlı'ya gelmişler ve 100 yıllık İmparatorluk sürecinde Gordion'u başkent yapmışlardır. El içiliği, oyma, kakma, marangozluk, madencilik gibi alanlarda çok gelişmiş oldukları bilinmektedir (Uslubaş ve Dağ, 2007). Tümülüslerden çıkan kâse, kazan, kemer ve en önemlisi fibula Friglerin sanatını göz önüne serer (Çalış, 2018).

Fibula ile çengelli iğneyi keşfetmiş ve giysilerinde takı olarak kullanan Frigler kültürleriyle çağdaşı olan medeniyetleri ile kendinden sonra gelen Helen Uygarlığı ve İyonyalıları derinden etkilemişlerdir (Şekil 3.4) (Akurgal, 1970).



Şekil 3.4 : Fibula, Frig Dönemi (Türe, 2011a)

Lidya kültüründe takı; Lidya Medeniyeti Batı Anadolu’da Gediz ve Menderes havzalarında M.Ö. 680’de Gyges tarafından kurulmuştur (Yükçü ve Atağan, 2011). Lidya topraklarında çok fazla maden yatağı olması sebebiyle Lidya kültüründe madencilik, altın ve gümüş işlemeciliği önemli bir yere sahiptir. Madencilikte çok ilerleyen Lidya Uygarlığı tarihte değerli madenden sikke bastıran bilinen ilk uygarlıktır. Zenginliğiyle dünyaya nam salmış olan Lidya Uygarlığı Doğu-Batı arasında ticaret yolları üzerinde bir köprü niteliğinde oluşu ticarete de başarılı olmalarına, Krallığın zenginleşmesine ve kültürün gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. Lidya Uygarlığının madenleri iyi işleme becerisine paralel olarak takıları da oldukça gelişmiştir. Madenlerin yanı sıra kazılarda elde edilen süs taşları kullanılarak yapılan takılar taş işlemede de usta olduklarını göstermektedir. Örneğin altın zemin üzerine turkuaz, beyaz ve kırmızı damarlı akik ile kahverengi damarlı akik yanında metamorfik taşların kakıldığı kanatlı güneş kursu biçimli tipik bir Pers motifi kolye ucu, Türkiye’ye dönen Lidya Karun Hazinesi’nin önemli eserlerindendir (Şekil 3.5) (Türe, 2011a).



Şekil 3.5 : Güneş kursu takı, Lidya Dönemi (Yeşilmen, 2018a).

Lidya gösteriş ve şaşanın dönemi olarak da adlandırılabilir. Kullanılan yüzük, küpe, rozet, bilezik, mühür gibi her takı değerli madenlerden yapılmış ve zenginlik

göstergesi olarak kullanılmıştır. Askeri kıyafetlerde kullanılan rozetlerde dahi değerli maden ve ince işçilik ile karşılaşılmaktadır. Örneğin Sardis buluntularında çıkan ve M.Ö. 6. yüzyıla ait olan aplikler pers etkisinde kalınarak altından işlenmiştir (Şekil 3.6).



Şekil 3.6 : Aplik, Lidya Dönemi (Aydingün, 2010).

Kökeni binlerce yıl öncesine dayanan Anatanrıça kültü Kibele; Anadolu'nun birçok bölgesinde karşımıza çıkmaktadır. Kibele'nin kökeninin tartışmalı da olsa Hitit ve Huriler tarafından tapılan Kubaba'dan geldiği düşünülmektedir. Frigyalı Kibele rahiplerinin psişik yeteneklere sahip olduklarını, tılsımlı taşlar kullandıklarını ve kendilerini hadım ettiklerini bilinmektedir. Enerji verme özelliğine sahip olduğuna inanılan bu tılsımlı taşlardan en ünlüsü; Kibele kara-taşı olarak bilinir. Kibele ve Karataş Friglerde bereket ve çoğalmanın simgesi olmuştur. Bu inanış daha sonra Yunanlılara ve Kible, Karataş olarak Araplara geçmiştir. Kibele inancı daha sonraki uygarlıkları da büyük ölçüde etkilemiştir. Özellikle Yunan ve Roma mitolojisinde, Frigya dönemindeki bazı ritüeller aynı kült formunu korumuştur. Kibele'nin özellikleri farklı tanrı ve tanrıçalarda yeniden hayat bulmuştur. Bunun en bilinen örneği Yunan mitolojisindeki Artemis'tir; Artemis Roma mitolojisinde Diana olarak anılır (Erhat, 2019). Yunan mitolojisinde Artemis; vahşi hayvanların, doğanın, avcılığın ve ayın tanrıçası, arıların kraliçesi, bakire oluşu ve hiçbir erkekle ilişki kurmamasıyla iffetin sembolü ve kendi medeniyetlerinin koruyucusudur. Artemis kültürüne saygı, tanrıçaya sunu, adak ve tılsım amaçlı üretilen takılarıda çoğunlukla Artemisin sembolü olan; hilal, ay, ok, yay, atmaca, arı, geyik ve boynuzları

betimlenmiştir. Artemisin bereketini simgelemek için ise; nar ve haşhaş gibi içi çok tohumlu bitkilerin sembolizasyonu takılarda yer almıştır.

Anadolu’da tarih öncesi kabile inanışlarına dayanan çingirak ve çan sesinin kötülükleri uzaklaştırdığına inanılırdı. Anadolu’da antik dönemde yapılmış birçok gerdanlıklarda çan sarkaçlar, günümüzde de çan çiçeği denen çana benzeyen çeşitli çiçek motifleri, çana benzer kozalaklar veya çan sesi çıkaran boncuk dizileri kullanılmıştır (Şekil 3.7).



Şekil 3.7 : Elektrumdan gerdanlık, Lidya Bölgesi (Url-35).

Batı Anadolu Ön Asya’dan gelen ticaret yollarının sonunda yer alır. MÖ sekizinci ve yedinci yüzyıllarda kara ve deniz yoluyla yapılan yoğun ticaret sonucunda, Asur ile Mısır etkili Fenike faktörleri Ege dünyasına girmiştir. Dolayısıyla bu döneme günümüz arkeolojisinde “Doğu Yunan- Orientalizan” adı verilmiştir. Doğu Yunan Dönemi’nin en önemli eser grupları Efes Artemis Tapınağı adak buluntuları ile Rodos ve bazı Doğu Ege adalarında ele geçmiştir. Batı Anadolu’daki İon üslubu Lidya sanatını etkilemiştir. Uşak çevresindeki mezarlarda ele geçen altın eserlerin bir kısmı Lidya Dönemi’ne aittir (Şekil 3.9). Bu eserler, Artemision buluntularının çoğunlukla Lidya olduğunu kanıtlamaktadır (Kerschner, 2010).

Lidya Devleti’nin başkenti Sardeis’te kuyumculuğun çok ileri düzeyde olduğu gözlemlenir. Lidya Dönemi takıları dinsel içeriklidir. İnançların en kolay tanımlandığı sanat kolu takılar olmuştur. Altın ve gümüş gibi değerli madenler kolay biçimlendirildiği için, yapıldığı dönemin inançlarını öğrenmemize büyük katkı sağlamaktadırlar. Takıların süsleyici unsurunu da göz önüne almak gerekmektedir (Cahill, 2005).

Lidya takıları arasında çeşitli diademler, gerdanlıklar, küpeler, broşlar, fibulalar ve topuzlu elbise iğneleri ile elbiseye dikilen aplikler bulunur (Şekil 3.10). Bu eserler çoğunlukla, dönemin beğenisi olan güverse ile süslüdür. Telkari süsleme daha azdır. Boncuklu tel, takıdaki ekleme yerlerini kapatmada ya da bordür olarak kullanılmıştır (Şekil 3.8). Güverse süsleme ile uyum sağlar (Meriçboyu, 2006).



Şekil 3.8 : Oturan koç sarkaç, Lidya Dönemi (Url-35).



Şekil 3.9 : İkiztepe Tümülüs'ü, piramidal mühür, Lidya Dönemi (Url-35).



Şekil 3.10 : Nar topuzlu arı kovanı iğne, Lidya Dönemi (Url-35).

Kökeni binlerce yıl öncesine dayanan Ana tanrıça kültü Kibele Anadolu'nun birçok bölgesinde karşımıza çıkmaktadır. Kibele'nin kökeninin tartışmalı da olsa Hitit ve Hurriiler tarafından tapılan Kubaba' dan geldiği düşünülmektedir. Kibele inancı daha sonraki uygarlıkları da büyük ölçüde etkilemiştir. Özellikle Yunan ve Roma mitolojisinde, Frigya dönemindeki bazı ritüeller aynı kült formunu korumuştur. Kibele'nin özellikleri farklı tanrı ve tanrıçalarda yeniden hayat bulmuştur. Bunun en bilinen örneği Yunan mitolojisindeki Artemis'tir. Anadolu'nun binlerce yıllık Anatanrıçası Yunan Anakarasından Batı Anadolu'ya gelen ve Efes'e yerleşen İonlar tarafından tekrar yorumlanmıştır (Kökkılıç, 2012). Efes'teki Ana tanrıça kültünü benimseyen İonlar buradaki Ana tanrıçaya Artemis demişlerdir. Artemis'in Roma'daki adı Diana'dır. Artemis Yunan mitolojisine göre Zeus ile Leto'nun kızı Apollo'nun ikiz kız kardeşi Phoebe olarak da anılır. Artemis vahşi doğa ve hayvanlar, avcılık, okçuluk ve ay tanrıçasıdır. Ares'in dostu ve en büyük Yunan tanrıçalarından birisidir. Artemis kültü kökleştikçe farklı sembolizasyonlara da temel oluşturmuştur. Örneğin Efes'de Artemis'in bütün tabiatı dölleyen, göğsü sayısız memelerle dolu bir tanrıça olduğu düşünülmüştür. Bu sebeple Artemis'in doğurganlığı, bereketi betimleyen göğsü memelerle dolu, baş ve ayak kısmında sayısız geyik, arı, koyun gibi vahşi hayvan figürü olan birçok figüran ve heykeli yapılarak tapılmıştır (Şekil 3.12) (Kökkılıç, 2012). Efeslilere ait birçok arkeolojik bulgu, fibulalar, aplikler, mühürler, figüranlar, iğneler müzelerde sergilenmektedir (Şekil 3.11).



Şekil 3.11 : Uçları volutlu aplik, Efes Dönemi (Url-35).



Şekil 3.12 : Efesli Artemis heykeli (Url-36).

Urartu kültüründe takı: Urartular sahip oldukları değerli topraklarda maden çıkarmış işlemiş ve ülkesini hem maddi olarak hem de kültür sanat anlamında geliştirmiş zengin bir medeniyettir. Urartu uygarlığı M.Ö. 9-6. yüzyıllar arasında Doğu Anadolu’da yaşamıştır. Günümüze ulaşan çeşitli Urartu sanat eserleri küpeler, kolye ve boyun halkaları, saç tokaları, taraklar, elbise üzerine işlenen aksesuarlar ve çok çeşitli takılardır (Akurgal, 1968). Urartu kemerleri ve kemer üzerindeki ince işçilikle çizilmiş insan ve hayvan figürleri oldukça dikkat çekici olup, Urartuların özellikle savaş sanatları hakkında da bilgi vermektedir (Ergürer, 2010).

Urartular sanat, bezeme ve el işçiliği konusunda oldukça gelişmiş bir medeniyettir, süsleme sanatında da mimari bezeme sanatında olduğu gibi simetriye çok önem verirlerdi. Tıpkı kabartma duvar resmi, rölyeflerde uygulanan simetrik resim sanatını takılarda, kemerlerin süslemelerinde de uyguladılar (Şekil 3.13) (Ergürer, 2010).



Şekil 3.13 : Bronz kemer parçası, Urartu Dönemi (Ergürer, 2010).

Arkeolojik buluntulara dayanarak Uratular tarafından daha çok ortası açık iki ucu hayvan başı kabartmalı bilezikler tercih edilmiştir (Şekil 3.14). Bu bilezikler altın, bronz, gümüş gibi o dönemde kullanılan her tür madenden üretilmiştir. Altın bilezikler, soyluların kullandığı nadir bulunan altın madeninden üretilen bileziklerdir ve daha stilize aslan başı ucu ile daha incelikli işleme tekniğiyle üretilmişlerdir (Türe, 2011a).



Şekil 3.14 : Hayvan başlı takılar, Urartu Dönemi (Url-37)

Sümerlerde takı; Anadolu Uygarlıklarını derinden etkilemiş Mezopotamya Uygarlıklarının temelini atmış olan Sümer Uygarlığı her alanda geliştirdikleri köklü kültürleriyle önemli bir medeniyettir. Doğudan geldiği düşünülen Sümerler M. Ö. 4000 ile M.Ö. 2000 arasında Güney Mezopotamya’da oldukça gelişmiş bir medeniyet kurmuşlardır. Doğaya müdahale etmeyi bilen Sümerler tarım yapabilecekleri alanları artırarak varlıklı ve güçlü bir uygarlık yaratmışlardır. Sümerler yazı, astronomi, tıp, matematik, dil, din ve beraberinde mitoloji, tılsım, büyü gibi alanlarda da ilk öne çıkan medeniyet Sümer medeniyetidir. Sanat, süsleme sanatı, mimari ve mühendislik alanlarında da gelişmiş olan Sümerler inşa ettikleri saraylar ve mimari yapılarla antik dünyanın ilk ihtişamlı saltanatlarını ilan etmekle tarih sahnesinde çok değerli bir yere sahiptirler. Saraylarının girişinde hayvan gövdesiyle kralın başını birleştirdikleri dev heykeller bulunur (Türe, 2011a).

Eski medeniyetlerle ilgili en yoğun arkeolojik bulgulara yine o uygarlıkların kendi ritüellerine göre ölen kişilerini değerli eşyalarıyla defnetme gelenekleri vesilesiyle ulaşmaktayız. Sümerlerde de durum yine böyle olmuş ve Sümer Uygarlığına dair en güzel mücevher, değerli taş, heykel, süs eşyası, değerli maden, savaş aksesuarı vb. mezar kazılarında çıkarılmıştır. Ur mezar kazılarında bulunan Kral Mes-kalam-dug’un miğferi ve gayet iyi korunmuş durumda bulunmuş ve dönemine kuyum tekniklerine ışık tutan çok değerli bir örnektir (Şekil 3.15) (Yeşilmen, 2018a).



Şekil 3.15 : Kral Mes-kalam-dug'un miğferi, Sümer Dönemi (Url-38).

Ur Kraliyet Mezarları kazılarında çok değerli madenler ve takılar çıkarılmıştır, mezar buluntuları Sümerlerin M.Ö. 3 binlerin ortalarında kuyum teknikleri madencilik ve sanatta ne kadar ileri olduklarını kanıtlayan kaynak teşkil etmektedir. Bu takıların içerisinde yer alan yaprak işlemeli altın kolye kuyum teknikleri ve sanattaki gelişim düzeyleri hakkında bilgi vermektedir (Şekil 3.16). Buluntular sayesinde altını sıklıkla kullandıklarını, değerli madenleri işleyip kuyumculuk tekniklerini ne ölçüde geliştirdiklerini anlamaktayız. Ayrıca kolyenin ince işçiliği yaprakların adeta gerçek yaprakları andırır nitelikte doğal ve canlı oluşu sanata, takıya ve kuyumculuğa ne kadar değer verdiklerini kanıtlar niteliktedir (Türe, 2011a).



Şekil 3.16 : Ur Kraliyet Mezarları, kolye, Sümer Dönemi (Url-39).

Sümerlilerin yaşadığı doğal afetler sonucu gelen kıtlık sebebiyle güçten düşmeleri Akad ve Babil Uygarlıklarının Sümerlerin yerine kendi medeniyetlerini kurmuşlar ancak bir nevi Sümerlerin külleri üzerine kurulmuşlar, yani Sümer izlerini taşıyarak varlıklarını sürdürmüşlerdir. Sümer dili ile karakteristik yazı stilleri yerine gelen uygarlıklarda yaşamaya devam etmiştir. Sümer inanç sitilleri üç Semavi din olan

Musevilik, Hristiyanlık ve İslam inancını etkilemiş, mitolojisi ise; Fenike, Yunan ve Roma yoluyla da günümüze dek süregelmiş ve hala insanlığı etkilemektedir (Türe, 2011a).

İnanna; Sümerlerde aşk, güzellik, seks, savaş, adalet ve siyasi güçle ilişkilendirilen antik Mezopotamya tanrıçasıdır. İnanna Akad, Babil, Asur uygarlıklarındaki İştari ismiyle anılmaktadır. İnanna/İştari Ugaritli Ashtart'ı etkilemiş ve sonraki dönemlerde Yunan Tanrıçası Afrodite'in ortaya çıkmasında büyük payı olduğu düşünülen Fenikelik Astarte'yi de şekillendirmiştir. İnanna/İştari'nin başlıca sembolü sekiz köşeli yıldızdır. Göklerle ilişkili olduğu düşünülen yıldız aslında İştari'nin sembolizasyonu olan Venüs Gezegeninden gelmektedir. Bir diğer sembolizasyonu ise gücü temsil eden aslandır (Engin, 2013). Aynı zamanda güvercin, bereket ve bolluğu sembolize eden ambar kapı sövesi ve rozet İnanna/İştari'nin simgeleri olarak kullanılmıştır. Kenan (Fenike) uygarlığındaki Tanit isimli tanrıçanın da sembolizasyonu ve mitolojisi İnanna ile çok fazla benzerlik göstermektedir (Şimşek ve Durmuş, 2012).

Pers kültüründe takı; Pers Uygarlığı bugünkü İran coğrafyasında M.Ö. 6. yüzyılda tarih sahnesine çıkmış ve 200 yıllık iktidarında antik çağın çok önemli medeniyetlerinden ve tarihe bırakan kültürlerden birisi haline gelmiştir. Pers takı sanatının ise madencilikle paralel geliştiğini söylemek mümkündür. Madencilik ülke ekonomisine ve hanedana en önemli katkı kaynağı olmuştur. Pers takı sanatında Asur etkilerine rastlansa da arkeolojik buluntularda görüyoruz ki Persler değerli madenleri rölyef, kabartmalar, kalem işiyle işleyerek çok ince maden ve kuyum işçiliğine imza atmışlardır. Pers Uygarlığının en güzel takı işi örneklerini Oxus hazinelerinden çıkarılan buluntularda görmekteyiz (Şekil 3.17) (Karatekir, 2016).



Şekil 3.17 : Oxus hazinesi, çift başlı bilezik, Pers Dönemi (Url-40)

Pers imparatorluğunda hem kadınlar hem de erkekler zengin içerikli, çok çeşitli takılar kullanmışlardır. Erkekler için küpe, bilezik, boyun halkası, aplik, pendentif olarak takılan altın montürlü piramidal damga mühürlerin tasarımı kadınlara göre biraz daha sadedir (Türe, 2011a). Ayrıca takılarda telkâri, kakma ve mineleme gibi tekniklerin kullanıldığı görülmektedir. Batı medeniyetlerinin aksine doğu medeniyetlerinin erkekleri, kadınları kadar süslü olmasa da bilezik, boyun bandı ve küpe takmayı sevdikleri söylenebilir.

Perslerde tek tanrılı Zerdüşt inancı M.Ö. 6. yüzyılda bu isimle anılmaya başlamıştır. Kendinden önce gelen inançları yorumlamış, kendinden sonra gelen birçok tek tanrılı inanca da atalık yapmıştır. Zerdüşt dininin sembolü olan iki yana açılan kanatlarıyla ortada yer alan rahip üçgen şeklini anımsatmaktadır. Üçgen baklava şeklindeki sembol Zerdüşt inancının vurgulandığı birçok bezemede karşımıza çıkar. Tek tanrı inancına sahip ilk felsefi dinlerden sayılabilecek Zerdüştlükteki şeytan inancı kötücül ruh, kötülüklerin başı olması sebebi ile diğer tek tanrılı inançlardaki şeytan ile bazı benzerlikler göstermektedir. Zerdüştlük inancında Tanrı kabul edilen Ahura Mazda Aklın Efendisidir. Ehriman ise kötülüğü yaymak ister. Doğu felsefelerindeki insanın içinde beslediği iyilik ve kötülük çatışması ile diğer tek tanrılı dinlerde karşılaşılan akıl ile nefis çatışması Zerdüştlüğün ana temasını oluşturur. Zerdüştlük sembolü Faravaşi adlı koruyucu meleğin simgelendiği Faravahar ya da Ferohar sembolüdür (Naskali, 2015). Zerdüştlük sembolü ve üçgen baklava şekli insan bedeni süslemeleri ve bazı takılarda karşımıza çıkmaktadır. Sardeis Nekropolünde yapılan kazılardan anlaşıldığı üzere Anadolu'da Pers etkisinde takı üslubunun MÖ 5. ve 4. yy. lara dayandığı gözlemlenmektedir. Sardeis Nekropolünde çok sayıda Batı Anadolu ve Pers takısına rastlanmıştır. Pers Dönemi kuyumculuğunun özellikleri Sardais Nekropolünde bulunan takılarla çözümlenebilmiştir. Başka önemli buluntu grubu ise Uşak çevresindeki tümülüslerde ele geçen eserlerdir. Pers İmparatoru Akhaemenid Dönemi sanatını daha iyi gözlemlenip algılanmasını sağlamıştır. Sardeis Nekropolü ve Uşak Tümülüsünde bulunan tüm bu takı örneklerinde Anadolu üslubunu gözlemlemek mümkündür. Sanattaki bu üslup, Pers ve Anadolu takı kültürlerinin harmanlanmış sentezi niteliğindedir ve o dönem yaşayan diğer Anadolu Uygarlıklarının kültürünün değerlendirilmesine de yardımcı olmuştur (Cahill, 2006).

Mısır kültüründe takı: Antik Mısır takılarına baktığımızda günlük kullanımda takının hem kadın hem erkek tarafından vazgeçilmez olduğu görülmektedir. Mısırlılar takıyı

her tür kötülükten korunmak için tılsım gücünden yararlanmak sebebiyle ve sosyal statü göstergesi olarak kullanmışlardır. Ayrıca Mısır inancına göre ölümden sonra herkesin dirileceği ve kişinin öbür dünyada sosyal statüsüne göre yaşamda yer bulacağına inanılırdı, dolayısıyla ölümler takıları ve özel eşyalarıyla gömülürdü. Ölen kişiyle birlikte gömülecek olan takılar kişiyi öbür dünyadaki kötülüklerden korumak için özel tılsımlı takılardan oluşur ayrıca kişinin cinsiyeti, yaşı ve sosyal statüsüne göre belirlenirdi. Arkeolojik kazılarda edinilen bulgulara göre en eski Mısır takıları doğal malzemelerden yani kemik, fildişi, deniz kabukları, hayvan pençesi şeklindedir. Sülaleler öncesi dönemden başlayarak seramiklerin üzerini mavi sır ile kaplayarak kullandıkları görülmüştür. Lapislazuli rengini veren Mısır mavisi diye adlandırılan koyu mavi ise Eski Krallık döneminin başlarında ortaya çıkmıştır (Genç, 2019).



Şekil 3.18 : Mavi sır kaplı kolye 18. sülale MÖ.1520–1320 (Url-42).

Halhal dediğimiz ayağa takılan bilezik Mısır kültüründe sıkça kullanılan bir takı türü olmuştur. Bu takılar hayvan pençesinin takılı olduğu boncuk dizilerinden oluşmaktadır. Kadınların bel ve kalça bölgelerine taktığı, doğurganlığı arttırdığına inanılan deniz kabuğu ve/veya kedi başlı balık biçimli boncuklardan oluşan kemerler eski Mısır kültüründe sıklıkla kullanılan farklı vücut takılarındandır (Şekil 3.18).

Oldukça sık kullanılan ve popüleritesi özellikle 21. yüzyılda artarak günümüze kadar uzanan göz sembolü de nazardan korunma amacıyla sıklıkla takılarda yer almaktadır. Ayrıca sfenks, aslan gibi vahşi ve güçlü kedi sembolleri de koruyucu özelliği nedeniyle sık kullanılmışlardır. Mısır Mitolojisine göre Mısır Tanrıları içerisinde en önemli tanrı Güneş Tanrısı Ra' dır. Güneşin gökyüzünde görünürken büründüğü evreleri Mısırlılar Skarabe böceğinin geçirdiği yaşam evreleriyle ilişkilendirirler (Şekil 3.19). Skarabenin yumurta hali, larvadan çıkışı, pupa ve skarabeye dönüşürken

geçirdiği metamorfoz Mısırlılar için kutsal sayılmaktadır. Güneş de batıp toprak altına girip tekrar doğduğunda Skarabe Tanrısı Kheper'e dönüşerek doğduğuna inanılır. Bu yönüyle Skarabe böceği Mısır'da ölümden sonra yaşamı sembolize etmesiyle takıda vazgeçilmez bir semboldü (Duru ve Şaman, 2015).



Şekil 3.19 : Skarabe, 19. Sülale MÖ. 1320-1200 (Url-42).

Girit-Minos, Miken kültürlerinde takı; Akdeniz'in Ege Denizine uzanan alanında yer alan; Girit- Minos, Miken Uygarlıklarını M.Ö. 3 bin yıllarında Ege adaları ve Ege denizi kıyılarında tarih sahnesinde görmekteyiz. Minos Medeniyetinin sanatsal bulgulara dayanarak en verimli döneminin M.Ö. 2500 ve 1500'lere denk geldiğini görmekteyiz. Ege Uygarlıklarında saray sfenkslerinin yeri büyüktür. Ege sanatında sfenks görseli Doğu ile sürekli sanatsal anlamda da ilişki içinde olduklarını gösterir. Minos sanatında sfenks Mısır sanatıyla büyük benzerlik göstermektedir (Temür, 2010). Ege uygarlıklarına ait en eski takı Girit'in doğusundan Mokhlos kazılarında bulunmuştur (Türe, 2011a). Ege uygarlıklarına ait Arı broş (Şekil 3.20) ve Hayvanların Ustası (Şekil 3.21) broş Minos takı sanatına ait tüm takı tekniklerini ve bezeme stilini günümüze sunarak kendi uygarlıklarının anlaşılması için aydınlatıcı kaynak niteliğinde önem arz eder (Yeşilmen, 2018a).



Şekil 3.20 : Arı broş, Minos Uygarlığı (Url-43).



Şekil 3.21 : Hayvanların Ustası broş, Minos Uygarlığı (Url-43)

M.Ö 4 yüzyıla denk gelen Helenistik dönemde sıklıkla aslan başlı küpe figürlerine rastlamak mümkündür (Şekil 3.22). Aslan kuvvet, kudret, güç ve hakimiyetin sembolüdür. M.Ö. 3. yüzyılda ise; özellikle kadınların erkekler üzerinde cazibesini arttırması ve karşı cinsi kendine çekmesi için buzağı, ceylan, vaşak geyik gibi hayvanların başı, boğa ve koç gibi hayvanların boynuzu şeklindeki motifleri küpelerde sıklıkla kullanılmıştır. Boğa ve koç gibi hayvanların boynuzları güç ve bereketi simgelemektedir. Bir diğer sembolizasyonu ise; cinsel gücü arttırmasıdır bu yönüyle de erkek takılarında fibulalarda da kullanılmıştır.



Şekil 3.22 : Aslan başlı küpe, MÖ. 4. yy (Url-43).

Helen kültüründe takı: M.Ö. 323'ten 31'e kadar devam eden dönem, modern tarihçiler tarafından 'Helenistik çağ olarak adlandırılır çünkü modern tarihçiler, daha önceleri Yunan kültürel nüfuzunun uzağına düşen eskiçağ dünyasının büyük bir kısmının bu dönemde en azından yüzeysel olarak Yunanlaştığını düşünürler (Mitchell, 1984). Makedonyalı kral Büyük İskender tarafından elde edilen üstün başarılar sayesinde bir çağa damgasını vuran Helen uygarlığı kurulmuştur. Helen

uygarlığı olarak adlandırılan Kara Yunanistan, Ege adaları ve Batı Anadolu'daki İon kent devletlerinin tümüdür. Helenlerde takı çoğunlukla kadınlar tarafından tercih edilmiştir ancak erkekler de fonksiyonel ve sembolizm içeren takılar takmışlardır. Erkekler sadece yüzük ve giysilerini birbirine tutturmada fibula ve iğneleri kullanmışlardı (Öztürk, 2016).

Helen uygarlığında kültür etkileşimi ile klasik üslupların yanı sıra daha gösterişli ve süslü bir sanat doğmuştur. Sanatçılar için bireysel yorumlamalar ve ruhsal ifadeler değer kazanarak saray tarafından önemli destek alır. Heykeltıraşlar çalışmalarda artık tanrısal ifadelere başvurmazlar. Bunun yerine sıradan insanların anlık pozlarını güzel bir biçimde yansıtmışlardır. Natüralizm hâkim olmaya başlamıştır (Öztürk, 2016). Helenistik dönemi takılarında tıpkı sanatın diğer dallarında olduğu gibi kişisel yorumlamalar ve süslü bir üslup göze çarpmaktadır. Değerli madenler ve süs taşları bakımından zengin olan Helen kültüründe neredeyse her teknik kullanılmış özellikle figürler ince detaylarına kadar betimlenmiştir. Bu dönemde diademler ve taşlar sıkça kullanılan takılar arasındadır. Soyluluğun bir ifadesi olan diademlerde natüralist bir yaklaşımla, ince varaklarla defne, meşe ve zeytin yaprakları işlenmiş, hayvan ve insan betimlemeleri sıkça kullanılmıştır.



Şekil 3.23 : Saç takısı, Helenistik Dönem (Url-44).

Soyluluk alameti olan diadem ise naturalist anlayışıyla işlenmiş, ince varaklarda defne, meşe, zeytin ya da mersin yaprakları ile aralarındaki çiçeklerden oluşur (Şekil 3.24). Helenistik dönemde moda olan küpelerde başlıca iki tip görülür. Hayvan ve insan başlı halka küpelerde yaygın olarak aslan başı, vaşak (Şekil 3.25), buzağı, panter, ceylan, kuş, Eros ve kadın (Şekil 3.26) başlarına rastlanır. Mısır'la olan yoğun deniz ticareti sebebi ile Mısır kökenli figür ve kompozisyonlar da üretilmiştir. Disk başlıklı küpeler, Helenistik Dönem'de en çok tercih edilen modellerdir.



Şekil 3.24 : Diadem, Helen Uygarlığı (Url-45).



Şekil 3.25 : Hayvan başlı küpeler, Helenistik Dönem (Url-44).



Şekil 3.26 : Melek ve kadın figürlü üpeler, Helenistik Dönem (Url-44).

Diske bağlı olarak sandal biçimli sarkaç ya da figürlü sarkaç bulunmaktadır. Bu tip küpelerin bazıları, çok ince bir işçilikle işlenmiş çok sayıda figür ve şekil bir araya getirilerek düzenlenmiştir. Yalın düzenlemelere sahip bazı örnekler ise diske asılmış olan Nike, Eros veya amphora sarkaçlardan oluşur. Bilezik, göğüs süsü, kolye ve gerdanlıklarda da çok çeşitli zincir örgüler, Herakles düğümü, Dionysos tasviri, hayvan başları, tohumlar ve palmet de kullanılmıştır. Yılan şeklindeki bilezik ve yüzükler de Helenistik dönemin yeni takı biçimleridir. Mühür yüzüklerin kaş kısmında özellikle renkli taş veya cam kullanılmıştır. Yüzük kaşları üstünde

mitolojik figürler, insan büstleri ve hayvan figürleri işlenmiştir. Helenistik dönemin takılardaki ortak özelliği iri ve gösterişli formların, ince ve özenli figür ve ayrıntılarla doldurulmuş olmasındandır.

MÖ. 3. yy.'da Helenistik Dönem takılarında Herakles düğümünü ve ortasında aslan figürünü birlikte görmekteyiz. Herakles düğümü çok hoş bir görüntüye sahip olan düğüm şeklindedir ve genellikle evlilik düğümü ile bağlanmayı sembolize eder. Genç kızlıktan kadınlığa geçmiş olan kadının gebelik döneminde bu düğümü çözmesi halinde doğumunun kolay olacağına da inanılmaktadır. Çoğu göğüs süsü şeklinde tasarlanmışken bazıları, sonsuz evliliği simgeleyen alyans yüzük, bazıları da bileklik olarak tasarlanmıştır. Bazı örneklerde Herakles düğümü üst gövdeyi kaplayacak şekilde beden takısı olarak tasarlanmıştır. Tam göğüs arasına gelen bölgede uçları aslan başı biçiminde sarmal altın iplerden oluşan bir Herakles düğümü ve üzerinde lir çalan Eros yer almaktadır. Düğümün aslan başlarından ikisi omuzlara, diğer ikisi de bele tutturulan iplerden 26 adet narı simgeleyen küçük altın boncuklar aşağı doğru sarkmaktadır (Şekil 3.27).



Şekil 3.27 : Herakles düğümü, MÖ. 3. yy (Url-46).

Bilezik, göğüs süsü, kolye ve gerdanlıklarda da çok çeşitli zincir örgüler, Herakles düğümü, Dionysos tasviri, hayvan başları, tohumlar ve palmet de kullanılmıştır (Şekil 3.28). Yılan şeklindeki bilezik ve yüzükler de Helenistik dönemin yeni takı biçimleridir. Mühür yüzüklerin kaş kısmında özellikle renkli taş veya cam kullanılmıştır. Yüzük kaşları üstünde mitolojik figürler, insan büstleri ve hayvan figürleri işlenmiştir. Helenistik dönemin takılardaki ortak özelliği iri ve gösterişli formların, ince ve özenli figür ve ayrıntılarla doldurulmuş olmasındandır.



Şekil 3.28 : Bilezik, Helenistik Dönem (Url-44).

Yılan bilezikler, yılan başlı küpeler, yılanın dolandığı kol aksesuarları Helenistik Dönem Anadolu Takıları arasındadır (Şekil 3.29). Yılan ölümsüzlük, ölüm ve tıbbın, bereket ve gücün, cinsellik ve günahın sembolüdür. Yunan Mitolojisinde tıbbın ve sağlığın tanrısı Asklepios'un taşıdığı asasına yılan dolanmıştır, bu yönüyle yılanın sağlık getirdiğine ve koruma tılsımı olduğuna inanılmıştır.



Şekil 3.29 : Yılan başlı bilezik, MÖ. 3. yy (Url-44)

Roma ve Doğu Roma Kültüründe takı; Roma İmparatorluğu M.Ö. 8 Yüzyıl'da İtalya'da kurularak topraklarını genişletip Akdeniz'i himayesi altına almıştır. 395 yılında Doğu ve Batı Roma olarak ayrılmasıyla Doğu'da başkenti Konstantinopolis olan Doğu Roma İmparatorluğu 1453 yılına kadar bu topraklarda hüküm sürmüştür. Tarih sahnesine gelmiş geçmiş en uzun yaşayan ve köklü kültürüyle insanlığın yarattığı medeniyetin şekillenmesine ve dünya tarihine yön vermiş çok önemli bir medeniyettir. Geniş bir coğrafyaya yayılan imparatorluk farklı kültürlerin bir harmanı şeklindedir.

Roma Uygarlığının çok geniş topraklar üzerinde uzun yıllar hüküm sürmesi Roma kültürünün zenginliğini yaratan başat sebeptir. Hem kültürel çeşitlilik hem geniş

yüzölçümü sebebiyle çıkarılan madenlerin çeşitliliği, madenleri işleme kolaylığı geliştirmelerinde de etkili olmuştur. Ayrıca ekonominin gelişmiş olması sanatı ve kuyumculuğu da geliştirmiş böylece çok çeşitli ve gösterişli sanat eserleri ortaya çıkmıştır. İstanbul'a gelen Roma, Helenistik dönem sanatçıları Bizans sanatını etkilemiş ayrıca Sasaniler ve sonrasında kurulan İslam devletlerinin sanatsal öğeleri de Bizans sanatını etkileyen önemli etkenlerdir (Koçar, 2011). Bu erken dönemin karakteristik tekniği ajur (delik işi)dir. Yine aynı dönemde paralar kolye ve bilezik sarkacında mücevher malzemesi olarak kullanılmıştır. Paralı kolyelerin çerçevelerinde ajur tekniği görülmüştür. Ajur taş mihlama ve kabartma teknikleri zaman zaman bir arada kullanılmıştır (Söğüt ve Yıldırım, 2020).

Ancak İmparatorluğun ilk dönemlerinde şaşalı ve değerli madenden takılara pek rastlanmamıştır. Roma Dönemi takıları son üç Roma Kralı döneminde üretilmiştir ve bu krallar Etrüsk kökenli oldukları için takılarda Etrüsk etkileri görülmüş, Helenistik Döneme nazaran sade ancak daha çeşitli ve renkli taş kullanılmış, değerli ve yarı değerli taşlar metaller üzerine mihlama yöntemiyle özgün tasarımlar yaratılarak ve yeni geliştirilen tekniklerle işlenmiştir (Şekil 3.30).



Şekil 3.30 : Bilezik, Roma Dönemi (Url-47).

Bizans sanatının her alanında olduğu gibi kuyumculukta da Roma etkisi görülürken, İstanbul VI. yüzyıldan itibaren İmparatorluğun kuyumculuk merkezine dönüşmüş ve kendine özgü form, desen ve teknikleri geliştirmiştir (Şekil 3.31) (Yaşar, 2016).



Şekil 3.31 : Anonim, küpe, 4.yy (Url-47).



Şekil 3.32 : Anonim, mühür yüzük, 1. yy (Url-47).

Ayrıca Romalı kuyumcuların geliştirdikleri iki yeni teknik olan stampa ve savat bu zanaatı daha ileri bir noktaya taşımıştır. Roma uygarlığında önemli yer kaplayan takılardan biri de statü ifadesi olarak kullanılan stampa baskı mühür yüzüklerdir (Şekil 3.32). Yüzük Roma’da bir statü göstergesidir. Krallar, soylular mühür ve altın yüzük kullanırken sıradan halk gümüş, bakır bronz gibi yarı değerli madenden yapılmış yüzükleri kullanmışlardır. Takının gündelik hayatın bir parçası olan Roma’da yerli halk daha ucuz olan yarı değerli madenleri ve değerli taş görüntüsüne sahip olan camı ve kemik gibi organik malzemeler tercih etmiştir.

Tüm Anadolu medeniyetlerinde olduğu gibi Bizans takılarında da tılsım ve muskalar çok önemli bir yere sahiptir. Bizans tılsımları yuvarlak, oval gibi şekillerle daha çok kolye olarak kullanılmışlardır. Mitolojik efsaneye dayanan Medusa başı önceki bölümlerde de bahsedildiği gibi nazara karşı koruma tılsımına sahiptir. Bu yönüyle

Bizans tılsımlarının bir yüzünde genellikle Medusa başı veya nazara yani kem gözü ısırarak hayvanlar, silah, İsa'nın çarmıhtan göğe doğru yükselişi gibi kompozisyonlar bulunurken diğer yüzde düşmanını öldüren kutsal binici kompozisyonu şeklinde imgeler ve yazılar yer almaktadır. Bu kompozisyonun etrafını bir çerçeve şeklinde yazıtlar çevreler genelde Süleyman adı geçer. Bu yazıtlar belli bir sırada dizili formül gibi tüm örneklerde aynı şekilde yazılmıştır. Süleyman Peygamber örneğindeki gibi genellikle Tevrat referans alınmıştır (Köroğlu, 2019).

Yunan harflerinin bir sözcük sayılan dizimine Abraksas/Abrasaks denmektedir. Büyülerde kullanılır, tılsım ve muskaların üzerine yazılırdı (Şekil 3.33). Maddeyi kötü, ruhu saf ve iyi olarak gören eski inanışta Abraksası kutsallaştırıp güneş tanrısına tapınmayla ilişkilendirdiler. Bizans kültüründe de çok önemli yere sahip olan bu tılsım figür; çok yönlü dev bir yaratık Anguipedes Abrasaks/Abraksas olarak isimlendirilirdi (Altınoluk, 2016; Kaplan, 2016).

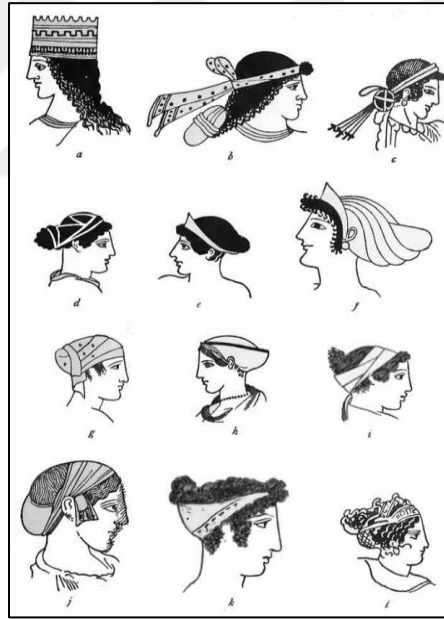
Abraksas 2. ve 3. Yüzyıla gelindiğinde Mezopotamya, Pers, Mısır coğrafyasında astronomi, Pagan ve Hristiyan inancının senteziyle ortaya çıkmış güneş ve gökyüzü tanrısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı zamanda Doğu Roma askerlerinin de taptığı Pers mitolojisinde önemli bir figür olan Mitras'la eş sayılmıştır (Gitler, 1990). Abrasakslı muskaların, aşk ve güç kazanma arzusuyla kullanılmış olduğu kaynaklarda belirtilmektedir.



Şekil 3.33 : Anonim, Abraksas/Abrasaks kolye, Bizans Dönemi (Url-48).

Intaglio denen bir teknikle genellikle yarı değerli taşların veya camın üzerine Abrasaks tılsımı çizilerek yapılan kolye yüzük gibi takılar genellikle tılsım, nazar kötü enerjiye karşı kullanılırdı. Doğu roma ve Bizans'ta görülen Abrasaks'a Hristiyanlığın kabulünden sonra tek tanrı inancını yücelten kelimeler veya eski

ahitten tanrı anlamına gelen kelimeler eklenirdi (Koçar, 2011). Doğu Roma'da Hristiyanlık kabul edilip tek tanrılı dine geçildikten sonra tılsımların içerikleri, anlamları aynı kalmış ancak şekilleri bazı değişikliklere uğramıştır. Mesela kötü ruhlardan koruduğuna inanılan erkek cinsel organının yerine nazara karşı koruduğuna inanılan göz ve hayvan figürleri gelmiştir. Diğer yandan melek figürleri çok sık kullanılmaya başlayarak insanları koruduğuna inanılmış ve takılarda da sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Diğer yandan melekler iyiliği bu dünyadaki korumacılığı sembolize ederken, yer altında yaşayan kötülüğü hastalıkları getiren demon denen şeytanlar da bulunmaktadır. Roma'da adı demon olarak anılan kötücül ruhlar aslında Mısır ve Mezopotamya kültürlerinden gelen kültürün uzantısıdır (Vakaloudi, 2000). Antik Yunan'da saçları toplamak için kullanılan toka veya saç bantları baş takıları olarak sınıflandırılabilir. Antik dünyada dini inançları vesilesiyle ya da tılsım veya büyü amaçlı saç tokaları veya aksesuarları da sıklıkla kullanılmıştır (Şekil 3.34).



Şekil 3.34 : Saç takıları, Antik Yunan (Url-49).

Hristiyanlık inancı Doğu Roma İmparatorluğunda geniş topraklarda yankılanıp taraftar bulunca yasaklanmıştır. Sonrasında Konstantinopolis sınırları içerisinde Hristiyanlık dini yasağı kaldırılıp inanç serbestliği yaşanmıştır. Bu dönemde Hristiyan inancı tüm sembolleriyle Konstantinopolis sınırları içerisinde yaşatılmıştır. Hatta eski çok tanrılı inançlara benzer yorumlarıyla Hristiyanlık sembolleri de kullanılmış, bazen eski sembollerle birlikte yeni inancın etkileri bir arada ve iç içe

geçerek vücut bulmuştur. Bizans İmparatorluğu başkenti Konstantinopolis olarak 1100 yıl yaşamış ve tüm kültürel birikimini sanata yansıtarak çok zengin sanat eserleri ortaya çıkmıştır. Takıda da bu kültürün etkileri görülmeye başlanmış Hristiyanlığın kabulünden itibaren Hristiyanlığın simgeleri takıda yer bulmaya başlamıştır (Köroğlu, 2000).

3.1.1.2 Tek tanrılı “İbrahimi” dinlerde sembol kullanımının takıya etkisi

İlkel toplumlarda inanma ihtiyacı ve manevi inancı somutlaştırma isteği sembolizmi yaratmış; semboller de ilkel sanatı oluşturmuştur. Binlerce yıl çeşitli inanç sistemlerine inanan insan toplulukları kültürlerine ve sanatlarına manevi duygularını birebir işlemişlerdir. Kitleler halinde tek tanrılı inanç sistemlerine inanmaya başladıklarında siyasi yapı da günlük yaşantı da kültür-sanat da bu durumdan oldukça fazla etkilenmiştir. İnsanlığın tarih boyunca inandığı tek tanrılı üç büyük din olarak kabul gören Musevilik, Hristiyanlık ve Müslümanlık Anadolu coğrafyasında da kitleleri etkilemiş, bu coğrafyada gelişen kültür ve sanata yoğun izler bırakmıştır.

Anadolu Hristiyan İnancında takı: Bizans Uygarlığı, Roma imparatorluğunun 395 yılında doğu ve batı olarak ayrılmasının ardından doğu topraklarındaki Roma İmparatorluğu varlığını, başkenti Konstantinopolis olmak üzere, 1453 yılına kadar yaklaşık 11 yüzyıl sürdürmüştür. Modern tarihçiler ise bu dönemi “Bizans” olarak adlandırmıştır. Oldukça uzun bir dönemi kapsadığından Bizans sanatı, Erken Bizans Dönemi, Orta Bizans Dönemi ve Son Bizans Dönemi olmak üzere üç ana dönemde incelenmektedir.

Doğu Roma İmparatorluğu’nda görülen tek tanrılı Hristiyanlık inancı ilk dönemlerde yasaklansa da I. Konstantin döneminde Hristiyanlık kabul edilmiştir. Hristiyanlığın kabulü ile tek tanrılı din inancı sarayın alışkanlıklarını değiştirmiş, halkın gündelik yaşantısına girmiş, yaşam tarzını, ritüelleri bu bağlamda mimariyi ve sanatı yeniden şekillendirmeye başlamıştır. Hristiyanlığın en önemli sembolü olan haç; kiliseler ile mimariyi ciddi bir şekilde etkilerken, iç dekorasyon ve dış dekorasyon bezemeleri, çeşitli süslemeler ve tabii ki takı tasarımlarında büyük yer edinmiş tasarımlarda yeni bir çağ açmıştır. Hristiyanlığın yaygın olduğu imparatorlukta takılarda Hristiyan figür ve sembolleri görmek mümkündür (Şekil 3.35). Mücevher Bizans’ta tam bir hükümdarlık göstergesidir. Mücevher taç, altın ve incilerle süslü mor kıyafet imparator ve imparatoriçelerin vazgeçilmezi olmuştur.



Şekil 3.35 : Anonim, tek küpe, Doğu Roma İmparatorluğu Dönemi (Url-50).

Bizans kuyumculuğunda Roma ve Helen sanatının etkisi oldukça fazladır. Ancak 6. yy.'dan sonra doğu ve İslamiyet'i kabul etmiş halklarla ilişkiler yoğunlaşınca Bizans sanatı içinde doğu sanatı etkilerinin arttığını söylemek doğru olur. Bizans takılarında elmas, yakut, zümrüt, safir gibi değerli taşların yanı sıra özellikle hastalıkları iyileştirme ve tılsım gücü olduğuna inanıldığı için ametist, akik, kuvars, lapislazuli gibi yarı değerli taşlara tasarımlarda sıkça yer verilmiş, altın, gümüş, bronz vb. gibi metaller çok çeşitli tekniklerle işlenmiştir. Doğu Roma İmparatorluğu sınırlarında halkın kitleler halinde Hristiyanlığı kabulü ile takılarda da yoğun bir din etkisi görülmektedir. Soylu sınıfın takıları altın değerli metaller ve değerli taşlarla süslenirken, soylu olmayan kesim çeşitli metal alaşımları ve yarı değerli taşlar ve camla süslenmiş takılar kullanmıştır. Hatta bronz gümüş gibi az değerli metallerin üzeri altın varak kaplanarak altın sarısı renge bürünmüş ve değerli taşın yerine çeşitli renklerde cam kullanılarak değerli takı havası yaratılmıştır. Batı Roma'ya kıyasla Doğu Roma takısında değerli taş ve madenler daha çok kullanılmıştır bunun en büyük sebebi de Doğu Roma'nın ekonomik ve kültürel zenginliğidir. Ancak bir süre sonra bu gösterişli durum Hristiyan din adamlarınca müsrüflük olarak algılanmış ve yasaklanmıştır (Köroğlu, 2000).

Tarihin ilk çağlarından beri hemen hemen her coğrafyada karşımıza çıkan ve evrenin kozmik döngüsünü anlamlandırmaya yönelik üçgen, kare, dikdörtgen, bunlardan elde edilen yıldız, daire vb. geometrik şekillere kozmik ve bilinç üstü anlamlar yüklenmiştir. Bu geometrik şekillerin sembolizmi büyük değer görmüş ve bereket, koruma, tılsım gibi iyi niyetli büyülerin yanı sıra kara büyü gibi kötü niyetli büyülerde, ritüellerde, folklorik kültürlerde, takılarda ve süslemelerde sıklıkla kendilerine yer bulmuşlardır (Taş ve Özcan, 2014).

Antik çağlardan günümüze her inancı, bilimi ve felsefeyi etkileyen daire kozmik evreni simgelerken tam ortasından çıkan sekiz düz çizgiyle 8 parçaya ayrılmıştır. Bu sekiz bölüm enerjinin aktığı evrensel cosmosu sembolize ederken, tam orta nokta düşünce dünyası, iç tarafta kalan daire yaratıcılık, orta daire şekillendiricilik, dış taraf ise maddiyatla ilişkilendirilir (Türe, 1998). Bu sembol Hristiyan ikonografisine sekiz kollu haç olarak yansımıştır (Şekil 3.36).



Şekil 3.36 : Sekiz kollu haç, Bizans Dönemi (Url-51).

+ ve X işaretleri dört kenar dörtgenleri tek merkezde birleştirmek için kullanılan işaretlerdir. Bu işaretler dört koluyla dört elementi işaret eder ve bu yönüyle haç sembolü olarak yorumlanmışlardır. Hint Avrupa coğrafyasında bilinen Bronz Çağdan günümüze kadar kullanılan bu işaretlerin büyüsel anlamının önemi büyüktür. Ayrıca dört çizgili haç figürüne yatay çizgilere dikey, dikey çizgilere ise yatay küçük çizgiler eklendiğinde gamalı haç meydana gelir bu şekilde haç büyüünün etkisini arttırdığına inanılır. MÖ. 3000 yıllarının başında Hint Avrupa toplulukları ile haç ve gamalı haç sembolü Yunanistan, Anadolu, İran, Kuzey Mezopotamya, Hindistan'a kadar gelmiştir. Hindistan'da Bronz Çağı Kentlerinde ve Anadolu'da Alacahöyük kral mezarlarında değerli ve yarı değerli taşlarla bezeli haç ve gamalı haç motifleri bulunmuştur. Haç motifi ve üzerine işlenen taşların koruyucu gücü olması sebebiyle vücuda takıldığına inanılmaktadır (Türe, 1998)

Haç; şekil itibariyle ellerini iki yana açmış insan vücuduna da benzemektedir bu yönüyle İsa'nın çarmıha gerilmiş şeklinin sembolik izdüşümü haline gelmiştir ve İsa'nın çarmıha gerilmesinden günümüze kadar Hristiyanlığın en kutsal sembolü olmuştur. Erken Hristiyanlık dönemi ikonlarında, peygamber ve azizlerin resmedilmesi dinen yasaktı bu nedenle İsa'nın çarmıha gerilme anı en basit sembolizasyonla haç şeklinde resmedilmiştir. Haç ile kilisenin kötülüklerden

boynunda haç taşıyan kişinin ise; şeytandan ve tür kötülükten korunduğuna inanılır. Hristiyanlığın ilerleyen dönemlerinde inancın dünya üzerinde kolay yayılmasını sağlamak için somutlaştırma yapılması ihtiyacı keşfedilmiş ve bu sebeple İsa, Meryem ve Azizlerin resimleri ikona, biblo, süsleme, heykel, mozaik, vitray ve mimari bezemelerde ile takılarda kullanılmasına izin verilmiştir (Şekil 3.37) (Akalin, 2016).



Şekil 3.37 : Anonim, İsa ve Meryem Ana Hristiyanlık Madalyası (Url-52).

Hristiyanlık'ta Baba, Oğul, Kutsal Ruh olarak geçen kutsal üçleme (teslis) antik inanışlarda yer, gök, suyu ifade eden 3 rakamı ile sembolize edilir ve stilize edilmiş bir üçgenle somutlaştırılırdı. Hristiyan teslis inancı da çeşitli yorumlarla takıya işlenmiştir (Şekil 3.38) (Akalin, 2016).



Şekil 3.38 : Anonim, teslis kolye (Url-53).

Ayrıca günümüzde de takılarda sıkça kullanılan yunus balığının adının Yunus Peygamberden geldiğine inanılmaktadır. Yunus Peygamberin Tevrat'ta yazılan hikayesine göre Tanrı Yunus Peygamberi Ninova Halkına tövbe edip Allaha inanmaları için göndermiştir ancak Yunus Tanrının bu emrini yerine getirmeden halktan kaçarak bir gemiye sığınır, bu durumu fark eden gemiciler Yunus'u denize atar ve bir balık Yunus'u yutar balığın karnında günlerce yaşadıkdan sonra sahile vuran

Yunus peygamberin ikonografisi yeniden doğuş, yenilenme, sıfırdan başlama, zorluktan kurtulma gibi anlamları ifade eder ve yunus balığı günümüzde de takılarda sıkça yer alan bir sembol olmuştur (Türe,1999).

Anadolu Musevi İnancında Takı: Tek tanrılı üç büyük din olarak kabul edilen Musevilik, Hristiyanlık ve İslam dinleri çağlar boyu Anadolu coğrafyasında etkisini sürdürmüştür. Musevi inancının eski ahit öğretilerini de etkileyen Kabala felsefesinin sistematığıne uygun dizilmiş semboller kolyelere yüzüklere işlenmiştir. Davut Yıldızı Musevilerin herkesçe bilinen sembolüdür. Ters bir şekilde iç içe geçmiş iki üçgen altı köşesinin yönleri itibariyle kuzey, güney, doğu, batı, aşağı, yukarı şeklindedir ve bu yönlerden tüm evrenin korunduğuna inanılmaktadır. Kral Davut'un mührü olarak da bilinmektedir. Yıldızın üzerine kazınmış tanrının isimlerine ilişkin semboller de yer alır (Şekil 3.39). Korunma tılsımı sebebiyle Kral Davut'un savaş meydanlarında bu sembolü taktığı bilinmektedir.



Şekil 3.39 : Anonim, tılsım davut yıldızı kolye (Url-54).

Musevi inancında eski ahitten gelen inanışlar ve hikayeler ile Musa Peygamberin öğretileri, hayatı, Kabala inancı çok geniş bir yelpazede kendi sembolizmini geliştirmiştir. Davut Peygamberin bir rüyası üzerine dua olarak adlandırabileceğimiz tanrının isimlerini formüle ederek semboller dizisi halinde yüzük ve kolye uçlarına işlenmiştir. Yahudi inancında tanrının 70 ismini içeren stilize harf ve semboller dizisini üzerinde taşımak korunma ve hastalıklardan arınma, huzur hissetme dinginleşme gibi tılsımlar için kullanılır (Soytogay, 2006).

Allah'ın 70 ismi işlenmiş pendantlar, yüzükler, Hamse Yahudi inancında Hamza'nın eli olarak anılır (Şekil 3.40) veya Allah'ın görünmez eli, Tanrının sözü pendantsı, beş elementler (saf altın, gümüş, kurşun, bakır, kalaydan oluşan yüzüğü, hayat ağacı, çoğunlukla hamilelerin kullandığı tohum sembolü tılsım olarak kullanılan Musevi

takıları arasındadır (Şekil 3.40). Her üç büyük dinde de benzer anlamlara sahip ve koruma, güç, sabır tılsımı olduğuna inanılan ve Allahın eli ve koruyuculuğunu üzerinde olduğu inancını beraberinde getiren, her iki taraftaki baş parmaklar stilize edilmiş biçimdeki el figürü İslam dininde Fatma Ana'nın eli veya gözü, Hristiyan inancında Meryem'in, Yahudi dininde ise; Hamza'nın eli olarak bilinmektedir (Türe, 1999).



Şekil 3.40 : Anonim, Hamse kolye (Url-55).

Musevi inancında kullanılan beş metaller yüzüğü altın, kurşun, kalay, bakır ve gümüş olmak üzere beş tane saf elementin kullanılmasıyla oluşan bir yüzüktür. Kabala inancından gelen öğretilerle işlenerek yapıdır tılsımı korunma ve başarıdır (Soytogay, 2006).



Şekil 3.41 : Anonim, beş metaller yüzüğü (Url-56).

Musevi inancında yuvarlak küre şeklinde tanrının sözü kolye sevilen ve dini duyguları yüksek olan kişilerce rağbet gören dini sembolik takılar arasında yer alır. İçi boş bir kürenin etrafına stilize bir formüle benzer şekiller, ifadeler bulunur tanrının. İnanişâ göre evrenin oluşumunu, var oluşu, iç benlik ve dış dünya, beşeriyat yani ben ve benim dışımda olanlar düşüncesini vurgular. Taşıyan kişiyi tanrının birliği ve tekliğinden ayrılmama, tanrının yolunda kalma bilincini aşılır (Türe, 2003).

Anadolu İslam İnancında takı; üç İbrahimi dinden İslam dininin sembolizmi ve dini sembolizminin takılara yansımaları incelendiğinde. Öncelikle İslam dininin lüks, gösteriş ve şatafatı yasakladığını vurgulamak gerekir. Ayrıca İslam büyü ve tılsım kullanımını da yasaklamıştır. Ancak islamiyetten önceki kültürlerde çok fazla kullanılan ve adeta kültür geçişiyle insan dna sına işlenmiş olan bazı inanışlar ve alışkanlıklar yorum ve şekil farklılıklarıyla islamiyetin kabulünden sonra da devam ettiği görülmektedir. İslam inancında ve kutsal kitap Kuran'a göre hurafe, fal, büyü yasaklanmıştır ancak tılsım kullanımı yasaklanmamıştır. Hatta Hz. Muhammed'in hastalıklardan korunmak için, hastalara şifa için, böcek sokmalarına karşı tılsım ve muska kullanımını teşvik ettiği söylenmektedir.

İslamda gerçek görüntüyü aktarır şekilde resmetmek yasaklanmıştır bu sebeple muskalar ve tılsımlar yazılar, harfler ve sembollerden oluşan formüllerle konuşurlar. Tılsımlar üzerinde Hz. Muhammed'in, meleklerin, cinlerin adları, ayetler, dualar, bismillahirrahmanirrahim yazısı, Maşallah yazısı, Süleyman mührü, Yedi Uyurların isimleri (Şekil 3.42), Fatma Ana'nın eli, Allah'ın 99 adı ve sahip olduğu güzel sıfatları belirten Esmâ-ül Hüsna ile rakamlar, yazılar, semboller muska ve tılsımlar üzerine yazılmaktadır (Türe, 2003).

Hristiyanlık'ta da kutsal sayılan, Kuran'da Ashab-ı Keyf suresinde yer verilen Yedi Uyurların hikayesi; ilk Hristiyanlık dininin çıktığı ilk dönemlerde, Roma İmparatorluğu'nun Anadolu coğrafyasında geçmektedir. Yedi Uyurlar, yani yedi kişi, Hristiyanlık'ın yasak olduğu ilk dönemlerde öldürülmekten korktukları için kaçır ve yüzlerce yıl bir mağaraya uyurlar. Hristiyan inancına göre kutsal sayılan bu kişilere islam inancında da inanılmaktadır. Allahın korumacı gücünü üstünde hissetmek amacıyla tılsım olarak kolyelere, muskalara, vefklere, hamam taslarına, süs eşyalarına, kaftanlara işlenmiştir.



Şekil 3.42 : Anonim, Süleyman Mührü muska, Osmanlı Dönemi (Türe, 2003).

Tılsımların, muskaların içine konduğu muhafaza kapların da üzerinin tılsımla bezenerek süslenmesi içinde muhafaza ettiği yazma kadar önemlidir (Şekil 3.43). Muska kelime anlamıyla hastalığa derde deva olması nedeniyle reçete anlamına gelirdi. Muskalar hastalara şifa dertlilere deva olması niyetiyle ince uzun kağıtlara yazılırdı. İnce uzun kağıtlar ya üçgen biçiminde katlanır ve üçgen muhafazanın içine konur veya rulo yapılarak silindirik şeklindeki muhafazada saklanırdı. Bu muhafazalar genellikle gümüş olmak suretiyle çeşitli metallerden de üretilebilirdi. Üzerlerindeki bezemeler çoğunlukla singeler, formüle edilmiş semboller yani muhafazanın tılsımlarını barındırırken, bazen de muhafazanın üzeri cami, hilal, ay veya figüratif Osmanlı süslemeleri kabartma veya kakma-oyma tekniğiyle bezeliydi. Savat işçiliği ve taş mihlama kullanılmıştır (Türe, 2003).



Şekil 3.43 : Anonim, muska kapları, Osmanlı Dönemi (Türe, 2003).



Şekil 3.44 : Anonim, vefk takı, Osmanlı Dönemi (Türe, 2003).

Diğer tek tanrılı dinlerin sembolizmini anlatırken değinilen, İslam’ da da Fatma Ananın eli olarak adlandırılan açık el diğer dinlerde olduğu gibi İslam dininde de nazardan, kötü enerjiden, kötülükten koruma amaçlı kullanılır (Şekil 3.45). Elin beş parmağı Hz. Muhammed, kızı Fatma, damadı Ali ve torunları Hasan ve Hüseyin’i sembolize eder (Türe, 2003). El şeklindeki tılsım genelde boyuna veya evin duvarına asılırdı. Yoğun koruma özelliğini güçlendirmek için üzerine dualar vefk adı verilen koruma büyüleri yazılırdı. Anadolu’da yine kötü enerjiden arındırmak için yapılan kurşun dökme ayini esnasında kurşun döken el benim elim değil Fatma Anamızın elidir şeklinde sözler de birbirine bağlantılı tılsımların gücünü arttırmak için söylenirdi. Bektaşî geleneğinde sırt kaşımak için kullanılan ucunda el şekli bulunan uzun sopa vücuda yine bu elin değmesini amaçlamaktadır (Türe, 2003). Günümüz popüler kültüründe de Fatma Ananın eline modern tasarımlarda çantaların, giysilerin üzerinde, takılarda, ev dekorasyon ürünlerinde sıkça rastlanmaktadır.



Şekil 3.45 : Anonim, tılsım kolye, Osmanlı Dönemi (Türe, 2003).

İslam dinine göre Müslümanlar Hz. Muhammed’in son Peygamber olduğuna ve kendinden önce dünyaya gelmiş tüm peygamberlere inanmaktadırlar. Süleyman Peygambere kuvvet, kudret, ilahi nimetler ile mülk ve saltanat verilmiştir; cinler ve rüzgâr onun emrindedir. Mühr-ü Süleyman, Süleyman Peygamberin yüzüğüdür. Üst üste ters şekilde yerleşen üçgenler altı köşeli yıldız şeklini oluşturmuştur. Bu altı kollu yıldız simgesi aynı zamanda kral olan Süleyman Peygamber’e güç, istikrar, iktidar kazandırmıştır. Hz. Süleyman’ı simgeleyen altı kollu yıldız Müslümanlar

tarafından da evlerde giysi ve takılarda, süs eşyalarında kullanılmıştır (Akalın, 2016). İki ikizkenar üçgenin üst üste gelmesiyle oluşan altı köşeli yıldız Davut Yıldızı olarak adlandırılmakta ve aslen Musevilerin sembolü olarak bilinmektedir. Ancak hep altı çizilen kültür geçişleri sebebiyle benzer ikonografiler farklı yorumlarıyla diğer kültürlerde ve inançlarda da görülmektedir. Örneğin Davut Yıldızı güçlendirilmiş bereket ve nazar büyüsü olması sebebiyle İslam dünyasının etnografik takılarında da kullanılmıştır. Maşallah ise, anlamı itibarıyla Allah'ın istediği gibi, Allah nazardan saklasın şeklindedir ve anlamıyla aynı amaca hizmet etmek suretiyle nazar ve kötü enerjiyi kişiden uzaklaştırmak için vücutta taşınmaktadır (Türe, 2003).

Kutsal üçleme sembolizmine Hristiyanlık bölümünde Teslis anlatılırken değinilmişti. Ancak üçleme de sadece Hristiyanlık ikonografisine ait bir sembolizm değildir. Üç rakamı ve üçlemeler hem semavi dinlerde hem de çok tanrılı dinlerde ve mitolojilerde yer alıyordu. Asya Türk mitolojilerinde Gök-Güneş-Ateş üçlemesi varken antik dönem Anadolu mitolojilerinde de karşımıza çıkmaktadır. Artemis-Kibele Ana tanrıçasının bakirelik dönemi, evlendikten sonra kadın olma süreci ve çocuk sahibi olduğunda ana olma süreci bu üçlemeye dahil edilebilir.

Vefkler bir nevi iyi büyü, tılsım olarak da adlandırılabilirler. Cetvelle çizilmiş gibi büyük bir karenin içini eşit oranlarda küçük küçük karelere bölerek her bir karenin içerisine sembol, dua, isim, harf, rakam gibi şekiller ya da belli bir amaç için tasarlanmış formüller yazılır. Her vefkin duası ayrıdır. İnsanlar boyunlarında veya parmaklarında bu vefkleri taşıdıklarında, korunduklarına veya vefkin içeriğine göre güçlendiklerine, başardıklarına inanırlardı, vefki üzerinde taşımanın ise; herkes tarafından olumlu karşılanacağı düşünülürdü.

Antik dönem uygarlıkları Sümerler, Mısırlılar, Fenikeliler, Asurlar, Babiller, Kartacalar, Yunanlılar, Romalılar hatta tarih öncesi bilmediğimiz dönemlerde de göz insanlığı etkileyen ve en yaygın kullanılan koruyucu sembol olmuştur. Göz ruhun dışarıya açılan kapısı olduğuna inanıldığı için kötü niyetli kötücül ruha sahip insanların kötü enerjisi gözü vesilesiyle ruhundan çıkıp karşısındaki insanı hasta ettiğine veya kötü etkilediğine inanılırdı. Böylece üzerinde göz taşımayan kişi kendisine gelen kötü enerjiyi geri püskürtür ya da göz kötülüğü kendi üzerine çeker ve patlardı, bu şekilde üzerinde göz taşıyan kişi korunurdu. Göz figürü veya stilize göz şekli tılsımları güçlendirdiğine inanılır, bu nedenledir ki muskalar da üçgen şeklinde yani stilize göze benzer bir şekilde katlanır ve taşınırdı. Anadolu'daki nazar

boncuğu da iç içe geçmiş renklerle stilize edilmiş gözün Anadolu yorumudur. İslam inancında da göz kutsal sayılır kalp gözü yani ruhun derinliklerinden gelen hissiyat; insanın tanrıyla iletişime geçtiği an olarak yorumlanır. Daire sembolizasyonu insanoğlunun beyinde çağrıştırdığı anlam açısından değerlendirildiğinde; sürekli döngü, sonsuzluk, uçsuz bucaksızlık, kâinat, ölümsüzlük, kutsal öz, kutsal yaratıcıyı işaret eder. Daire motifi islam sanatında mükemmelliği ya da tek mükemmel Allah'tır, benzer bir sembolizasyonla Budist felsefenin sanata yansımada daire Buda'yı sembolize eder. İslam sanatında bir daire içine çizilen ve yaprakları merkezden çıkıp rüzgârgülü gibi dönen rozet motifi de çark-ı felek veya feleğin çarkı kâinatın sonsuzluğunu, ölümsüzlüğü, sürekli döngüyü sembolize etmektedir (Türe, 1998).

Tarih öncesi ve eski medeniyetlerde; kare ve eşkenar dörtgen dört birbirine bağlı kenarı ve bu kenarların kırılma noktaları olan köşelerle hem iç içe geçmiş hem zıtlığı çağrıştıran kozmik döngüyü sembolize etmektedir. Anadolu, Mezopotamya ve Arap Yarımadasında kitleler halinde inanılmaya başlayan İslam dinine geçtikten sonra Türkler, Araplar, Bedeviler ve göçebe topluluklar eski geleneklerden gelen mitolojik inançları ve adetleriyle yeni inançlarını harmanlamışlardır. Bu topluluklar yaşadıkları coğrafyaların kültürüne eski ve yeniye entegre ederek İslamiyet ile yeni kültürel simgeler katmışlardır. Kare, dikdörtgen şekilli muskalar, üçgen şekilli (stilize göz) muskalar, göz, nazar boncukları, hamse, Fatma Ana'nın eli bunlara örnektir. Ve bu kültür geçişi günümüze dek uzanmış, son yıllarda da artarak popüleritesini devam ettirmektedir.

Erken orta çağ dönemi 11. yy. sonu 12. yy. başlarında mücevherin ana vatanı sayılan Doğu'dan Avrupa'ya mücevher girişi oldukça azdı. Doğu'ya olan Selçuklu akınlarının sıklığı Doğu'dan Avrupa'ya mücevher girişini engellerken, İspanyol haclı seferleri ise; Arap İspanya'sına mücevher girişine engel olmuştur. Giren ve kullanılabilen mücevherler günlük kullanıma yönelik saf altından oluşan mücevherlerdir. Bu süreçte Avrupa'da mücevherin çok nadir bulunuşu, değerli taşlarla bezeli mücevhere olan merakı ve mücevherlerin değerini eskiye oranla en üst seviyeye çıkmasına sebep olmuştur. Hatta değerli taşlara yüklenen uhrevi ve büyümlü anlamlar Avrupa'da birçok şehirde sıklıkla kaleme alınmış, Hristiyanlık ile ilgili dini temalar içeren Lapidaries olarak adlandırılan Latince ve Fransızca yazılmış şiirlerde ve edebi eserlerde yer almaktadır (Evans, 1989).

Türkler Anadolu'ya akınlar halinde yerleşmeden yani 1071'den önce Anadolu coğrafyasına yaklaşmışlar Anadolu'da yaşayan halklarla ticari ve kültürel ilişki ve etkileşim içinde bulunmuşlardır. Anadolu'da yaşayan medeniyetlerin, Roma ve Bizans gibi uygarlıkların kültüründen etkilenmişler, beğendikleri kültürel mirası kendi kültürleriyle harmanlamışlardır. Takılar da bu kültürel etkileşimin bir ürünü olarak Türkler tarafında yeni dinsel, kültürel ve fonksiyonel değişiklikler görerek Türk kültürünün bir parçası olmuştur.

Türkler Anadolu'ya yerleştikten Anadolu'ya Türk kültürü Selçuklular ile yerleşmeye başlamıştır. Ancak Selçuklu takılarından günümüze ulaşan takı örneği bulunmamaktadır. Bunun nedeni ise hem islamiyetin kabulünden sonra ölüyü eşyalarıyla gömme geleneğinin ortadan kalkması hem de hazine boşaldığında tüm değerli maden ve eşyaları paraya çevirmiş olmalarıdır. Ancak çağdaşı Orta Asya'daki Türk kültüründen Selçuklu dönemi takılarını anlayabilmek mümkündür aradaki benzerlikler bağlantı kurmakta yardımcı olmaktadır. Selçuklu takılarından bilinen bazı örnekler üzerinden altın takının Selçuklularda hükümdar ve soylular tarafından kullanılırken halk gümüş ve bronz kullanırdı. Selçuklu takı kültürü Bizans ile yakın ilişkiler sebebiyle ve Doğu Roma'nın toprakları üzerine kurulan yeni bir uygarlık oluşu sebebiyle Roma ve Bizans' tan çok fazla etkilenmiştir. Hristiyanlık sembollerini Selçuklu takılarında da görmek mümkündür. Diğer yandan Pers ve Mezopotamya kültürlerinin de yoğun yansımaları mevcuttur dolayısıyla Selçuklu kültürüne Bizans, Roma, Orta Asya Türk kültürü, Pers ve Mezopotamya kültürlerinin harmanlanmış hali demek yanlış olmayacaktır.

Selçuklular, Anadolu Beylikleri Dönemi ve Osmanlının ilk yıllarından bahsederken Anadolu Medeniyetinin asli unsurlarından olan Bektaşilik ve Tasavvuf inancına değinmek gerekir. Tasavvufta sembol kullanımını üstü kapalı olanın gün yüzüne çıkarılarak anlamlandırılmasına dayandırılmaktadır. Semboller, duyularla algılanamayacak varlık, yaratılış, bu dünya, diğer dünya” kavramları ile ilgili bilginin oluşturulmasını ve paylaşılmasını sağlar. Bu nedenle sufiler sembolleri bilgi aktarma aracı olarak kullanırlar (Shaalan, 2000). Öğretinin aktarımında kullanılabilecek her sözcük, sözlük anlamından sıyrılarak tasavvufun temel düşünce ve kabulleri doğrultusunda yeniden anlamlandırılarak sembolleştirilir. Kullanılan semboller hem inancın soyut kısmı olan iman, hem de inanç çevresinde oluşan duygular, düşünceler ve davranışlar dünyasını temsil eder. Sûfinin varlıktan geçme ideali de bu yolla

anlam kazanır; çünkü, amaç bilgiyi içselleştirerek bilinçlenmek, bilinçlendirmek, bilinçsiz taklidi engellemektir (Akarınar, 2004).

Anadolu kültürüne katkısı büyük olan Bektaşî geleneğinde, şahmeran, Fatma Ana'nın eli, üçgen muhafazalara konan muskalar, göz ve üçgen sembolü sıkça kullanılmıştır. Bektaşî kültüründe İslama atfedilen üç rakamının kutsallığı aynen devam etmektedir hatta Müslümanlık'ın Caferî mezhebi ile Alevî-Bektaşî inançlarında kutsal üçleme Allah-Hz. Muhammed-Hz. Ali olarak yer almaktadır (Türe, 1998).

İslam geleneğinde değerli taş ve madenlerin kullanılması yasaklanmamış fakat kullanımlarında aşırıya kaçılmaması konusunda ayet şeklinde öneri ve uyarılar vardır. İslam geleneğinde altın ve değerli taşların kullanımı yasaklanmadığı halde Osmanlı'da altın başka madenlerle karıştırılarak, değerli taşlara aşırıya kaçmadan kullanılmıştır. Osmanlı Devleti'nin ilk yüzyıllarında takılar oldukça doğal ve küçük taşlarla, natüralist ve naif işçiliklerle tasarlanıyordu. Osmanlı'da kuyumculuk kültürüne göre devlet olduktan sonra ilk yüzyıllarda taşın ruhuna dokunmadan Osmanlı ruhunu da yansıtır sadelikte ve saygıyla taş işlenmiştir, taşın doğal şekline göre montör belirleyerek taşı olduğu gibi kullanmaya yönelik olarak gelişmiştir. Ancak İmparatorluğun genişlemesi ve zenginleşmesiyle yeni alınan topraklardan sadekarlar ve kuyumcular getirilmiş ve sınırlar içerisinde kuyumculuk çok fazla çeşitlenerek kendi tarzını ortaya koymuş ilerleyen dönemlerde diğer kültürlerden gelen sadekarların da etkisiyle eklektik denebilecek karma bir boyuta ulaşmıştır. İmparatorluğun genişlemesi ile daha çok savaş ganimeti elde edilmiş, artan nüfusla birlikte daha çok vergi toplanmış ve imparatorluğun refah düzeyi artmıştır. Bu da beraberinde daha çok altın değerli taş kullanımı, lüks tüketim ve şaha sahayı getirmiştir. Padişah gücünü önemini vurgulamak özellikle de halifeliğin Osmanlı Padişahlarına geçmesinin ardından Allah'ın yeryüzündeki temsilcisi olarak sıfatına yaraşır şekilde şahşahalı bir duruş sergilemek için zaman zaman çok iri ve elmas, zümrüt, yakut, inci gibi değerli taşlarla dikkat çekici ölçüde parlak, göz alıcı tasarımlar hazırlanmıştır. Ancak günlük kullanıma yönelik takılar sadekarın tarzına bağlı olmakla birlikte çoğu zaman Osmanlı tarzını ve duruluğunu koruyan iri ve değerli taş kullanılmasına rağmen doğal ve naif montürler tercih edilmiştir (Şekil 3.46). Osmanlı takıları genellikle sarayın zevkine ve ihtiyaçlarına göre yapılırken 18.

yüzyılda Batıyla ilişkilerin yoğunlaşması ve sosyal ve kültürel etkileşim neticesinde Batılı tekniklerin ve tarzların etkisinde kalmıştır (Url-57).



Şekil 3.46 : Anonim, sorguç, 18. yy (Url-57).

3.1.2 Yeni Çağ ve sonrasında sosyo-kültürel değişimlerin takıya etkisi

Takının tarihi, toplumsal değişimler ve eğilimlerle paralellik göstermektedir. Önceki bölümlerde de bahsedildiği gibi takının ilk misyonu takan kişinin sosyal pozisyonunu sergilemek için nadide bir araç oluşudur. Bundan sonraki süreçte anlatılacak olan takının bir diğer önemli özelliği ise; takıların ait oldukları dönemin sanatsal üslubunu birebir formlarına yansıtmış olmalarıdır. Yaşanan sosyal gelişmeler diğer sanat dallarını olduğu gibi takıyı da etkilemiştir.

Yeni Çağ'ın başlangıcını hem Anadolu hem Avrupa ekseninde ele alırsak; 1453'te Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u fethetmesiyle Doğu Roma İmparatorluğuyla birlikte Orta Çağ feodal yapısı da büyük darbe almıştır. Yeni Çağ tüm dünya halklarının yaşam tarzlarına kültürel, sosyolojik ve ekonomik anlamda büyük değişiklikler getirmiştir. Avrupa'nın dünyayı keşfetme çabası yeni ticaret yollarının ortaya çıkmasına ve kültürler arası geçişliliğe sebep olmuştur. Kolonileşme faaliyetleri ile Avrupalı Devletler dünyada yeni keşfedilen bölgelerin zenginliğini ele geçirmişler, kara ve deniz ticareti gelişmiş, kuyumcu ustalar dünyayı gezerek yeni keşfedilen bölgelere kendi zanaatlerini tanıtmış ve ayrıca bu bölgelerde tanıştıkları kuyumculuk sanatıyla kendi sanatlarını harmanlamışlardır. Kendi tarzını yaratan kuyumcular ilk defa bu dönemde katalog basmışlar ve mesleğe kurumsallık

katmışlardır. Böylece kuyumculuk evrensel anlamda tanınmış ve gelişmiştir (Duru ve Şaman, 2015).

Diğer yandan Floransa'da yer alan dönemin güçlü şehir devletlerinden birinin yönetiminde olan Medici Ailesi sanata, sanatçıya, teknolojik gelişmelere maddi ve manevi büyük destek vermiştir. Sanatçılar Rönesansın getirdiği düşünce akımı hümanizmin de etkisiyle insanı merkeze alan bireye vurgu yapan özgün eserler yaratmışlardır. Ancak sanatçıların tamamıyla Orta Çağ zihniyeti ve dinden bağımsız olarak hareket ettiğini söylemek mümkün değildir. Rönesans sanatçıları antik dünyayı yeniden keşfetmiş antik dönem bilgileri ve sanat üslupları ile kendi çizgilerini birleştirmeye çalışmış ancak bunu yaparken Gotik sanat anlayışından da uzaklaşmadan modern formları içine eklemiş yani eskiyle yeni yorumları karıştırarak kendi üsluplarını ortaya koymaya çalışmışlardır. Sanatın her alanında büyük değişim ve gelişmeler gözlemlense de 15. yüzyıl sanatı yine sarayın gölgesinde kalmıştır (Gombrich, 2001). Sanatçı sarayın toplumsal kaygılarıyla ve maddi imkanlarıyla verdiği siparişleri geleneklerden çok da kopmadan yerine getiren kişi pozisyonunda olmuştur yani kurumlar ve gelenekler dönemin sanatını derinden etkilemiştir (Baxandall, 2015). Sanatı derinden etkileyen Rönesans her coğrafyada ve kültürde farklı hissedilmiştir. Rönesansın etkisiyle Avrupa'da resim ve heykel alanında büyük gelişmeler yaşanırken, Osmanlı coğrafyasında resim ve heykel sanatının desteklenmemesinin de etkisiyle mimari ve takı alanında Rönesans etkileri hissedilmektedir.

Anadolu takının tarihi gelişimine ev sahipliği yapmış bir coğrafyadır. Osmanlı Devleti'nin bu topraklarda hüküm sürmesi Osmanlı'da takı geleneğini köklü temellere dayandırmış ve Osmanlı Sarayı ve Anadolu topraklarında takı sanatının gelişmesine sebep olmuştur. Osmanlı Sarayında saraydaki sultanlar, harem hayatı ve hediye olarak diğer ülkelerin krallarına verilecek olan mücevherleri üreten mücevher ustaları ve kuyumcu başı bulunurdu. Yani halk için mücevher üreten ustalar ayrı saray için üretenler ayrıydı (Deda, 2007). Osmanlı Devleti'nde mücevher sadece vücut üzerinde taşınan takı olarak değil, kullanım eşyası olarak da karşımıza çıkmaktadır. Mücevhere maddi varlık addedilmiştir, mücevherler ihtiyaç halinde paraya çevrildiği için 15 ve 16. yüzyıldan günümüze Osmanlı saray takısı örneği fazla kalmamıştır bu döneme ait orjinal Osmanlı takılarını saray portrelerinde görmekteyiz (Şekil 3.47).



Şekil 3.47 : III. Mustafa'ya ait portre (Url-58).

Osmanlı kültür-sanatına, günlük yaşantıya ve döneme ışık tutan matara, maşrapa, sürahi, ayna, tarak, kese, saat gibi kullanım eşyaları, taht, mühür yüzükler, sorguç, işlemeli kaftan, askı vb. gibi hükümdarın özel eşyaları, kitap ciltleri, muska ve kuran mahfazaları, yazı takımları, levha, rahle gibi okuma yazma eşyaları, kılıç, hançer, barutluk, tabanca, tüfek gibi savaş gereçleri; at koşumu, kamçı gibi binicilik eşyaları; cerrah takımı, ustura gibi tıbbî gereçler, gözlük gibi günlük kullanım eşyalarına ait örnekleri ve bunların üzerindeki bezemeleri Topkapı Sarayı hazinelerinde görmek mümkündür (Taşyürek, 2009).

Rönesans döneminde Avrupa'da takı sanatı zirveye ulaşmıştır. Beğenilen mücevher ustaları kraliyet aileleri tarafından desteklenerek ödüllendirilmiş, daha güzel takılar yapmaları için teşvik edilmişlerdir (Şekil 3.48). Rönesans döneminde hem klasik sanat gelişirken takılara yansımış, hem mitoloji, tarih, antik dönemin yansımaları görülmüş hem de Orta Çağ'ın dini ve inanç odaklı temalarıyla sentez takılar ortaya çıkmıştır (Türe ve Savaşçın, 1986). Rönesans takıları altın montörlere değerli taşların mihlanması, mine ve yaldızla parlatma ve renklendirme gibi tekniklerle oldukça gösterişli bir takı stili oluştururken 16. yüzyıla gelindiğinde heykel ve figüratif formlar takıyı farklı bir boyuta taşımıştır (Önder, 2007).

Rönesans Avrupasında mücevherler daha parlak, daha renkli, daha hareketli ve gösterişli, tasarım yönü güçlü olmaya başlamıştır tıpkı dönemin diğer sanat dallarında olduğu gibi takıda da işçilik, estetik ve detay önem kazanmıştır. 1660'ta tek parça halinde naturel büyük elmas kullanımı yerini elmasın işlenerek küçük taşlar

halinde kesilmeye elde edilen daha parlak küçük pırlantalara bırakmıştır. 16. Yüzyıl'da İtalya takısında öne çıkan isim heykeltıraş Benvenuto Cellini'dir. Heykellerinde yaptığı gibi metali tıpkı bir heykeltıraş edasıyla birçok takı tekniği kullanıp şekillendirerek, oldukça hareketli montürler yaratmış, mine ve renkli taşları bu montörlere yerleştirmiş, takıya hareket ve renk kazandırmıştır (Gombrich, 2001).

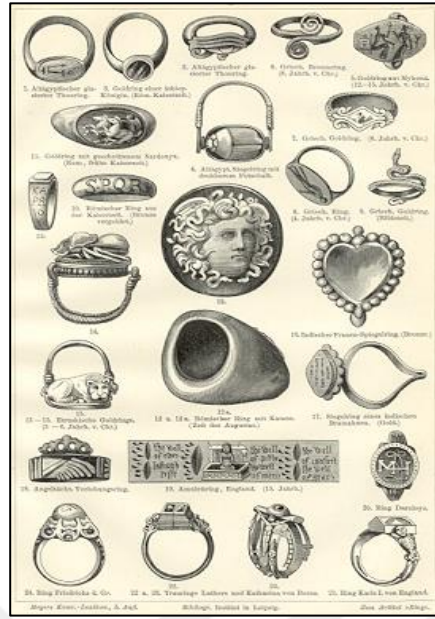


Şekil 3.48 : Benvenuto Cellini imzalı, takılar, 16. yy (Url-59).

Rönesans Dönemi'nin evlenirken takılan takıları çok gösterişli olurdu ve evlilik yüzükleri çok özel olmalıydı. Ancak bu takılar saklanmamış düğün takılarında hakkı olan erkek takıları paraya çevirmiştir. Evlilik yüzüklerine ikiz yüzükler denmiştir (Şekil 3.49), bu alyanslar 16. yüzyıl takı sanatıyla ilgili bugüne ışık tutan oldukça önemli takılardır (Şekil 3.50) (Türe, 2011b).



Şekil 3.49 : Anonim, nikah yüzükleri, 16. yy (Url-60).



17. Yüzyılda Rönesans'ın ardından meydana gelen iç karışıklıklar kilisenin tekrar güçlenmesine ve sanatı dinin propaganda aracı olarak kullanmasına sebep olmuştur. Barok, bu dönemin belirleyici sanat üslubudur. Mimarideki büyük, gösterişli, bombeli insana kendisini küçücük hissettiren mimarideki Barok üslup bu dönemde takıda da karşımıza çıkar. Takıda Barok; büyük, bombeli, ihtişamlı, parlak, tüm dikkati üzerine toplamayı amaçlayan iri takılar anlamına gelir. Bu dönemde takıda büyük elmaslar, safir, zümrüt, ruby gibi değerli taşlar, iri inciler kullanılmakta Rönesansta karşımıza çıkan figüratif öğeler yerini ihtişamlı, göz alıcı, taşın büyüklüğü ve parlaklığını öne çıkaran montörlere bırakmıştır (Şekil 3.51).

17. yüzyılda takı tasarımına farklı bir soluk getiren insanların sevdiği insanların ölümünden sonra taktıkları memento mori, yani ölümü anmak anlamına gelen takılar çoğunlukla yüzük olarak üretilmişlerdir ve üzerinde genellikle ölümü çağrıştıran kuru kafa vb. figürler yer alır (Şekil 3.52).



Şekil 3.52 : Anonim, memento- mori yüzükleri, geç 17. yy (Url-62).

Rönesans döneminde sanat ve kültür merkezi olan İtalya, 17. ve 18. yüzyılda Fransa'nın siyasi ve ekonomik olarak güçlenmesi ile bu özelliğini Versailles Sarayı'na kaptırmıştır. Fransız modası ihtişamı ve popüleritesi ile tüm dünyayı etkisi altına almış durumdadır. Saray'da düzenlenen zengin davetlerde giyilen gösterişli giysiler bir o kadar gösterişli takılarla tamamlanmıştır. Ancak balo alanlarında çok fazla mum ışığı olmasına rağmen takılarda kullanılan taşların büyüklüğü hedeflenen parlıtya ulaşamadığı için iri taşlar çok köşeli kesilmiş ve arkası folyolanarak renklendirilmiştir. 18. yüzyılda kuyumculuk sanatı dönemi ve üretilen ürünleri sorgulayan kuyumculara sahne olmuştur bu durum da takıda stil değişikliğini meydana getirmiştir.

18. Yüzyılın bir çağın değişmesine, siyasi, kültürel, sosyolojik, ekonomik, gündelik hayat kısacası her anlamda köklü değişikliklere sebep olan en önemli olayı Fransız İhtilalidir. Fransız İhtilali burjuvazinin güçlenerek 1789'a kadar binlerce yıldır dünyada tek yönetim biçimi olan monarşiyi yıkıp halkın kendi kendini yönetme biçimi olan demokrasiyi getirmiş olmasıdır. Halkın kendi özgürlüğünü eline alma hali fikir özgürlüğünü beraberinde getirmiş; felsefe, sanat gibi alanlar artık akademilerde bilimsel anlamda ele alınarak ders olarak öğretilmeye başlanmıştır (Turani, 1999). Sanatçının belli bir zümrenin emrinde olmadan kilisenin baskısını hissetmeden özgürce içinden geldiği gibi yaratması sanatın her dalında büyük değişime sebep olmuştur. Bu dönemde sarayı, tüketimi ve ihtişamı çağrıştırdığı için değerli mücevher kullanımı terkedilmiş değerli taşlar kullanılarak üretilen göz alıcı

mücevherler yerini devrimi çağrıştıran sembollerin kullanıldığı sembolik takılara bırakmıştır. (Türe, 2011b).

19. Yüzyıl'da devletlerin desteğiyle arkeologların antik dünyayı yeniden keşfetmeye başlaması ve bu dönemde Napolyon'un Fransa'da güçlenerek tüm Batı Dünyasına korku salması, kendisini bu dönemin tek imparatoru olarak görmesi ve tekrar monarşiyi geri getirme arzusu Neoklasik üslubun oluşmasına neden olmuştur. Napolyon portresinde antik hükümdar gibi tanrıyla özdeşleştirilmiş, kendisinin tanrısal özellikler yüklenmiş olarak betimlenmiştir. Napolyon'un korku saldığı Prusya'da kadınlar tüm değerli madenlerini ordunun güçlenmesi için bağışlamış ve bileklerine üzerinde dönemde yaşanan drama ilişkin yazılar yazılı olan demir bileklikler takmışlardır. 18 ve 19. Yüzyılda İsviçre'de tasarruf yasaları çıkarılmış bu dönemde madenler kesilip parlatılarak elmas görünümü yüklenmiştir. (Soytogay, 2006).

19. Yüzyıl'da monarşiyi hatırlatan Barok üsluba yönelik artık takı tasarlanmazken üretilen yeni takılar arkeolojik gelişmeler ve antik dönemin yeniden keşfinin de etkisiyle antik üslupta sade ve gösterişten uzaktır. Berlin'de de kadınlar Napolyon'a karşı kendi ordularını güçlendirmek için değerli mücevherlerini bağışlamışlardır. Bunun sonucunda Berlin'de demirden üretilmiş mücevherler popüler olmuştur (Şekil 3.53). Dönemin tüm özelliklerini yansıtmaması açısından bu mücevherler çok önemlidir.



Şekil 3.53 : Anonim, kolye, Berlin (Url-63).

Napolyon'nun da etkisiyle gelişen neoklasik üsluba ve sarayı çağrıştıran klasizime tepki olarak 19. Yüzyıl sonlarında takıda da Romantik üslup doğmuştur (Şekil 3.54).

Romantisizmin en önemli özelliği, sanat eserlerinde biçimden çok anlam ve ruha önem verilmesidir.



Şekil 3.54 : Anonim, Romantik (Victorian) Dönem broş (Url-64).

Avrupa sömürgecilik faaliyetlerini takiben sömürülen bölgelerin ve eski krallıkların hazinelerini yağmalamış ve ekonomik olarak kalkınmıştır. Refah düzeyinin artışı, nüfus artışına ve insanlığın gelişimine sebep olmuş, arka arkaya çeşitli buluşlar yapılmıştır. Avrupa’da 18. yüzyılda bu keşiflerden en önemlisi olan buharlı makinenin bulunmasıyla makineleşme ve endüstriyel üretim artmış, sermaye güçlenmiş beraberinde Sanayi Devrimi gerçekleşmiştir. Hızla makineleşen Avrupa üretimi beraberinde daha hızla artan nüfusu getirirken üretim için harcanan çaba azalmış yani iş gücüne ihtiyaç azalmıştır. Elde üretim tamamen azalmış bu da estetik açıdan düşüşe sebep olmuştur. Diğer sanat dallarında olduğu gibi takı üretimi de makineleşme sürecine uyum sağlamış ve el yapımı takı yerini makinelerin ürettiği seri üretim takılara bırakmıştır. Sanayi Devrimine tepki olarak tüm sanat dallarını kapsayan Arts and Crafts hareketi doğmuştur. İngiltere’deki sanayi devriminin ardından başlayan Arts and Crafts akımı 19. Yüzyıl sonundan başlayarak 20. yüzyılı da etkileyen çok önemli sanat hareketlerindendir. 19. yüzyıldan 20. yüzyıla dek mücevher tasarımında kullanılan elle presleme yöntemi yerine makinelerin buharla çalıştırılması seri üretime geçmeyi sağlamıştır. Mücevherde hızlı üretim ve yeni model arayışındaki sabırsızlık estetik kaygıları yok etmiş ve sıradan makine imalatı mücevherler üretilmeye başlanmıştır. Arts and Crafts sanatçıları estetikten uzak makinelerin yaptığı ruhsuz işlere tepki olarak el yapımı işlere yönelmişlerdir. Eski el emeği ile işlenen sanat eserlerine, eski dönemlere ve o dönemlerin sanatçılarına

duyulan saygı ve özlemle eski döneme övkünerek eserler yaratmaya çalışmışlardır. Arts and Crafts hareketinin takıya yansımaları da etkileyici olmuştur.



Şekil 3.55 : Charles Robert Ashbee imzalı, Arts and Crafts kolye (Url-65).

Sanayi Devrimi'nin ilk aşamasında teknik gelişme çok da büyük değildir. Fakat Elektrometalurjinin icadı ile takı yapım teknikleri gelişmiştir. Elması incelikli ve mükemmel kesen fabrikalar açılmış elmasın değerini belirleyen kıstaslar tekrar şekillenmiştir (Türkiye'de elmas ve pırlanta ayrımı elmasın kesilmesinden kaynaklanan parlaklığına ilişkin doğan bir ayrımdır). Altın ve gümüşten çok çeşitli ürünler üretilmeye başlanmış, saat sanayisi gelişmiş, yapay taş, yapay inci üretimi başlamıştır. 2. aşama Sanayi Devrimi'nde çelik ve petrol işlenerek kimyasal madde bileşeni olarak kullanılmıştır bu da plastik malzeme üretimini geliştirmiştir. Bunun takıya yansması ise; ilk defa her sektörde olduğu gibi takıda da plastik malzeme kullanımı takının şeklini ve takıya bakış açısını büyük ölçüde değiştirmiştir. Yapay taş, yapay inci ve değerli madenler dışında takıda kullanılan diğer materyallere plastik de eklenince dünya genelinde takı talebini karşılayacak işletmelerin sayısı çok fazla artmıştır (Soytogay, 2006). Makineleşme ile takıya olan arz-talep hızlı üretilen ve ucuz ulaşılan mallara doğru kayınca, takı alanında lüks üretim sektöründe Bulgari, Van Cleff Arpels, Cartier, Boucheron, Tiffany, Garrard, Harry Winston, De Beers gibi kendi farkını ortaya koymak adına seçkin, çok değerli nadir taşlardan oluşan, bazen hotcouture (kişiye özel) olarak tasarlanan tasarımcıların kendi üslubunu ortaya koyduğu değerli takılar üretmişler ve lüks tüketim denildiğinde ilk sırada gelen dünya çapında takı markaları haline gelmişlerdir (Duru ve Şaman, 2015).

3.1.3 20. yüzyılda sosyo-kültürel değişimlerin takıya etkisi

20. yüzyılda yaşanan büyük savaşlar, yıkımlar, hayal kırıklıkları ve travmalar sonucu insan kendi varlığını, kimliğini, ahlaki değerlerini sorgular olmuş hayata ve sanata bakış açısı büyük ölçüde değişmiştir. Endüstri Çağı her koşulda sorgulayan, araştıran, öğrenen ve zincirlerini kırmış isteyen hür ruhlar yaratmıştır. Çağlar boyunca özgür ve bağımsız olmak isteyen sanatçı endüstri çağının kendisine sunduğu özgürlüklerle kendinden önce gelen gelenek ve kalıplarını yerle bir etmiş, kural ve tekniklere baş kaldırmış, eski ustaların mükemmeliyetçi akademik tavırlarını yok etmeye çalışmış, sanata yepyeni bir ruh ve vizyon yüklemek için çabalamıştır (Süzen, 2018).

Endüstri Devrimi ile teknoloji ve güzel sanatlar gelişmiştir. Teknoloji sayesinde makinalar geliştirilmiş, elektrikli araçların kullanımı yaygınlaşmıştır. Fotoğraf makinalarının geliştirilmesiyle fotoğraf sanatı yükselen bir değer olmuştur. Bununla birlikte gelişen teknikler, makineleşme, materyal çeşitliliği ve hızlı üretim sayesinde ürüne kolay ulaşım dekoratif sanatları geliştirmiş, çeşitlendirmiş, tüm sanat dallarının iç içe geçmesini sağlamıştır. Takı sanatı da bu dönemde yaşanan etkileşimlerle değişmiş, gelişmiş çağa ayak uydurmuş sanat dalları arasında belirgin olarak parlamıştır.

20. Yüzyıl başlarından itibaren her alanda yeni fikirlerin gelişmesi, yeni bakış açılarıyla gelenekselin yorumlanması, eskiyle yeninin harmanlanması, yer yer eskiye başkaldırı, tamamen yeni çizgilerle hayatı anlamlandırmak felsefe, edebiyat, bilim, sosyal bilimler, güzel sanatlar, mimari gibi tüm alanlarda kendini göstermiştir. Sürekli gelişen yenilikler herkes tarafından kabul görmüş sanatçılar neredeyse her yeniliği benimsemiş ve o oranda eserlerine yansıtmıştır (Ayaydın, 2015). Bu yüzyılın sanat akımı Türkçe’de Yeni Sanat anlamına gelen Art Nouveau akımıdır. Sanatçılar girdikleri yeni formlar arayışında Doğu kültürünü derinlemesine keşfe çıkmış Uzak doğu ve İslam sanatı öğelerinden etkilenmiş Doğu sanatını kendi yorumlarıyla harmanlamışlardır. Son derece kıvrımlı, stilize tasarımlar, dönemin beğenisini ve üslubunu yansıtmıştır (Şekil 3.56). Renkli camlar, mine gibi çok farklı malzemeler kullanılmaya başlamıştır. Art Nouveau bitkisel formlardan, doğadan etkilenmiştir. Doğadaki haliyle birebir aynı görünen bitki ve hayvan motifleri, sonsuzluğa doğru uzayıp gittiği izlenimi veren kamçı uçları, yılan balığı gibi kıvrılarak uzayan formlar,

Art Nouveau akımını diğer akımlardan kolayca farklılaşmasını sağlamaktadır (Şekil 3.57).



Şekil 3.56 : Lalique imzalı, broş (Url-66).



Şekil 3.57 : Lalique imzalı, broş (Url-66).

Art Nouveau akımının tam anlamıyla yükseldiği dönem 19. yüzyıl sonu 20. yüzyıl başıdır. Çeşitli malzeme kullanıldığı bir dönem olup, değerli madenlerle kemik, ağaç gibi organik malzemeler bir arada kullanılmıştır. Bunun yanında farklı malzeme olarak plastik, krom ve çelik gibi parçalar eklenmiştir. Organik malzeme değerli taş kullanımının bir arada olduğu en güzel örneklerden birisi de Archibald Knox'un kaplumbağa kabuğu, değerli maden ve taşları bir arada kullanarak saç takısıdır (Şekil 3.58).



Şekil 3.58 : Archibald Knox imzalı, saç takısı (Url-67).

Ancak yeni sanat her coğrafyada farklı şekillere bürünmüştür. Ayrıca Art Nouveau akımı; Minos, Yunan, Mısır, Arap, Osmanlı, Hint ve İngiliz kökenli Kelt sanatlarından etkilenmiştir. Özellikle Minos vazolarında ve Japon sanatında görülen su motifleri, İslam sanatının soyut bitkisel formları ve yine Japon sanatının asimetric, iki boyutlu tasvir anlayışı, Art Nouveau sanatçılara ilham kaynağı olmuştur (Adıgüzel, 2006).

I. Dünya Savaşı döneminde özellikle kadınlar yaşadıkları bunalımlı günler sebebiyle sinemaya sıkça gitmişler ve beyaz perdede gördükleri platin takıları çok beğenmişlerdir. Savaş döneminde bu takıların aynısı ya yarı değerli metallerden ya da kaplama yöntemiyle üretilmiş ve kadınlar bu takılara rağbet göstermişlerdir. Ayrıca savaş teknolojileri ile metal de gelişmiş bu takı sanatına da yansımıştır.

Plastiğin ilk olarak icadı 19. yüzyıl sonlarına doğru ancak takı kullanımına girişi 20. yüzyılı bulmuştur. 20. yüzyıldan itibaren kolay şekil alabilen plastik her tür takı yapımında kullanılmıştır. Kolay şekillenebilmesi, renklenebilmesi gibi sebeplerle rağbet görmüş ve takıda Art Deco Akımını yansıtan malzeme olmuştur.

I.Dünya Savaşı dünyada birçok dengeyi değiştirmiştir, Osmanlı İmparatorluğu gibi eski imparatorluklar çökmüş, yeni dünya düzenine uygun demokratik yapıların kurulmasının önü açılmıştır. I. Dünya Savaşındaki buhran hali savaş sonrası büyük bir değişiklik özlemine evrilmiştir. Hayatın her alanında ve sanatta aşırılıklara çılgınlıklara duyulan özlemin etkileri gözlemlenmektedir. Savaş sonrası Yeni Sanat akımı artık yeterli bulunmamakta, daha çok yaratıcı yönü ortaya çıkaran, hayali, mistik, yer yer abartıya kaçan avangart eserler yaratan zaman zaman uçuk kaçık denebilecek ölçüde farklı ve tüketimin sınırsızlaştığı lüks bir sanat ortaya çıkmıştır.

Art Deco modern ve dekoratif sanatın harmanlanmış hali gibidir. Art Deco takılarında malzeme kullanımında ilk defa bu kadar sınırsız ve değişken davranılmış yumurta kabuğu, hayvan kabukları, deri gibi doğal malzemeler değerli taşlarla birlikte aynı takıda kullanılmıştır. Art Deco takının öncülerinden Fransız sanatçı Jean Foquet tasarımlarında renklerin ve malzemenin zıtlığını, sert geometrik şekillerle yumuşak hatları, mineleme gibi renklendirme yöntemleriyle zıt renkli değerli taşları bir arada kullanmıştır (Şekil 3.59).



Şekil 3.59 : Jean Foquet imzalı, Art Deco takı, 1925 (Url-68).

Ayrıca 1940 ve 1950’lerde sanat Amerikan soyut Ekspresyonizmden çok etkilenmiştir. Sanatçılar gelenekseli ayaklarına takılmış pranga gibi görmekte ve bu prangaları kırmaya çalışmaktadırlar. Dünyaya hem yeni tasarımların hem de tasarımı yapacak özgün dimaların gerekli olduğunu düşünmüşlerdir. Bu harekete Studio Crafts denmektedir. O dönemde Amerika, Avustralya ve İngiltere ve Avrupa’da Studio Crafts akademik bir öğreti halini almış sanat okullarında ders olarak okutulmuştur. Bu dönemde takılarda bu hareketten etkilenmiş ve form değişikliğine gidilmiştir.

20. Yüzyıla damgasını vuran modanın öncü ismi; I. Dünya Savaşı sonrası moda dünyasında devrim niteliğinde değişimlere imza atan; Fransız tasarımcı Coco Chanel bu dönemde tarih sahnesine çıkmıştır. Kadınları yüzlerce yıldır şık olmak için içlerine giymek zorunda hissettikleri dar korselerden kurtarmıştır. Rahat maskülen giyim tarzını ve şık pantolonları kadınların gündelik hayatına sokarak kadınlara çizilen sınırlamalardan kadınları kullanmış, sadece erkek giysisi olarak tanımlanan giysileri kadın giyimine sokarak kadınların konforlu ve özgür giyinmelerini sağlamıştır. Chanel’e göre bir kadın ne giyerse giysin, tarzını tamamlayan aksesuarları ve taktığı takılardır. Dolayısıyla devrim niteliğinde olan tüm bu yenilikler sadece giyim değil kadınların mücevher ve takı algılayışında da kendisini göstermektedir. Chanel kadının tavrını tarzını tamamlayan yegâne aksesuarın takılar olduğunu söylerken takıda sadeliğin yanında, net kendini belli eden ve feminen

izgileri n planda tutmuştur. Sıra dizili incileri, küpeleri ve dikkat çekici yüzükleri kıyafetleriyle muhakkak kombinlediği takıları arasındadır (Şekil 3.60). Chanel kadının günlük hayatında rahat giyinmenin yanı sıra rahat takı kullanması gerektiğini düşünerek cam, seramik, plastikten oluşan takılar tasarlamıştır. Farklı malzeme kullanımı atık sanatın (hurda stil) ilk tohumlarını atarken bij teri takı denen yepyeni bir sektörün de temellerinin atıldığını söylemek mümkündür.



Şekil 3.60 : Coco Chanel imzalı, takılar (Url-69).

Coco Chanel'in çağdaşı bir diğer devrimci tasarımcı ise, Elsa Schiaparelli'dir. Schiaparelli moda dünyasına triko giysilerle adım atmıştır. Ancak aksesuarlar Onun için her zaman çok önemli bir yer tutmuŐtır. Schiaparelli s rrealizmden etkilenmiş ve devrim niteliğinde tasarımlara imza atmıştır. Salvador Dali kendi tavrında birçok sürrealist takıyı Schiaparelli markası için tasarlamış ve sürrealizmin takıya yansımalarını gözler önüne sermiŐlerdir (Şekil 3.61). Markası Maison Schiaparelli'yi 1954'te 2. Dünya Savaşı sonrası kapatmıŐtır ancak marka 2014 yılında aynı tavrı ve tarzı takip eder nitelikte tekrar açılmıştır. 21. yüzyıl dünya takısı anlatılırken Schiaparelli 21. yy. takı tasarımlarına tekrar değinilecektir.



Şekil 3.61 : Schiaparelli imzalı, Sirk Koleksiyonu  stakoz broş, 1938 (Url-70).

1. ve 2. Dünya Savaşlarında yaşanan büyük kayıplar acılar insan psikolojisini önemli ölçüde etkilemiş ve daha çok içe dönüş gibi de adlandırılabilir bireysel yaratıcılığı tetiklemiştir. Dolayısıyla bu döneme kadar sanatsal akımlarda yaşanmış olan çok değişkenlik 1940'lı yıllardan sonra herkesin bireyselleştiği ve kendi fikirlerini ifade edebilecek sanat ortamlarında farklı sanat eserlerinin yaratıldığı postmodern akımı başlatmıştır. Modernizmin gelişiminde büyük rol oynayan ve vizyon merkezi beyin takımı olduğu düşünülen Bauhaus ekolü sanatın her alanında tam anlamıyla çok yönlü bir okul gibi çalışmış ve sanata yön vermiştir.

1950 ve 1960' larda sanatın birçok dalıyla ilgilenen disiplinler arası sanatçıların sanat sahnesinde söz sahibi olduğu bireysel ve özgür çalışmalarla farklı eserler yaratıldığı ve birçok sanat akımının geliştiği bir dönem olmuştur. Tüm bu gelişmelerin takı dünyasında da eş zamanlı yaşandığı ve çok yönlü takı tasarımlarının ortaya çıktığı dönem, sanat çevrelerince Neo Rönesans dönemi olarak adlandırıldığı görülmektedir. Resim, heykel gibi güzel sanatlar, dekorasyon, mimari gibi alanlarda uzman olan sanatçılar gelenekten bağımsız, özgün, özgür takılar tasarlamışlardır. Ancak kuyumculuk sektöründe önde gelen Cartier, Van Cleef & Arpels, Boucheron, Chaumet gibi firmalar Neo Rönesans dönemindeki değişiklikleri tasarımlarına yansıtamamışlar geleneğin etkisinde çoğunlukla Art Deco, zaman zaman Art Nouveau akımlarının etkisinde geleneksel formlarla takı üretmişlerdir (Türe, 2011b).

2. Dünya Savaşı sonrası sosyolojik, psikolojik, kültürel ve ekonomik değişiklikler sebebiyle takı kültüründe de büyük değişim ve gelişim gözlenmektedir. Artık atölyelerde sanatçılar tarafından tasarlanarak üretilen takılar klasik görünümünden çok uzak bireysel ifadelerin dile geldiği, sanat ruhu taşıyan birer sanat nesnesi haline gelmişlerdir. Üretilen özgün, sanatçısının ruhunu aksettiren bir başka deyişle hikayesi olan takılar artık sergilerde, müzelerde kendilerine yer bulmaktadır. Takı sanatçılarının sergi ve müzelerde eserlerini sergiliyor olması sergilenen takılara ve takı tasarlayan kişilere verilen değerin artmasını, takı tasarımcısının sanatın içinde farklı bir konuma taşınmasını sağlamış ve sanat olarak takı düşüncesini sanat camiasında akıllara kazımıştır. Takı tasarımlarının sergilendiği sergiler sadece takı tasarımcılarının ilgisini çekmekle kalmamakta, interdisipliner şekilde mimarlık, dekorasyon, plastik sanatlar, güzel sanatlar gibi sanatın bağlantılı olduğu her alandan kişiyi de takı sergilerine katılımını sağlamaktadır. Sam Kramer ve Paul Lobel gibi takı tasarımcıları sergide eserlerini görücüye çıkarırken bu eserleri görmeye gelen

sonraları kendisi de takı tasarlayan heykeltıraş Alexander Calder, modern mobilya ve dekorasyon sanatçısı Harry Bertoia ve kübist heykeltıraş Jacques Lipchitz gibi sanatçılar olmuştur. Bu sergi takı sanatçısı kavramının doğmasına öncülük eden bir oluşumdur (Schon, 2004).

Postmodernistler modernist akımın savunucularının yaptığı sanatı metalaştırma, eski gelenekleri reddetme sürekli özgün olma çabası gibi zorlama ve ruhu kısıtlayan sınırlandırmalara karşı bir tavır geliştirmişlerdir. Sanatın hiçbir dalında olmadığı gibi takıda da belirli bir çizgi ya da net bir üslup yoktur aksine sanatçının ruh hali ve yaratıcılığını ortaya koyduğu özgür tasarımlar yapılmıştır. Bu dönemde farklı disiplinlerden birçok sanatçı takı yapımına ilgi duymuştur bu da beraberinde takıda çok yönlülüğü, çeşitliliği ve güçlü tasarım anlayışını getirmiştir. Dönemin önemli heykel sanatçılarından birisi olan Alexander Calder tel, pirinç, gümüş gibi çeşitli metallerden heykeller tasarlamıştır (Şekil 3.62). Calder aynı zamanda vücutta taşınabilecek küçük stilize heykelcikler olarak da adlandırılabilen takıları bulunmaktadır (Şekil 3.63).



Şekil 3.62 : Alexander Calder imzalı, kolye (Url-71).



Şekil 3.63 : Alexander Calder imzalı, kolye (Url-71).

20. Yüzyılın en önemli postmodernist sanatçılarından başında gelen Salvador Dali de bu dönemde takılar tasarlamıştır. Özellikle 20. Yüzyılın devrimci modacılarından sayılan Elsa Schiaparelli markası için hazırladığı takı koleksiyonu Dali'nin sürreal imzasını takılarında da net görebileceğimiz önemli çalışmaları arasındadır (Şekil 3.64).



Şekil 3.64 : Salvador Dali imzalı, takılar (Url-72).

20. Yüzyılın önemli ressamlarından Picasso da takı tasarımlarına imzasını atmıştır (Şekil 3.65).



Şekil 3.65 : Picasso imzalı, takılar, 1959-1972 (Url-73).

20. Yüzyılda büyük takı firmaları kurulmuştur fakat bir yandan da artan nüfusa paralel olarak artan talep yoğunluğu sebebiyle endüstriyel üretim hızla artmış, tasarım takılar yerini seri üretim takılara bırakmıştır. Bu dönemde oldukça az hot couture tasarımcı ve sayılı bazı firmalar dışında çok az takı tasarımcısından söz edebilmekteyiz.

1920 sonrası değerli metaller az bulunuyordu. Sanatçılar genelde demir ve gümüşten takılar tasarladılar. Almanya'da Bauhaus ekolünü benimseyen Naum Slutzky gibi

tasarımcılar basit ucuza mal edilen geometrik desenlerin mine veya yarı değerli köşeli kesim taşla renklendirildiği tasarım yönü güçlü takılar ürettiler. Plastik ve türevlerinden yapılmış, bizik, küpe, halhal, kolye gibi takılar özellikle şahşahadan ve lüksten hoşlanmayan çalışan kadınların tercih ettiği takılar oldu (Türe, 2006).

Bauhaus ekolünü benimsemiş olan sanatçılar eserleri oldukça sade, dikdörtgen, üçgen daire gibi geometrik şekiller ve simetrik yerleştirilmiş formlardan oluşuyordu (Şekil 3.66). Naum Slutzky Bauhaus üslubunu takıya taşımış olan önemli bir takı sanatçısıdır. Folk kültürün naifliğine önem veren ve eserlerinde çokça yer veren Slutzky fazla süslemeden hoşlanmıyor, eski tarihte kullanılmış olan üslupları kesinlikle kullanmıyor, her bir eserinden sadece bir tane üretmeye özen gösteriyordu (Norton, 1987).



Şekil 3.66 : Naum Slutzky imzalı, kolye, 1932 (Url-74).

1960'lı yıllara gelindiğinde gençler arasında yankılanan cinsel devrim söylemleri, alabildiğine özgürlükçü yaşantı özlemi sanat dünyasını da içine almıştır. Sanatçılar gençleri hedefleyerek bu yönde tasarımlar yapmışlardır. Bu dönemin öne çıkan sembolü barış işareti ve İngiliz zafer işareti olmuş birçok takıda kendisine yer bulmuş dönemin ikon sembolü haline gelmiştir (Şekil 3.67) (Jackson, 1998).



Şekil 3.67 : Anonim, zafer işareti-barış sembolü kolye, 1960'lar (Url-75).

Ayrıca 1961 yılından itibaren moda ve tekstil sektöründe önemli gelişmeler yaşanmıştır. Moda dünyası bambaşka bir stile kavuşmuş seri üretim artmış, kadın modası önceki dönemlerle kıyaslandığında tarihinin en renkli ve çeşitli stillere sahne olduğu yılları yaşamıştır. Bu bağlamda takı kullanımı ve takıya talep de diğer dönemlere kıyasla çok fazla artmıştır. Takılar artık plastik malzeme veya bijuteri yani değerli olmayan demir alaşımlı maden ve değersiz taştan (cam ve türevleri) üretilmektedir. Artan talebi karşılamak üzere takı atölyeleri açılmış, hızlı, kolay ulaşılır ve ucuz takı üretimi yani bijuteri sektörü doğmuştur.

1960’larda büyük mücevher firmalarından Bulgari ilk defa 1940’larda mitolojiden esinlenerek serpent modelini tasarlamıştır. Serpent birçok kültürün mitolojisinde doğurganlık, güç, sonsuz döngü ve sonsuzluğu sembolize eden yılan figürüdür. Bulgari serpent tasarımını 1960’larda tekniğin gelişmesiyle yeniden güncelleyerek pazara sunmuştur (Şekil 3.68). Serpent ilk tasarlandığı dönemden çok daha fazla beğeni toplamış, ses getirmiştir. Günümüzde hala üretimi güncellenerek devam eden ve tercih edilen bir tasarımdır.



Şekil 3.68 : Bvlgari imzalı, takı, 1960 (Url-76).

20. yüzyıl boyunca sanatta birçok yenilik birçok akım gözlemlenmiştir. Bunlardan birisi sanatı tamamen gerçeklikten uzaklaştırıp yepyeni soyut bir dünya içerisinde konumlandıran soyut sanattır. Modern sanatın diğer kollarında olduğu gibi takıda da soyut sanat etkisi görülmektedir.

20 Yüzyıl’da Amerika’da modern sanatla uğraşan takı sanatçılarının etkilendiği akımlar ise; Özellikle Afro Amerikan takı sanatçıları için Afrika Primitiv Sanatı (bu akımın en güzel örneklerini Art Smith’in takılarında görmemiz mümkündür), Amerikan Yerli Sanatı, Sürrealizm, Dadaizm, Biomorfizmden, Konstruktivizm, Kübizm’dir. Amerika’da kendi alanında ilklere imza atan takı sanatçılarından Sam Kramer, 1936’da Sürreal etkiyle takı sanatı örneklerini yaratırken, Art Smith

1950'leri takip eden süreçte Afrika Primitiv Sanatı ve Biomorfik ve Soyut Sanat akımlarını sanatsal takılarına yansıtmıştır (Schon, 2004).

Soyut Sanatın takıda ilk belirgin ve dikkat çekici örneklerini yine ilk Afrika kökenli Amerikalı sanatçı Art Smith'in sanatsal takılarında görmek mümkündür (Şekil 3.69 ve Şekil 3.70).



Şekil 3.69 : Art Smith imzalı, kolye (Url-77).



Şekil 3.70 : Art Smith imzalı, broş (Url-77).

Heykeltıraş ve mimar olan Jean Filhos mesleki alandaki uzmanlıklarını hayal gücüyle birleştirerek heykelsi takılar tasarlamıştır. Heykel yeteneğiyle formu şekillendirmedeki ustalığını kullanarak insan suretinde ancak cinsiyeti belirsiz minik heykelcikleri bir kompozisyon içinde birbirlerine bağlayarak hayal gücünde geliştirdiği sahneleri takıya yansıtmıştır. Sembolizmin etkileriyle heykel sanatındaki ustalığını birleştirerek formu şekillendiren Filhos, takının sanat dalı olduğunu kabul ederek sadece bir sanat dalı değil aynı zamanda sembolizm içeren bir ifade biçimi olduğunu savunmaktadır (Mega, 1997). Aynı zamanda Filhos içerdiği anlam ve barındırdığı mesaj sebebiyle takının hot couture yani kişiye özel olarak tasarlanması gerektiğini, takı sanatçısının da takıyı takacak olan kişinin kişisel özelliklerini bilmesi gerektiğini düşünmektedir. Jean Filhos'un takılarında her bir figür tıpkı

antik çağlardaki figürinlere benzer, sembolik bir olguyu anlatır gibilerdir (Şekil 3.71). Ve yine insanlıkla yaşıt olan, insanlık tarihi boyunca insanoğlunun sanata yansıttığı cinsel hislerini ve insanın üreme güdüsünü tetikleyen erotik sahneleri forma dönüştürmüş, takılarına yansıtmıştır (Şekil 3.72). Filos binlerce yıl önce resmedilen veya figürinlerde karşımıza çıkan erotik sahnelere takılarında tekrar hayat vererek geçmişle olan bağını güçlendirmiştir (Öner, 2020).



Şekil 3.71 : Jean Filhos imzalı, kolye, 1970 (Url-78).



Şekil 3.72 : Jean Filhos imzalı, heykelsi yüzük, 1970 (Url-79).

20. Yüzyıl sonlarında İtalyan tasarımcılar Mario Berlını'nın uzuvların tamamını kaplayan takıları özellikle 1980'li yıllarda büyük ses getirmiştir (Şekil 3.73) (Küçükkeciler, 2019).



Şekil 3.73 : Mario Bellini imzalı, el ve kulak takıları, 1986 (Url-80).

Dünya çapında tanınmış mücevher markası Bvlgari 1980 yılında Monete mücevher koleksiyonunu tanıttı. Koleksiyon Roma paralarının çeşitli yorumlarından oluşuyordu. İtalyan tasarımcılar Castellani ve Giuliano'nun antik Roma dönemi gümüş ve altın sikkelerden esinlenerek hazırladığı koleksiyon, antik dönem güncellemesi olarak değerlendirilmiş ve “neo-archaeological style” yani yeni arkeolojik stil olarak adlandırılmıştır (Şekil 3.74) (Url-80).



Şekil 3.74 : Bvlgari imzalı, Roma Dönemi Para kolye ve küpe, 1980 (Url-80).

Pop art 2. Dünya Savaşının buhranı sonrası sanat için sanat kavramına tepki olarak çıkmış ve kökeni Dadacılıktan almıştır. Marcel Duchamp'ın hayatın içinde zaten varolan sıradan objeleri bir araya getirerek hazırladığı sanat eseri kompozisyonlar pop arta ilham veren çağdaş eserlerdir. Pop artın takıda tanınan ismi Suzan Syz'dır. Syz değerli madenleri pop art sembol veya ikonlarını cıvıl cıvıl göz alıcı şekilde

renklendirmiş üzerlerine değerli taşları mıhlayarak pop art tarzında lüks tüketim mücevherleri tasarlamıştır (Şekil 3.75).



Şekil 3.75 : Suzan Syz imzalı, Pop Art küpeler, 1990'lar (Url-81).

20. Yüzyıldan 21. Yüzyıla hazırlanırken 90'lı yıllarda da diğer disiplinlerdeki uzmanlıklardan takı tasarımına olan geliştirici etkilerin yaşandığını belirtmek gerekir. Heykeltıraşlar, mimarlar, dekoratörler kendi mesleki tecrübeleri ve vizyonlarıyla tasarladıkları takıları da zenginleştirmişlerdir. Ayrıca 20. Yüzyıl sürecinde her alanda yayılan ve kabul gören postmodernist anlayıştan da güç alarak eski trendleri kendi üsluplarınca tekrar yorumlamış yenilemişlerdir. Bu dönem sanatçıları yapıtlarını ticari çıkarlarla değil kendilerini ifade etme aracı olarak değerlendirmişler, yeni malzemelerin kullanımıyla ya da kökten değişik formlarla geleneksel takı kavramına meydan okumuşlardır (Phillips, 1996). Bu dönemde takının salt politik slogancı yönü veya sadece arzu nesnesi olarak lüks tüketim yönü azalmış, bunların yerine sanatçının kendini ifade etme biçimi olarak tasarlanan takılar almış ve sanatsal takılara olan ilgi artmıştır. Bu bağlamda aslen resim-heykel öğrencisi olan Geoff Roberts'ın giysilerin üzerinde kullanılması için tasarladığı takı aksesuarlarındaki disiplinler arası geçirgenlik ve materyal kullanımındaki farklılıklar dikkat çekmektedir (Şekil 3.76).



Şekil 3.76 : Geoff Roberts imzalı, takılar, 1990'lar sonu (Url-82).

Bölüm boyunca bahsedildiği gibi İkinci Dünya Savaşı sonrası daha entellektüel ve sanatsal bir kimliğe bürünen takı tasarımı artık sanatçısı ve takan kişi arasında bir bağ, ilişki, etkileşim boyutuna ulaşmıştır. İlk takı tasarımlarını 50'lerin sonlarında tasarlayan takı sanatçısı Hermann Junger, 70'lerde değerli olmayan maden, taş ve diğer malzemelerle takılar tasarlamıştır. 1994'te son tasarımında saf altın üzerinde geometrik kabartmalar olan bir broş görüyoruz, tıpkı bir çölün yüzeyi gibi altını algılamış ve işlemiştir (Şekil 3.77). Önceki tasarımlarıyla son tasarımları arasında kullanılan elementlerin dikkat çekmesi, dağınık şekillendirme ve yerleştirme, düzensiz geometrik şekiller kullanılması açısından oldukça fazla benzerlik bulunmaktadır (Şekil 3.78). Sadece 90'lardaki tasarımında tek bir element üzerine yoğunlaşarak yaptığı bezemelerle fikirlerini ifade etmeye çalışmıştır (Url-83).



Şekil 3.77 : Hermann Junger imzalı, kolye, 1967 (Url-83).



Şekil 3.78 : Hermann Junger imzalı, broş, 1994 (Url-83).

Hermann Junger ile benzer özellikteki İngiliz sanatçı Peter Chang de çok çeşitli materyal kullanımı ve kendine has serbest üslubu ile takı sanatının gelişimine büyük katkı sağlamıştır. Peter Chang gençlik yıllarında Liverpool’da yaşarken Pop-Art Akımından çok etkilenmiştir (Url-84). Chang grafik tasarımı ve heykel eğitimi almış bir takı tasarımcısıdır ve aldığı eğitimi, tecrübelerini yaratıcılığıyla birleştirmiştir (Şekil 3.79). Ayrıca kullandığı malzeme çeşitliliği, renkleri kullanım şekli, renk kombinasyonları ve yarattığı şekillerin alışılmışın dışında olması sebebiyle ayırt edilen mücevherler ortaya çıkarmış olan fark yaratmış bir sanatçıdır (Url-85).



Şekil 3.79 : Peter Chang imzalı, bileklikler, 1998-2004 (Url-86).

20. Yüzyılın ikinci yarısında güzel sanatlar, mimari, dekorasyon gibi yine sanatın birçok alanını etkileyen Kübizm Akımının formlara yansımaları kısaca şöyle tasvir edebiliriz; sivri uçlu, keskin köşeli, standardın dışında net geometrik kesitleri olan formların obje, şekil ve çizimlerde kullanımıdır. Kübizm akımı sanatı etkilemeye başladığında sanatın tüm dallarında takipçi bulmuş ve çok sevilmiştir. Bu akımdan takı tasarımcıları da etkilenmiş ve daha önce takıda hiç kullanılmamış olan köşeli ve sivri uçlu formları takıya dahil etmişlerdir (Özay Demirkan, 1998).

Kinetik sanat da tıpkı kübizm ve sanatı etkileyen diğer akımlar gibi çağdaş takı tasarımcılarını etkilemiş, takı sanatçıları kinetik sanata ithafen hareket eden izleyicide sürekli bir hareket hissiyatı uyandıran takılar tasarlamışlardır. Friedrich Becker’ın kübist yüzük tasarımı (Şekil 3.80) ve kinetik sanat yansımaları yüzük tasarımları (Şekil 3.81) bu akımın en güzel örneklerindendir.



Şekil 3.80 : Friedrich Becker imzalı, kübist yüzük (Url-87).



Şekil 3.81 : Friedrich Becker imzalı, kinetik sanat yüzükler (Url-87).

Bu bölümde bahsedilen modern sanat akımlarının neredeyse tümü günümüz çağdaş takı tasarımıyla uğraşan takı sanatçıları da etkilemiştir. Dünyada ve Türkiye’de 2000’lerden sonra da modern sanat akımlarını takı sanatında yükselen bir ivmeyle gözlemlemekteyiz.

20. yüzyıl boyunca Anadolu coğrafyasına baktığımızda yeni takı tasarımlarının olduğunu söylemek pek mümkün değildir. Osmanlı geleneğinden gelen Kapalıçarşı kültüründe yüzlerce yıllık gelenek devam etmiş geleneksel halk kültürü takılarının yanı sıra özellikle değerli taşla bezeli klasik üslupta Osmanlı geleneğinden gelen montürler karşımıza çıkmaktadır. Endüstrinin takı dünyasında büyük yere sahip olması özellikle Avrupa, İtalyan takılarının birebir taklitlerinin ülkemizde yapılmasını da beraberinde getirmiştir. Bu yıllarda Türkiye’de kuyumculukta isim yapmış markalar da tasarıma bütçe ayırmamış hazır modelleri piyasaya sürmüş değerli maden ve değerli taş almak bir yatırım alışverişi olarak değerlendirilmiştir. 20. Yüzyılda Türkiye’de üretilen takılar; hikayesi olan veya belli bir amaca hizmet eden, bir düşünceyi sergileyen sanatsal takı kavramından ziyade ziynet eşyası olarak gerdanı, kolları, kulakları, parmakları süsleme aracından öteye gidememektedir (Yeşilmen, 2018a). Günümüz takı tasarımcıları Türk halkının takı alırken hala beğendiği takıda kullanılan madenin ve üzerindeki pırlantanın gramına göre fiyat biçilmesini beklemekte yani tasarım değerini göz ardı etmeksizin takı satın almaya çalışmaktadır. Bu da gösteriyor ki takıyı ziynet eşyası yatırım aracı olarak değerlendiren, eski geleneğe alışmış belli bir kitle hala varlığını sürdürürken, bunun

yanında tasarıma ve sanata değer veren sanatsal takıları alıgılayabilen eski gelenekten bağımsız bir popölasyonun varlığından bahsetmek de çok mümkündür (G.S. Erden, Kişisel Görüşme, 1 Kasım 2021).

3.2 21. Yüzyıl'da Takı Sanatı

Vücudunda cinsel organ dışında neredeyse her yerini açıkta bırakan ilkel insandan günümüz modern insanına kadar çağlar boyu nesilden nesile geçen en belirgin kültür aktarıcısı, ortak nokta; çeşitli vücut bezemeleri ile takı ve sembol kullanımıdır. Tarihin her çağında insanların kullandığı ve tarihi insanlık tarihiyle eş zamanlı gelişen takı; tarih içerisinde tılsım, büyü, statü sembolü, korkutma aracı, dikkat çekme nesnesi, süs eşyası, ziynet eşyası, yatırım objesi olarak farklı sebeplerle kullanılmıştır. Ancak takının son yüzyılda kat ettiği yolu göz önünde bulundurursak zincirlerini kırdığını ve geleneksel kısıtlamalarından kurtulduğunu söylemek doğru olur. 21. Yüzyılda takı; ifade aracı ve kültür aktarıcısı kimliğinin yanında sanat akımlarını takip eden, hikayesi olan, özgür ve özgün sanat eseri kimliği kazanmıştır. Günümüzde takının sanat eseri, takıya hayat veren tasarımcının da sanatçı olarak değerlendirilmesi, takıya verilen değerin artmasına ve takıya olan geleneksel bakış açısının değişmesine ön ayak olmuştur. Bunun yanı sıra günümüzde sanat objesi olarak değerlendirilen çağdaş takılar, insan bedeni üzerinde sergilenen sanatsal birer obje olma özelliğine sahiptirler, dolayısıyla bu takı ve insan birlikteliği sonucunda oluşan organik bağ, sanatsal takıya farklı bir boyut kazandırmaktadır (Yeşilmen, 2018b).

Takının sanat eseri olarak kabulü beraberinde yeni bir kavram olan giyilebilir sanat kavramının doğmasına zemin hazırlamıştır. Kelime anlamı olarak İngilizce wearable art (giyilebilir sanat) ya da art to wear (giymek için sanat) kelime guruplarından gelen giyilebilir sanat; giyilebilir olmak ve sanatsal olmak sıfatlarını birleştiren bir kavramdır. Dolayısıyla giydiğimiz veya vücutta taşıdığımız sanatsal olarak nitelendirilebilecek birçok sanatsal obje için kullanılan bir kavramdır (Bayburtlu, 2015). Bu bilgiler ışığında 21. yüzyıl sanat takılarını giyilebilir sanat kavramı içerisine dahil etmek de yanlış olmayacaktır.

3.2.1 2000 sonrası dünyada ve Avrupa’da takı sanatı

Bir sanat yapıtı içine doğduğu dönemin koşullarına göre şekillenmekte, çağının kültürel, ekonomik, sosyolojik, siyasi gelişmelerine göre gelişim göstermektedir. Bir yapıtın sanatsal değere sahip olup olmadığı ya da sanatta nereye konumlandırılacağı tarihi süreç içerisinde değişkenlik göstermektedir. Tarihsel koşullardaki değişim insanların estetik algısını ve beğeni düzeylerini zaman içerisinde değiştirmiştir. Günümüz koşullarında sanatsal yapıtlar genelde özgün ve özgür eserler olmakta, insanların beğenilerini ya da estetik algılarını yönlendirmek gibi bir çabası olmamaktadır. Ayrıca günümüzde tek bir güzel algısı yoktur, herkesin estetik algısı biriciktir ve toplumun beğeni algısını yönetecek herhangi bir standart bulunmamaktadır. Bir sanat eseri olarak takı da takınmak yani vücut üzerinde taşınması için üretilmektedir ancak takıyı sanatsal takı yapan en belirgin özelliği takıyı incelediğimizde bize anlattığı bir hikayesi olması, üzerine yorum yapacak, fikir yürüteceğimiz bir kavram veya algı unsuruna işaret etmesidir. Çağdaş sanat takılarının kendinden önceki tarzlar ve çağdaşı olan diğer takılardan farkı; özgün, özgür, yaratıcı ve kendini belli eden bir kimliğe sahip olmalarıdır.

Çağdaş takının tanımı yapılacak olursa çağdaş takı; takıya bakıldığında üzerinde düşünmeye sevk eden, genellikle değerli veya değersiz herhangi bir malzeme kullanılarak, herhangi bir takı tekniğiyle ve genellikle el yapımı olarak üretilen, çoğunlukla ikinci bir benzeri olmayan, bazen kişiye özel, hotcouture olarak tasarlanan vücutun herhangi bir yerinde sergilemek amacıyla vücut bulmuş sanat objeleridir. Sanatsal takı bireysel tasarlanmış sanat objeleri olmasının yanı sıra toplumlara verilmek istenen mesajı, aktarılmak istenen düşüncüyü ileten bir araç olma misyonuna da sahiptir. Dolayısıyla sanatsal takının barındırdığı anlamın tam olarak anlaşılabilmesi için doğru seçilmiş bir anlatım dili ve sunum ortamı hazırlanmış olmalıdır (Astfalck ve diğ., 2005). Sanatsal takıların doğru sunulmasının önemi, beraberinde takının doğru anlatılabileceği ortamlara olan gerekliliği getirmiştir. Mağazalar takılar için mükemmel şık sunum ortamları hazırlarken sanatsal takının değeri tam olarak anlaşılabilir ancak galeriler sanatsal takıyı doğru değerlendirebilecek güvenilir ortamlar olarak konumlanmışlardır (Özay Demirkan, 1998).

Çağdaş takı; kendisini yaratan sanatçısının değerleri, geçmişi, gelecek beklentileri, ideolojisi, hayalleri, üzüntüleri, sevinçleri, psikolojisi yani sanatçının kimliği

hakkında net ipuçları verebilir. Çağdaş takıların belirgin özelliklerinden birisi de sanatçının ürettiği takıya kendinden parçalar atfetmesidir. Çağdaş takılar biricik tasarım özellikleri olan, sanatsal yönü çok kuvvetli takılardır dolayısıyla bu takıları genellikle kendisiyle özdeşleştiren ve topluluk içinde fark yaratmayı seven kişiler tercih ederler. Çağdaş takı tıpkı sanatçısının kimliği hakkında bilgi verdiği gibi takıyı takan kişinin kimliği, değer yargıları, zevkleri vb. hakkında da bilgi verir. Yani takıyı yaratan kişi, takı ve takan kişi arasında kendiliğinden gelişen organik bir bağ oluşur. Takıyı üzerinde sergilemeyi tercih eden kişiler sosyal ortamlarında kendi tarzını, tavrını ön plana çıkarma arzusuyla çağdaş takıları tercih ederler bu da beraberinde kişilerin tasarımcılara kişiye özel takı tasarlama taleplerindeki artışın sebebini ortaya koymaktadır. Görülüyor ki her türlü malzemenin kullanıldığı çağdaş takılar, değerli malzemeden üretilen diğer takılar gibi takan kişinin statüsünü, maddi varlığını ön plana çıkartmak için takılmamaktadır (G.S. Erden, Kişisel Görüşme, 1 Kasım 2021). Çağdaş takılar takıyı takan kişinin değer yargılarını, hayata bakış açısını, ideolojisini kısacası o kişinin biricik kimliğini ön plana çıkarmayı amaçlayan ifade araçlarıdır.

Sanat tarihçisi ve görsel kültür araştırmacısı Harri Kalha günümüz çağdaş takı sanatını üç kolda sınıflandırmıştır. Bunlardan ilki modern takının bireysel ve bağımsız bir sanat unsuru olduğudur. Kalha' ya göre takı farklı formlar ve malzemeler kullanılarak tasarlanmış küçük sanat objeleridir. İkinci sınıflandırma; hayali bazı kavramları, korkuları, rüyaları şaka unsurlarını ya da hiçbir anlamı olmaksızın öylesine tasarlanmış abartılı, yer yer avangard formlarıyla postmodernist takılardır. Kalha'nın 3. takı grubu ise; 21. Yüzyıl sanatsal takılarının ruhunu en doğru yansıtan gözlem olan takının artık maddi obje olma özelliğinden sıyrılarak, manevi yönünün ağır basmasıdır. Yani bir fikir, bir ideoloji, bir mesaja işaret eden bir ifade aracı olması halidir (Jensen, 2003). Hatta 21. Yüzyıl sanatçılarından Hanna Lommi takıyı bir ifade aracı olarak kullanılma halini bir adım daha öteye taşıyarak özel olarak iz çıkarması için tasarladığı takıyı vücut üzerine bastırarak tende çıkardığı izin takının işlevini gerçekleştirmesi olarak nitelendirmiş ve takının ten üzerinde çıkan izini fotoğraflamış, bu izi ölümsüzleştirmiştir (Jensen ve Makela, 2003).

Önceki dönemlerde de bahsedildiği gibi çağdaş takı tasarımcıları yeni formlar, yeni teknikler ile farklı malzemeleri takıyla özdeşleştirmek konusunda oldukça cesur davranmaktadırlar. Denemeler ve yeni arayışlarla ortaya çok farklı tarzda sanatsal

takılar çıkmaktadır. Çağdaş takı sanatçıları, kemik, deri, otsu-odunsu bitki ürünleri gibi organik malzemeler, endüstriyel malzemeler, değersiz metaller, plastik, epoksi malzemeler, tekstil ürünleri, kâğıt, cam, seramik, atık ürünler, geri dönüştürülebilir ürünler, gıda maddeleri vb. gibi çok çeşitli malzemeler kullanmış, bu malzemeleri zaman zaman kıymetli taş ve madenlerle birleştirerek hiçbir konuda sınır tanımadan alabildiğine özgür ürünler tasarlamışlardır (Duru, 2019). Günümüzde birçok takı sanatçısı da kullandıkları sınırsız malzemeyle var olanı veya duygularını ya da hayallerini kendi hayal dünyalarının süzgecinden geçirerek doğada var olan nesnelerden bağımsız, tamamen soyut formlarla takıya dönüştürmüşlerdir (Eroğlu, 2009).

21. Yüzyılda takı sanatçıları tasarladıkları takılarda her tür malzeme kullanımı deneyimlemektedirler. Bunlar içerisinde seramik ile diğer malzemeleri birleştirip takılarını tasarlayan bazı sanatçılar Raluca Buzura, Ute van der Plaats, Isabella Liu, Andrea Wagner özgün tasarımlarıyla kendi takı dillerini geliştirdiklerini görebiliyoruz (Şekil 3.82). Raluca Buzura 2006 sonrası kendi üslubunu geliştirmiş, minik parçaları birleştirerek oldukça büyük giyilebilen takılar tasarlamıştır (Şekil 3.83) (Alıman, 2015).



Şekil 3.82 : Raluca Bazura imzalı, Bleached broş, 2014 (Url-88).



Şekil 3.83 : Raluca Bazura imzalı, kolyeler, 2014 (Url-89).

Bir diğer farklı malzemeler kullanarak ve eğitimini aldığı farklı disiplinlerin bilgilerini birleştirerek takıda kendi üslubunu yaratan çağdaş takı sanatçısı da Ute van der Plaats' dir. Plaats Almanya'da seramik, grafik tasarımı ve takı eğitimleri almıştır, 3d grafik tasarım tekniklerini kullanarak çeşitli desenler tasarlamakta takılarının belli bir kısmına bu desenleri yerleştirerek çağdaş bir üslup yakalamaktadır (Şekil 3.84). 2000 sonrası tasarladığı takılarında çoğunlukla seramik, porselen ile altın madenini birleştirerek çağdaş sanat takıları yaratmıştır (Yeşilmen, 2018b).



Şekil 3.84 : Ute van der Plaats imzalı, broş ve kolye, 2016 (Url-90).

Tasarımlarında her tür malzemeyi kullanan günümüzde çağdaş takı sanatçısı denildiğinde akla gelen dünyaca ünlü isimlerden birisi de Isabella Liu'dur. Liu tasarımlarında her tür malzemeyi kullanmıştır. Çin asıllı sanatçı Çin Halk kültürü zanaatlerinden de yararlandığı eserler de tasarlamıştır (Şekil 3.85). Kendi internet sitesinde de farklılıklara dikkat çekmiş hatta yara izi artık yara izi değil sloganını kullanmıştır, bu sloganın altında yatan felsefe yara izi utanılacak bir şey değil artık senin süsündür, seni diğerlerinden farklı kılan bu özelliğini vurgulamalısın düşüncesidir (Url-91).



Şekil 3.85 : Isabella Liu imzalı, Yara İzi Artık Yara İzi Değil kolye, 2016 (Url-92).

Andrea Wagner Almanya’da doğup takı çalışmalarına Amsterdam’da devam eden Çağdaş Takı Topluluğu üyesi olan çağdaş takı sanatçısıdır. Tasarımlarında malzeme çeşitliliği ve farklılığı dikkat çekmektedir. Gümüş, altın, çeşitli metaller, kurutulmuş çiçek ve bitkiler, tohum inciler, cam, tekstil, kemik, porselen, sentetik reçine, boya, mine gibi çok çeşitli materyalden yararlanmıştır (Şekil 3.86) (Duru, 2019). Andrea Wagner eğitimi aldığı ve içinde yaşadığı Hollanda geleneksel kültürünü; disiplinlerin dışında, farklı ve çeşitlilikle harmanladığını belirtiyor ve kendi takı sanatında kullandığı malzeme ve teknik çeşitlilik sonucunda ortaya çıkan bu yaklaşımını liberal, alışılmamış, sınırlamalardan uzak olmanın getirdiği rahatsızlıktan doğan bir bakış açısı olarak değerlendiriyor (Şekil 3.87) (Url-93).



Şekil 3.86 : Andrea Wagner imzalı, broş, 2014 (Url-94).



Şekil 3.87 : Andrea Wagner imzalı, yüzük, 2014 (Url-93).

Konrad Mehus farklı malzeme kullanımını ve günümüze kadar çok da düşünülmemiş olan farklı kompozisyonları çağdaş takı sanatına taşımıştır (Şekil 3.88). Evin çeşitli bölümlerinin minyatürlerini takı tasarımına yükleyerek çağdaş takı sanatı alanındaki üslubunu belirgin kılmıştır (Şekil 3.89) (Whitelaw, 2012).



Şekil 3.88 : Konrad Mehus imzalı, Çan broş, 2010 ve Cennet kolye, 1998 (Url-96).



Şekil 3.89 : Konrad Mehus imzalı, Evin Bölümleri broşlar, 2000 (Url-96).

Teresa Milhero 2004 yılında organik malzeme kullanımını, fikirleriyle birleştirmiş, toplumsal norm ve kalıplaştırmaları eleştirel nitelikte bir takı tasarımı ortaya koymuştur. İnek dişlerini oksitlenmiş gümüşe yerleştirip diş telleriyle birleştirdiği bir kolye tasarlamıştır (Şekil 3.90) (Küçükekiciler, 2019).



Şekil 3.90 : Teresa Milhero imzalı, “The Aunt’s Cow Wears Braces” kolye, 2004 (Url-97).

Tekstil kökenli Amerikalı takı sanatçısı Arline Fisch ince metalleri tekstil malzemeleriyle birleştirip dantel gibi işlemeye başlayarak modern takıya yepyeni bir ruh getirmiş, giyilebilir takılar tasarlamıştır. Yüksek eğitimini sanat tarihi üzerine yapmış olan Fisch eski kültürlerin takıya yaklaşımını incelerken işlevsellik, sadelik vurgusu yapan takıların aslında çağdaş insan yaşantısıyla uyumunu keşfediyor. Bu bilgiler ışığında eski ruh ile çağdaş gereksinimleri harmanlayarak özgün takı objeleri yaratmak istiyor. Fisch takılarının dokusunu insan teni ve rengi ile uyumlu (Şekil 3.91), hareketlerinin de insan vücudu ve hareketlerine eşlik edebilen kullanışlı takılar olmasını isterken, tasarımlarında takı ile insan bedeni arasındaki uyumu da ortaya koymayı amaçlıyor. 2003 yılında New York Craft Museum’da açtığı retrospektif takı sergisi ile takılarını daha geniş kitlelere tanıtan Arline Fisch modern takıya getirdiği farklı ve gerçek dışı hissiyatı veren dokunuşlarla, masallardan çıkıp günlük hayatın içine girmiş tasarımlar olduğunu belirtiyor (Şekil 3.92) (Fresko, 2003).

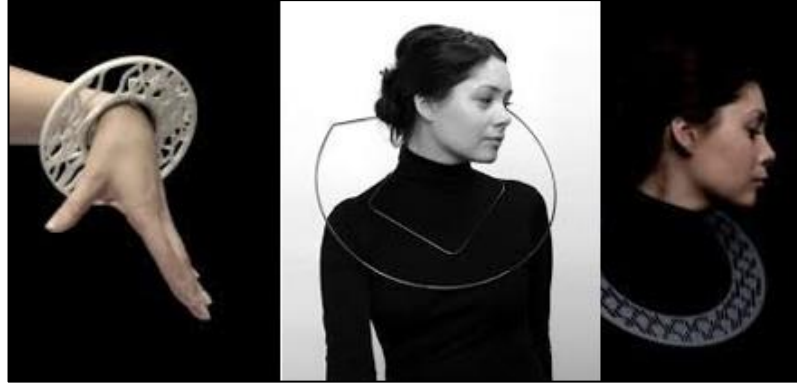


Şekil 3.91 : Arline Fisch imzalı giyilebilir kolye (Url-98).

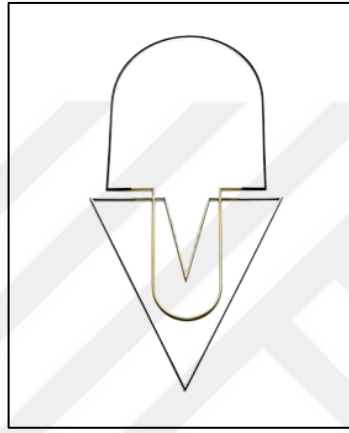


Şekil 3.92 : Arline Fisch imzalı, takılar, 1999-2005 (Url-99).

David Watkins 1960'tan günümüze kendi stiliyle takı tasarlayan bir sanatçıdır. Kullandığı çok çeşitli teknikler, malzemeler, renkler, formlar ile çağdaş takı sanatına kendi imzasını atmıştır. Watkins teknolojiyi bana neler verebilir diye algılamaya çalıştığını belirtmiştir (Url-100). David Watkins minimal geometrik çizgilere sahip takılar tasarlarken uzayı anımsatan objelerin hayalinden ilham alarak bu tasarımları hayata geçirdiği belirtilmektedir (Şekil 3.93) (Url-101). Watkins'in kullandığı işlevsel formlar, heykelsi takılar hayranı olduğu Bauhaus akımının etkilerini yansıtırken takıları çok renklilik sayesinde de cıvıl cıvıl, enerjik bir ruha bürünmüştür (Şekil 3.94).



Şekil 3.93 : David Watkins imzalı, Heykelsi takılar (Url-102).



Şekil 3.94 : David Watkins imzalı, kolye, 2001 (Url-101).

21. Yüzyıl çağdaş takı sanatçıları takıya yeni formlar, yeni renkler, yeni malzemeler eklerken bazen de 20. Yüzyıl akımlarından ilham almışlar, 20. Yüzyıl akımlarını kendi tavırlarınca yorumlamışlardır. 20. Yüzyıla damgasını vurmuş ve 21. Yüzyıl takılarını da etkileyen önemli akımlardan birisi de Kübizmdir. Çağdaş kübist takılar 20. Yüzyıl Kübizm hareketine göre daha parlak, daha renkli, naturel formlara geometrik dokunuşlar yapılmış hali gibidir. Yani günümüz takı sanatçıları çağdaş takılarda kendi kübist yorumlu tasarımlarını sergilemekte ve günümüz çağdaş takı severler ise çağdaş sanat takılarındaki net ve keskin hatlı, geometrik formun ağır bastığı kübist takı tasarımlarını alışılmışın dışında bulmakta ve beğenmektedirler (Yağmur, 2007).

Pawel Kaczynski kübizm akımının 21. yüzyıl çağdaş takı sanatında önemli isimlerindendir. Genellikle gümüş yüzeylere pas etkisi ve çeşitli renk efektleri veren Kaczynski takılarında kübist etkiyi kendi üslubuyla harmanlamıştır (Şekil 3.95).



Şekil 3.95 : Pawel Kaczynski imzalı, takılar (Url-183).

Takı sanatında disiplinler arası etkileşim 21. Yüzyıl takılarında da kendisini göstermiştir. Farklı disiplinlerdeki uzmanlıklar takıyı da beslemiş farklı fikirler yaratılmasını sağlamıştır. Irak kökenli aslen mimar olan Zaha Hadid mimarideki modern ve fark yaratan tasarımlarından esinlenerek bu yeteneğini takı alanına taşımıştır (Şekil 3.96). Çok farklı malzemeler kullanarak, mimari tasarımlarına benzer takılar üretmiştir (Duru, 2019).



Şekil 3.96 : Zaha Hadid imzalı, mimari tasarım ve bileklik 2016 (Url-103).

21. Yüzyıl takısını incelerken dünyaca ünlü büyük takı firmalarının 21. Yüzyıl'da tasarladığı takılara da kısaca değinmek gerekir. Dior, Chanel, Bulgari, Van Cleef & Arpels, Tiffany and Co, Buccellati gibi firmalar sanatsal takı ruhunu takip etmemiş ya da edememiş belki de satış kaygısıyla beğenilmeme korkusu ile risk almak istememişler, dolayısıyla genellikle değerli taşlardan oluşan takılar tasarlamışlardır. Tasarımlar zaman zaman soyut çizgilere sahip olsa da genellikle klasik üslup, Art Deco, Art Nouveau dönemi takılarını yer yer avangard üslupta ve yeni yorumlarla tekrar etmişlerdir. Zaman zaman Afrika folk kültürü yansıtan hayvan silüetleri, Antik dönem takıları ve sembolizmden de yararlanılmıştır. Dior markası bu konuda açılımlar yapmaya çalışmıştır özellikle defilelerinde Afrika kültürü ve inanç sembollerinden yararlandığını gösteren vurgular yapmıştır (Şekil 3.97). Ancak

dünyaca ünlü lüks mücevher firmalarının 2000 sonrası koleksiyonlarında da sanatsal takı örneklerinin yer aldığını söylemek doğru olmayacaktır.



Şekil 3.97 : Christian Dior imzalı, takılar, 2000 (Url-104).

Dünya çapında tanınırlığa sahip bir diğer lüks mücevher markası Van Cleef & Arpels'in 2000 sonrası tasarımları incelendiğinde 2000'lere şiirsel tasarımlar olarak tanımladıkları, kendi eski dönem çizgisini takip eden klasik modellerle başladığını söylemek mümkündür. Zaman zaman sezon trendi olan minimal çizgide taş yoğunluğu az olan tasarımlar hatta sanatsal mücevher tasarımları denense de genel itibariyle yoğun taşlı klasik, Art Nouveau, Art Deco tarzlarından uzaklaşmadığı görülmektedir (Şekil 3.98) (Url-105).



Şekil 3.98 : Van Cleef Arpels imzalı, kolye ve broş, 2003-2004 (Url-105).

2010 yılını takip eden 10 yıllık süreçte ise Van Cleef Arpels Jule Verne' nin kitaplarındaki masalsi dünyadan esinlenmiş ve Asya ile sanatsal anlamda kurulan ilişkiler sayesinde Doğu sanatı etkisini de tasarımlar yapmıştır (Şekil 3.99). Ancak bu dönem piyasaya sürülen tasarımların klasik Van Cleef Arpels çizgisinden fazla uzaklaşmadığı görülmektedir.



Şekil 3.99 : Van Cleef & Arpels imzalı, kolye 2010 ve broş 2014 (Url-106).

İngiliz müzisyen ve takı sanatçısı olan Kevin Coates bireysel ve çoğunlukla kişiye özgü tasarımlar yapmaktadır. Kevin Coates; kendi iç dünyasını veya anlatmak istediği duygu, düşünce ve kavramı genellikle minik insan bazen de hayvan silüetli heykelciklere ve bu heykelcikler etrafında sarılmış kompozisyona nakşetmiş bir çağdaş takı sanatçısıdır (Şekil 3.100) (Craven, 1989). İnsan silüetli heykelsi yüzüklerinin kendine has bir dili vardır ve yüzüğü izleyen kişiye sanatçının hikayesini anlatmak gibi bir misyon yükledikleri izlemini verirler (Url-107). Ayrıca Kevin Coates malzeme kullanımındaki çeşitlilikle de öne çıkmaktadır. Organik malzemeler, fosiller değerli metal, değerli ve yarı değerli taşlarla birlikte kullanılmaktadır (Şekil 3.101).



Şekil 3.100 : Kevin Coates imzalı, Nocturne yüzük, 2015 (Url-107).



Şekil 3.101 : Kevin Coates imzalı, Dragontias broş, 2005 (Url-108).

İtalyan modacı Elsa Schiaparelli, takı tarihinde 20. yüzyıl başları anlatılırken değinildiği gibi, iki dünya savaşı arasında en önemli tasarımlarını yapmış olan Coco Chanel'in çağdaşı ve en büyük rakibiydi. Surrealist akımdan etkilenmiş ve Salvador Dali ile ortak çalışmalara imza atmışlardı. 1954 yılında 2. Dünya Savaşını takiben kapattığı markası, 2014 yılında Schiaparelli tarzını çağdaş takı tasarımlarıyla tekrar hayata geçirdi ve özellikle 2021 yılında ciddi bir lansman çalışmasıyla giyilebilir sanat örneği takıları sayesinde kendinden söz ettirmiştir (Şekil 3.102). Schiaparelli'nin iri formlarda vücut takıları (Şekil 3.103) farklı tasarımlarıyla dikkat çekerken, 2022 yılında inanç sembolizmi temalı tasarımlara da imza atmıştır (Şekil 3.104).



Şekil 3.102 : Maison Schiaparelli imzalı, beden takıları, 2021 (Url-109).



Şekil 3.103 : Schiaparelli imzalı, vücut takısı, 2021 (Url-110).



Şekil 3.104 : Schiaparelli imzalı, inanç sembolizmi temalı takılar, 2022 (Url-111).

Sanat direktörü Melani Grant mücevher sektörünün dünya çapında tanınan büyük mücevher markaları, güçlü bireysel tasarımcılar ve niş mücevher tasarlayan bireysel tasarımcıların tasarımlarını inceleyerek üç yıllık bir çalışma sonucunda 2020 yılında *İmrenilen* isimli kitabını piyasaya sürmüştür. Kitabın yazarı Melani Grant'a göre imrenilen şey takının kendisi, takının ruhudur çünkü takı sadece üzerinde bulunan değerli taşlardan veya kendini oluşturan madenlerin ederinden ibaret değil, çok daha fazlasıdır (Url-112).

Melani Grant'ın *Coveted* kitabında yer verdiği sanatçılardan birisi de Solange Azagury-Partridge İngiliz takı sanatçısıdır. Bireysel tasarımlarının yanı sıra Boucheron firması için de tasarım yapmaktadır. Azagury-Partridge takılarında taşın ilhamını değil renklerin ilhamını kullandığını söylemektedir (Şekil 3.105).

Mücevheri insan hayatına zevk katmak için yaratmaktadır ve takının amacının da hayata keyif katmak olduğunu belirterek renkli hayatın içinden takılar tasarlar (Şekil 3.106). Azagury-Partridge kendi tasarımlarını her yerde bulunmayan, bireysel ve alışılmışın dışında olarak değerlendirir (Url-113).



Şekil 3.105 : Solange Azagury-Partridge imzalı, Kırık kalp ve Cadı yüzükler (Url-113).



Şekil 3.106 : Solange Azagury-Partridge imzalı, kolyeler (Url-114 ve Url-115).

Çin asıllı Wallace Chan Melani Grant'ın kitabı Coveted'ta da yer verdiği çağımızın önemli takı sanatçılarından bir diğeridir. Bir takı sanatçısı olarak tasarımlarının kendi hayallerinin, tutkularının ve felsefesinin bir dışavurumu olmasını ve mükemmel detaylara ve görselliğe sahip, güçlü duygular uyandıran mücevherler olmasını istemektedir (Url-116). Chan'in tasarımlarında Doğunun heykel sanatını, batının değerli taş sanatı ile birleştirdiği gözlemlenirken (Şekil 3.107); tasarımlarında yaratıcılık, duygu ve müziği birleştirerek mücevher sanatının şiirsel estetiğini ortaya çıkardığı söylenmektedir (Şekil 3.108) (Url-117). Farklı malzemelere çok renkli taşları birarada kullanarak yarattığı heykelsi takılarla masalsı bir gerçekliğe vurgu yapmaktadır (Şekil 3.109).



Şekil 3.107 : Wallace Chan imzalı, sinek ve sevgi kuyruğu broşlar, 2017 (Url-117).



Şekil 3.108 : Wallace Chan imzalı, kolye, 2019 (Url-119).



Şekil 3.109 : Wallece Chan imzalı, Hera broş, 2019 (Url-120).

Bir diğerk günümüz genç İngiliz mücevher sanatçısı Scott Armstrong'tur. Henüz 21 yaşında olan sanatçı, başarılı tasarımlarıyla Chaumet bünyesine dahil olmuştur (Url-121). Armstrong'un mücevher tasarımıındaki üslubu doğallıktan ilham alan, minimalist ve futuristik olarak adlandırılmaktadır (Şekil 3.110) (Url-122). Scott Armstrong 21. yüzyıl takı dünyasında tanınmasına sebep olan Chaumet markası için tasarladığı taç tasarımı için bu çağa ait bir taç tasarladığını belirtmektedir (Şekil 3.111) (Url-123).



Şekil 3.110 : Scott Armstrong imzalı, yüzük, 2018 (Url-124).



Şekil 3.111 : Scott Armstrong imzalı, Vertiges taç, 2017 (Url-125).

Günümüz mücevher sanatçısı Amerikalı Monique Péan zamanın somutluğu, jeoloji ve kosmik tarih üzerine yoğunlaşarak tasarımlarını yaratmaktadır. Péan'ın sanatının en belirgin özelliği; farklı malzeme kullanımıdır. Tasarımlarında fosil dinazor kemikleri, fosil deniz ayısı diş ve kemikleri ve meteor kalıntıları gibi çok nadir bulunan malzemeleri kullanmaktadır (Şekil 3.112) (Url-118).



Şekil 3.112 : Monique Péan imzalı, kolye, 2019 (Url-121).

Japonyalı takı sanatçısı Takako Komiya heykeltraşıktan takı tasarımına yönelmiş bir çağdaş takı sanatçısıdır. İlk dönem eserlerini daha çok sanatsal takı tasarımları üzerine yoğunlaştırmış iken (Şekil 3.113), takının aslında her gün rahatça kullanılabilecek takan ile bütünleşen bir parça olduğu düşüncesiyle artık günlük kullanılabilecek işlevsel tasarımlar yaptığını belirtmektedir (Duru, 2019).



Şekil 3.113 : Takako Komiya imzalı, Gökyüzündeki kale yüzük, 2015 (Url-126).

İtalyan mücevher sanatçısı Luisa Bruni takılarında epoksi, alçı, reçine, gümüş, altın, bronz, cam gibi farklı malzeme seçimiyle üç boyutlu takılar tasarlamış ve eserlerinde yarattığı zıtlık hissiyatıyla öne çıkan bir sanatçıdır (Şekil 3.114). Bruni takıyı takacak olan kişinin duyularına dokunmayı amaçlarken tekniği bir araç olarak kullandığını belirtmektedir (Url-127). Gerçeklik hissi yaratan üç boyutlu takılarına bakıldığında sanatçının duyulara hitap eden takılar tasarladığı görülmektedir (Şekil 3.115).



Şekil 3.114 : Luisa Bruni imzalı, Orkide koleksiyonu yüzük (Url-128).



Şekil 3.115 : Luisa Bruni imzalı, yüzükler (Url-128).

Chiara Scarpitti 2010'dan bugüne dek dünya çapında galeri ve müzede sergilenen çağdaş takı sanatı örneklerine imza atmasının yanı sıra akademik çalışmalarında çağdaş takı tasarımını birçok açıdan inceleyen İtalyan çağdaş takı sanatçısı ve akademisyendir. Scarpitti Akademik çalışmalarında sanayileşmeyle teknolojinin iç içe yaşandığı günümüzde el yapımı tekniklere ilişkin geleneksel bilginin teknolojiyle harmanlanmasını ve bunun takı üzerindeki izdüşümlerini incelemektedir. Sembolizm ve imgelerin anlamları, kullanılan materyal ve uygulanan tekniklerin değişen coğrafyaya göre nasıl değiştiğini araştırmaktadır (Url-129). Kendi takılarında da teknolojiyi, eski ve yeni teknikleri bir arada kullanır (Şekil 3.116). Takılarında kullandığı çeşitli malzeme seçimleriyle (Şekil 3.117), el işi tekniklerini ve teknolojiyi harmanlayarak geleneksel görselliği sunmak istediği görülmektedir (Şekil 3.118).



Şekil 3.116 : Chiara Scarpitti imzalı, kolye (Url-130).



Şekil 3.117 : Chiara Scarpitti imzalı, kolye (Url-129).



Şekil 3.118 : Chiara Scarpitti imzalı, broş (Url-131).

Bir diğer özgün çağdaş mücevher sanatçısı ise; Almanyalı Lydia Hirte'dir. Hirte kâğıt sanatı ve metali işleme eğitimleri almıştır. Sanatçı fotoğraf kartı, bristol kâğıt ve diğer kâğıt türleri, iplik, metal tel, kaligrafi mürekkebi, boya ile renklendirme yapıp kâğıt sanatı tekniklerini kullanarak kesme, yapıştırma, yöntemiyle el becerisine dayalı baskın ve sürekli dairesel hareketlerde, heykelsi formda, giyilebilir, sanatsal takılar tasarlamaktadır (Şekil 3.119) (Url-132).



Şekil 3.119 : Lydia Hirte imzalı, kolye, 2018 (Url-132).

Meksikalı takı sanatçısı Daniela Villegas'ın mücevherleri eklektik ve egzotik olarak nitelendirilmekte (Şekil 3.120), Villegas doğa, seyahat, aile ve arkadaşlarından ilham aldığını belirtmektedir. Tasarımlarında hayvan tüyleri, çakıl taşı, ahşap gibi doğal malzemeleri değerli veya yarı değerli taşlarla harmanlayarak el yapımı olarak 18 ayar altın üzerine monte etmektedir (Şekil 3.121) (Url-133).



Şekil 3.120 : Daniela Villegas imzalı, Kelt tanrısı (Grannus) yüzük, 2017 (Url-121).



Şekil 3.121 : Daniela Villegas imzalı, Günbatımı Bukalemun kolye, 2018 (Url-121).

Diğer çağdaş takı sanatçısı İngiliz sanatçı H. Stern'dir. Stern'in takılarında farklı malzemelerle farklı hissiyatlar vermeyi amaçladığı görülür (Şekil 3.122). Takıları için müzik, dans, moda ve mimariyi altın ve değerli taşlarla anlatma sanatı olduğu söylenmektedir (Şekil 3.122) (Url-134).



Şekil 3.122 : H. Stern imzalı, Tüy bileklik, 2014 (Url-135).

21. yüzyıl boyunca çalışmada incelenen takı örnekleri değerlendirildiğinde dünyada ve Avrupa’da 21. yüzyıl takıları çok farklı teknikleri, farklı materyalleri, farklı üslupları barındırmaktadır. Çalışmada incelenen 20. yüzyıl ve daha önceki yüzyılların takıları ortaya çıkan sanat akımlarından büyük ölçüde etkilenmişlerdir. Ancak 21. yüzyıl takıları etki altında kalmadan takı sanatçılarının bireysel bakış açıları doğrultusunda şekillenmekte ve ortaya birbirinden çok farklı tarzda takılar çıkmaktadır. 21. yüzyıl takı sanatçıları birçok farklı konudan ilham alarak takılarına kendi üsluplarını yansıtmaktadırlar. Seramik, heykel, grafik, müzik, mimarlık gibi farklı disiplinlerden gelen ve takıya ilgi duymuş tasarımcılar bu birikimleriyle takılarını şekillendirmekten çekinmemekte ve yapıtlarında bu şekilde fark yaratmaktadırlar. 21. yüzyıl Dünya takı sanatında form, malzeme, teknik, teknoloji farklılıkları olduğu gibi tema farklılıkları da dikkat çekicidir. Örneğin Wallace Chan gibi tasarımcılar içinden geldiği, kendisini besleyen kültürü takılarına yansıtırken bazıları yansıtmamaktadır. Chiara Scarpitti geleneksel görselliği günümüz takı anlayışıyla yakalarken Scott Armstrong ve Takako Komiya fütüristik takılar tasarlamayı tercih etmiştir.

Bölüm içinde incelenen takılar baz alınarak 2000 sonrası Dünya ve Avrupa takılarının ortak özelliğinin tasarımcıların takılarına hikâye yükleme çabalarının olmayışları veya takılarına herhangi bir misyon kazandırma eğiliminde olmamalarıdır. Takılarına farklı isimler veren tasarımcılar bulunmaktadır ancak herhangi bir kavrama işaret eden takı sayısı oldukça azdır. Wallace Chan, Solange Azagury-Patridge, Schiaparelli, Daniela Villegas, Dior, Van Cleef Arpels bazı tasarımlarını geldikleri kültürün öğeleri, dini inançlar, mitolojiler ya da masal

kahramanları gibi temalar üzerine konumlandırırsalar da takıyla olan kavramsal bağı net kuramadıkları ya da kurmak istemedikleri düşünülmektedir.

3.2.2 2000 sonrası Türkiye’de takı sanatı

Çağdaş sanatı şekillendiren sınırsız özgürlük kavramının beraberinde getirdiği zamansızlık, sonsuzluk, sınırsızlık, mekansızlık gibi kavramlar insanoğlunun maddiyata olan gereksinimini törpüleyerek manevi güdülerini geliştirmiş ve insanın manevi değerlerle mutlu olabileceğinin altını çizmiştir (Turani, 1999). Günümüzde çağdaş takı kavramı da çağdaş sanattan ve birçok disiplinden beslenerek kendi dilini geliştirmiştir. Takı sanatının gelişimi sanatsal takı olgusunu yaratmış ve takıya yüklenen bu misyon takının bir sanat objesi olarak kendi rüştünü ispat etmesini sağlamıştır. Bı değişim ve gelişimin sonucunda takı kazandığı sanatsal algıyla hem boyutuyla hem malzemesiyle hem de bir düşünceyi ifade biçimiyle artık sanatsal yanını net bir biçimde ortaya koymaktadır (Duru, 2019).

Çalışmanın bu bölümünde Dünya takı tarihi incelenirken binlerce yıl içerisinde takının gelişimi, 20. yüzyıla kadar anlatılmış, 20. yüzyıl sanat akımlarının takı tasarımları üzerindeki etkilerine tek tek değinilmiş ve 2000’li yıllarda Dünya takı sanatı örneklendirilerek incelenmiştir. 2000’li yıllardan sonra Türkiye takı sanatını ise; farklı bir başlık altında incelemek uygun görülmüştür. Bunun çeşitli nedenleri vardır ve bölüm içerisinde bu nedenlere değinilecektir. Ancak birincil ve en önemli nedeni Türkiye’de takı sanatının varlığından 2000’lerden sonra söz edebiliyor olmamızdır. Gerek sanatsal takı kavramının ortaya çıkışı gerekse sanatsal takı tasarlayan tasarımcıların markalaşma sürecine girmeleri 2000’lerden sonra olgunlaşmıştır.

2000 öncesi Türkiye’de takı; orta ölçekli Türk mücevher firmalarının tek elindeydi. Gerek Kapalıçarşı’da bulunan butik mücevher atölyeleri ve sadekarlar gerekse Türkiye’nin her bölgesine ürün gönderen kısacası Türk mücevher sektörünü elinde tutan orta ölçekli mücevher firmaları klasik üslupta Osmanlı Döneminden bu yana üretilen takı tasarımlarını trendlere uygun biraz daha farklı yorumlarla tekrar ediyorlar veya başta İtalya olmak üzere Batıda üretilen tasarımların birebir aynılarını üreterek Türkiye mücevher pazarına sürüyorlardı.

Türkiye’de genel olarak tasarım kavramının anlaşılabilir ve taraftar bulur hale gelişi Batı’ya kıyasla çok geç olmuştur. Türkiye’de tasarım ve tasarım ürüne değer görme

kavramı ancak 2000’li yıllarda tasarımcıların kendini ifade edişiiyle halkın desteğini görmeye başlamıştır. Türkiye’de 1960’lardan sonra bazı çevrelerce tasarımın önemi algılanmaya başlanmış bazı çalışmalar yapılmış olsa da tasarım fikri sadece belli entelektüel bir kitlenin zihninde kelime anlamına sıkışıp kalmış, gün yüzüne çıkamamıştır. Fakat 1990’lı yılların sonunda sanayi ve üretim alanındaki gelişmeler ile özellikle de 2000’li yılların başından itibaren özellikle sanat ve tasarım odaklı medya kollarının tasarım alanına ilgi duyması ile kamuoyu tasarım ve sanatsal tasarım konusunda bilinçlenmeye başlamıştır. Ayrıca 90’lı yıllarda internetin bulunması sonrası 2000’lerden itibaren yaygınlaşmasıyla ve bilgiye kolay ulaşabilme imkanıyla beraber Avrupa’da ve dünyadaki tasarım dünyasını inceleyebilme tasarımcılara ulaşabilme imkânı çoğalmıştır. Bu durum beraberinde Türk tasarımcıların dünyadaki özgün tasarımlar ve onlara imza atan tasarımcılarla buluşmasına sebep olmuş, farklı tasarımların Türkiye’de de üretilmesiyle, halk arasında farklılaşma ihtiyacı başlamıştır.

2000’lerde gözlemlenen değişime zemin hazırlayan, 1990’lara baktığımızda; teknolojik gelişmeler, iletişimin hızlanması, özellikle internetin de hayatımıza girmesiyle birlikte Batı Dünyası ve diğer coğrafyalarla daha grift ilişkiler kurulmaya başlamıştır. Pop kültürü tüm Dünya ile Türkiye’de de hızlı bir ivmeyle hayatlarımızı etkilemeye başladı. Bununla birlikte rock ve grunge kültürü, dağınık stil, minimal tarzlar ve aynı zamanda da aşırılık yani farklı stillerin birlikte kullanılması 90’ların öne çıkan moda zevkleridir (Şekil 3.123). Bu çeşitliliğin takıya etkisi değerlendirilecek olursa; her tür metal ve plastik takıların günlük kullanımdaki çeşitliliği, iri halka küpeler, bilezikler, büyük yüzükler, sembolik işaretler, büyük madalyon, sembol, harf ve tasma kolyeler, bel takıları, vücut zincirleri gibi çeşitleri arttırmak mümkündür (Şekil 3.124) (Url-136).

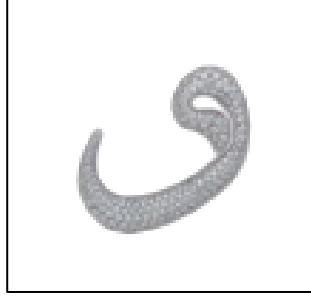


Şekil 3.123 : Yonca Evcimik kolye ve vücut takıları, 1993 (Url-137).



Şekil 3.124 : Tasma kolye, 1994 (Url-138).

Türkiye mücevher piyasasının kalbi Kapalıçarşı'nın 90'lardaki değişimine değinmek gerekir. Kapalıçarşı kuyumcu ve sadekarları 90'lı yıllarda da daha önceki geleneği takip eden klasik tarzda mücevherler, Osmanlı motifleri ve telkari, Trabzon işi, burma bilezik, altın kemer gibi Anadolu folklorik kültürü yansıtan modellerin üretilmesini tercih etmekte olduğu, genellikle folklorik ve klasik modellerin vitrinlerde yer aldığı ve halk tarafından rağbet gördüğü söylenmektedir. Kendi envanterini tutan ve arşivini yayınlamış çok nadir Türk mücevher firmalarından olan Molu, 1956 yılında Kapalıçarşı'da ilk mağazasını açmıştır. Molu firması 1991 yılında Türkiye'de ilk defa kendi bünyesinde profesyonel mücevher tasarım ekibi kurmuştur. Kurulan tasarım ekibi koleksiyon üretmeye yoğunlaşmışlar ve ilk koleksiyonları 1995 yılında satışa sunulmuştur, bu koleksiyonda çağına göre farklılığıyla öne çıkan takı Arapça vav harfi kolyedir. İnanç sembolizmi temalı bu takının anlamı islamın altı şartını ifade eder ve Allaha yakın olmayı sembolize eder (Şekil 3.125). Molu bünyesinde kurulan tasarım birimi 1996-2001 yılları arasında sosyal sorumluluk bilinciyle sosyal ve çevre sorunlarına dikkat çekmek için koleksiyonlar hazırlamışlardır. Bu koleksiyonlar bir amaca hizmet eden, teması olan koleksiyonlar olması bakımından önemlidir. Boğaziçiyle özdeşleşip İstanbul'da boğazın kıyı şeridinin sembolü haline gelmiş kırmızı tomurcuk ağaçlarının sayısının son yıllarda azalmış olmasına dikkat çekmek istemişler, montürdeki çiçeğin şekli ve rengi itibarıyla kırmızı tomurcuk ağacının çiçeklerine benzeyen yüzük, küpe, kolyeler üretilmişlerdir ayrıca boğazın, denizlerin, okyanusların kirlenmesine dikkat çekmek için de sadece temiz sularda üreyebilen doğal incinin yer aldığı bir koleksiyon üretilmiştir (Şekil 3.126) (Url-139).



Şekil 3.125 : Molu imzalı, takı, 1995 (Url-139).



Şekil 3.126 : Molu imzalı, yüzükler, 1996 ve 2001 (Url-139).

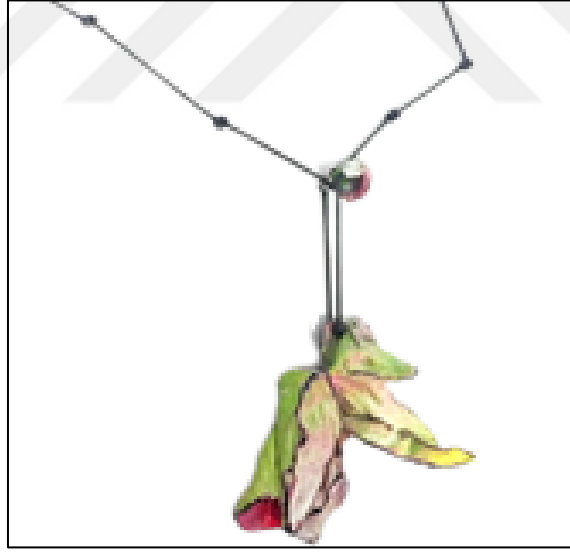
2000'lere gelindiğinde bilgisayar teknolojisinin gelişmesiyle takı tasarımında kullanılan üç boyutlu çizim programları gelişmiş yaygınlaşmış ve kimi çağdaş tasarımcı tasarımlarını önce bilgisayar ortamında çizip sonra reçine, mum kalıplara dökerek hazırlamaya başlamışlardır. Bu da yaratıcılığı artırdığı gibi oluşum sürecinde karşılaşılabilecek riskler ile deneme yanılma sürecini kısaltmış, zaman ve malzeme kaybını ortadan kaldırmıştır (Url-140).

2010'lu tarihlere gelindiğinde bu döneme kadar Türkiye takı tasarımında kullanılmamış farklı teknikler ile altın, gümüş, çelik, bronz, titanyum, değerli taş, cam, boya, mineye ek olarak sentetik ürünler, sünger, tekstil, kemik, ahşap, porselen, plastik, silikon, poliüretan, kağıt, geri dönüştürülmüş her tür malzeme gibi ezber bozan çok farklı ve çeşitli malzeme kullanımıyla giyilebilir çağdaş sanat heykellerini anımsatan özgün takı örnekleri çağdaş takı sanatçılarının yaratıcılıklarını ortaya çıkardıkları özgün ve özgür sanatsal takılar olmuştur.

2018-2019 tarihlerinde Elacindoruknazanpak Galeri'de Türk Çağdaş Mücevher Kolektifi tarafından düzenlenmiş olan bir sergi gerçekleşmiştir. Bu sergide Türkiye çağdaş mücevher sanatının gelişmesinde büyük katkıları olan Şenay Akın, Hakan Aktuğ, Nevin Akıg, Burcu Büyükünöl, Ela Cindoruk, Ezgi Okur, Gözde Erdoğan,

Glnur zdağlar, Selen zus, Burcu Sülek, Nazan Pak, Leyla Taranto, Ayşegül Telli, Sinem Yıldırım gibi 14 çağdaş mücevher sanatçısının eserleri yer almıştır (Url-140). Takip eden paragraflarda 2000’den sonra Türkiye çağdaş takı tasarımının gelişmesine büyük katkı sağlayan önde gelen mücevher sanatçılarının eserlerinden örnekler sunulurak Türkiye’de çağdaş mücevher tasarımı konusu detaylandırılmaya çalışılacaktır.

Ela Cindoruk endüstri ürünleri tasarımının ardından metal biçimlendirme ve takı tasarımı eğitimi almıştır. Cindoruk kurumsal hayatı bıraktıktan sonra 1989 yılında atölyesini aarak kendi felsefesi uyarınca çağdaş takı tasarımları yapmaya başlamıştır. 1993 yılında ise; Canan Pak ile birleşerek kendilerini yansıtan tasarımlarını Elacindoruknazanpak takı atölyesi çatısı altında hayata geçirdiler. Ela Cindoruk eserlerinde çok farklı ve çeşitli malzeme kullanımı (Şekil 3.127) ve ayrıca farklı tekniklerle malzemeleri takıya dönüştürme yorumlarıyla (Şekil 3.128) ne çıkan çağdaş takı sanatçısıdır. Eserleri ulusal ve uluslararası çok fazla ödüle layık görülen eserleri, birçok müze ve galeride sergilenmektedir (Url-140).



Şekil 3.127 : Ela Cindoruk imzalı, Yaz isimli kolye (Url-140).

Ela Cindoruk ve Nazan Pak 2014 yılından itibaren birçok sergiye destek vermiş ve bünyelerinde organize etmişlerdir. Bu şekilde çağdaş tasarımlar ve sanatçıları sanat dünyasıyla buluşma imkânı yakalamış, çağdaş mücevher tasarımı sanatla iç içe geçmiştir (Duru, 2019).



Şekil 3.128 : Ela Cindoruk imzalı, broş (Duru, 2019).

Burcu Büyükcüenal kendisini sınırlandırmak istemeden etkilendiği her şeyle bağ kurup takıya dökmektedir. Burcu Büyükcüenal koleksiyonlarında “Korkunç Güzel” koleksiyonunda son yıllarda gelişmiş olan kitle kültürüne dayatılan tekdüze estetik algılarını popüler kültür ve medyanın etkisiyle neredeyse bir toplumsal norm haline getirmiş olan plastik cerrahiyi eleştirmektedir (Şekil 3.129). Bunun yanı sıra koleksiyon güzelleşmek için kullanılan geleneksel takının kullanım amacının tam tersine hizmet ederek yüzde deformasyon yaratan takılardan oluşmaktadır, Büyükcüenal “Korkunç Güzel” koleksiyonunun bu takıları fotoğraflayarak hayata geçirilmiş bir koleksiyon olduğunu belirtmektedir (Url-143).



Şekil 3.129 : Burcu Büyükcüenal imzalı, Korkunç Güzel Koleksiyonu, yüz takıları (Url-143).

Diğer bir çağdaş takı sanatçısı Burcu Büyükcüenal Endüstri Ürünleri tasarımı eğitiminin ardından Ela Cindoruk ve Nazan Pak Atölyesinde çalışmıştır, üzerine güzel sanatlar metal bölümünde yüksek lisansını tamamlayan Büyükcüenal, kendisi gibi çağdaş takı sanatçısı olan Selen Özus ile Maden Çağdaş Mücevher Atölyesini

hayata sokmuştur. Büyükcunal' ın takıları işlevsel olan veya olmayan, sanatsal veya keyfi, çoğunlukla bir teknik ve bir malzemeye odaklanarak, yaratılan tasarıma göre her şeyin farklılaşabildiği takılardır.

Selen Özus, Burcu Büyükcunal ile Maden Çağdaş Mücevher Stüdyosunun kurucusudur. Selen Özus seramik ve cam tasarımı üzerine aldığı üniversite eğitiminin ardından, üç yıl takı tasarımı eğitimi almıştır. Tasarımlarıyla Avrupa ve İstanbul'da birçok sergiye katılmış olan Özus, tasarımlarının ortaya çıkış serüvenini ifade ederken; kendi güvenli dünyasından bakıp çevresinde gördüklerini, hisleriyle, beyni ve kalbinin birleşimiyle duygu ve düşüncelerini somutlaştırarak önce objeye sonra da takıya dönüştürdüğünü belirtmektedir (Url-144). Tasarımlarında kullandığı farklı malzemeleri alışılmışın dışında formlarla sunmaktadır en yakın koleksiyonunda yer alan takıları (Şekil 3.130) ve kendi yorumunu katarak stilize ettiği müzik aletlerini çağrıştıran takıları buna örnektir (Şekil 3.131).



Şekil 3.130 : Selen Özus imzalı, En yakın Koleksiyonu, broş, 2017 (Url-145).



Şekil 3.131 : Selen Özus imzalı, Piyano kolye, 2010 (Url-145).

Diğer bir Türkiye Çağdaş Takı Tasarımcısı Burcu Sülek'tir. Sülek çağdaş takı üretmenin içindeki özgürlük duygusunu somutlaştıran yegâne şey olduğunu belirtmektedir. Sülek' e göre; çağdaş takı her tür malzeme kullanımını kaldırabilen bir takı türü olduğu için sanatçının hayal gücünü ve yaratıcılığını sınırsız kılmakta ve geliştirmektedir. Burcu Sülek bazı koleksiyonlarında geri dönüştürülebilir sentetik sünger kullandığını söylerken bunun takıyı renklendirme konusunda, istediği büyüklükte takı yapılabilmesini ve çok hafif takı yapılmasını mümkün kıldığını belirtmektedir. Hayatın içinden her şeyin kendisine ilham verebileceğini ve her bir koleksiyonunun ayrı ayrı hikayeleri olduğunu söyleyen Sülek, takılarının hikayesi olmasının kendisi için çok önemli olduğunu vurgulamaktadır (Url-147). Örneğin Boşluk koleksiyonu Mevlâna Celaleddin Rumi' nin bu hileler dünyasında ruhun tek ihtiyacı olan boşluktur sözünden gelen ilhamla yola çıkılarak tasarlanmıştır. Bu koleksiyonun özellikle sentetik sünger kullanarak tasarlanmasının sebebi; boşluğu, hiçliği, yokluğu tasvir eden en güzel malzemenin sünger olduğunu düşünmesidir (Şekil 3.132). Diğer bir koleksiyonu olan Kutlama koleksiyonunda ise; binlerce yıl boyunca Anadolu topraklarında yetiştirilen ve yüzlerce medeniyete yaşam vermiş ve kutsal sayılmış bir besin kaynağı olan zeytin ağacından esinlenilmiştir (Şekil 3.133). Takılar zeytinin dallarını anımsatan şekillerde tasarlanılmış, yaprak hissiyatını verebilmesi adına doğal ve geri dönüştürülebilir bir malzeme olan kâğıt hamuru kullanılmıştır (Url-147).

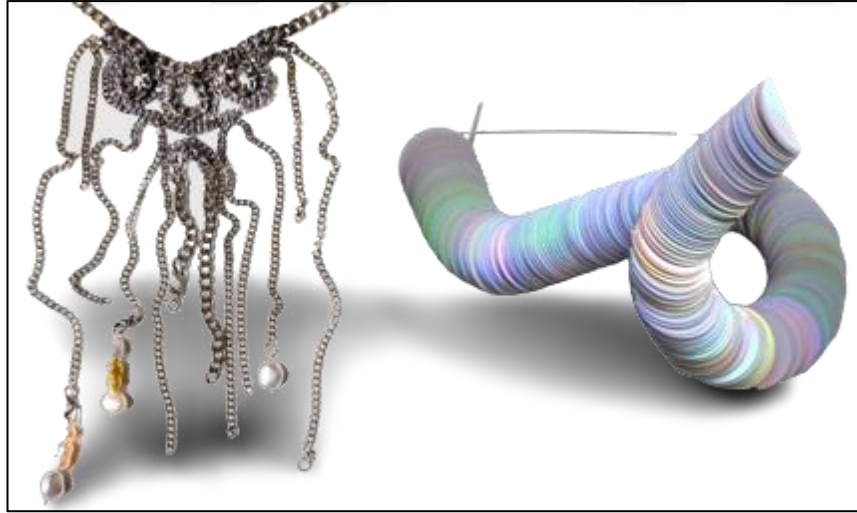


Şekil 3.132 : Burcu Sülek imzalı, Boşluk Koleksiyonu, kolye (Url-148).



Şekil 3.133 : Burcu Sülek imzalı, Kutlama Koleksiyonu, broş (Url-149).

Ezgi Okur takı tasarımı eğitim almış bir çağdaş takı sanatçısıdır. 2013 yılında kendi markası Deglation'ı kurmuştur. Tasarımlarında payet, epoksi boya, plastik, asetat gibi alternatif malzemeleri paslanmaz çelik, pirinç ve değerli madenlerle beraber kullanmayı tercih etmektedir (Şekil 3.134). Çağdaş takı tasarımlarını yaratırken genellikle mimari tasarımlar ve doğadan ilham aldığını belirtmektedir (Url-150).



Şekil 3.134 : Ezgi Okur imzalı zincir kolye ve Ütopya Paleti isimli broş (Url-151).

Takı tasarımı eğitimi alan Hakan Aktuğ geleneksel ve çağdaş üretim metotlarını kullanarak takı üreten çağdaş takı sanatçısıdır. Aktuğ tasarımlarında farklı malzeme kullanımına önem vererek, çeşitli malzemelerle özgün formlar yakalamayı amaçlamaktadır (Şekil 3.135).



Şekil 3.135 : Hakan Aktuğ imzalı broşlar (Url-152).

Türk mücevher ustalarının eğitimiyle Kapalıçarşı’da mesleği öğrenmiş bir diğer isim de Manuk Durmazgüler’dir. Durmazgüler tasarımlarında değerli taşlara yer verildiği, eski ve modern mücevherin uyumunun minimalist bir çizgide sunulduğu görülmektedir (Şekil 3.136).



Şekil 3.136 : Manuk Durmazgüler imzalı küpeler (Url-153).

Elmas başta olmak üzere değerli taşları değerli madenlerle birleştirip geleneksellikten uzak minimalist çizgilerle harmanlanmış takılar yapan diğer bir isim de Milka Karaağaçlıdır. Karaağaçlı takılarında hem değerli taş kullanarak hem de gösteriştan uzak günlük kullanıma yönelik takılar tasarlamıştır (Şekil 3.137).



Şekil 3.137 : Milka Karaağaçlı imzalı, Madonna için hazırlanan yüzük (Url-153).

Hraç Arslanyan Kapalıçarşı kültüründen gelen ve mücevherde Osmanlı murassa tekniği ile klasik tarzı devam ettiren son mücevher ustalarındandır. Metal, porselen, seramik, ahşap, cam, değerli madenler gibi materyallerin üzerine değerli taş mihlayarak mücevheri murassa tarzı ve hasar stili ile şekillendirmektedir (Şekil 3.138). Hraç Arslanyan murassa tekniğini Dünyaya tanıtarak atölyesinde yeni nesillere de öğretmektedir (Url-155).



Şekil 3.138 : Hraç Arslanyan imzalı gerdanlık (Url-156).

Diğer bir çağdaş takı sanatçısı Verda Alaton tasarımlarında doğanın sadeliği ve kendi doğal güzelliğinden ilham aldığını belirtmektedir. Yarı değerli taşları altın ve gümüşle birleştirirken taşın kendi doğal şekline göre montür hazırlayarak takıyı taşın kendi doğal şekline göre şekillendirmektedir (Şekil 3.139). Hayatı boyunca antropoloji ve kültürel gelişime ilgi duyan Alaton Asya ve Afrika seyahatlerinde yerel kültürlerden etkilenmiş, Newyork'ta kaldığı süreçte Afrika Kültürü uzmanlarıyla görüşerek Afrika kabile takılarını incelemiş ve Afrika yerel kültürünün etkisinde ilk koleksiyonunu geliştirmiştir (Şekil 3.140). Birçok ödülün sahibi olan Verda Alaton tohum adıyla takı tasarım markasının sahibidir (Url-157).



Şekil 3.139 : Verda Alaton imzalı gümüş ve lapis lazuli kullanılmış Cycle isimli yüzük (Url-158).



Şekil 3.140 : Verda Alaton imzalı gümüş üzeri altın kaplama olarak üretilmiş gerdanlık (Url-159).

Yüksek, Bizans ve Osmanlı etkisinde kökleşen Kapalıçarşı kültüründe kendisini geliştirerek, geleneksel takı sanatını öğrenmiştir. 2001 yılında Orta Çağ ve Art Deco etkisinde geliştirdiği üslupla takı tasarlamaya başlamış ve Alef markasının kurmuştur. Takılarında altın, gümüş, değerli ve yarı değerli taşları kullanmaktadır. Yeşim Yüksek gelenekseli çağdaş tasarımlarla harmanlamayı amaçlamaktadır (Şekil 3.141). Lark Books'un en iyi 500 serisine göre Yeşim Yüksek'in "Gothic Bride" ve "Deco Bride" isimli iki yüzük tasarımı 21. Yüzyılın en iyi 500 evlilik yüzükleri arasında sayılmaktadır (Url-160).



Şekil 3.141 : Yeşim Yüksek imzalı yüzük (Url-159).

3.2.2.1 Türkiye takı sanatında İnanç sembolizmi öğeleri

Türkiye takı sanatında inanç sembolizmi öğelerini incelerken Anadolu öz kültürünün takı tasarımına yansımaları şeklinde anlaşılması gereken kavramı irdelemek ve bu kavramın Türkiye takı sanatında 2000'ler sonrası artışa geçmesine zemin hazırlayan gelişmelere kısaca değinmek gerekir. 20. Yüzyıl boyunca sanatta geçmişten ve

gelenekten uzaklaşma hali ile 20. yüzyıl ile 21. yüzyılın getirdiği sosyo-kültürel değişimlerin Türkiye sanatını da benzer şekilde etkilemiş olduğunu söylemek mümkündür.

Türkiye'de Cumhuriyetin ilanıyla her alanda görülen batılılaşma hareketi sanatta da hissedilmiş, geleneksel kültürel yapı arka planda bırakılarak, bir süreliğine askıya alınmıştır (Karakuş, 2007). Pavyon'a baktığımızda Pavyon, geleneksellikten uzaklaşıp yüzümüzü Batıya çevirerek Atatürk'ün izinde batılı çizgide işler yapılması gerektiğini vurguluyordu. Geleneksel motifler ve sanat eserlerinden uzak durulması, şarklı imajının tamamen silinmeye çalışıldığının kanıtı olarak yorumlanıyordu (Durhan, 2006). Cumhuriyetin ilk yıllarında kurulan yeni batılı devlet imajını güçlendirmek için Anadolu etkili figürler çalışmaktan kaçınılıyor, geçmişi hatırlatan tasarımlar güzel ve yenilikçi bulunmuyor hatta geçmişin etkisinde kaldığı ileriye bakılmadığı düşüncesiyle uzak durulması gerektiğine inanılıyordu (Karakuş, 2007). Sanat ve tasarımda kimlik tartışmaları konusunda iki farklı görüş mevcuttu. Bunlardan ilki soyutlamaya giderek geometrik şekillerden yola çıkarak sanat ve tasarım yapmak gerekliliği; ikincisi ise, yeni üretilen sanat eserini/ tasarımı kendi köklerimizden yola çıkarak, öz kültür değerlerimizle şekillendirmektir (Karakuş, 2007). Daha çok geometrik, soyut ve modern sanat eserlerinin tasarıma yansımaları yönünde bir eğilim olmuştur.

Takıtasarımı açısından değerlendirecek olursak, 2000' lere kadar Türkiye'de tasarım bilinci de tam olarak yerleşemediği için özellikle takıda sanatsal tasarımlardan söz etmenin mümkün olmadığı yapılan araştırmalar neticesinde anlaşılmıştır. 2000'lere kadar Türkiye takı sektörüne yön veren büyük şirketler ya Avrupa'daki takı tasarımlarını taklit etmişler ya da Osmanlı takı kültürünün devamı niteliğinde olan Kapalıçarşı öğretisini sürdürmüşlerdir (Altınbaş Sarıgül, 2015).

2000 sonrası öz kültür değerlerimizin yeni tasarımlarda sıklıkla kullanılması ve sevilmesi konusu erken Cumhuriyet döneminden 90'lı yıllara kadar geçen süreçte sürekli tartışılan sanatta kimlik arayışları konusunu tekrar gündeme taşımıştır. Bir kısım tasarımcı Anadolu kültüründen beslenerek eser yaratılmasına sıcak bakıyorlardı. 90'ların sonuna doğru gelindiğinde ise, sanatçıların Anadolu'daki öz köklerinden beslenme hali ivme kazanmıştır. Bu fikirde farklılaşan batılı modernist bakış açısıyla yoluna devam eden sanatçı ve tasarımcılar olduğu gibi tamamen

Anadolu kültüründen beslenerek köklerden aldığı güçle yola devam eden sanatçıların sayısı özellikle 2000'lerden sonra artmaya devam etmiştir (Karakuş, 2007).

2000' lere gelindiğinde ise küreselleşme potasında var olabilmenin formülünün “kimlik sahibi olup, kendine has, özgün işlerle ayakta durmak” olduğu görülmüştür (Buğdaycı, 2004). Art Decor Dergisi editörü Ahmet Buğdaycı köklerinden beslenme konusunu şu şekilde yorumlamıştır; küreselleşme potasında ayakta kalıp var olabilmenin formülü fark yaratabilmekten geçmektedir, farklı olabilmek ise, kendi öz kültürümüzden, değerlerimizden beslenip ortaya çıkan ürünü kendi üslubumuzla harmanlayabilmekle olur. Anadolu topraklarından aldığımız enerji ve güçle unutulmaya yüz tutmuş değerlerimizi açığa çıkarıp onları post-modernist, çağdaş bakış açısıyla ele almak global dünya düzeninde kendi kimliğimizi ortaya koymamızı sağlayacak ve bizi güçlendirecektir (Buğdaycı, 2004). Kendi öz kültürümüzden beslenerek ortaya çıkardığımız sanat eserleri özellikle global arenada fark yaratmakta ve daha çok ilgi çekmektedir, müzikte, sinemada ve sanatın diğer alanlarında bunun örneklerine rastlanmıştır (Şatır, 2006).

Dolayısıyla 90'ların sonlarına doğru köklerden beslenerek özgün bir kimlik oluşturmanın gerekliliğinin farkına varılmış olup geçmişe öykünme ve öz kültüre dönüş serüveni 2000' lerde ciddi bir ivme kazanmıştır. Türkiye'de tasarım bilincinin gelişmesi ile takı tasarımına da önem verilmiştir. Tasarım alanında eğitim alan Türk takı tasarımcıları hem teknolojik gelişmelerle teknolojiyi tasarımlarına yansıttıkları, hem de çok farklı malzeme kullanımlarıyla özgün tasarımlara imza attıkları görülmüştür. 2000' lerden sonra takı tasarımında da geçmişe öykünme, köklerden beslenme kısacası kendi özümüze dönüşün yansımaları görülmektedir.

Bu çalışmanın devam eden bölümlerinde köklerinden beslenerek Anadolu kültürünün izlerini işlerinde yorumlayan takı sanatçıları ve Anadolu öz kültürünün yansıması olan inanç sembolizmi temalı öğeler barındıran takı çalışmalarına yoğunlaşılacaktır.

Günümüz takı tasarımlarında sembolik öğeler oldukça fazla yer almaya başlamıştır. Bunun çok çeşitli sebepleri olduğu gibi bir sebebi de Herkes tarafından bilinen veya bilinmeyen belirli semboller özellikle gündelik takılarda yerini almıştır. Takının kullanıcısı için bir anlam ifade ediyor olması, o takıyla kişinin duygusal bir bağ kurmasını sağlar. Bu nedenle takılarda sembolik etkilerin sık kullanımında pazarlama

stratejisinin de payı vardır. Örneğin kalp figürünün kültürler arasında sevginin, sadakatin, neşenin ve şefkatin sembolü olarak kabul edildiği söylenebilir. Yılan, kuş, yıldız, ay vb. figürler antik takılardan günümüze kadar olan süreçte çeşitli sembolik anlamlar taşımışlardır (Öner, 2020).

İşaret ve semboller araştırıldığında geçmişin gizemi tıpkı geçmişteki gibi aynı mistik yolculuğunu sürdürerek günümüze kadar ulaştığını görülmektedir. Binlerce yıllık hikayesinde tüm bu işaret ve semboller tıpkı insanoğlunun dna'sına işlenmiş gibi günümüzde de etkisini sürdürmektedir. Çağdaşımız olan takı sanatçıları da geçmişin mistik atmosferini, bilinmeze olan merakı, uhrevi çekiciliği günümüze taşıyarak mistik öğeler içeren sembollerini kendi yorumlarıyla çağdaş takılarına yansıtmışlardır (Küçükekiciler, 2019). Takı sanatçıları manevi değerler taşıyan sembollerini ve eskiyi anımsatan materyalleri yeni materyallerle harmanlamış, farklı sanat disiplinlerinin de tekniklerinden yararlanarak karmaşık kompozisyonlar uygulamış ve mistik gücü kendi üslupları ile yeniden yorumlamışlardır. Bu tasarımlar, insan ruhunun mistisizme olan ihtiyacını, heyecan ve tutkusunu ifade etmektedir. Takı sanatçıları heykelsi yüzüklerin yapısal anlamını güçlendirmek için yazıyı ve dili de kullanılmışlardır. Latince, İbranice, Arapça ve Çince dillerinin harf şekilleri gerçek anlamlarından bağımsız olarak formlarda yer almıştır (Dikmen, 2008).

Tasarımcı Özlem Kapani'nin Fatma'nın eli sembolünü kullanarak hazırladığı yüzük çalışmasında, Kapani gümüş, cam ve kâğıt kullanarak yeni malzemelerden eski görüntüsü elde edilmiştir. Gümüşe kalem işi ile süslemeler ve Arapça dua, tılsım yazılarıyla bezenmiş ve gümüş oksitlendirilmiştir (Şekil 3.142). İç hazneye kâğıt üzerine Hz. Fatma'nın elini sembolize eden figür yerleştirilmiş ve üzeri cam ile kapatılmıştır (Dikmen, 2008).



Şekil 3.142 : Özlem Kapani imzalı, Hz. Fatma'nın eli yüzük, 2008 (Url-162).

Takı çalışmalarında çoğunlukla insan figürüne yer veren ve nude insan silüetleri ile tanınan çağdaş takı sanatçısı Selda Okutan'ın takılarının her biri ayrı kompozisyonlar içeren birer heykel niteliğindedir (Şekil 3.145) (Nurbiye, 2016). Okutan takılarında belli bir hikâye, hayal ürünü veya mitolojiye işaret etmektedir (Şekil 3.144). Selda Okutan'ın takıları hem güçlü hikâye yönü hem de sembolizmin takı sanatına olan etkisiyle sembolizm içeren sanatsal takılara güçlü bir örnek olarak gösterilebilir (Şekil 3.145).



Şekil 3.143 : Selda Okutan imzalı “Fare ve insan” isimli yüzük, 2007 (Url-163).



Şekil 3.144 : Selda Okutan imzalı, zincire vurulmuş kadın ve erkek yüzük (Url-164).

Çağdaş Takı Tasarımı Sanatçısı Burcu Sülek de bir koleksiyonunda Anadolu kültürlerinin birçoğunun mitolojisinde yer alan üreme, doğurganlık, toprak ve bereket tanrıçası Kibele'den esinlenmiş ve koleksiyonunun adını Kybele koymuştur (Şekil 3.145).



Şekil 3.145 : Burcu Sülek imzalı, Kibele küpe (Url-166).

Önceki bölümde de bahsedilen Çağımızın dikkat çeken takılarının anlatıldığı Melanie C. Grant'ın İmrenilen kitabında Arman Suciyan takılarına da yer verilmiştir. Arman Suciyan el işçiliği ve her birinin hikayesi olan takılarını tasarlarken tarih, mitoloji, sanat, teknoloji, doğa, insan gibi her şeyden esinlenlenebileceğini belirtmektedir (Şekil 3.146) (Url-167).



Şekil 3.146 : Arman Suciyan imzalı, Dragon Koleksiyonu erkek yüzükleri (Url-168).

Sembolizm ve inanç sembolizmine takılarında sıklıkla yer veren bir diğer takı sanatçısı Sevan Bıçakçı'dır. Sadekarlıktan gelen Ermeni kökenli Bıçakçı Kapalıçarşı kültüründe yetişmiştir. Takılarının İstanbul'u yansıtmasının sebebinin beslendiği İstanbul ve Kapalıçarşı kültüründeki çok çeşitlilik olduğunu belirtir. Bıçakçı'nın eserlerinde etkisi altında kaldığı Hristiyanlık ve İslamiyete ait dini sembolizm öğelerini sıklıkla görmekteyiz (Şekil 3.147). Bunun yanı sıra özellikle yüzüklerinde mitolojik öğelere (Şekil 3.148) ve mimari yapılara da yer vermektedir (Şekil 3.149). Takılarındaki görsellik, tema ve teknik öğeler, Bıçakçı'nın ön plana çıkmasına sebep olmuştur.



Şekil 3.147 : Sevan Bıçakçı imzalı, Hristiyan sembolizmi içeren yüzük (Url-169).



Şekil 3.148 : Sevan Bıçakçı imzalı, Medusa yüzük (Url-170).



Şekil 3.149 : Sevan Bıçakçı imzalı, İslamiyet ikonografisi içeren yüzük (Url-171).

Pınar Söylemez sosyal Bilimler eğitiminin ardından uzun yıllar özel sektörde çalıştıktan sonra 2010 yılında Ps One isimli markasıyla takı tasarımına başlamıştır. Takılarının ortak özelliği hepsinde markanın da misyonu olan özgünlük, biriciklik ve dışillik olmasıdır (Url-172). Pınar Söylemez takılarının spiritüel yanının da güçlü olduğunu ve tılsım, dişil ve güçlü enerji veren inanç sembolizmi temalı takıların da koleksiyonunda bulunduğunu belirtmektedir (Şekil 3.150).



Şekil 3.150 : Pınar Söylemez imzalı, uzun ömür sembolü kolye (Url-173).

2000 sonrası Türkiye takı sanatı başlığı altında incelenen takılar malzeme, teknik özellikler ve üslup olarak birbirinden farklı olsalar da hepsinin ortak özelliği belli bir kavrama işaret ediyor olmaları, hepsinin güçlü hikayelerinin olması ve bu yönüyle hepsinin birer ifade aracı işleviyle bir mesaj iletiyor olmalarıdır.

3.2.2.2 2000 sonrası sosyo-kültürel değişimlerin Türkiye takı sanatına yansımaları

20. Yüzyıl'da Freud'un psikanaliz üzerinde yaptığı geniş kapsamlı çalışmalar ile insanın bilinçaltı açıklanmaya çalışılmış ve ilkel düşünce mekanizmaları irdelenmeye başlanmıştır. Psikanaliz sayesinde imge, simge, simge bilim, simgecilik, şöhret kazanmış ilgi odağı olmuştur. Bununla birlikte ilkel zihniyetleri anlayıp anlamlandırmaya yönelik çalışmalar simgeciliğin eski geleneksel toplumlar üzerinde ne denli etkin olduğunu ortaya koymuştur. 1. Dünya Savaşı sürecinde insanlığın yaşadığı ağır kayıplar ve acılar insanın maneviyata dönmesini beraberinde getirmiştir. 19. Yüzyılda karşımıza çıkan bilimsellik, rasyonalizm, pozitivizm gibi düşünceler siyasi, ekonomik ve kültürel değişimler nedeniyle 20. Yüzyılda yerini çeşitli dinsel eğilimlere bırakmıştır (Eliade, 2017a).

20. yüzyıl büyük yıkımların, hayal kırıklıklarının yüzyılı olmuştur. Bu bağlamda 20. Yüzyılın sanat anlayışına bakıldığında, yaşanan büyük krizlerden ve travmalardan

sonra, insanın bu dünyadaki yeri, ahlaki değerleri, kim olduğu yeniden sorgulanmaya başlamıştır. Travma sonrasındaki bu yeni insanın, yeni kuşağın sanata bakış açısı, insanı değerlendirışı farklılaşmıştır. Yeni çağın, yeni insanın isteklerine, dertlerine, sorularına, tavrına göre sanat da bu değişime kaçınılmaz olarak ayak uydurmuştur. Geleneksel estetik değerlerin ve alışlagelmiş görme biçimlerinin yerle bir edildiği bu yüzyılla birlikte sanat bir amaç olmaktan çıkarak araç olma konumuna gelmiştir, yani onun varlık nedeni kendinden başka hiçbir şeye bağlanmaz. Ne biçim ne içerik ne de öz açısından herhangi bir bağımlılık söz konusu edilir (Erinç, 1995). 20. Yüzyıl sanat akımlarının bazıları temasal açıdan hızlı endüstrileşme ile patlama yapan kentleşme ve kentte yaşayan bireyin sorunlarından beslenmiştir (Süzen, 2018). 21. yüzyıla gelindiğinde ise; 20. Yüzyılda yaşanan yıkımların psikolojik yansımaları ile teknolojik gelişmelerin hızı ve özellikle de kitle iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması birey ve toplum hayatını derinden etkilemiştir. Tüm bu hızlı değişimin sanata yansması çok çeşitli ve değişken olmuştur.

20. yüzyıl değişimleri ve sonuçları sosyolojik açıdan değerlendirildiğinde; 20. yüzyılın son çeyreğini de kapsayan son kırk yıllık süreçte, dünyadaki hızlı teknolojik gelişmeler hızla değişen bir dünya olgusu yaratmış 2000’li yıllara gelindiğinde ise; kitle iletişim teknolojilerinin bu denli hayatımıza entegrasyonu birey ve toplum yaşantısını iyiden iyiye etkilemiş ve değiştirmiştir. Kitle iletişim teknolojilerinin etkileri bireyleri sürekli öz eleştiri yapmaya, mutsuzlaşmaya, yalnızlaşmaya ve içine kapanmaya sevk ettiği de görülmektedir (Albayrak, 2019). Diğer yandan özellikle geleneksellikten uzaklaşmamış toplumsal normlara sahip günümüz toplumlarının 21. yüzyılın değişen sosyo-kültürel atmosferine uyum sağlama çabası içinde oldukları söylenebilir (Giddens, 1994). Modernizmi tam anlamıyla kanıksayamamış hatta gelenekselliğin etkisinde sanayi ve modernleşme sürecine uyum sağlamaya çalışan günümüz toplumları geç postmodernizme uyum sağlama çabasına girişmişlerdir (Arslan, 2006).

Bireyi ve toplumları global ve lokal arenanın her alanında derinlemesine etkileyen tüm bu değişimler inanç sistemlerini de etkilemektedir. Daniel Bell (1976) yazdığı makalesinde aşırı akılcı tutumlar ve özgürlüklerin insan doğasında çeşitli rahatsızlıklara sebebiyet vererek inanma güdüsünü tetikleyeceğini ve kutsala dönme yönünde evrileceğini öngörmüştür. Bu bağlamda dini sosyologlar 60 sonrası gitgide artan dinsel yönelimleri “kutsala dönüş”, “büyük uyanış”, “oryantal dini uyanış”,

“yeni dinsel bilinçlilik”, “dinin yeniden kuruluşu” gibi ifadelerle tanımlamıştır (aktaran Arslan, 2006). İnanç sistemlerine yönelik bu eğilim sonucunda geleneksel büyük dinler ile teknolojik gelişmeleri, arınma ve korunma ihtiyacına karşı tılsım, büyü gibi ruhçu eğilimleri, mitolojiler gibi insanlık tarihiyle yakından ilişkili söylenebilimleri ya da insanlık tarihi kadar eski mistik ruhsal öğretileri harmanlayarak yeni dinsel tarzlar, popüler din olguları gelişmiştir. Bu konu popüler edebiyat alanındaki değişiklikler bağlamında ele alındığında gerçeküstü hikayelere duyulan merak ve ilginin, kadim bilgi olarak da adlandırılan simgeciliğin üzerinde odaklanmasına sebep olduğu düşünülmektedir (Arslan, 2010). Dolayısıyla İbrahimi dinler ve mitolojilerin yanı sıra tılsım, büyü, ruhçuluk gibi paranormal yönelimlere olan ilginin arttığı gözlemlenmektedir (Eliade, 2017a). Büyücülük, ruhçuluk, simgecilik gibi yönelimlerin referanslar yanında görsel sanatlar, güzel sanatlar, popüler edebiyat, sinema hatta TV programları gibi popüler kültür öğelerinde de sıklıkla rastlanmaktadır (Arslan, 2010). Görüldüğü gibi 20. yüzyılda gelişen, geleneğe, ahlaki değerlere başkaldırı tavrı, 21. yüzyılda yerini ruhsal açıklara bırakmıştır. Kapitalizmin etkisiyle aynı toplum içerisinde yaşayan bireylerin gelir düzeyleri arasındaki uçurumlar ile kültürel ve sınıfsal farklılaşmalar, bir kesimin refahla gelen aşırı tüketim çılgınlığının etkisinde kalarak her şeye sahip olma fakat bir türlü mutlu olamama psikolojisine girmesini, diğer kesimin ise; ekonomik sorunlar sebebiyle gelecek kaygısı ve risk endişeleri beraberinde yaşanan psikolojik buhranlara sebep olmaktadır. Bu şartlar altında toplumda farklı sosyo-kültürel ve ekonomik kutuplar arasında görülen benzer korku, kaygı ve ruhsal açıklar büyük olasılıkla toplumu aynı yöne, yani fayda bulacağını düşündüğü farklı inanç arayışlarına sevk etmiş olabilir (Arslan, 2013). Sosyal bilimcilerin büyük çoğunluğu içinde bulunduğumuz çağı modernliğin üzerinde ve modernleşmeyi de zorlayan bir süreç olarak tanımlarken çağın öne çıkan özelliklerine veya değerlerine hala net bir isim vermekte zorlanmakta ve tek bir fikir üzerinde buluşamamaktadırlar (Arslan, 2010).

Bu koşullar altında çağdaş sanat dallarının her birinin birbirinden farklı yorumlanışı, tavrı ve ifade biçimi olsa da çağdaş sanatların hepsinin buluştuğu ortak payda, 20. yüzyıl ve beraberinde 21. yüzyılın değişen koşullarına karşı duyulan duygusal tepkiyi dile getirme isteğidir denebilir.

Günümüzde ise; sanatçılar takı yapımına yönelerek kendi bakış açılarını, felsefelerini, ideolojilerini takıya yüklediler. Yarattıkları takıları birer kavrama, hikâye anlatıcıya, sanat objesine hatta modern koruma kalkanlarına dönüştürdüler. Bu tür takılara ilgi duyan insanlar bu kavramsal yolculukta; kendisini keşfetme, toplumdan farklılaşma ya da tam tersine kendisini süsleyerek ilgi çekme ve toplumda beğeni toplama güdüsü hissetmişlerdir. Hatta kimi zaman ifade aracı olarak tasarlanan takılara duyulan bu ilgi; korkularıyla başa çıkma, korunma, kimi zamansa; umut etme gücü bularak dilek ve isteklerine ulaşma düşüncesiyle o takıyı edinme isteğine dönüşmüştür.

Tüm bu ifadelerle dayanarak 2000 sonrası Türkiye'sinin içinde bulunduğu sosyo-kültürel değişimler ile ekonomik ve siyasi konjonktür, sanatçıyı psikolojik ve felsefi açıdan inanç sistemleri üzerine çalışmaya yoğunlaştırmış, inanç sembolizmini eserlerine yansıtmasını sağlamış, hatta eserlerini kendi ideolojisinin dışavurumu olarak kullanıp felsefesini halka aktarma amacı gütmeye sevk etmiş olabilir. Toplumsal tavır açısından değerlendirecek olursak; günümüz insanının sanatsal takılara ve inanç sembollerini bedeninde taşımaya olan tutkusu, insanın iç dünyasının derinliklerine inme, orada kendisiyle hesaplaşma ve/veya köklerine sığınma, eski öğretilerin yardımıyla içinde yaşadığı çağın zorluklarına karşı mücadele verme, güçlü kalabilme; bir başka deyişle öze dönüş serüveninin vücut bulmuş şekli olabilir.

Dinsel eğilimlere yönelik 21. yüzyılın başlangıcında daha çok muhafazakarlaşan bir dünyaya doğru evrilirken, yeni yüzyıl, 11 Eylül 2001 yılında ABD New York'ta yer alan Dünya Ticaret Merkezi'nin ikiz kulelerine çarpan bir uçakla tarihin en büyük terör eylemine sahne olarak başladı. Yapılan açıklamaya göre terör saldırısı El Kaide örgütü üyeleri Afgan Müslümanlar tarafından yapılmıştı. Tüm dünyayı etkileyen bu saldırı ülkelerin terörle-mücadele ve savaş politikalarını ayrıca güvenlik sistemlerini tekrar yapılandırmaları gerekliliğini beraberinde getirdi. Diğer yandan eylemi yapan teröristlerin dini inancıyla eylemin yapıldığı coğrafyadaki inanç ve siyasi görüş ayrılıkları dini inançları, politik görüşleri, savunulan değerleri karşı karşıya getirdi. ABD' nin terör eylemini takiben hak iddia ederek Orta Doğu üzerinde çeşitli siyasi ve ekonomik amaçlı güç gösterileri, Orta Doğu coğrafyasında rahatsızlığa, ayaklanmalara, yönetim değişikliklerine, savaşlara, savaştan kaçan insanların göç hareketlerine sahne olmuştur. Kitlemel göçler, toplumsal rahatsızlıkları beraberinde getirmiştir. Tüm bu kaos ortamında toplumların milli ve dini duygularını harekete

geçiren popülist söylemler artmış, milli ve dini değerleri kullanarak kitleleri etkileyen ve büyük ölçüde kaostan beslenen popülist politikalar dünya siyaset sahnesinde etkin rol oynamaya başlamıştır (Altıntaş ve Önder, 2021). 1999 seçimlerinde siyaset sahnesinde kendisini gösteren milli ve dinin söylemlerin geleceğin Türkiye siyasetinde etkin rol oynayacağını ayak sesleri duyulmaya başlanmıştı (Çetinsaya, 1999). 2000' lere gelindiğinde iktidara gelen muhafazakâr kesim dini ve milli duyguları harekete geçiren popülist söylemlerini halk üzerinde yoğun bir propaganda aracı olarak kullanmış ve kendi milliyetçi İslamist ideolojisi doğrultusunda halkı zaman zaman kutuplaştırmış, zaman zaman da din ekseninde buluşturmak için çağrıda bulunmuştur. Bu siyasetin toplum üzerinde soyo-kültürel etkilerinin oldukça fazla alanda yansımaları hissedileceği gibi, sosyo-dini yansıması toplumun maruz kaldığı siyasi söylemler uyarınca dini değerler üzerine yoğunlaşmayı kaçınılmaz kılmıştır (Yabancı, 2021).

Diğer yandan 20. Yüzyıl boyunca yaşanan krizler ve psikolojik buhran yerini dinler ve toplumlar çatışmasına bırakmıştır. Tüm olumsuzluklar bir kesimi inandığı ilahi dinlere daha çok yaklaştırmışken, diğer bir kesimi dini değerler sebebiyle tüm bu olumsuzlukların yaşandığını düşüncesine sürüklemiş ve dinden uzaklaştırmış olabileceği düşünülmektedir. İnanma ihtiyacı insanın temel ihtiyaçlarından birisidir insanlık tarihi boyunca insanoğlu inanacak bir değer ya da tanrı kavramını geliştirmiştir. Dolayısıyla çeşitli sebeplerle İbrahimi dinlerden uzaklaşan kişiler inanma ihtiyacını yeni din arayışları ile gidermeye çalışmış olabilirler (Arslan, 2010). 11 Eylül olaylarını takiben dünyadaki politik atmosfer insanların korkuları ve inançlarını kullanarak iktidara gelen ve iktidarını güçlendiren siyasi görüşlere açık hale gelmiş yani dünya siyasetini büyük ölçüde popülist söylemler ve beraberinde gelen muhafazakâr tavırlar şekillendirmeye başlamıştır. Bazı toplumlar bu duruma başkaldırır ya da etkilenmezken, bazı toplumlar derinden etkilenmişlerdir. Bu adaptasyon sürecine farklı açılardan etki eden popülist politikalar, savaşlar, göçler ve tüm bunların toplumlar üzerinde ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan olumsuz yansımaları bireyleri dini inançlara ve milli değerlere bağlanmaya sevk etmiş olabilir (Altıntaş ve Önder, 2021).

Söz konusu değişimler sanatı da etkilemiş, 20. yüzyılın özellikle ikinci yarısında alışlagelmiş sanat algısının kalıplarının kırılmasına yol açmış olabilir. Türkiye'de takının geçirdiği dönüşümü takiben sanatsal takı kavramının ortaya çıkışı da bu

döneme denk gelmektedir. Türkiye takı sanatında inanç sembolizmi öğelerinin artması ve özellikle kavramsal yönüyle tasarımlarda yer alıp talep görüyor olması da yine 2000'ler sonrasına denk gelmektedir.

Takı sanatı odaklı yapılan araştırmalar doğrultusunda takı sanatında inanç sembolizmi kullanımının özellikle 20. yüzyılın son çeyreği ve çoğunlukla 2000 sonrasında yoğunlaştığı görülmüştür. Piyasada yer alan sanatsal takıların incelenmesi esnasında bu ürünlerin 90'ların ikinci yarısından sonra başlamak üzere, daha çok 21. yüzyıl eserleri olduğu, yani 2000'li yıllarda yoğunluk kazandığı görülmüştür. Bunun altında yatan sebeplerden birisi takı tasarlayan kişilerin dünyadaki takı sanatı trendlerini takip ederek kendi özgün takı üsluplarını geliştirmeleri ve ortaya sanat yönü güçlü takılar çıkmasıdır. Özgün eserler üreten takı sanatçıları tasarımlarına özgürce hayat vermek için kendi markalarını kurmuşlar ve bazıları isimlerini dünyaya duyurmuşlardır. 2000 sonrası özgün takı sanatçılarının büyük bir kısmı eserleriyle sadece objeye şekil vermemiş belli bir kavramı ya sembolizm kullanarak veya o kavrama işaret eden farklı bir dil yaratarak takının hikâye yönünü güçlendirmişlerdir.

Diğer yandan 2000'li yıllardan sonra Türkiye takı piyasasının kalbi olarak anılan Kapalıçarşı' da özellikle Arap takı tarzının, Arap Kültürünün etkileri yoğun bir şekilde gözlemlenmektedir. Çalışma kapsamında 2000 sonrası Türkiye takı sanatında gözlemlenen inanç sembolizmi etkileri incelendiği için Arap etkisindeki takı tasarımları üzerinde durulmayacak ancak bu etkinin sebeplerine kısaca değinilecektir. Özellikle 2000 sonrası Arap Dünyasıyla artan ekonomik ve politik ilişkiler bağlamında Arap vatandaşların turistik gezileri ve ticari ilişkileri arttırmış, sosyal etkileşimin gelişmesini sağlamıştır. Alım gücü yüksek olan Arap Turistlerin Türkiye seyahatleri talep ve arzı etkilemiştir. Diğer yandan kültürel etkileşim bağlamında bir değerlendirme yapıldığında; Türkiye'de son 20 yılda sermayenin el değiştirmesi, Arap kültürü etkisinde takılara ve Arap kültürüne sempati duyan çevrelerin alım gücünün artmasını sağlamıştır. Bu durum özellikle Kapalıçarşı çevresinde Arap kültürü etkisinde takı tasarımlarındaki artışın başlıca sebeplerindendir.

Çalışmanın bu bölümünde takı tarihi anlatılarak 2000 sonrası öne çıkan Türkiye takı sanatçılarının sanatsal takılarından belirgin seçkiler ve Türkiye takı sanatında inanç sembolizmi incelenmiş, Türkiye takı sanatında özellikle 2000 sonrası sıklıkla

karşımıza çıkan inanç sembolizmi temalı öğelerin tercih edilmesinin altında yatan sebepler irdelemeye çalışılmıştır. Gelecek bölümde ise; Türkiye takı sanatında inanç sembolizmini takılarında yer veren takı tasarımcılarından seçilmiş olan dokuz takı tasarımcısı ile yapılan röportajlar değerlendirilecek ve bu sanatçıların öne çıkan eserlerinden seçkiler incelenecektir.





4. 2000 SONRASI TÜRKİYE TAKI SANATINDA İNANÇ SEMBOLİZMİNİ BİR İFADE BİÇİMİ OLARAK KULLANAN SANATÇILAR

2000 sonrası Türkiye takı sanatında sanatsal takı tasarımlarının yükselişi sanatsal takı çalışan takı tasarımcılarının sayısının da artmasına sebep olmuştur. Takıyı sanat olarak algılayan ve ürettikleri nesneye tıpkı bir sanat eseri gibi kendi ruhlarından bir parça katarak tasarlayan takı tasarımcıları, takılarda farklı ve özgün tasarımların artmasını sağlamışlardır. 2000 sonrası Türkiye’de tasarım takılar takı sanatçılarının sanatsal bakış açılarıyla doğru orantılı olarak şekillenmekle birlikte çağın gereksinimlerine uygun olarak da çeşitlilik göstermektedir. Önceki bölümlerde değinildiği gibi diğer sanat dallarında rastlanan modern ve klasik etkiler takı sanatında da karşımıza çıkmaktadır. Sanatsal etkilere ek olarak sanatçısının karakteri, yorumu ve içinde yaşanan çağın sanatçı üzerindeki etkileri; ortaya çıkan takıya özgün bir karakter yüklemekte, birer ifade aracı olma misyonunda ve hikayesi olan takılar ortaya çıkmaktadır.

Diğer sanat dallarıyla uğraşan sanatçılar gibi günümüzde takı sanatçıları da tasarladıkları takılarda birçok konudan beslenmektedirler. Takı sanatçıları son yıllarda simgeler, özellikle de inanç sembolizmi temasına tasarımlarında büyük yer vermektedirler. Takılar vücut üzerinde, insanın kendine en yakın hissettiği yerde taşınan objeler olmaları sebebiyle, takıların barındırdığı anlamların gücüne, tılsımına inanan kişiler için, takan kişi üzerinde yaratacağı manevi etki de büyük olmaktadır. Yani takı ifade ettiği kavramı üzerinde taşıyan kişiyle özdeşleştirmektedir. Takı tasarımcıları ise; insanlık tarihiyle eş zamanlı olan sembollerin gücünden beslenerek, yarattıkları simgesel ve sanatsal yönü güçlü takılarını; insanın en yakınında sergileyebilmenin samimi konforundan yararlanmakta ve takıyı takan kişinin maneviyatına dokunabilmeyi kendi yöntemleriyle başarmaktadırlar.

4.1 Sanatçıların Tanıtılması ve Eser İncelemesi

Bu bölümde 2000 sonrası Türkiye takı sanatında inanç sembolizmini değerlendirebilmek için; koleksiyonlarında inanç sembolizmi öğeleri barındıran,

kendi tasarımları ile markalarını 2000 sonrası hayata geçirmiş yedi farklı takı markası sahibi dokuz takı tasarımcısı belirlenmiş ve bu sanatçılarla röportajlar yapılmıştır. Türkiye’de sanatsal tasarımlı takılar araştırıldığında önde çıkan bu yedi takı tasarım markası ve dokuz takı sanatçısının inanç sembolizmi öğeli takılarından bazı örnekler incelenerek hem tasarımcıların inanç sembolizmine bakış açıları hem de farklı yorumları değerlendirilmeye çalışılacaktır. Bu dokuz takı sanatçısının belirlenmesinde rol oynayan en önemli faktör sanatçıların eğitim aldıkları disiplinlerin farklı oluşuyla birlikte inanç sembolizmi temasını ele alış tarzlarının ve takı yorumlarının birbirinden oldukça farklı olmasıdır.

Takı sanatçılarıyla yapılan röportajlarda; sanatçıların tasarım anlayışları, ilham kaynakları, takı tasarımı üslupları, inanç sembolizmine yaklaşımları, inanç sembolizmi temalı takıların 2000 sonrası Türkiye ve Dünyadaki konumu hakkındaki görüşleri alınmıştır. Sorulan röportaj sorularında hem tasarımcıların hem de tüketicilerin inanç sembolizmi temalı takılara olan ilgi, alaka ve bakış açısı sorgulanmıştır. Bu bağlamda 2000 sonrası Türkiye takı sanatında yükselen bir ivmeyle artan inanç sembolizmi temalı takılardaki bu yükselişin sebepleri araştırılmıştır.

Bölüm içerisinde sanatçılar hakkında kısaca bilgi verilecek, sanatçıların koleksiyonları içerisinde inanç sembolizmi temalı birkaç takı seçkisi incelenecek ve değerlendirme yapılacaktır. İnanç sembolizmi içeren takılar incelenirken takıda imgelerin doğrudan mı yoksa kavramsal olarak mı ifade edildiği ve eğer varsa geçmişteki kullanımları arasında benzerlik olup olmadığı değerlendirilecektir.

4.1.1 Arman Suciyan

Arman Suciyan mücevher yapımıyla tanışma serüvenini 15 yaşında Kapalıçarşı’da Agop Çak ve Misak Toros gibi büyük ustaların yanında geleneksel kuyum sanatı üzerine eğitim alarak başlamıştır. Değerli sadekarların yanında çırakken mücevher tasarlayıp üreten Suciyan ileriki yıllarda heykele ve soyut çalışmalara ilgi duyarak yarattığı objelerdeki marifetini takı tasarımı alanında perçinlemiştir (Url-14).

Yıllarca emek verdiği mücevher tasarımcılığı yolculuğuna kendisine farklı bir vizyon katacak olan İngiltere’de kendi alanının en iyi akademik kurumlarından olan Kent Institute of Art and Design’da eğitim alarak devam etmiştir. Edindiği yeni vizyon zaman içerisinde sanatçının takılarında kendi evrensel tarzını geliştirmeye ve kendi

diliyle konuşmaya evrilmiştir. Suciyan uzun yıllar Londra'da Stephen Webster tasarım atölyesinde çalışmıştır (Url-15). Madonna ve Guy Richie'nin evlenirken nikah yüzüklerini bu atölyeye sipariş etmişlerdir. Suciyan yüzüklerden birinin yapımında yer aldığını söyler (K.G._A.S.).

Suciyan, Londra'dan sonra Milano'da kariyerine devam etmiş ve son durağı İstanbul olmuştur. 2010 yılında koleksiyonlarını geliştirmeye başladığını ve markasını hayata soktuğunu belirtmektedir.

Arman Suciyan kendisini tasarım sürecine götüren hayatın içerisinde kendisini etkileyen doğadan, teknolojiye, tarihten, geleceğe, mitolojiden, sanata her şeyin olabileceğini belirtmektedir. Suciyan tasarımlarını gerçekleştirirken heykele olan ilgisi üzerinden hareketle koleksiyonlarını şekillendirdiğini söylüyor, bu yönüyle eserleri adeta ağır taşlı geleneksel mücevhere meydan okuyan modern çizgilere sahiptir. Gelenekselden uzak modern, cesur ve yaratıcı bir vizyona sahiptir. Tasarımlarının modern, kullanımı rahat, fonksiyonel parçalar olmasına özen gösteriyor. Suciyan tüm tasarımlarını vücutta deneyip vücudun formuna göre şekil verdiğini belirtiyor ve konforun kendisi için en az tasarımdaki şıklık kadar önemli olduğunu ekliyor. Suciyan tasarımlarıyla birçok prestijli ödüle sahiptir. Bunlardan bazıları dünya çapında değere sahip DeBeers Takı Tasarımı ödülü ve Kuyumculuk El Sanatları Konseyi ödülüdür.

Suciyan'a ilham kaynağının neler olduğu sorulduğunda, ilham kaynaklarının öncelikle doğa ve onun milyonlarca yılda geliştirdiği tasarımlar olduğunu belirtiyor (K.G._A.S.). Bunlar dışında dünya üzerindeki farklı kültürlerin mitolojileri, bütün bunları heykelsi, dinamik formlar ile tasarımlarına yansıtmaya çalıştığını ekliyor. Tüm bu etkenler çerçevesinde Suciyan'ın yarattığı tüm takılar kendine has hikayeleri olan tasarımlardır. Yani eserleri sadece bir mücevher değil, özgün birer tasarım değil, aynı zamanda yoğunluğu olan bir hikâyenin sahibi yani birer ifade aracı niteliğindedirler (K.G._A.S.). Bu yönüyle Suciyan'ın sanatsal takılarının öne çıkan karakteristiği; çok süslülüğün öne çıktığı bir sanat dalında özgün, modern ve sade tasarımlar yaratabilme cesareti ve takılarındaki hikayelerin gücüdür (Url-167). Ayrıca Suciyan'ın takılarının bir diğer özelliği de takının iç tarafında sadece takan kişinin görüp bildiği bir yere küçük bezemeler şeklinde işlemler yapıp yazılarla detaylandırılmış olmasıdır. Suciyan bunu takıyla takan kişi arasında mahrem bir bağ oluşturması olarak açıklamaktadır (K.G._A.S.).

Üç koleksiyon hazırlamış olan Suciyan'ın koleksiyonlarının bir tanesi kadınları düşünerek tasarladığı Odyssey koleksiyonudur. Bu koleksiyonda Anadolu'nun mitolojik tanrıçalarından esinlenerek tasarımlarını hazırladığını belirtmektedir.

Arman Suciyan'ın inanç sembolizmi temalı takıları; Arman Suciyan inanç sembolizmi içeren mitoloji temalı takılara yönelimini; dünya üzerindeki farklı mitolojilerde var olan ortak hikayeler üzerinden yarattığı kurgusal bir hikayesi olan “Odyssey” koleksiyonuna bağlar. Bu koleksiyonda anlattığı hikâyenin aslında hayat denen bu karmaşık ve büyüleyici sistemin nasıl başladığı hakkında felsefi bir anlatı niteliğinde olduğunu belirterek, bu hikâyeyi geliştirmek istemesini de doğa tarihine olan merakına dayandırmaktadır.

Arman Suciyan'ın Odyssey Koleksiyonunda ödüllü “Süzülen Tanrıça ve Süzülen Ruhların Kavuşması” isimli yüzüğü Melanie C. Grant imzalı “Coveted” adlı kitabında da yer almıştı. 2020 yılında mücevher disiplininin önemli yazarlarından Melanie Grant çağdaş mücevher sanatçılarına değindiği yeni kitabını piyasaya sürdü. Aralarında Taffin, Arman Suciyan, Wallace Chen, Hemmerle, David Webb gibi dünyaca ünlü mücevher tasarımcılarının ve markalarının yer aldığı kitapta Türk mücevher sanatçısı Arman Suciyan'ın yer alması da çağdaş Türk mücevher sanatı için gurur vericidir.



Şekil 4.1 : A. Suciyan, Süzülen Tanrıça&Ruhların Kavuşması yüzük, 2014 (Url-15).

Arman Suciyan Gliding Goddess and Gliding Spirits United (Süzülen tanrıça ile süzülen ruhların kavuşması) isimli ödüllü yüzüğü, bağımsız iki yüzüğün birleşmesiyle oluşan tek yüzük halinde kullanılmaktadır (Url-18).

Süzülen Tanrıça ile Süzülen Ruhların Kavuşması takının hikayesi; Arman Suciyan'ın çocukluk yıllarından beri okuduğu tüm mitolojiler ve uzayı anlatan hikayelerden etkilenerak zihninde uzayda yolculuk yapan bir tanrıça hayal etmiştir. Bu mitolojik tanrıça, kâinatta kanatlarıyla mitolojik bir kuş gibi uçar ve hayat vermek üzere bir gezegen seçip o gezegene su damlası formuna bürünür ve akar.

Süzülen Tanrıça ile Süzülen Ruhların Kavuşması takının formu ve materyali; imge tamamen kavramsal olarak ifade edilmiştir. Yüzüğün omurga parçası su damlası formunda, diğer parçası iki yana açılan kanatlardan oluşmaktadır. İki ayrı yüzük olarak da takılabileceği gibi, bağımsız iki parça bir araya geldiğinde kanatları olan stilize edilmiş bir kuş hissiyatı uyandırmaktadır. Çağdaş çizgilere sahip küçük bir heykelciği anımsatır. Yüzüğün malzemesi 925 ayar parlatılmış gümüştür. Yüzük üç boyutlu olarak tasarlanmış, son hali el işçiliğiyle şekillendirilmiştir.

Uçan kanat imgelerinin her biri 4,5 cm boyunda olup ikisi yana doğru açılarak birisi ortada uzanmaktadır. İmgeler mitolojik anlatımlar yola çıkarak kavramsal olarak ifade edilmiştir. İmgeye bakıldığında mitolojik bir hikâye ya da tanrıçaya atf yaptığı anlaşılmamaktadır. Gümüş fütüristik bir yorumla sanatçının kendi hayal gücüyle şekillendirdiği kavramsal mitolojik bir tanrıça görünümüne bürünmekte dolayısıyla geçmişteki kullanımlarıyla benzerlik bulunmamaktadır.

Odysey Koleksiyonu takıları; Arman Suciyan'ın kadınlar için ürettiği tek koleksiyonudur. Koleksiyon yüzük, küpe ve kolyelerden oluşmaktadır. Koleksiyondaki tüm ürünler oldukça dişil çizgilere sahip olan çağdaş sanat takılarıdır. Odysey koleksiyonu Arman Suciyan'ın dünya üzerindeki farklı kültürlerin mitolojilerinden esinlenerek kendini besleyen birikimlerin heykelsi, dinamik formlar halinde tasarımlarına yansımış halidir.

Odysey Koleksiyonundaki tüm takılar kadınsı çizgilere sahiptir. Odysey Koleksiyonundaki takıların esin noktası hepsinde aynıdır ve tüm koleksiyondaki takıların hikayesi Suciyan'ın hayatı boyunca okuduğu tüm mitolojik efsanelerdeki, kadın tanrıçalardan ancak özellikle de kadının içindeki gücü, doğurganlığı kısacası kadının hayatın başlangıcı olduğunu vurgulayan, Kibele, İsis, Mylitta, Afrodit, Persephone gibi ana tanrıça figürlerinden esinlenerek şekillenmiştir.

Koleksiyondaki takıların formları; imgeler tamamen kavramsal olarak ifade edilmişlerdir. Koleksiyonun tüm parçaları fütüristik formda küçük heykelciği anımsatan takılardan oluşmaktadır (Şekil 4.2; Şekil 4.3).



Şekil 4.2 : Arman Suciyan, Odyssey yüzük, 2014 (Url-19).

Odyssey Yüzüğün formu ve materyali; Fütüristik formda çağdaş çizgilerle tasarlanmış bir yüzüktür (Şekil 4.2). Suciyan'ın hayalindeki hayat verecek olan ana tanrıçanın su damlası şeklinde gökyüzünden aşağıya doğru çok hızlı bir şekilde inerken resmedilmiş şeklini andırır. Tam tur olmayan yüzüğün üst tarafında iki ucu açık birbirinden bağımsız kayan su damlalarını andıran tanrıça sembolizasyonları aynı yöne doğru bakmaktadırlar. Düşen damlalar hızla kayarken arkaya kuyruk gibi uzamış izlenimi uyandırmak için sivrilmiş şekilde diğer yöne doğru uzanmaktadırlar. Yüzüğün materyali rodajlanmış 925 ayar gümüştür. Yüzüğün sadece metal olan yan ve alt tarafındaki dış yüzeyi dokulu bir cilt şeklindedir. Akan damla formundaki üst iki kısım yuvarlak kesim zümrüt, safir ve küçük yuvarlak altın rengi altın parçacıklarla süslenmiştir. Zümrüt yoğunluğu olan damlacıktan yüzüğün gövde kısmına doğru 4 küçük parça zümrüt düşer gibi gelişigüzel serpiştirilerek yerleştirilmiştir. Safir yoğunluğu fazla olan damlacıktan yüzüğün gövde tarafına doğru üç küçük parça safir gelişigüzel yerleştirilmiştir. Yüzüğün her iki ucu toplamda 4 cm uzunluğunda, en kalın kısmı:7 mm olup sivri kısımlara doğru daralmaktadır. Yüzük el işçiliğiyle son şeklini almıştır. İmgeler mitolojik anlatımından yola çıkarak kavramsal olarak ifade edilmiştir.



Şekil 4.3 : Arman Suciyan, Odyssey kolye, 2014 (Url-20).

Odyssey kolyenin formu ve materyali; imge tamamen kavramsal olarak ifade edilmişlerdir. Koleksiyondaki diğer parçalarla aynı çizgiye sahip olan kolye yine fütüristik formda çağdaş çizgilerle tasarlanmıştır (Şekil 4.3). Suciyan'ın ilham aldığı ana tanrıçayı simgeleyen irili ufaklı en büyüğü en altta ortada, simetrik iki yanında en küçük iki adet ve onların da iki yanında biraz daha iri iki adet olmak üzere toplamda beş adet su damlası daire şeklinde gümüş halkanın alt tarafına sıralanmış sanki kolyeyi takan kişinin kalbine akacak şekilde yukarıya doğru bakan yönleri takan kişiye dönük bir şekilde halkanın alt tarafında konumlandırılmışlardır. Daire şeklinde halkanın üst tarafında yine su damlası formunda zincirin geçirileceği bir parça vardır içinden zincir geçirilerek arka taraftan boyuna takılır. Takı rodajlanmış 925 ayar gümüştür. Su damlası formunda stilize tanrıça sembollerinin üstleri yoğun bir şekilde rose kesim küçük yuvarlak yakut tanecikleriyle kaplıdır. Kayan damla formlarının kuyruk taraflarında yakutların yoğunluğu azalır. Etrafına sarıldıkları halka şeklindeki parçanın üzerinde de gelişigüzel serpiştirilmiş küçük rose kesim yakut parçacıkları bulunmaktadır. Kolye ucunun boyu 6,5 cm eni 5 cm'dir. Kolye el işçiliğiyle son halini almıştır.

İmgeler mitolojik anlatımından yola çıkarak kavramsal olarak ifade edilmiştir. Geçmişteki kullanımlarıyla herhangi bir benzerlik göstermemekte, sanatçının hayal gücüyle şekillenmiş mitolojik bir kavramı ifade etmektedir.

Intersection Koleksiyonundan haç kolyeler; Suciyan'ın erkek koleksiyonlarından birisi olan intersection koleksiyonunda yer alan Hristiyan inancının en önemli sembolü olan İsa' nın çarmıha gerilişini sembolize eden haçın Suciyan çizgisinde yorumlanmış halidir. Koleksiyonda iki adet haç sembolü kolye bulunmaktadır (Şekil

4.4). İmgeler tamamen kavramsal sembollerdir. Eski stilize haç sembolüne benzemekle birlikte Arman Suciyan dokunuşları hissedilmektedir.



Şekil 4.4 : Arman Suciyan, Intersection haç kolyeler, 2014 (Url-21).

Haç kolyelerin formu ve materyali; Hristiyan inancının en çok kullanılan sembolü olan haç sembolü kolyeler gümüştür, iki yana açılan ve yukarıya bakan kolları aynı uzunlukta aşağıya uzanan kol daha uzun klasik haç formundadır. İsa'nın çarmıha gerilişini sembolize ettiği için ilk bakışta kollarını iki yana açmış insan silüetini anımsatır. Dört kolun ortasında kalan kısım gövdeyi çağrıştırır nitelikte biraz daha genişlemektedir. Her iki haç kolyede de iki yana açılan kollar ve yukarıya bakan kol üçer birime bölünmüş bacakları sembolize eden aşağıya uzanan kol beş birime bölünmüştür. Haç sembollerinin ikisi de etrafını tıpkı birer hare gibi çerçeveleyen ayrı birer parçayla çevrelenmiştir. Çerçeve gibi saran dış çeperin üst tarafından zincirin asılacağı parça eklenmiştir. Her iki kolye de gümüşten yapılmıştır. Birisinin haç sembolü rodajlanmış gümüş ve hare gibi saran dış çeper pembe altın kaplama gümüşten üretilmiştir. İkinci haç sembolü ise tamamen yarı rodajlanmış gümüşten üretilmiştir. Haç kolyelerin boyu 3,5 cm, eni ise; 2,5 cm'dir. İmgeler mitolojik anlatımlar ve tarihteki kullanımlarından yola çıkarak geçmişteki kullanımlarına benzer şekilde doğrudan ifade edilmiştir.

4.1.2 Ece Şirin

Ece Şirin 2004 yılında markası Bee Goddess'ı hayata geçirmiştir. Bee Goddess kişiyi güçlendirmek üzere yola çıkmış bir tılsım mücevher markasıdır dolayısıyla Bee Goddess tasarımlarının misyonu kişiye değer katmak değil, kişinin kendi gücünü ortaya çıkarmaktır. Ece Şirin tasarımlarında kullandığı malzemeye, taşın

büyükluğüne, işçiliğe çok önem vermediğini, Onun için asıl önemli olanın tasarımın barındırdığı anlam ve kişiyle nasıl bütünleşeceği olduğunu söyler (K.G._E.Ş.).

Ece Şirin Bee Goddess'a giden yoldaki serüvenini anlatırken bizzat kendi duygu dünyasından yola çıkarak kendi hislerini ve yaşadıklarını anlatmıştır. Şirin, markasının pusulasını kişinin kendisini, kendi potansiyelini gerçekleştirme, kendi özünü bulma çabalarından yola çıkarak belirlediğini söyler. Tasarımlarında inanç sembolizmi ve üzerinde yaşadığımız coğrafyanın, bu köklü kültürün kendi üzerindeki etkisinin çok büyük olduğunu belirtir. Anadolu deyince akla ana gelir bu kadar anaerkil olan köklerimiz, başta Çatalhöyük'teki ana tanrıça olmak üzere ve bu köklerden gelen bütün kadınlarımızın içsel gücünü tüm dünyaya göstermek istemektedir. Bu topraklar hakkında yüzlerce yıldır süregelen kötü söylenceleri (Midnight Express, Barbar Türkler algısını) kırmak, onun yerine bu coğrafyada ne denli köklü bir kültür mirası olduğunu, bu kültürle yoğrulmuş Türkiye kadınının nasıl güçlü bir bilgi birikimden beslenerek geldiğini ve kadınımızın içindeki gücü önce kendisi için açığa çıkarması gerektiğini sonra da tüm Dünyaya kanıtlamak için kendisinin öncülük etmek istediğini söyler. Tasarımlarının bir nevi kültür elçisi görevi üstlenmeleri için konumlandığını ve dünyanın bizim içimizi görmesi gerektiğini istemektedir. Bu duygu ve düşüncelerimi henüz Dünyaya geçirebildiğini düşünmediğini ancak bu misyon için uğraşıyor olmanın bile kendisini mutlu etmeye yettiğinin altını çizer (K.G._E.Ş.).

Son yıllarda dünya çapında tılsım mücevher (talismanic jewellery) alanında çok fazla marka kurulmuştur ancak sadece sembolizmden beslenen ve felsefi yönü bu denli güçlü olması açısından Bee Goddess markası Dünyada hala birinci sırada gelmektedir hatta Ece Şirin son yıllarda inanç sembolizminin anlamının yani kendisinin bu yola çıkarken ki felsefesinin dünya çapında daha iyi anlaşılmasına başladığını belirtir (K.G._E.Ş.).

Ece Şirin uzun yıllar kurumsal hayatın içinde çok önemli pozisyonlarda çalışmış Dünya çapında Coca-Cola gibi büyük şirketlerin yönetici pozisyonlarında bulunmuş bir iş kadınıdır. Bu bağlamda markasını açmaya giden yolda markasının ilham aldığı konuların kadının gücü, kadının güçlenmesi, tanrıça felsefeleri ve Anadolu'nun Ana Tanrıçası olduğunu belirtirken, diğer yandan kendisini bu markayı kurmaya iten hatta sürükleyen zorlayıcı sebebinin; çok güçlü ve kurumsal şirketlerin iyi pozisyonlarında güçlü bir kadın hatta bir Türk kadını olarak ayakta kalma çabası ve bu çaba sürecinde

yaşadığı zorluklar olduğunu söyler (K.G._E.Ş.). Ece Şirin'e göre iş hayatının her alanında yaşanan erkek egemen düzen, kadınların birbirini yok etme çabası, kadın dayanışmasının yok oluşu ve kadının kendi kadınsı gücünü yok edip ayakta kalabilmek için sergilediği erkekleşme çabalarının kadının kadınsı ruhunu, rengini, güzelliğini yok etmektedir. Buradan yola çıkarak kendisinin olabildiğince kadının kendi içsel gücünü ortaya çıkaran tam anlamıyla kadın kokan bir marka yaratmak istediğini belirtir (K.G._E.Ş.).

Ece Şirin tasarımlarını spiritüel ve ezoterik konuların içine girdiğinde sanki kendi paralel evrenini geliştirdiğini ve bu dünyanın kötülüklerinden kaçarak tek mutlu olabildiği yer olan kendi yarattığı yeni dünyasına geçtiğini hissettiğini söylemiştir (K.G._E.Ş.). Ece Şirin üretime geçerken diğer sanatçılarla benzer ruhsal süreçlerden geçtiğini düşünüyor Şirin'e göre; sanatçılar da böyle bir duygu halinde sanatsal eserlerini oluşturuyorlar yani amaçları bu dünyadan kaçarak kendi mutlu, özgür dünyalarını geliştirmek ve yeni dünyalarında ürettikleri sanat eserlerini dış dünyadaki insanlarla paylaşmaktır. Ece Şirin Artemis'i kendisine arketip olarak seçtiğini belirtir. Artemis'in kendisi için Ulu ana, büyük kadın demek olduğunu ekleyerek Artemis'in felsefesine ulaşınca, o sembolün içine girince, sembolün gücünün kendisini büyümlü bir şekilde kendi içine çektiğini belirtir (K.G._E.Ş.). Şirin Artemis sembolü başta olmak üzere diğer Ana Tanrıça sembolleriyle güç, iyilik, mutluluk üzerine kendisini yeniden oluşturduğunu ve bunu keşfedince herkesi yeni keşfettiği mutlu, güçlü dünyasına çekmeye çalıştığını belirtir. Şirin'e göre kadın demek ruh, güzellik, aşk demektir. Şirin tasarımlarıyla kadınları kendi dünyasına çekerek, onların kendi içlerindeki gücü dışarı çıkarmalarını sağlamak ve kendi güçlerini kullanarak yaşam içinde daha çok güçlendiklerini görmek istediğini vurgulamaktadır. Kısacası Ece Şirin'i markasını kurma yolunda motive eden başat duygular kadın ve eğitimidir yani kadının kendi içsel gücünü ortaya çıkarmak ve kadının eğitimi ile Türkiye'nin manevi gücünün yani bu mozağin dünya çapında daha iyi anlaşılmasıdır. Şirin, Dünyada insanlar artık özellikli ve anlatacak bir şeyleri olan mücevher istediğini, takının tasarımcısını, misyonunu, nelerden beslendiğini, arkasındaki hikâyenin ne olduğunu sorguladıklarını belirtmiştir (K.G._E.Ş.). Bu soruların cevabının dünyada mücevher satışındaki en önemli parametreler olduğunu düşünmektedir (K.G._E.Ş.). Bee Goddess markasının yükselmesindeki tek etkenin

güçlü tasarımlar ve tasarımların anlattığı güçlü hikayeler olduğunu da eklemektedir (K.G._E.Ş.).

Ece Şirin'in inanç sembolizmi temalı takılar konusunda araştırma yaptığı dönem 90'lara denk gelmiştir ve Şirin bu yıllarda ne mücevher sektöründe ne de insanlarda inanç sembolizmi, semboller ya da herkesin eşsiz ve tek olduğu, kişinin kendisini yansıtan takıyı takması gibi düşüncelerin olmadığını hatta takılarda tasarım ürünlerin bile olmadığını belirtir. 2000'lere kadar herkes mücevheri gösteriş ve zenginlik unsuru olarak algılayıp taktığını söyler. Ece Şirin markasını hayata geçirdiğinde tasarım ürünlerin yeni yeni üretildiğini, genel geçer bir trendin olmadığını hatta toplumsal bilincin de son 4 yılda uyanmaya başladığını belirtir (K.G._E.Ş.). Şirin bu konuya eğilmiş ve inanç sembolizmi temasıyla 2004 yılında markasını kurarak sektörde var olan ilk mücevher markasını kurmuştur (K.G._E.Ş.). Şirin ilk önce kendisini şifalandırmanın ve kendisini güçlendirmenin kendisi için en değerli motivasyon olduğunu söylemektedir. Şirin'e göre; göz sembolü, yılan sembolü gibi inanç sembolizmi öğeleri çağlar boyu kaybolmadan hatta güçlenerek devam etmişlerdir, kendi arzusu ise; bu ve başka sembollerini ortaya çıkararak bunları her zaman üzerimizde taşıdığımız kadim takılar haline getirip, daha çok bilinirliğe ulaştırarak başkalarına hediye etmek ve herkesi şifalandırmaktır. Bu şekilde ve geleceğe de iyi niyetle dokunabilmeyi ve iyi enerjiyi kişiden kişiye, nesilden nesile geçirebilmeyi amaçlamaktadır (K.G._E.Ş.).

Ece Şirin inanç sembolizmi temalı tasarımlarının ön hazırlıklarını yaparken Ana Tanrıçalar Zamanından çok etkilendiğini belirtir ve onların dönemini okurken çok ağır olan sembolizm dilini öğrenmeye merak sarmıştır. Sembollerin dili konuşmaya ihtiyaç duymadan alt beynimize gönderdiği mesajla o sembollerini algılamamızı sağlıyor. Bu yolda spiritüel güçler, ezoterik inançlar gibi alt yapı hazırlayacak birçok konuda okuma, araştırma yapmış ve gizem okullarından çok etkilenmiştir. Ancak tüm bunları araştırmaya bundan 30 yıl önce başladığı için o dönemde yaşının genç olması sebebiyle semboller içerisindeki ağır felsefeyi anlayabilecek bilgi birikimi, kişisel olgunluğu yeterli düzeyde olmadığından inanç sembolizmini özümseyip üzerine kendi hislerini eklemesi ve üretime geçebilmesi ancak markasını kurduğu döneme denk geldiğini belirtmektedir (K.G._E.Ş.).

Yani Ece Şirin'i inanç sembolizmine iten güçlü arzu kendi içindeki gücü ortaya çıkarmak ve mutlu olma arzusudur. Sonuç olarak bu sert ve zorlu dünyadan kaçıp

kendisine huzurlu, mutlu, yumuşacık bir dünya yaratma çabası doğrultusunda kendi kişisel gelişimini tamamlama evresi, kimlik arayışı, mutlu olma isteği, içindeki dişil gücü ortaya çıkarıp insanların dertlerini tedavi etme isteği ve kadınlar arası kız kardeşlik bağını güçlendirme arzusu Ece Şirin'i inanç sembolizmi temalı takılar tasarlamaya sevk etmiştir.

Sihirli Tılsımlar Koleksiyonu; Ece Şirin'in BeeGoddess markasındaki ne zaman oluştuğunu bilmediğimiz belki de insanoğlunun düşünce sisteminin gelişmeye başladığı dönemlerden günümüze geldiği düşünülen kadim sembolleri içermektedir.

Koleksiyondaki takıların hikayeleri; koleksiyonda dokuz adet tılsım sembol takı yer almaktadır. Tılsım sembollerin hepsinin ayrı ayrı mitolojik hikayelerden gelen tılsımlar olduğu belirtilmektedir. Dünyanın birçok farklı coğrafyasında yapılan arkeolojik kazılarda farklı farklı kadın tanrıça figürlerinin olduğu figüranlar, heykeller, kabartmalar, yaşam alanlarını, mabetlerini süsleyen mozaikler, duvar resimleri vb. bulunmuştur. İhtar, Kibele, İsis, Lilith, Artemis, Tanit, Minerva ve daha birçok farklı isimle anılan bu kadın tanrıçaların ortak noktası; korunma, bolluk, bereket ve doğurganlıktır. Bu tanrıça imgeleri kendi dönemlerinden itibaren farklı zamanlarda farklı coğrafyalarda farklı farklı yorumlanmış ve farklı isimlerle anılmışlardır ancak nesilden nesile, halktan halka ait, çağdan çağa aktarılırken isimleri bazı değişimlere uğramış olsalar da aktarılan duygu, düşünce ve inanış hep ortak olmuştur.

Semboller kişiyi iç dünyasında yolculuğa çıkaran, kendi içindeki gücü bulmasını ve kendi iç gücüyle hayata hükmetmesini sağlayan tılsımlı kadim semboller olarak anlatılmaktadır (Url-22). Bu koleksiyonun önde gelen üç tılsım sembolü olan Artemis, Tanit ve Minerva sembollü tasarım takılar incelenecektir (Şekil 4.5; Şekil 4.6; Şekil 4.7; Şekil 4.8; Şekil 4.9; Şekil 4.10).

Koleksiyondaki takıların formları; koleksiyonda yer alan sembollerin birçoğu eski kaynaklarda, tapınaklarda veya arkeolojik bulgularda karşımıza çıktığı formun yorumlanmış şeklidir. İmgeler kavramsal olarak ifade edilmişlerdir ancak geçmişteki kullanım şekilleriyle büyük benzerlikler görülmektedir. İmgeler mitolojik anlatımlar ve tarihteki kullanımlarından yola çıkarak doğrudan ifade edilmişlerdir.



Şekil 4.5 : Efes Artemis'i heykel (Url-23).



Şekil 4.6 : Ece Şirin, Artemis kolye, 2004 (Url-24).

Artemis Kolye takının hikayesi; Ece Şirin'in böyle bir tılsım mücevher markasını hayata geçirme konusunda en büyük cesareti ve gücü bulduğunu söylediği güçlü kadın figürü Artemis'in hikayesidir. Artemis en büyük Yunan tanrıçalarından birisidir, Ay tanrıçası ve kadının dişiliğini, güzelliğini sembolize eden güzellik sembolüdür. Ayrıca Artemis Yunan mitolojisinde Apollon'un ikiz kız kardeşi ve Ares'in en yakın dostudur. Artemis vahşi doğa, avcılık, okçuluk, yeniden başlangıcı

temsil ederken doğum tanrıçası olması sebebiyle yeni doğanların koruyucusu, iç ve dış doğanın bütünlüğünün ve güçlerinin en yüksek temsilidir. Mitolojik inanıştan yola çıkarak Artemis figürünün insana kattığı düşünülen güç, tılsım ve enerjiler ise; yeni başlangıçlar, doğurganlık, şifa, saflık, bağımsızlık ve zarafet olduğuna inanılır.

Artemis Kolye takının formu ve materyali; mitolojik anlatılardaki tanrıça Artemis silüetinden ve Artemis heykellerinden esinlenerek tasarlanan Artemis Kolye, imgenin kavramsal ifade ediliş şeklinin bir yorumu niteliğindedir (Şekil 4.5). Artemis heykellerde genellikle sırtında ok, elinde yay olan, güçlü görünümlü bir kadın figürü iken Ece Şirin'in kolye yorumunda soyut olarak tasvir edilen, insan vücudunu andıran oranlarda bir baş ve gövde ile iki kolunu başının üzerinde birleştiren stilize bir kadın figürü görmekteyiz (Şekil 4.6). Kolye el işçiliği olarak üretilmemiş, fabrikasyondur.

Kolye beyaz altın ve pırlantadan oluşmaktadır. Takıda Artemis' in alt gövde ve bacaklarını stilize belirtildiği kısımdaki beyaz altının üzeri rodajlanarak üst bedenden ayrılması için vurgulanmıştır (Şekil 4.6). Doğurganlığı vurgulayan bu rodajlı alt gövde kısmının çevresi bir dizi ufak yuvarlak kesim beyaz pırlanta ile sarılmıştır. Kolye üç boyutlu tasarlanıp seri üretimle üretilmiştir ve son halini el işçiliğiyle almıştır. İmgeler kavramsal olarak ifade edilmişlerdir ancak geçmişteki kullanım şekilleriyle benzerlik görülmemektedir.

Artemis kolye ucunun boyutları; boyu, 4 cm, eni: 1 cm'dir. İmgeler mitolojik anlatımlar ve tarihteki kullanımlarından yola çıkarak doğrudan ifade edilmiştir.



Şekil 4.7 : Mimaride karşılaşılan Tanit kabartma, Güzelyurt (Url-25).



Şekil 4.8 : Ece Şirin, Tanit Yüzük, 2005 (Url-26).

Tanit Yüzük takının hikayesi; Tanit sembolü Kartaca'nın baş tanrıçası olan Tanit'in görsel olarak somutlaşmış şeklidir (Şekil 4.7). Kartaca'nın baş tanrısı Baal-Hamon ile Punic ve Fenike Halklarının baş tanrıçasıydı. Mezopotamya coğrafyasında Astarte, Yunan mitolojisinde Afrodite, Roma mitolojisinde Juno Caelestis olan Ay Tanrıçasının Kartaca ve Fenike'de adı Tanit olarak anılır. Tanit; bereketin, anneliğin, doğurganlığın, savaşın, sevgi ve güzelliğin parlayan tanrıçasıdır. Verimliliği, tutkuyu, sevgiyi, arzuyu, doğurganlığı, kadınlığı yönlendirir. Tanit figürünü yakınında taşıyan kişilere yüklediğine inanılan tılsım ve enerjileri; Aşk, güzellik, kadınlık, güç, doğurganlık, arzu edirlilik, cesaret ve tutkudur.

Tanit yüzük takının formu ve materyali; araştırılan kaynaklarda görülüyor ki Tanrıça Tanit imgesinin tarihsel kullanımı ile Ece Şirin'in Tanit yorumu arasında benzerlikler vardır. İmgeler kavramsal olarak ifade edilmiştir, geçmişteki kullanım şekilleriyle benzerlik olmasına karşın stilize edilmiş bir yorum eklendiği görülmektedir (Şekil 4.8).

Tanit baş ve gövdeden oluşan kadın olduğu net bir şekilde anlaşılan kadın tanrıça figürüdür. Tanit imgesinde eliptik veya daire şeklinde bir baş altında iki yana açılmış kollar ve sanki üçgen şeklinde elbise giymiş bir kadın bedeni şeklinde tasvir edilmiştir. Daire, eski inanışlara göre başlangıç ve son noktasının birleştiği yer olduğuna inanılır, üçgenin ise kötülüklerden, kötü enerjiden koruduğu için kutsal sayılırdı. Tanit'in bazı tasvirlerinde üstteki çember, ikisi arasında yatay bir çizgiyle kesilmiş ve yatay uçlardan yukarıya doğru çizilmiş eli andıran iki ek dikey küçük çizgi görülür. Kollar, bazen dirsekten bükülmüş ve iki yana açılmış gibi sanki elinde tuttuğu bir nesneyi yukarı kaldırır vaziyette ya da yukarıya doğru ellerini açmış yukarıdan bir şey ister şekilde, bazen de içe ve dışa bükükey, spiral bir şekilde farklı

olarak tasvir edilmiştir. Daire şeklindeki başın altından başlayan eşkenar üçgen kadın gövdesinin elbise giydirilmiş haline benzemektedir (Url-25).

Tanit Takının formu ve materyali; yüzüğün tamamı pembe altından üretilirken Tanit sembolünün ayak kısmı çerçeve şeklinde beyaz altınla çevrelenmiştir. Altınla çevrelenen montörün orta kanallarına beyaz pırlantalar mihlanmıştır. Yüzükte sembol olan kısım baş, gövde, bacak ve ayaklar olmak üzere yuvarlak kesim beyaz renk pırlanta ile kaplanmıştır. Yüzük üç boyutlu tasarlanıp seri üretimle üretilmiştir ve son halini el işçiliğiyle almıştır.

Yüzüğün boyutları: yüzüğün genişliği; 2 cm, Tanit sembolünün boyu: 2,3 cm'dir. Yüzüğün genişliği: 6 mm'dir. İmgeler mitolojik anlatımlar ve tarihteki kullanımlarından yola çıkarak doğrudan ifade edilmiştir.



Şekil 4.9 : Tanrıça Minerva heykeli (Url-28).



Şekil 4.10 : Ece Şirin, Minerva küpe, 2005 (Url-29).

Minerva takının hikayesi; Minerva Etrüskçe Menrva olarak kullanılmaktadır. Etrüsk mitolojisindeki hikmet, akıl, bilgelik, savaş, sanat, şiir, okul, şifa ve ticaret tanrıçasıdır (Şekil 4.9). Yunan Tanrıçası Athena'ya birçok yönden benzemektedir ve aynı doğum mitini paylaşmaktadır. Tinia (Jüpiter), Mars (Ares) ve Uni (Juno) ile diğer tanrılara hükmettiği düşünülebilecek bir üçleme oluşturmaktaydı. Orijini Etrüsk olan ve Roma mitolojisine de geçen Minerva, Roma Krallığı, Roma Cumhuriyeti ve Roma İmparatorluğu dönemlerinde saygı görmüş ve Roma tanrıçası olarak tanınmıştır. Minerva üçleme gereği Üçlü Tanrıça, üç kadınlık dönemi arasındaki bağlantıyı ifade eder; gençliğin masumiyeti ile gelecek vaatleri, doğurganlık ile annelik ve yaş almış olmanın bilgeliği. Minerva sembolünü veya ikonunu üzerinde taşıyan kişiye yüklediğine inanılan tılsım ile masumiyet, gençlik, doğurganlık, yeniden doğuş, bilgelik, bütünlük ve aydınlanma enerjileridir.

Minerva takının formu ve materyali; Tanrıça Minerva' nın oluşturduğu üçleme kadının yaşamı boyunca geçirdiği üç önemli evreyle ilişkilendirilmiştir. Sembolün orta noktadan başlayarak üç yöne doğru küçük helezonlar şeklinde kıvrılan kollar kadının gençlik, annelik ve bilge yaşlılık dönemlerini sembolize eder (Şekil 4.10).

Minerva sembolü Minerva Tanrıça imgesinin soyut olarak ve kavramsal ifade ediliş şeklinin bir yorumu niteliğindedir (Şekil 4.10). Minerva küpenin materyali pembe altındır. Tek noktadan üç farklı yöne açılan kolların tam orta merkez noktasına bir tane tek taş, yuvarlak kesim, beyaz renk pırlanta yerleştirilmiştir. Minerva sembolün çevresini bir daire olarak kabul edersek çapı: 2 cm' dir. İmgeler mitolojik anlatımlar ve tarihteki kullanımlarından yola çıkarak kavramsal olarak ifade edilmiştir. Takı el işçiliğiyle üretilmiştir.

4.1.3 Gülşah Sürel Erdem

Gülşah Sürel Erdem markası House of DIV'in temellerini 2014 yılında atmıştır. Gülşah Sürel Erdem İTÜ mimarlık bölümü mezunu olan bir mimar olması sebebiyle öğrencilik yıllarından bu yana altın oran ve simetriye olan ilgisi takılarını da mimari objeler gibi hissederek tasarlamasına yol açmıştır. Etkilendiği diğer alanlar ise; mimarlık tarihi, felsefe ve sembolizmdir. Tasarımlarının üzerine şekillendirdiği temel form ise; mimarlık tarihinin temel yapılarından olan Megaron mimarisidir. Mimarlık tarihinde bilinen ilk ev formu Megaron; dört duvar, bir kapı ve bir ocaktan oluşur. Bu formdan esinlenerek yüzük yapmak isteyen Erdem, alışılmışın dışında kare yüzükler

tasarlayarak bu yola çıktığını söyler ve her zaman alışılmışın dışında olmanın özel ve özgün olduğunu belirtir (K.G._G.S.E.).

Gülşah Sürel Erdem markasını hayata geçirirken ilham aldığı kişiler, sosyal sorumluluk hissettiği konular, duygular veya içsel gücünü tetikleyen herhangi öğeler nelerdir sorusuna Yunanistan gezileri sırasında tanıştığı Babylonia isimli bir takı markası olduğunu belirtmiştir. Bu markanın tasarımcısının yerel kadınlara ördürüp takılarına eklediği ve gümüş üzerine işlediği sembolleri çok sevdiğini söylemiştir (K.G._G.S.E.). Özgün, kendine has anlamı, hikayesi olan, el emeği ürünleri çok sevdiğini ilham aldığı tasarımcı olarak da Babylonia markasının tasarımcısının fikirlerini çok beğendiğini belirtmiştir (K.G._G.S.E.). Duygularını ve içsel gücünü tetikleyen dürtülerin ise çok değişken olduğunu söyler; müze gezerken, grafik formundan etkilendiği bir nesneden, manzaradan, okuduğu kitaptaki bir cümleden, mimarlık tarihinde iz bırakmış yapılardan ve özellikle de altın orandan çok etkilendiğini belirtir (K.G._G.S.E.).

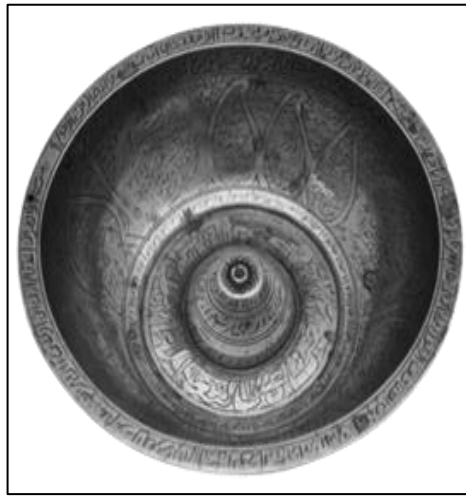
Markasını diğer markalardan farklı kılan yönler sorulduğunda özgünlüğü, matematiksel formülü, ergonomisi ve en önemlisi her bir tasarımın arkasında bulunan hikayesi olduğunu belirtir. House of DIV tasarımlarının trendlerden bağımsız özgün tasarımlar olduğunu, tasarımın ilk aşamasında önce aklında temayı belirlediğini söyler (K.G._G.S.E.). Tasarımının teması sembol, mimari bir eser, manzara veya çiçek olabilir, tema her ne ise tasarlamaya karar verdiğinde ilk önce modeli altın orana oturttuğunu sonra bir prototip üretip, ergonomisini test ettiğini, sonra üretime geçtiğini söyler (K.G._G.S.E.). Gördüğü anda nefesini kesen, kalp atışlarını hızlandıran, gözlerinden yaş gelmesine neden olan her şeyin için bir tema olabileceğini söyler (K.G._G.S.E.).

İnanç sembolizmi içeren, tılsım yönü güçlü veya mitoloji temalı takılara yönelmesinin altında yatan sebepleri ise; kişilik özelliğinden kaynaklandığını belirtir çünkü her şeyi neden diye sorguladığını ve birçok şeyin kökeninin kadim öğretileri ulaştığını belirtir. Henüz ortaokul yıllarında iken (Tanrıların Arabaları romanını okuduktan sonra) gizemli sembollere ilgi duymaya başladığını söyler (K.G._G.S.E.). Bunların arasında Piramitler, Güneydoğu Anadolu kadınlarının dövme sembolleri, hayatımızın içine girmiş, çoğu kimsenin sorgulamadığı şaman alışkanlıkları gibi birçok şey sayabileceğini ekler (K.G._G.S.E.).

Gülşah Sürel Erdem takı sektörünün son 20 yılında gözlemlenen değişiklikleri kendi penceresinden şöyle yorumlamıştır; sektörü takip etmekten hoşlanmadığının altını çizerek gözlemlerine dayanarak en dikkat çekici değişimin tasarımın ön plana çıkması olduğunu söyler (K.G._G.S.E.). Mücevher eskiden ağırlıklı olarak yatırım aracı olarak görülürken, son yıllarda tasarım değerinin öne çıkmaya başladığını belirtir (K.G._G.S.E.).

Gülşah Sürel Erdem'in inanç sembolizmi temalı takılarından üç koleksiyon inanç sembolizmi temasıyla tasarlanmıştır. Bu koleksiyonlar Kutsal Semboller, Kutsal Kâse ve Göz Koleksiyonudur. Kutsal Semboller ve Kutsal Kâse Koleksiyonundan seçilen örnekler incelenecektir.

Kutsal Kâse Koleksiyonu'ndan Kutsal Kâse Yüzük ve takının hikayesi; 15. yüzyılda Topkapı Sarayı'nda kullanılan, iç yüzeyinde tılsımlı sözler ve dualar yazan genelde gümüş veya altından yapılmış olan kâse veya hamam tasından esinlenerek tasarlanmıştır (Şekil 4.11). Tılsımlı yazmaların kaptan su içen ya da kâseyi yıkanırken su almak için kullanan kişiye şifa verdiğine inanılırdı. İçerisinde yazan tılsım veya dua olduğu düşünülen şifreli kodların günümüzde hala çözülünemediği bilinmektedir ve kutsal kaplar bu yönleriyle gizemlerini günümüze taşımışlardır. Gülşah Sürel Erdem Kutsal Kâse Yüzüğünü hala açıklanamayan bu tılsımlı gizemden etkilenerek aynı tılsım gücünün yüzüğü takan kişilere de geçmesi için tasarlamıştır (Şekil 4.12). Kutsal Kâse Yüzük 2016 yılında Uluslararası Tasarım Yarışmasında Altın Kazanan ödülünü almıştır.



Şekil 4.11 : Osmanlı Dönemi hamam tası (Url-30).



Şekil 4.12 : G. S. Erdem, Kutsal Kâse yüzük, 2014 (Url-30).

Kutsal Kâse Yüzük takının formu ve materyali; Erdem tasarımlarını altın orana oturtarak tasarlamakta ve takılarında kendi altın oran yorumunu geliştirmektedir. Kutsal Kâse Yüzükte de kendine has altın orana göre tasarlanmıştır. İmge esinlenilen tılsımlı şifa kasesinin birebir küçültülmüş, minyatür boyuta indirgenerek tasarlanmış şekli gibidir (Şekil 4.12). Yani imge hem kavramsal hem de görsel açıdan esinlenilen haline birebir benzemektedir. Dairesel formun merkez noktası dış bükey şekilde dışarı çıkmıştır ve tam merkezine tek taş yuvarlak kesim bir pırlanta yerleştirilmiştir. Merkezi saran iç bükey kısım ve kâse formunu oluşturan dışa doğru kıvrılan kısımların tamamı lazer çizim şifreli kodlarla bezenmiştir. Kâse formunu çevreleyen çerçeve şeklinde bir dizi süsleme yumurta boncuk dizimini andıran mimari bezemelere benzer. Yüzüğün tamamı pembe altından üç boyutlu çizim tekniğinin seri üretime uyarlanmasıyla üretilmiş olup el işçiliğiyle son halini almıştır. İmgeler mitolojik anlatımlar ve tarihteki kullanımlarından yola çıkarak kavramsal olarak ifade edilmiştir ve geçmişteki kullanım şekliyle arada büyük benzerlikler görülmesine karşın kutsal tasın bir yüzükte kullanılması fikri ve kullanım şekli itibarıyla takıya ilk bakışta tarihi kutsal tasla ilişkilendirilememektedir.

Kutsal Semboller Koleksiyonundan Döngü Bileklik takının hikayesi; daire formu simgelerin global dilinde mükemmelliğiyle tanrısal ruhun, sürekli bir döngü haliyle ölümsüzlüğün ve sonsuzluğun simgesidir. (Şekil 4.13). Hem İbrahimi dinlerde hem de Asya Felsefelerinde dairenin önemi büyüktür. İslam sanatında daire tanrısal mükemmelliği sembolize eder, mesela bir daire içine çizilen yaprakları merkezden çıkarak daire içinde dönen rozet motifi çark-ı felek olarak adlandırılır, sonsuz bir döngü içinde olduğumuzu, kâinatın sürekliliği ve sonsuzluğu ifade eder (Şekil 4.14). Budist sanatta iç içe geçmiş iki daire figürü Buda'yı temsil etmektedir. Hristiyan ikonografisindeki sekiz kollu haç sembolünü eski Kelt ve Germen kabileleri de kutsal kabul ederdi ve ikonografi hep aynıydı merkez nokta düşünceler alemi, iç

daire yaratıcılık, orta daire şekillendiricilik, dış daire ise maddeler alemini, daireleri birbirine bağlayan sekiz kanal ise evrensel enerji akışını sembolize ederdi (Türe, 2004).



Şekil 4.13 : G. S. Erdem, Döngü bileklik, 2015 (Url-31).



Şekil 4.14 : Döngü Bilekliğe esin kaynağı olan Padişah gömleği (K.G._G.S.E.).

Gülşah Sürel Erdem Padişah gömleklerini incelerken özellikler savaşlarda her tür kötülöklere karşı Padişahı koruması için hazırlanmış fakat günlük hayatta da Padişahların kaftan içine giydikleri gömleklerden etkilenmiştir. Gömleklerin her biri dev birer muska niteliğindedir (Şekil 4.14). Dönemin müneccimleri Padişahların yıldıznamelerini açıyorlar ve gömleklerin üzerine ebcet harfleriyle yazılar ve şekiller yazılıyormuş, gömleklerin işlenme süreci 6 ila 8 yıl sürebiliyormuş (K.G._G.S.E.). Gülşah Sürel Erdem'in etkilendiği tılsımlı sembollerden birisi de daire şeklidiir. Gülşah Sürel Erdem Döngü bilekliğe ilham kaynağı olan daire şekli ile döngü halini, sonsuzluk ve ölümsüzlüğü vurgulamak istemiştir (K.G._G.S.E.).

Döngü Bileklik Takının Formu ve Materyali: Bilekliğin daire kısmı iç içe geçmiş üç daireden oluşur. İç dairenin içi tamamıyla küçük yuvarlak kesim yakutla kaplıdır ve

merkez noktada tek taş beyaz yuvarlak kesim pırlanta yer alır. İç içe geçmiş daireler birbirine simetrik dört taraftan gelen altın kanallarla bağlanmıştır. Dış dairenin her iki yanında zincir bağlantıları için küçük çan benzeri bağlantılar yerleştirilmiş ve zincirler buradan geçirilerek bileğe bağlanması sağlanmıştır. Bileklik pembe altından üretilmiştir. Döngü bilekliğin boyutu: çapı 2,5 cm'dir. İmgeler kavramsaldır, geçmişteki anlatımları ve tarihteki kullanımlarından yola çıkarak kavramsal olarak ifade edilmiştir. Geçmişteki kullanımıyla arasında geometrik şekil açısından büyük benzerlik bulunmaktadır.

Kutsal Semboller Koleksiyonundan Kutsal Kare Bileklik takının hikayesi; eski inanışlardan bu yana ateş, toprak, su ve havanın evrenin dört elementi olduğu ve dört kenarıyla dörtgen şeklinin dört elementle özdeşleştirilerek evrenin kozmik dengesini oluşturduğuna inanılırdı. Kare de dörtgenler içinde birbirine eşit dört kenarı ve dik açılarıyla tam anlamıyla mükemmeli simgeleyen bir şekil olarak anılmıştır. Büyülerde tılsımlarda karenin köşeleri ve kenarlarını birleştirdiği düşünülen + ve x işaretleri kullanılmaktadır. Hint Avrupa toplumlarında Bronz Çağından beri kutsal kabul edilen gamalı haç işareti de kare ve +, x işaretlerinden gelmektedir. Yatay kutuplar toprak ve su negatif elementler, dikey kutuplar olan ateş ve hava pozitif elementleri sembolize etmektedir. Mısır Medeniyetinde, Anadolu Medeniyetlerinde kutsal sayılan haç ve gamalı haç sembollerinin M.Ö. 3000'li yılların başlarında yaşanan büyük göç ile Yunan, Roma, Mezopotamya, Hindistan ve Budizm kültürlerini de etkilemiştir. Eski inanış ve alışkanlıklarını yeni inançlarıyla bağdaştırarak devam ettiren topluluklar olan Türkler, Araplar ise, İslamiyet'i kabul ettikten sonra eski inançlarındaki kare sembolü ve kareyi çağrıştıran işaretleri dualarında, tılsımlarında, muskalarında, sanatsal motiflerinde sıklıkla kullanmışlar ve bunun büyüsel tılsım etkisini daha çok pekiştirdiğine inanmışlardır. Anadolu Türk Alevi inanışında da dört rakamının büyüüne inanılır. İnanişre göre dört sayısı şeriat, tarikat, marifet, hakikati simgeler ve bu dörtlüyü anımsatan semboller kutsal sayılır (Türe, 2004).

Kutsal Kare Bileklik takının formu ve materyali; kare formunda altın bir plakadan oluşur (Şekil 4.15). Dört kenarında altın çerçeveyle çevrilmiş üzeri siyah mine boyalı ince çubuk şeklinde kenarlıklar, siyah kenarların iç tarafına yerleşmiş aynı kenarlıklardan kırmızı mineyle boyanmış dört kenarlık ve kırmızı çubuk şeklinde kenarlıkların ortasında kalen merkez karenin içinde yuvarlak kesim safir taş ile tam

ortasında yani karenin merkezine yerleştirilmiş dört adet yakut vardır. Bilekliğin zincirleri ve altın plakası pembe altından üretilmiştir. Bilekliği mineyle renklendirme ve taş mıhlaması el işçiliğiyle yapılmıştır. İmgeler tamamen kavramsal sembollerden ilham alınarak tasarlanmıştır. Kutsal kare bilekliğin boyutları 2,5 cm*2,5 cm'dir.

Gülşah Sürel Erdem kişisel görüşme anında Kutsal Kare Bilekliği Padişah gömlekleri üzerindeki kare şekillerden ilham alarak tasarladığını söyleyerek (Şekil 4.16), ilham aldığı gömlek görselinin fotoğraflanmasına izin vermiştir (K.G._G.S.E.).



Şekil 4.15 : G.S. Erdem, Kutsal Kare bileklik, 2015 (Url-31).



Şekil 4.16 : Padişah gömleği üzerindeki kare çizimler (K.G._G.S.E.).

Kutsal kare imgesi kavramsal olarak ifade edilmiştir. Geçmişteki anlatımlar ve tarihteki kullanımlarından yola çıkarak kavramsal ifade biçimiyle takıya aktarılmıştır. Ancak geçmişteki kullanım şekilleriyle Kutsal Kare Bileklik arasında şekil açısından büyük benzerlikler görülmektedir.

4.1.4 Beste Cesur ve Yonca Albayrak

Beste Cesur ve Yonca Albayrak birlikte takı tasarlayarak kendi takı markaları olan Lucky Culture'ı 2015 Mart Ayında kurulmuşlardır. Anadoludan geçmiş medeniyetlerin günümüze miras bıraktıkları kültür zenginliğinden yola çıkarak Türkçe'de şanslı kültür anlamına gelen Lucky Culture adını markalarına vermeye karar vermişlerdir. Markalarını hayata geçirirken ilham kaynağı niteliğinde olan içsel güçlerini tetikleyen öğelerden bahsetmişler ve üzerinde yaşadığımız toprakların barındırdığı kültürel, tarihi zenginlik ve çeşitliliğin kendileri için başlı başına bir ilham kaynağı olduğunu belirtmişlerdir. Beste Cesur farklı sektörlerde ve moda sektöründe pazarlama departmanlarında çalıştıktan sonra takı tasarlamaya yönelmiş, Yonca Albayrak ise Kapalı Çarşı kültürünün içinden gelmiştir. Takı tasarlamaya başladıkları andan itibaren hep üzerinde yaşadıkları topraklarımızdan beslendiklerini söylemişlerdir. Bu toprakların zenginliklerini yaşatmak ve tanıtmak düşüncesinin kendilerine güç ve ilham verdiğini belirtirler (K.G._B.C.;Y.A.).

Takılarını öne çıkaran ve diğer markalardan farklı kılan yönlerini sıralarken ilk altını çizdikleri tasarımlarının her birinin kendi hikayelerini anlatıyor olmasıdır. Beste Cesur tasarımlarının hepsinin birer hikâye anlatıcısı olduklarından bahsederken; hikayelerin takılara kimlik kazandırdığını, takıların sadece takı olmaktan çıkıp kullanıcısına kendisini iyi hissettiren, hikâye anlatan özel bir parça haline geldiğini, kullanıcı ile takı arasında bir bağ ve aidiyet hissi oluşturduğunu belirtiyor (K.G._B.C). Beste Cesur yaratıcılığın kendileri için çok önemli olduğunu, kesinlikle kısıtlanmaması gereken, her koşulda gerçekleştirilebilen bir öğe olduğunu belirtmektedir. Ona göre ilham yolda yürürken veya bir sohbet sırasında, hatta rüyada bile gelebilir. Her zaman daha iyisini, güzelini, farklısını yaratma isteğinin öne çıkan en güçlü duygu olduğunu belirtmiştir (K.G._B.C). İnanç sembolizmi içeren, tılsım yönü güçlü takılara yönelimlerinin sebebini ise; İnsanlık tarihinde inancın, tılsımların ve sembolizmin yerinin çok değerli olması, hatta insanlığın geldiği noktada büyük payları olmasına bağlamaktadırlar (K.G._B.C). Günümüzde bu eski, tarihsel öğelere bir dönüş ve sığınma olduğunu düşündüklerini belirtirler İnsanlığı şekillendiren bu öğelerin aslında ne kadar da insanın içinden olduğunu araştırdıkça gördüklerini, bu sebeple inanç sembolizmi alanında çalışmanın hem çok öğretici olduğunu hem de çok zevk aldıklarını belirtirler.

2000 Sonrası Türkiye Takı Sanatında İnanç Sembolizmi konusundaki düşünceleri sorulduğunda; İnanma ihtiyacının insanlık tarihi boyunca her zaman insan hayatının her alanını kapsadığını belirtirler. Özellikle bir şeye inanma, sığınma ihtiyacı Beste Cesur ve Yonca Albayrak'a göre insanın yemek içmek gibi en temel ihtiyaçlarından birisidir. Bu doğrultuda, inanç sembolizminin de takılara bu denli nüfus etmesinin şaşırtıcı olmadığını söylerler (K.G._B.C). İnsanlar bu arayışta her zaman yanlarında taşıyabilecekleri, kendilerini iyi hissettiren takılara yönelmişlerdir. Özellikle 2000 sonrası inanç sembolizmi konusunda farkındalıkların artması, internet sayesinde araştırabilme gücü, tasarım anlayışlarının değişmesi ve daha kolay ulaşılabilirlik ile inanç sembolizminin de geliştiğini düşündüklerini belirtirler.

Beste Cesur ve Yonca Albayrak'ın İnanç Sembolizmi Temalı Takıları; Beste Cesur ve Yonca Albayrak Anadolu topraklarının insanlık tarihi boyunca sayısız toplumun yaşadığı medeniyete, sanata, kültüre beşiklik eden bir kültür hazinesi olduğunu düşünmüşler ve tasarımları hep Anadolu'da yaşamış olan medeniyetlerin inanç simgelerinden, efsanelerinden, tılsımlarından, bezemelerinden ilham alarak beslenmiş şekillenmiştir. Lucky Culture koleksiyonlarında bulunan inanç sembolizmi temalı takılardan seçkiler incelenecektir.

Medusa Kolye, takının hikayesi; Rönesans ve çağdaş sanat eserlerinde de sıkça karşımıza çıkan Antik Yunan mitolojisinin en alışılmışın dışında efsanelerinden birisi de Medusa efsanesidir. Açıklama ve tema: Medusa, Yunan mitolojisinde gözlerine bakanı taşa çevirdiğine inanılan yılan saçlı, keskin dişli, dişi canavar olarak anılan Medusa aslında güzelliğin, saflığın, sabrın ve zorluklar karşısında güçlü olabilmenin sembolüdür. Medusa'nın dramatik hikayesi Athena'nın Medusa'nın güzelliğini kıskanmasıyla başlar. Athena'nın sevgilisi Poseidon Medusa'ya âşık olup tecavüz ettiğini öğrenen Athena kıskançlığından Medusa'yı lanetleyerek yüzü çirkin, saçları zehirli yılanı dönüşmüş bir canavara çevirir. Medusa'nın gözlerine bakan taşa dönüşmektedir. Perseus Athena'nın emriyle eline yansıtıcı ayna görevi gören bir kalkan olarak Medusa'nın gözlerine bakmadan başını keser ve Medusa'yı öldürür (Bowers, 1990). Medusa'nın hikayesi ve hazin sonu Medusa başını nazardan, kötülüklerden, kötü enerjiden koruyan bir koruma tılsımına çevirmiştir. Yüzyıllar boyunca Medusa sanatın ve mimarinin her alanında kullanılmıştır. Medusa başı heykelde, resimde, mozaiklerde, mimari eserleri korumak için sütun kaideleri olarak tarih boyunca sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Beste Cesur ve Yonca Albayrak da

Anadolu topraklarında geçen bu efsaneleri günümüze taşıyarak Medusa kolyeyi tasarlamışlardır (Şekil 4.17).



Şekil 4.17 : B. Cesur ve Y. Albayrak, Medusa kolye, 2015 (Url-9).

Medusa Kolye takının formu ve materyali; Medusa kolye, saçları yılanla dönüşmüş stilize Medusa başının el kesimi yuvarlak lapis lazuli taşına monte edilmesiyle üretilmiştir. Medusa'nın yüzü belli belirsiz bir kadın yüzünü andırırken, saçları tek tek etrafa dağılan saçlarının ucunda yılan başları bulunmaktadır. Yılan saçlarıyla Medusa'nın başı altın kaplama gümüşten üretilmiştir. Lacivert lapis lazuli taşının seçilmesinin nedeni ise; mavi rengin nazar ve kötü enerjiyi kovmasıdır. Üzerine Medusa başı monte edilmiş lapis lazuli altın kaplama gümüş çerçeve içerisine yerleştirilmiştir ve üzerine zincir geçirilmesi için küçük bir halka monte edilmiştir. Medusa kolye el çizimi olarak tasarlanmış, üç boyutlu tasarımla seri üretime geçilmiş ancak lapis lazuli taşı üzerine monte edilme aşaması ve son halini el işçiliğiyle kazanmıştır.

Medusa kolye üzerindeki Medusa başı Medusa efsanesini tasvir eden kavramsal imgeler olarak ifade edilmektedir. Medusa yüzünde ayrıntılar net görülememekte yüz belli belirsizdir ancak saçlarının birer yılanla dönüştüğü başından çıkan iri gövdeli ve iri başlı yılanlardan rahatlıkla seçilebilmektedir. Çağlar boyunca Medusa efsanesinin tasvir edildiği mimari sütun kaideleri, kabartmalar, Rönesan dönemi heykellerindeki hatta çağdaş sanat heykellerindeki Medusa başı yorumlarına çok benzemektedir. Medusa kolyenin çapı 1,5 cm, Medusa başı imgenin boyutları ise; eni ve boyu: 1 cm'dir. İmgeler mitolojik anlatımlar ve tarihteki kullanımlarından yola çıkarak

doğrudan ifade edilmiştir (Şekil 4.18). Geçmişteki kullanım şekilleriyle büyük benzerlikler görülmektedir.



Şekil 4.18 : Bernini, Medusa Başı heykel (Url-16).

İnanna Kolye Ucu ve takının hikayesi; Mezopotamya’da yaşamış Sümer Medeniyetindeki Ana Tanrıça İnanna’dan kaynaklanmaktadır. İnanna aşk, savaş, güç, politika, doğurganlık, seks, mutluluk ve bereket tanrıçasıydı. İnanna’nın kökeninin bilim adamlarınca Hurri tanrıçası Hannahannah’tan evrildiği söylenmektedir. Ay Tanrısı Nanna ile Gökyüzü Tanrısı Anu’nun kızı olduğu Dumuzi isminde oğlu olduğubilinmektedir. Sümerler kurdukları sistem ve kültürlerine dair her şeyi tabletlere yazdıkları için medeniyetlerine ilişkin bilgiye sahibiz dolayısıyla gelişmiş Sümer medeniyetinin Ana tanrıçası İnanna şehir hayatının ve yerleşik toplumun ana temsilcisi konumundaydı (Kurt Fidan, 2013). İnanna’nın Akad ve Babil medeniyetlerindeki adı İştar iken, batı Sami medeniyetinde adı Astarte, Yunan medeniyetinde Afrodit, Roma kültüründe Venüs olarak anıldı (Campbell, 2006).

Beste Cesur ve Yonca Albayrak Lucky Culture markasının içinde çıkardıkları Anadolu’ya Nazar Değmesin koleksiyonunda tasarımcı Zeynep Tosun ile çalışmışlardır. Koleksiyondaki tüm takılar Anadolu kültüründen beslenerek tasarlanmış tasarımlardır. Koleksiyonda öne çıkan tasarımlardan olan İnanna kolye ucu da Zeynep Tosun tarafından tasarlanmıştır (Şekil 4.19).

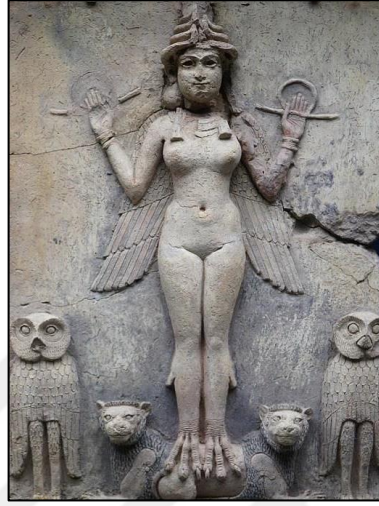


Şekil 4.19 : B. Cesur, Y. Albayrak, Z. Tosun, İnanna kolye, 2020 (Url-11).

İnanna kolye ucu formu ve materyali; altın kapalama gümüşten üretilen İnanna görseli, tıpkı arkeolojik buluntularda karşımıza çıktığı gibi ayakta dik duran çıplak kadın vücudu formuna sahip, ayakları kuşa benzer üç tırnaklı ve paçalı, sırtından iki adet kanat çıkan, iki kolu dirsekten bükülerek her iki yana açılmış şekilde ayakta durmaktadır. İkonografisine göre ellerinde tuttuğu yarı hilale benzer altı düz çubuk şeklinde işaretin hilali andıran kısmı Babil ve Asur'da Ay tanrısı olan Sin'in Sümer kültüründeki karşılığı Nanna'nın sembolü iken, düz asa da Asur ve Babil'de adı Şamaş, Sümerlerde Utu olan güneş tanrının sembolü olan ışınlı güneş diski olabileceği düşünülür. İnanna'nın ikonografisinde güvercin ve aslanla özdeşleştirilmiştir. Bu sebeple ayaklarının güvercin ayağına benzediği ve tıpkı güvercin gibi baldırından çıkan paçayı anımsatan tüyler olduğu görülür (Şekil 4.20). Kanatlarının da yine güvercinle özdeşleştirilmesinden geldiği düşünülmektedir. İnanna'nın başında yer alan başlık bir nevi taç, kukulata veya kendi döneminde savaşçıların taktığı bir çeşit başlığı andıran kepe benzemektedir (Cengiz, 2021). Lucky Culture için Zeynep Tosun'un tasarladığı İnanna kolye ucu İnanna'nın tılsım yönü ve güçlerine odaklanarak yorumlanmıştır. İnanna aşk ve seksi temsil ettiği için Zeynep Tosun İnanna'yı bir kalp içerisinde ve etrafını aşkın, cinselliğin, adrenalinin ve kanın rengi olan kırmızıya boyamıştır (Şekil 4.19). Kırmızı aynı zamanda savaşın da rengidir ve İnanna da aynı zamanda savaş tanrıçasıdır. İnanna silüeti 22 ayar renginde altın kaplama gümüşten üretilmiştir. İçine yerleştirildiği kalp ve etrafında çerçeve gibi dizili minik boncuk dizisini andıran süslemeleri altın kaplama gümüştür. İnanna silüetinin arkasında kalan kalbin iç tarafı kırmızı renk mine ile boyanmıştır. İnanna kolye ucunun boyutları, eni: 2 cm, boyu: 2,5 cm'dir. Kolye ucu üç boyutlu çizim yöntemiyle tasarlanarak seri üretime hazırlanmıştır. Fakat kolye üzerindeki

mine boyama el işçiliğiyle yapılmıştır ve inanna idolünün kalp üzerine mihlanma işlemi de el işçiliğiyle yapılmıştır.

İmgeler mitolojik anlatımlar ve tarihteki kullanımlarından yola çıkarak doğrudan ifade edilmiştir. Geçmişteki kullanım şekilleriyle büyük benzerlikler görülmektedir (Şekil 4.20).



Şekil 4.20 : Tanrıça İnanna taş kabartması, Sümer Dönemi (Url-17).

Elibelinde bileklik (Kibele Makrome) ve takının hikayesi; bileklik Elibelinde motifinden yola çıkılarak yapılmıştır. Elibelinde dişiliğin, doğurganlığın, yeni başlangıçların simgesidir. Yani sadece analık ve doğurganlığı değil, aynı zamanda hayatın başlangıcı, toprağın, doğanın yenilenmesi, yeni bir hayat, uğur, bereket, kismet, mutluluk ve neşeyi sembolize eder. Dolayısıyla Elibelinde motifinin hikayesini anlatırken önce Ana tanrıça kültüründen bahsetmek gerekir (Gümüştakin, 2011). Arkeolog ve paleantologlar arkeolojik bulguları değerlendirdiklerinde Ana tanrıça yani doğurgan, hayat veren, hayatı başlatan Ana tanrıça inancının Paleolitik-Mezolitik döneme denk geldiğini saptamışlardır (Özdemir ve Mutlu, 2020). Mezopotamya’da bulunan bulgular ise; Ana tanrıça kültünün Mezopotamya ve Anadolu tarihiyle eş zamanlı geliştiğini gösterir. Çağlar boyu Anadolu’da devam eden anaya sonsuz saygı, ana üstünlüğü bu kadim öğretinin bir uzantısıdır (Kulaçoğlu, 1992). Anadolu’nun çok bölgesinde özellikle de Ankara yakınındaki Ahlatlıbel yakınlarında çok sayıda Milattan önce 3000’e tarihlenen ana tanrıça heykelcikleri bulunmuştur (Gündoğan Aydın, 2003). Türkiye arkeoloji müzelerinin birçoğunda özellikle de Ankara Hitit Müzesi’nde ana tanrıça figüran ve heykelciklerinin çeşitli örnekleri yer almaktadır. Beste Cesur ve Yonca Albayrak

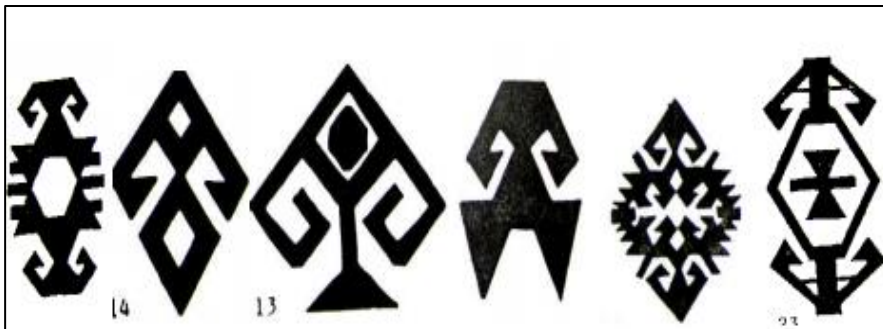
Elibelinde motifinin Anadolu kültüründeki kullanımlarından yola çıkarak bu bilekliği tasarlamışlardır (Şekil 4.21)



Şekil 4.21 : Cesur ve Albayrak, Elibelinde-Kibele Makrome, 2015 (Url-27).

Elibelinde bileklik takının formu ve materyali; gümüşten üretilmiş arkeolojik bulgulardaki Ana Tanrıça heykelciklerinin formuna bakıldığında Anadolu kilim ve halı dokuma tekniklerinde karşımıza çıkan elibelinde motifi bu heykelciklere çok benzer formdadır (Özdemir ve Mutlu, 2020). Eski anaerkil inançlarındaki ana tanrıçayı sembolize eden bu motifin özü Anadolu’da binlerce yıl boyunca Agdistis, Matar, Mater Areyastin, Kubile, Mater Kubileya gibi farklı farklı adlarla anılan fakat özünde hep aynı tanrı olan Kybele Ana tanrıça kültüründen gelir. Kybele’ye gönderme yapan dokumalardaki tüm Elibelinde ve kadın motifleri kadının baskın gücünün inancın ve hayatın içinde vücut bulmuş halidir. Ellerin belde kavuşturulması ise çocuk dünyaya getiren kadının gurur ve mutluluğunu temsil eder. Anneliğin, dişiliğin sembolü olan bu motifin evin içinde bulunması eve mutluluk, barış, bereket ve doğurganlık getirdiğine de inanılırdı. (Gümüştekin, 2011).

Beste Cesur ve Yonca Albayrak’ın Lucky Culture markalarında esinlendikleri Elibelinde motifi de dokumalarda karşımıza çıkan Elibelinde motifinin neredeyse aynısıdır (Şekil 4.22). Daire şeklinde altın kaplama gümüş bir plaka üzerine Elibelinde motifini lazer çizimle işlemişlerdir.



Şekil 4.22 : Elibelinde motif (Url-80).

Daire şeklinde plakanın çapı: 2,5 cm, motifin eni: 1,3 cm, boyu 2 cm'dir. Bileklik üç boyutlu çizimle seri üretime uygun olarak tasarlanmıştır. Beste Cesur ve Yonca Albayrak Elibelinde motifinin gövdesinin iki yan kısmına her daim yeşil kalan defne yaprakları eklemişlerdir bu şekilde kendi yorumlarını katmışlardır. Defne yaprağı Daphne mitolojisinden gelen ölümsüzlüğün, döngünün simgesi Dafne' ye gönderme olarak yorumlanabilir. Elibelinde motifinin daire şeklinde plakaya çizilmesi de daire şeklinin ölümsüzlüğün sembolü olmasıyla ilişkilendirilebilir. Beste Cesur ve Yonca Albayrak Elibelinde motifine kendi yorumlarını katsalar da imge binlerce yıldır kullanılan eski versiyonun birebir aynısıdır. Sonuç olarak Elibelinde motifi Lucky Culture Elibelinde bilekliğinde doğrudan ifade edilmiş olmasına karşılık binlerce yıldır motifle birlikte bir sembole dönüşmüş olan Ana Tanrıça Kibele imgesi kavramsal olarak ifade edilmektedir. İmgeler mitolojik anlatımlar ve tarihteki kullanımlarından yola çıkarak geçmişte kullanıldıkları şekillere benzer ifade edilmiştir. Bu bağlamda takının Elibelinde motifini günümüze taşımış olması açısından önemli bir misyona sahip olduğu görülmektedir.

4.1.5 İris Süloş Özbaş ve Begüm Özbaş

İris Süloş Özbaş ve Begüm Özbaş tasarımıyla uğraşan iki tasarımcı iken bir araya gelerek takı tasarlama kararı almışlardır. Markaları Monapetra'yı 2015 yılı Ocak ayında kurmuşlar ve takılarını tasarlamaya başlamışlardır. İris Süloş Özbaş ve Begüm Özbaş Görsel Sanatlar eğitimi almış olan ve kurumsal firmalarda çalışırken kendi markalarını kurup sınır koymadan istediklerini tasarlayacak olmanın heyecanı ile markalarını kurmuşlardır. Onlara göre Tarih ile Sanat iki büyük ustadır. Tarih tüm zamanların hikâye anlatıcısı, Sanat ise en büyük yorumcudur, en etkin ortak dildir. Tam da bu yüzden Sanat ve Tarih her daim yanyanadır. İnsanoğlunun tüm evrimini, gelişimini, yarattığı her şeyi tüm tecrübelerini bugüne taşıyan en iyi iki dosttur Tarih ve Sanat. İris Süloş Özbaş ve Begüm Özbaş markalarından bahsederken önce onlara ilham veren tarih ve sanatın kendi hayalleriyle nasıl örtüştüğünü belirtirler (K.G._İ.S.Ö.). Onlara göre takıları tarih ve sanatın elele vererek insanlık hakkında hikayeler anlatmasıdır. Eski Yunan'dan, Roma'ya, Mezopotamya'dan Anadolu'ya, karanlık çağlardan günümüze yapılan seyahatler, ritüelleri, siyasi gelişmeleri, savaşları, festivalleri, doğa olaylarını, Tanrıları ve Tanrıçaları, kralları, kraliçeleri, aşkı kısacası insanı anlatan efsaneler takılarını besleyen değerlerdir. İris Süloş Özbaş ve Begüm Özbaş Monapetra'yı tanımlarken

antik ve modern çağların düş gücüyle buluşması olarak ifade ederler. İlham kaynaklarından bahsederken ise; önce ailelerinin desteğinden bahsetmişler sonra da tarihe ve sanata olan tutkularıyla söze başlamışlardır. Kurumsal firmalarda tecrübe edinerek daha da özgürleşmek ve asıl ait oldukları temalardan beslenerek takılarını yaratma aşkının çok ağır bastığını söylerler (K.G._İ.S.Ö.). İris Süloş üzerinde yaşadığımız coğrafyanın değerinin bilinmediğini, bu coğrafyaya dönüp baktığımızda bu toprakların tarihi, kendi tarihimiz, çocukluğumuz, kültürümüz, sanatımız, ülkemiz, tüm bu değerlerimizin bizi besleyecek olan en değerli kaynaklarımız olduğunu belirtir (K.G._İ.S.Ö.). Bu toprakların tarihini araştırıp öğrenmeye başladıkça bu topraklara ait tüm değerleri takılarında hikayeleştirme fikirleriyle düşüncelerini somutlaştırıp takıyı tasarladığı görülmektedir. Bu coğrafyaya ait değerlerin nesiller boyu insanların üzerlerinde taşınacak olması şüphesiz ki bu bakış açısına sahip bir tasarımcıya en büyük ilhamı ve yeni tasarımlar için cesareti sunmaktadır.

Takılarını ve Monapetra markasını diğer takı markalarından farklı kılan yönlerinden bahsederken her bir tasarımın özgün hikâyeye sahip olduğunu ve bu hikâye gücü ile kendi hikayesinin kendisinin yazdığını söylemişlerdir (K.G._B.Ö.). Onlara göre takıları yaşam alanını kendilerinin tasarladığı bir uygarlıktır. Köklü bir kültürden gelen; kendi kendini besleyen, güçlü kadınları olan, hayvanları ve sanatı seven bir uygarlık. Diğer yandan takılarının öne çıkan en önemli özelliklerinden birisi de tarihten ve sembolizmden beslenen tüm tasarımları, tasarım olarak antik dokusunu korurken günümüzün modernliğini de taşıyor olmalarıdır.

Takılarını oluşturdukları duygu ve düşünce ortamını anlatırken Begüm Özbaş senin içindeki güç mottosundan tasarım yolculuğuna başladığını söylemiştir (K.G._B.Ö.). Kişiyi oluşturan gücün aslında kişinin içinde olduğunu, içten gelen bu manevi gücümüzün üzerimizde taşıdığımız mücevherle birleştirdiğinde bizi yükselttiğini belirtmiştir (K.G._B.Ö.). Bu içsel güç enerjisini tüm tasarımlarına yüklemenin ilk hedefleri olduğunun altını çizmiştir. İris Süloş ise; yaratım sürecinin çok değişken olduğunu aklının bir köşesinde sürekli yaratıcılığını tetikleyen bir makine olduğunu, her gördüğünü, duyduğum o filtreden geçirdiğini, ufak bir fikrin kocaman bir dünyaya dönüştüğünü söyleyerek bir de bu düşüncelerin kendi mottolarıyla birleştirdiğinde çok heyecanlı işlerin ortaya çıktığını belirtiyor (K.G._İ.S.Ö.). Onlar için takıyı değerli kılan onun yaratılış sürecidir, ürünün ya da sanat eserinin arkasındaki

hikâye aynı kendi doğumumuz ve bizi biz yapan hayat gibi yani kendi öz tarihimiz, kendi hikayemiz gibi gibi algılandığında esere bakış açımız değişir, gözümüzde bir meta olmaktan çıkar manevi değer kazanır.

Begüm Özbaş ve İris Süloş'un İnanç Sembolizmi temalı takıları; tüm koleksiyonlarındaki tarihi dokunuşlarla hissedilmektedir. Hatta bazı koleksiyonlarında arkeolojik bulguların yani binlerce yıl öncesinde kullanılmış ve bugün toprak altından çıkarılarak yeniden hayat bulan tarihi objelerin birebir kalıpları oluşturularak aynısının üretilmesi ve takıya dönüştürülmesiyle elde edilmiş olan koleksiyonlar vardır. Kök, Toprakaltı, Para Koleksiyonları birebir arkeolojik bulguların takıya yorumlanmış halleridir.

İnanç sembolizmi içeren tılsım yönü güçlü veya mitoloji temalı takılara yöneliminizin altında yatan sebeplerini sıralarken Begüm Özbaş, Monapetra'da nesilden nesile geçen mücevherler üretmek istediklerini belirterek, bu nedenle materyal olarak da tasarım olarak da değerli olmasına dikkat ettiklerini söylemiştir (K.G._B.Ö.). İnsanların üzerlerinde taşıdıkları objelerin şans getirdiğine inandıklarını bu nedenle takılarının hikayesinde inandıkları güç mottosu ile bu algıyı bütünleştirerek tasarımlarını oluşturduklarının altını çizmiştir. İris Süloş ise; sembollerin hepsinin insanın kendi gücüyle yorumlanıp tasarımlarıyla ortaya koyduklarını belirtmiştir (K.G._B.Ö.). Amaçlarının insanları her seferinde kendi güçlerine yönlendirmek olduğunu söyleyerek; taşıdığı takı veya sembolün kişiye kendi gücünü hatırlatması gerektiğini vurgulamıştır. Kişinin kendinde bulduğu gücü kullandığı takıyı miras bırakarak, kuşaktan kuşağa da bozulmadan aktarabilmesinin kendileri için çok önemli olduğunu belirtmiştir (K.G._B.Ö.). Mesela Damga Koleksiyonlarındaki gözün nazar olarak da yorumlanabilen, bir yandan da var olmak, ilerlemek için aradığın gücün sadece baktıklarında değil bakarken gerçekten gördüklerinde olduğunu o takıyı taşıyana hatırlatması için tasarladıklarını belirtmiştir (K.G._B.Ö.). Tasarlamakta oldukları yeni koleksiyonlarının adının Kilim olduğunu, bu yeni koleksiyonlarındaki sembollerin hepsini insanın kendi iç gücünü çıkarmak için birer tılsım niteliğinde yorumlayarak tasarladıklarını belirtmişlerdir.

Burada da görülüyor ki kişinin içsel gücünü ortaya çıkaracak tılsım yönü güçlü tasarımlar, tasarımcıları heyecanlandırarak yaratıcı yönlerini güçlendirmektedir. Belki de içsel gücü tetikleyen sembollerini ortaya çıkarıp takıya dönüştüren sanatçılar

bir süre sonra bu sembollerden etkilenerek, kendi içsel güçlerini daha fazla dışa vuruyor ve daha güçlü tasarımlara imza atıyorlar.

Kök koleksiyonu nazar yüzük ve takının hikayesi: Begüm Özbaş ve İris Süloş Kök koleksiyonu topraktan geleni, geçmişini, kökünü bugün de yorumlamak ve takının tılsımını, enerjisini, gücünü üzerinde taşımak isteyenler için tasarlanmıştır (Şekil 4.23). Kişinin iç dünyasından gelen, kendi tecrübeleri, bilinci ve mantığıyla belki de bilinçsizce ve farkında olmadan geçmişten gelen köklerinden aldığı mirasla tekrar gücün kişiye dönmesini temsil eder. Ortak kültür, hisler, genlerle taşınan miras bizi bugüne taşıyan değerlerdir. Nazar yüzükte de tarihi ve arkeolojiyi, bu topraklara ait kültürü birebir görmekteyiz. Nazar yüzük nazara ve kötü enerjiye karşı koruma tılsımına sahip olduğu inanılan üçgen şeklinin birleşmesiyle oluşmuş geometrik şekillerden meydana gelir. Göz motifi nazarı kötü enerjiyi kovacağı için en görünen takıya yüzüğe işlenmiştir.



Şekil 4.23 : Begüm Özbaş ve İris S. Özbaş, Nazar Yüzük, 2015 (Url-95).

Nazar yüzük takının formu ve materyali; Antik Roma dönemine ait toprak altından çıkarılan yüzükten esinlenilerek tasarlanmıştır. Parmağın üst tarafına gelen kısmı hafifçe genişler ve içine yan yana duran ikişer adet üçgenin birleşmesiyle oluşan paralelkenar dörtgen formunda iki geometrik şekil tıpkı göz gibi yerleştirilmiştir. İki adet paralelkenar formunun ortasına konan kabartma şeklinde ortası tümsek elipsler şekle açık etrafa bakan insan gözü ifadesi vermektedir. Göz şeklinin etrafı elips şeklinde çerçeveye alınmıştır.

Yüzüğün ön yüzündeki motif bulunan geniş kısmın uzun kısmının boyu:1,2 cm, eni: 0,5 cm' dir. Yüzük 14 karat altın üzerine 22 karat altın ile kaplanarak antik mücevher görüntüsü yüklenmiştir. 22 ayar altınla kaplanmasının sebebi antik takılarda kullanılan altın saf altına en yakın altın değeri olan 22 ayardır fakat günümüzde takılarda genelde altın gümüş alaşımı kullanılarak takıların altın kısmı 14 ayara

düşürülmektedir. Bu sebeple yüzüğün altın değeri 14 ayar olmasına karşın antik yüzük havasına bürünmesi için rengi değiştirilmiştir. Yüzük tamamen el yapımı olarak eski kuyum teknikleriyle üretilmiştir. İmgeler doğrudan ifade edilmişlerdir. Geçmişteki kullanım şekli üzerinden kalıp çıkarılarak üretildiği için tarihteki antik takı görselini günümüze taşımaktadır.

Para koleksiyonu, Arı Madalyon; Monapetra Para Koleksiyonundan bir parçadır (Şekil 4.24). Bu koleksiyonda da bazı parçalar tıpkı Kök Koleksiyonundaki gibi arkeolojik bulgulardan esinlenilmiştir. Orjinal Antik Roma sikkesinden kalıp çıkarılarak oluşturulan replika para altın montürü ile tasarlanmıştır. Hristiyan sanatında karşımıza çıkan arı figürleri Hristiyanlığın kabulünden önce çok tanrılı, mitolojik inançların Bizans sanatına dahil edilmesiyle olmuştur (Doğer ve Borstlap, 2021). Arı ve bal ikonografisi birçok antik kültürlerde çeşitli kavramların simgesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Çatalhöyük'te bulunan arkeolojik bulgular Arı tanrıçanın tanrıların anası olarak kabul edildiğine işaret ettiği düşünülür. Mısır mitolojisinde arının ilk tanrının gözyaşı tanelerinden ortaya çıktığına inanılırken, Hint mitolojisinde ise aşk tanrısının en büyük yardımcısı arıdır. Yunan mitolojisinde tanrıların babası Zeus arıların tanrısıdır ve bal kutsal yiyecektir. Mezopotamya coğrafyasında birçok antik uygarlıkta bal kutsal bir besin kaynağıdır ve yapıların inşaatlarında kullanılır (Doğer ve Borstlap, 2021). Monapetra Para Koleksiyonundaki Arı motifli Bizans sikkesinde bulunan Arı motifi de Bizans döneminde Hristiyanlık öncesi inançların hala sürdüğü ve tılsım gücü için de olsa para, günlük kullanım eşyaları gibi günlük yaşantı içinde kullanıldığı görülmektedir. Arının enerjisi inançlara göre değişmekle birlikte bereket, dönüşüm, dişilik, mutluluk, huzur, başarı, ekip çalışması, mutlu yuva kurmak vb. gibi birçok enerjiyi tetiklediği ve arının sihirli bir yaratık balın da şifa kaynağı sihirli bir yiyecek olduğuna inanılırdı.



Şekil 4.24 : Begüm Özbaş ve İris S. Özbaş, Arı Madalyon, 2015 (Url-174).

Arı Madalyon takının formu ve materyali; Begüm Özbaş ve İris Süloş da arkeolojik kazılardan çıkan, üzerinde Arı motifi bulunan Bizans sikkesinin orijinalini bire bir kalıba döktürerek eski paranın aynısını üretmişlerdir (Şekil 4.24). Begüm Özbaş ve İris Süloş arkeolojik bulguların içinden özellikle bu parayı seçtiklerini belirterek, Arı Tanrıçanın ikonografisi, anlamı, barındırdığı enerjiler ve tılsım yönü nedeniyle bu görseli kullanmak istediklerini kendi markalarının ideolojisi ve gücüyle birebir örtüştüğünü düşündüklerini söylemişlerdir. Arı madalyonun para kısmı, eski Bizans sikkesinin kalıbından çıkarıldığı için kenarları tam dümdüz değil aşınmış eskitme görünümlüdür. Sikkenin ön yüzünde Hristiyanlıktan önceki inanıştan gelen Arı Tanrıçaya atfen ve halk tarafından sevildiği ve inanıldığı için Arı Tanrıçanın tılsımını, bereket, mutluluk, yeni başlangıçlar, başarı gibi enerjilerini bu enerjileri halka ulaştırmak, elden ele geçirebilmek adına paralara Arı motifi eklenmiştir.

Arının kanatları yarı açık bir şekilde paranın üst yüzeyine tamamen yerleşmiş durumdadır. Arının başı, boynuz şeklinde antenleri, gövdesi, kolları, ayakları, kanatları net seçilir durumdadır. Kanatları yarı açık iki yanda dururken hemen kanatların yanından çıkan iki arka bacağı seçilir durumdadır. Paranın ön yüzeyinde Arı motifinin dışında kalan kısma vurma tekniğiyle dokulu bir şekil verilmiştir. Sikke üç tarafından altın tırnaklarla kavranarak etrafını saran altı açık bir yarım halka şeklinde altın kanalla zincire bağlanmıştır. Üst iki tarafından ikili zincirle boyna asılabilmektedir.

Sikkenin çapı 2,5 cm'dir. Arı motifinin olduğu para 925 ayar eskitilmiş rodaj gümüş olup parayı tutan tırnak ve etrafındaki kanal ve zinciri 14 ayar altın olup 22 ayar altın rengiyle kaplanmıştır. Zincirin uzunluğu 50 cm'dir. Bizans parası üzerindeki arı motifi eski tekniklerle kalıba dökülmüş ve çoğaltılmıştır. Metalin üzerinde yer alan arı kabartmaya son rötuşlar el işçiliğiyle verilmiştir.

İmgeler mitolojik anlatımlar ve tarihteki kullanımlarından yola çıkarak doğrudan ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra Arı Tanrıça kullanımının Bizans Dönemi sikkesinden esinlenerek birebir üretildiği ve sadece küçük yorumlar katıldığı için tarihteki antik görselini günümüze taşımaktadır.

Kök Koleksiyonu, İntaglio klasik küpe mavi (Medusa Baskı) ve takının hikayesi; Begüm Özbaş ve İris Süloş intaglio tekniğini öğrendikten ve bu teknikle tasarlanan eski takıları gördükten sonra bu tekniği kullanarak takı tasarlamak istemişlerdir. Kök

Koleksiyonunda çok fazla cam üzerine intaglio yöntemiyle çizilmiş motiflerin bulunduğu küpe ve yüzük tasarımları mevcuttur. Begüm Özbaş ve İris Süloş'un intaglio çizim Medusa başı nazarı kovduğuna inanılan lapis lazuli renginde lacivert cam üzerine çizilmiştir (Şekil 4.25). Medusa Yunan mitolojisindeki hikayesi gereği gözlerine bakanı taşa çeviren lanetlenmiş dişi canavardır. Mitolojik hikâyeden yola çıkarak birçok sanat eserinde işlenen Medusa başının tılsımı kişiyi kötülükten, nazardan, kötü enerjilerden korumasıdır. Lacivert ve mavi rengin de nazarı kovduğuna inanıldığı için Medusa'nın tılsımıyla pekiştirilerek birlikte kullanılmıştır.



Şekil 4.25 : Begüm Özbaş ve İris S. Özbaş, Intaglio küpe, 2015 (Url-175).

İntaglio klasik küpe mavi (Medusa Baskı) takının formu ve materyali; değerli taş veya cam parlatılarak üzerlerine negatif yöntem olarak adlandırılan intaglio-oyma veya pozitif yöntem olarak adlandırılan cameo-kabartma tekniğiyle taşın veya camın üzeri işlenirdi (Url-176).

Bu yöntemi mücevher, kilise veya ev süslemeleri, dini heykeller, duvarlar, mobilya, müzik aleti, soyluların ayakkabıları veya başka objelere ve genellikle mücevherat veya başka objeler üzerine dini inanişaya ait heykellere, duvarlara, müzik aletlerine, mobilyaya ve imparatorların ayakkabılarına, soyluların giysilerine süs olarak işlenmiş değerli veya yarı değerli bir taş parçası olarak tanımlanabilir.

Monapetra'nın Kök Koleksiyonu içerisinde sergilenen Medusa baskılı intaglio küpe koyu mavi lacivert cam üzerine elle çizilen Medusa başından oluşur (Şekil 4.25). Çizilmiş Medusa yüzü diğer sanat eseri örneklerde gördüğümüz Medusa yüzüne benzer ancak saçlarının yılan dönüşüp dönüşmediği net seçilememektedir. Medusa'nın kaş, gözü, ağzı, burnu yanağı çok net görülmekte, başından net bir şekilde saçlarının çıktığı belirginleştirilmiştir ancak saçlarında yılan başları mevcut değildir. Cama özel bir teknikle Medusa başı çizilmiş ve camın etrafı 22 ayar altın

rengiyle kaplanmış, 14 ayar altın çerçeve içerisine oturtulmuştur. Küpenin üst tarafında kulağa takılması için uzayan tel kısmı vardır. Lacivert Medusa başı çizilmiş camı çevreleyen altın çerçevenin hemen altında üç küçük topçuktan oluşan üçgen şeklini alış süsleme vardır. Bu üç küçük topçuğun üçgen şekli verilmesiyle oluşan süsleme birçok antik takıda küpelerde kolyelerde karşımıza çıkmaktadır. Küçük altın topçukların üçünün birleşimi ile üçgen şekli verilmesi de yine geometrik üçgen şeklin koruyucu nazar kovucu tılsımı sebebiyle olduğu düşünülmektedir. Kúpeler el işçiliğiyle tasarlanmış, cam üzerine çizilen intaglio Medusa başı figür el çizimidir.

İmgeler mitolojilerden yola çıkarak doğrudan ifade edilmiştir. Geçmişte karşımıza çıkan Medusa başı örnekleriyle benzerlik gözlenmektedir.

4.1.6 Selda Okutan

Selda Okutan markası 2009 yılında İstanbul'da takının kalbi olan Kapalıçarşı yakınlarındaki Sultan Ahmet bölgesinde küçük bir atölye olarak kurulmuştur. Selda Okutan üniversitede mücevher teknolojileri ve tasarım eğitimi almış bir tasarımcıdır. Ancak hayatı boyunca üç boyutlu objelere ve özellikle de heykele olan ilgisinden dolayı tasarımlarını hep el yapımı heykelsi figürler olarak tasarlamayı tercih etmiştir. İç içe geçmiş girift formları olan karmaşık detaylara sahip heykele karşı büyük bir ilgisi vardır bu tarz heykellere hayat veren heykeltıraş Auguste Rodin'i ilham kaynağı olarak gösterir en çok da Rodin'in Cehennem Kapıları adlı heykeli en başta hikayesiyle, ince ince dantel gibi işlenmiş detaylarıyla, iç içe geçmiş girift yapısıyla Selda Okutan'ın tabiriyle kendisi için muhteşem bir ilham kaynağı olmuştur (K.G._S.O.). Selda Okutan'nın takıları ilk bakışta 1921-2002 yılları arasında yaşamış Fransız takı sanatçısı Jean Filhos'un heykelsi erotizm temalı takılarını anımsatsa da Selda Okutan'ın takıları temasal açıdan felsefi ve hikâye anlatıcılığı ağır basan, her ayrıntıda farklı bir tema gizli olan ince ayrıntılarla bezeli takılardır.

Okutan takılarını tasarlarken hayatı, insanları, insan mimiklerini çok fazla gözlemlediğini söyler (K.G._S.O.). Yaşamı etkileyen her şeyden etkilendiğini, bazen insan ilişkilerinin bazen politik gelişmelerin, bazen mitolojik ve dini betimlemelerin kendisini etkilediğini söyler (K.G._S.O.). Selda Okutan inanç sembolizmi içeren, mitoloji temalı ve tılsım yönü güçlü takılar tasarlamaya iten bir sebep ise; hayatı boyunca olağanüstü ve doğaüstü olana duyduğu ilgi ve merak duygusudur. Diğer yandan Selda Okutan için insanoğlu hem geçmişiyse hem de bugünüyle benzersiz bir

kaynaktır. Okutan' nın kendi tasarımlarını diğer tasarım markalardan ayıran en önemli özellik küçük figürleri kullanarak küçük alanlarda büyük hikayeler anlatıyor olmasıdır. Ayrıca Okutan takılarını sadece görünen yüzü güzel olan objeler olarak değil de hikâye anlatıcısı birer meddah gibi sanatsal birer tasarım objeleri olarak tasarlar, bu noktada takının hem görünen yüzü hem de görünmeyen iç taraflarının kullanılması Okutan için çok önemlidir (K.G._S.O.). Takının bazen iç tarafına bir yazı veya bir figür yerleştirirken; bazen bir yüzüğün taşını dışarıdan görünmeden takan kişinin eline geçecek şekilde iç tarafa mıhlanmış olarak tasarlar. Kısacası takıyı bakanı etkilemesi için değil, takanı mutlu etmesi için tasarlamaktadır.

Selda Okutan'ın İnanç Sembolizmi Temalı Takılarından en belirgin olan dört büyük melek serisidir. Okutan dört büyük melek serisini tasarlamadan yıllarını aldığını belirtir. İslamiyette Cebrail olarak bilinen Gabriel, tüm İbrahimi dinlerde anlatılan dört büyük melekten biri ve serinin ilk meleğidir. Gabriel'i yüzük olarak tasarladığını belirten Okutan, serinin ikinci parçası olan İslamiyette İsrafil olarak bilinen Raphael'i bir baston aksesuar olarak tasarlamıştır. Raphael baston bir takı değildir ancak Okutan bastonun içerdiği ikonografi ve tasarımla bedeni tamamladığını düşünmektedir. Diğer tüm eserlerinde olduğu gibi her bir parçanın detaylarının netliğini çok önemseydiğini belirten Okutan, serinin diğer iki meleği üzerinde çalışmalarını sürdürdüğünü belirtiyor. Okutan' nın tüm eserlerindeki heykelsi figürlerinin detayları Antik Dönem ve Rönesans heykellerini andırır nitelikte inceliklidir. Koleksiyonlarında genel itibariyle mitolojik etkiler hissedildiği gibi soyut kavramları da kendine has üslubuyla işlemiş derinlik ve anlam yoğunluğu katmıştır. Bu eserlerinden Gabriel Yüzük, Heaven Bracelet (Cennet Bileklik), Araf Yüzük aşağıda incelenecektir.

Gabriel yüzük ve takının hikayesi; Selda Okutan üç semavi dinde geçen dört büyük meleğin ilki olan Gabriel' den esinlenerek Gabriel Yüzüğü tasarlamıştır. Gabriel'in üç semavi dinde önemi ve büyüklüğü önde gelir. Tanrının kuvveti, Tanrının üstün kudreti gibi anlamlara sahip olan Gabriel ismi misyonu bakımından da çok önemlidir. İslamiyette Tanrının sözlerini, gizemlerini, mucizelerini seçilmiş peygamberler vasıtasıyla insanlığa ulaştıran melek olduğuna inanılır. İkonografisi dinlerde ve mezheplerde farklılık gösterebilmektedir (Iavoschi, 2004). Selda Okutan'ın dört büyük melek dörtleme serisinin ilk parçası Gabriel yüzüktür. Selda Okutan' nın Gabriel yüzüğü Hristiyan ikonografilerinin tersine kadın cinsiyetindedir

(Şekil 4.26). İslam ikonografisinde melekler cinsiyetsiz olmasına rağmen Okutan meleği kadın olarak hayal etmiş göğüsleri, yüzü ve vücut hatlarıyla kadın olarak tasarlamıştır.



Şekil 4.26 : Selda Okutan, Gabriel Yüzük, 2010 (Url-177).

Gabriel yüzük takının formu ve materyali; narin ince vücudu, ince yüz hatları ve belirgin göğüsleriyle tam bir kadın silüetinde çıplak olarak şekillendirilmiştir. Meleğin kolları omuzlarından çıkan kanatlarının altında arkaya doğru uzanır şekilde kanatlarının altında birleşmiştir (Şekil 4.26). Kanatları da kollarının üzerinde arkaya doğru yarı açık bir şekilde birleşmektedir. Bacakları belinden geriye ve yukarıya kıvrılmış bir şekilde şekillenirken, dizden yukarıya kıvrılan bacakları ile ayak bileklerinden arkaya doğru ellerinin ucuna ve kanatlarının ucuna dokunmaya çalışırcasına kıvrılan ayakları ellerinin parmak uçları ve kanatlarının ucuna dokunmaya çalışan bir silüet izlenimi yaratmaktadır. Meleğin vücudu tıpkı bir kadın vücudu kıvrımları ve anatomisine sahiptir. Kanatlarının ayrı ayrı tüylerden oluştuğunu detaylardan anlayabilmekteyiz. Yüzü ise; oldukça net ince hatlı tam karşıya doğru bakan ifadesiyle masum bir kadın yüzünü anımsatmaktadır. Saçlarının kısa olduğu ve geriye doğru uçuşup kanatlarıyla birleşir gibi görünmektedir. Sağ baldırında enlemesine boydan boya Selda Okutan' ın imzası lezerle işlenmiştir. Gabriel yüzüğün boyutları; yükseklik: 3,5 cm, en: 2 cm, kanatlarıyla beraber eni: 2,5 cm'dir. Gabriel melek 925 ayar gümüş üzeri yer yer eskitme rodaj olarak tasarlanmıştır. Yüzük üç boyutlu tasarlanarak, el işçiliğiyle işlenerek son haline getirilmiştir.

Gabriel meleğin imgesi kavramsal olarak ifade edilmiştir. Melek figürü Selda Okutan'ın kendi hayal gücü ve yaratıcılığına göre şekillenmiş dişi, farklı bir melek

forma bürünmüştür. Geçmişteki Gabriel ikonografisi ile arasında benzerlik taşımamaktadır.

Heaven Bracelet (Cennet Bileklik) ve takının hikayesi; Selda Okutan'ın İslamiyet inancında öldükten sonra ruhların ebedi mekânı olacağına inanılan cennet kavramından esinlenerek tasarladığı bir bileklidir (Şekil 4.27). Okutan'ın hayal gücüne göre ruhlar cennete birbirlerine sarılıp iç içe geçmiş bir şekilde kalacaklardır (Şekil 4.28).



Şekil 4.27 : Selda Okutan, Cennet Bileklik, 2010 (Url-178).



Şekil 4.28 : Selda Okutan, Cennet Bileklik detayları, 2010 (Url-178).

Cennet Bileklik takının formu ve materyali oksitlenmiş gümüşten yapılmış çıplak kadın ve erkek insan figürlerinin birbirlerine sarılarak bir ağ gibi bileği saracak şekilde tasarlanmıştır. Kadın ve erkek figürlerinin yüz ve vücut hatları net bir şekilde seçilebilmektedir. Bazı figürler birbirine sarılmış yüz yüze bakıp konuşuyormuş gibi bir kompozisyon içerisinde şekillendirilmişlerdir. İnsan figürlerinin arasına

serpiştirilmiş küçük gümüş çerçeveler içerisinde mavi akuamarin taşları yer alır. Mavi renk özgürlüğün ifadesi olduğu için sanatçı bu bileklikte mavi taş kullanmayı seçmiş olması olasıdır.

Cennet Bilekliğin boyutları, yüksekliği 7,4 cm, boyu 8 cm ve kalınlığı 4,9 cm'dir. Materyali ise 925 ayar rodajlama yöntemiyle eskitilmiş gümüştür. Yüzük üç boyutlu tasarlanmış küçük insan formları seri üretim teknolojisiyle üretildikten sonra el işçiliğiyle şekillendirilmiş, taşların mıhlaması ve yüzüğün son rötuşları el işçiliğiyle yapılmıştır (Şekil 4.28).

Heaven Bracelet (Cennet Bileklik) imgesi kavramsal olarak ifade edilmiştir. Cennet kavramı takıda Selda Okutan' ın hayal dünyasına göre yeniden şekillenmiştir. Cennet bileklik ifade ediliş şekli ve formu sayesinde geçmişte çalışılmış cennet ifadelerinden farklıdır. Sanatçı cennet kavramına hayal gücünü, yaratıcılığını ve üslubunu katarak, kendi yorumuyla yeniden ifade etmiştir. Tüm bu özellikleriyle Selda Okutan'ın cennet bileklik tasarımı sanatsal ve özgün takı tasarımına örnektir. Bileklik üç boyutlu tasarlanarak, el işçiliğiyle yapılmıştır.

Araf yüzük, takının hikayesi İslamiyet inancındaki araf kavramını baz alarak hayal etmiş ve tasarlamıştır. Araf kavramı semavi dinler ve diğer inançlarda karşımıza çıkan bir kavram olup hayat ile ölüm veya cennet ile cehennem arasında kalan zamandan ve mekândan soyutlanmış boyuta, arada kalma haline denir. Selda Okutan da Araf yüzük de islam inancına göre araf kavramını yorumladığını belirtmektedir. Araf yüzük Selda Okutan'ın hamilelik döneminde tasarladığı bir yüzük olduğu için daha yoğun duygularla kavramları hissederek hayata geçirdiğini söyler (K.G._S.O.)



Şekil 4.29 : Selda Okutan, Araf Yüzük, 2009 (Url-179).

Araf yüzük takının formu ve materyali; oksitlenmiş gümüşten yapılmış çıplak insanların ağ gibi örülmesiyle oluşturulmuş bir forma sahiptir. Tamamen sanatçının kendi ruh hali ve kendi yarattığı sembolizmi yansıtmaktadır. Okutan'a göre yüzüğün parmağı saran kısmının altında kalan bebek figürünün hayatın başlangıcını sembolize etmektedir. Yüzüğün parmağa takılan kısmından çanak kısmının kenarına tırmanan hamile kadın figürü; ölümle yaşam arasındaki ince çizgiyi temsil etmektedir (Şekil 4.29). Yüzüğün iç bükey çanak şeklini oluşturan insanlarla örülü kısmının içinde yer alan insan figürleri birbirlerinin üzerine basarak yukarıya tırmanma eğilimi içerisinde gösterilmektedir. Yukarıya tırmanmak araftan çıkıp cennete gitmeyi sembolize ederken çanağın en üst noktasına tırmanmış dışarı çıkmaya çalışan parlak altın kaplama insan figürü cennete ulaşmayı temsil etmektedir. Çanak kısmının merkezinde bulunan mor ametist taş ise; cennetin ışığını sembolize etmektedir.

Araf yüzükte imgeler kavramsal olarak ifade edilmiştir. Sanatçının hayal dünyasındaki kavramlardan yola çıkarak kendi sembolizm yorumunu kattığı özgün bir çalışmadır.

Yüzük 925 ayar gümüş olarak üretilmiştir. Çanak kısmından yukarıya doğru tırmanmış olan insan figürü 22 ayar altın kaplamadır. Yüzüğün çanak kısmının merkezinde gül kesim mor renkli ametist taşı bulunmaktadır. Araf Yüzüğün boyutları ise yüksekliği 4,3 cm, çanak çapı 3,7 cm'dir. Yüzük üç boyutlu tasarlanmış küçük insan formları seri üretim teknolojisiyle üretildikten sonra tek tek el işçiliğiyle şekillendirilerek birleştirilmiş ve yüzük son halini el işçiliğiyle almıştır.

4.1.7 Kutlay Tansel Susam

Kutlay Tansel Susam arkeoloji mesleğinin yanı sıra kendi takı tasarımlarını yapan bir takı sanatçısıdır. Tamga Jewellery adıyla bireysel markasını 2010 yılında kurulmuştur. Susam takı tasarımına gönül vermiş bir arkeologdur fakat Kapalı çarşı eşrafında ve özgün tasarımcılar arasında Susam tasarımcıların Hocası olarak bilinir. Çocukluk yıllarından başlayarak hayatı boyunca okumayı çok sevmiş, çeşitli kültürleri araştırmaya, tarihe kültür entegrasyonuna ve eski medeniyetlerin kalıntılarına gönül vermiştir. Taşa olan ilgisi de yine çocukluk yıllarında başlamıştır. Bulduğu arkeolojik bulguları kendisine farklı gelen taşları analiz ettirerek minerallerle tanıştığını bunun da ileriki yıllarda sanatında büyük rol oynadığını söyler (K.G_K.T.S.). Arkeolog olmak arkeolojinin içine girmek yeni soruların

kapısını aralamıştır; artık eski kültürlerin kalıntılarını değil eski çağlardaki insanların madenleri, taşları hangi teknikleri kullanarak hangi aletlerle şekillendirdiklerini merak etmeye başlamıştır. Tüm bu sorular Susam' ı gelecekte kendi geliştireceği taş işleme tekniklerine ulaştırmış ve kendine has bir takı ve taş ustalığı yaratmasına sebep olmuştur. Kutsal Tansel Susam' ı takı tasarlamaya iten içsel gücü anlatırken yine çocukluğundan beri kendisini bu topraklardan gelmiş geçmiş eski kültürlerin kendisinde oluşturduğu birikim, kökler ve bu coğrafyaya olan minnet borcu olduğunu belirtir (K.G_K.T.S.). Bir tasarıma başlarken tasarımı oluşturan tüm fikirlerin sanki birer tuğla parçası gibi birleştiğinde kocaman bir duvarı oluşturacağı hissiyle, bir fotoğraf makinasıyla düşünce alemine dalıp farklı açılardan binlerce fotoğraf çekiyormuş gibi düşüncelerini somutlaştırarak insanlara ulaştırmaya insanlarla paylaşma duygusuyla tasarladığını belirtir (K.G_K.T.S.).

Susam kendi geliştirdiği taş işleme tekniğiyle tamamıyla eski yöntemlerle el yapımı çok farklı eserler ortaya çıkarmış ve kendi üslubunu geliştirmiştir. Bu eserlerin üretiminde geliştirdiği kendi üslubundan bahsederken tüm kültürel öğeleri; kültürel mirası, geleneksel değerleri, mimari öğeleri, her alanda sanatsal öğeleri, günlük yaşamda kullanılan kuyumculuğa uyarlanabilecek tüm oğeleri; kuyumculuğa uygun tüm materyallerle birleştirerek yani kuyumculukta kullanılan değerli madenler ve taşlarla birlikte bunlarla uyum sağlayabilecek kullanışlı tüm organik ve inorganik materyalleri bir arada kullanarak kuyumculuk tekniklerinin elverdiği ölçüde tüm materyallerle harmoni yaratmak amacıyla kendi sanatını icra ettiğini belirtmiştir (K.G_K.T.S.). Markasını kurarken herhangi bir sanatçı ya da markaya benzemek ya da farklılaşma gibi bir amaç gütmmediğini tek kaygısının bu topraklarda yaşayan tüm kültürlerin değer yargılarına saygı duyarak bu toprağın geliştirdiği kültürlerden beslenmek olduğunu söylemiştir (K.G_K.T.S.).

Kutlay Tansel Susam'ın İnanç Sembolizmi Temalı Takıları değerlendirildiğinde insanoğlunun kültürel gelişimini kısacası insanı etkileyen her şeyden beslendiği görülür. Dolayısıyla eserlerinde özellikle inanç sembolizmi temasını işlemese bile insanın kültürel gelişimini etkileyen başat faktörün din ve inançlar olduğu gerçeği tüm eserlerine yansımıştır. Susam Anadolu topraklarında yaşayan herkesin hayatın her alanında somut ve soyut olarak tarihi eserler, mimari ve bu toprakların kadim kültürünün derinliğini, bir anlamda inanç temelli öğelerini, sembollerini veya anlamlarını kendi içinde hissettiğini belirtmiştir (K.G_K.T.S.). Dolayısıyla

eserlerinde aklında gelişen düşünceleri; sembolleri, dini öğeleri, mitolojik, kültürel, tarihsel çerçevede harmanlayarak estetik bir bütünlük içinde insanlara sunmak istemiştir.

Seraphim/Serafin yüzük ve takının hikayesi; Serafin (Seraphim) melekleri Eski Ahit'ten başlamak üzere üç semavi dinde Tanrının işlerini yapmak için hevesli yüce melekler kategorisinde olan altı kanatlı uçan varlıklardır. Hristiyan teolojisinde sıklıkla yer verilen Serafin meleklerini Bizans süslemelerinde de görüyoruz. Serafin melekleri İstanbul için çok önemli bir tarihi yapının duvarlarını da süslemektedirler. 6. Yüzyıl' da inşa edilmiş Ayasofya'nın ana kubbesinin altındaki dört pandantifte dört adet Serafin meleği yer almaktadır (Şekil 4.30). Ayasofya'nın İstanbullu tasarımcılar için de şüphesiz önemi büyüktür ve arkeoloji kökenli bir takı tasarımcısı olan Kutlay Tansel Susam için de önemli bir ilham kaynağı niteliğinde olmuştur. Serafin Yüzük, Bizans sanatında kullanılan Serafin meleklerinden esinlenilerek şekillenmiştir.



Şekil 4.30 : Ayasofya pandantifinde bulunan Seraphim/Serafin Meleği (Url-180).



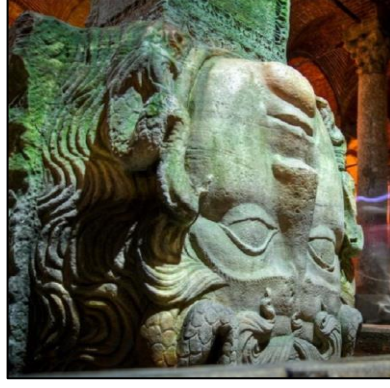
Şekil 4.31 : Kutlay Tansel Susam, Seraphim/Serafin yüzük, 2010 (Url-181).

Seraphim/Serafin yüzük takının formu ve materyali; Kutlay Tansel Susam Serafin meleşini sırtında yüzüğün en büyük taşını taşıyan bir kaide olarak tasarlamıştır. Serafin meleklerinin Musevi teolojisinde Tanrının tahtını taşıyan melekler olarak da anılmaktadırlar. Sanatçı meleşi kaide olarak tasarlarırken ikonografik olarak buradan esinlenmiş olabileceğı düşünölmektedir. Meleklerin yüzleri yüzüğün iki yüzüne yerleştirilmiş; yüzleri yüzüğün dışa bakan ve içe bakan yüzündedir. Yani bir melek tam karşıya dış dünyaya bakarken diğerinin yüzü takan kişiye bakar şekilde yerleştirilmiştir. Meleklerin yüz ifadeleri net seçilememekte insan yüzüne benzer ancak silik bir şekilde şekillendirilmiştir. Kanatları ise yüzüğün dış yüzünden çıkarak yüzüğün yan taraflarına doğru devam etmekte, yan yüzlerde de ikişer adet kanat çizimi bulunmaktadır (Şekil 4.31).

Yüzükte Serafin meleklerinin sergilendiğı kısım, kuka malzeme üzerine oyularak işlenmiştir. Serafin melek kaide olarak kullanılarak üzerine büyük hacimli baget kesim karamel tonlarda sitrin taşı oturtulmuştur. Sitrin taşının çevresi rose elmas kesim küçük pırlantalarla çerçeve şeklinde süslenmiştir. Yüzüğün parmağı takılan kolu içerisinde 24 ayar altın, dış yüzey ve çerçeve süslemelerinde beyaz pırlanta ve iki tarafta üçer adet olmak üzere toplamda altı adet sarı pırlanta kullanılmıştır. Yüzüğün iki yan yüzündeki süslemeler Bizans sanatı süslemelerinden esinlenerek işlenmiştir.

Serafin yüzüğün boyutları ise; yüksekliğı 3,5 cm, genişliğı 2,4 cm, uzunluğı 3,2 cm'dir. Serafin Yüzük, imgelerin doğrudan işlendiğı ve geçmişteki kullanımlarından da esinlenilerek sanatçının kendi üslubunu katıp kendi yorumuyla şekillendirdiğı bir tasarımdır. Yüzük el işçiliğıyle yapılmıştır. Yüzüğün Serafin kaidesi, taş mıhlaması ve tüm ayrıntıları tamamen el işçiliğıyle üretilmiştir.

Medusa'nın Bakışı yüzük ve takının hikayesi; Medusa mitolojisinden gelmektedir. Medusa tarih boyunca sanat dallarına esin kaynağı olduğı gibi, Anadolu'nun kadim kültürünün parçası olan inanç sembolizmi öğelerinden esinlenen birçok çağdaş takı sanatçısına da esin kaynağı olmuştur. Medusa mavi ve yeşil arası göz rengine sahip ve gözlerine bakan erkekleri bakışlarıyla taş a çevirdiğine inanılan dişi bir canavara dönüşmüştür. Medusa Başının bu mitolojik anlatımından yola çıkarak nazarı ve kötü enerjiyi kovduğına inanılmaktadır. Kutlay Tansel Susam da Medusa'nın Bakışı adlı yüzüğünde bu mitolojiden ilham almıştır (Şekil 4.32).



Şekil 4.32 : Ters Medusa Başı sütun kaidesi (Url-182).

Medusa'nın Bakışı Yüzük takının formu ve materyali; altın kaplama yüzüğün üzerine yüzüğe Medusa'nın Bakışı adını veren öne ve arkaya bakan iki yüzüne Medusa başı işlenmiştir (Şekil 4.33). Medusa'nın yüz ifadesi oldukça net seçilebilmektedir. Medusa'nın bakışları karşı tarafa direkt şekilde yönelik işlenmiş ve saçları kalın kalın ve dokulu tıpkı iri yılanları andırır şekilde mitolojiye uygun olarak şekillendirilmiştir. İstanbul Yerebatan Sarnıcı'nda yer alan ters duran Medusa Başı bezemeli sütun kaidesindeki Medusa'nın dolgun yüz hatları, saçları ile Kutlay Tansel Susam'ın Medusa'nın Bakışı adlı yüzüğündeki Medusa tasviri çok benzemektedir. Dolayısıyla Susam bu yüzüğünde Medusa'yı şekillendirirken kadim İstanbul kültürü ve mimarisinden etkilenmiştir. Ayrıca renk seçimi açısından da sütun kaidesinde yer alan mermerden oyularak işlenmiş ters Medusa başı arasında renk ve doku benzerliği de göze çarpmaktadır. Sanatçı imgeleri doğrudan ve geçmişteki örneklerine benzer şekilde tasarlamayı tercih etmiştir.



Şekil 4.33 : Kutlay Tansel Susam, Medusa'nın Bakışı Yüzük, 2010 (Url-181).

Medusa başı kabartmalı kaide fildişi malzemeyi oyma yöntemiyle şekillendirilmiştir. Fildişi medusa başı üzerinde iri baget kesim yeşil ametist taşı taşımaktadır. Ametist

taşın çevresinde küçük yuvarlak kesim pırlantalar çerçeve şeklinde dizilmiştir. Taşların renginin mavi ve yeşil seçilmesinin sebebi de yine nazara karşı koruma tılsımını güçlendirmek içindir. İki yana bakan yüzeyde Bizans motiflerine benzer motifler beyaz, sarı ve mavi pırlantalarla süslenmiştir. Yüzüğün iç kol yüzeyi 24 ayar altın rengiyle kaplanmış 925 ayar gümüştür.

Yüzüğün boyutları ise yüksekliği 3,5 cm, genişliği 2,4 cm, uzunluğu 3 cm'dir. Yüzüğün Medusa başı kaidesi, taş mıhlaması ve tüm ayrıntıları tamamen el işçiliğiyle üretilmiştir.

Pan kol düğmeleri ve takının hikayesi; Yunan mitolojisinde pastoral alanların, çobanların tanrısı olan aynı zamanda kendisinin de çaldığı flüte adını veren Tanrı Pan'a dayanır (Şekil 4.34). Mitolojik inancın geliştiği hayvanların tanrılaştırıldığı ilk dönemlerde keçi görünümünde düşünülse de yıllar içerisinde hikayelerde boynuzları olan sakalları ve ayakları keçiye benzeyen insan suretinde evrimleşmiştir. Pastoral alanlarda aniden insanların karşısına çıkmasıyla insanları korkutması sebebiyle panik sözcüğünün kökeni de Tanrı Pan mitolojisinden gelmektedir (Erhat, 1993). Tanrı Pan'ın tılsımı doğal yaşamın bereketi ve üretkenliği artırmasıdır.



Şekil 4.34 : Kutlay Tansel Susam, Pan kol düğmeleri, 2010 (Url-181).

Pan kol düğmeleri takının formu ve materyali; Tanrı Pan mitolojisinden esinlenerek düğmelerin ön yüzüne Pan'ın yüzünün ön görünümünü, boynuzları ve sakallarını kabartma şeklinde işleyerek çalışılmıştır (Şekil 4.34). Kol düğmelerinin ön yüzü bufalo boynuzu malzemesiyle üretilmiştir. Tanrı Pan'ın yüz ifadesi, sakalları ve törpülenmiş keçi boynuzları tümüyle kabartma şeklinde bufalo boynuzu işlenmiştir. Göz ifadesi, sert kaşları ve bakışları, alnındaki çizgiler, burnu ve ağzı insana benzer şekilde oldukça anlaşılır net bir ifadeyle kabartılmıştır. Yüzünde tam karşıya ciddi

bir ifadeyle bakan orta yaş üstünde erkek görüntüsü bulunmaktadır. Sakalları dolgun bir keçi sakalı görünümünde ve alnının ön iki yanından çıkan keçi boynuzları hafif arkaya doğru kıvrılmış şekilde betimlenmiştir. Tanrı Pan'ın yüzü altın bir çerçeve ile çevrelenmiş, altın çerçevenin etrafına dört tırnak içerisine oturtulmuş yuvarlak kesim sarı pırlantalar yerleştirilmiştir. Pırlantalar çerçeveleriyle birlikte bufalo boynuzunun içine oyulmuş yuvalara mihlanmıştır. Ön yüzünün arkasında gömleğe yerleştirmek için monte edilmiş altın aparat bulunmaktadır.

Tanrı Pan'ın yüzünün işlendiği kabartmanın boyu: 3,5 cm, eni: 2,8 cm'dir. Pan kol düğmesinin çerçeve süslemesiyle birlikte boyu: 4,3cm, eni:3,6 cm'dir. Kol düğmeleri tamamiyle el işçiliği ile üretilmiştir.

Kutlay Tansel Susam Pan imgesini doğrudan ifade etmiş ve geçmişteki örneklerine benzer bir şekilde tasarlamayı tercih etmiştir. Ancak kullanılan malzeme ve nakış tekniği kendine has tekniğini göstermektedir. Kol düğmeleri el işçiliğiyle yapılmıştır.

4.2 2000 Sonrası Türkiye Takı Sanatında İnanç Sembolizmi Konusundaki Tasarımcı Görüşleri ve İzlenimler

Bu bölümde tasarımlarında inanç sembolizmi temasını işleyen, markasını inanç sembolizmi temalı takılar üzerine konumlandırmış yedi takı markasının sahibi, dokuz takı tasarımcısı ile yapılan röportajlardan ve bu tasarımcıların seçilen inanç sembolizmi temalı takıları üzerinde yapılan incelemelerden yola çıkarak dokuz bu sanatçıların tasarım anlayışları, ilham kaynakları, takı tasarımı üslupları, inanç sembolizmine yaklaşımları değerlendirilmiştir. Bu sanatçıların inanç sembolizmine yaklaşımları ve üslupları noktasında çeşitli benzerlikler ve farklılıklar saptanmıştır. Bazı sanatçılar imgeleri doğrudan ifade ederken bazıları kavramsal olarak ifade etmeyi tercih etmiştir. Aynı sanatçıların Türkiye'de sanatsal takı tasarımı konusunda da çeşitli fikir benzerlikleri ve ayrılıkları bulunmaktadır. Bu alt başlıkta ise; tasarımcıların imgeleri ifade ediş şekillerine kısaca değinilecek ve 2000 sonrası Türkiye takı sanatında artan inanç sembolizmi temalı takıların sebepleri konusundaki görüşleri ile hem tasarımcıların hem de tüketicilerin inanç sembolizmi temalı takılara olan ilgi, alaka ve bakış açıları hakkındaki tasarımcı fikirleri irdelenip karşılaştırılarak genel bir izlenime varılmaya çalışılacaktır.

İmgelerin doğrudan ifade ediliş kavramıyla anlatılmak istenen: Tasarımcının bir motifi veya figürü doğrudan tasarımının üzerine uygulamasıyla oluşan tasarımlar ile bir mimari yapı ögesinin veya tarihi bir dönemde hayat bulmuş bir figürün yeni tasarlanan eser üzerine aktarılmasıyla şekillenen yeni tasarımlardır. İmgelerin kavramsal ifade edilişinde ise; eserin adı eserin anlattığı hikâye ve esinlendiği kavram hakkında bilgi vermektedir. Eserin adını bilmeden o kavramla arasında ilişki olduğunu anlamak oldukça zordur. Yani esere verilen ad ve formu arasındaki bağlantıya bakılarak değerlendirme yapılmaktadır. Eserin adı ile ifade ettiği kavram ve şekil arasında ilişki olmasına rağmen ilk bakışta birebir benzerlik görülmemektedir.

Kişisel görüşme yapılan tasarımcıların büyük bir kısmı genellikle imgeleri doğrudan ifade etmeyi tercih etmişlerdir. Mesela Lucky Culture markasının kurucuları Beste Cesur ve Yonca Albayrak ile Monapetra markasının kurucuları İris Süloş Özbaş ve Begüm Özbaş inanç sembolizmi ögesi içeren tüm tasarımlarında imgelerin birebir tarihsel kullanımlarını tercih etmişler ve imgeleri doğrudan ifade ediliş şekilleriyle tasarımlarını şekillendirmişlerdir. Bee Goddess' ın sahibi Ece Şirin çoğu tasarımında, Tamga Jewellery' nin sahibi Kutlay Tansel Susam çoğu tasarımında imgelerin doğrudan ifade ediliş şekillerine kendi yorumlarını katarak tasarım yapmayı seçmişlerdir. Ece Şirin bazı inanç sembolizmi temalı çalışmasında imgelerin tarihsel kullanımlarından oldukça uzak kavramsal ifade yöntemlerini de kullanmıştır. Diğer yandan Arman Suciyan, Selda Okutan ve House of DIV'in kurucusu Gülşah Sürel Erdem'in tasarımlarının tamamı imgelerin kavramsal ifade ediliş şekilleriyle tasarlanmıştır. Arman Suciyan ve Selda Okutan tasarım eğitimi almış tasarımcılarken Gülşah Sürel Erdem mimarlık eğitimi üzerine uzun yıllar mimarlık yaptıktan sonra tasarım eğitimi olarak sanatsal takılar tasarlamaya başlamış bir takı tasarımcısıdır. Mimarlık kökenli Gülşah Sürel Erdem'in inanç sembolizmi temalı eserlerindeki net, modern, geometrik soyut çizgilerde mimarlık geçmişini hissetmek mümkündür. Aynı çıkarımı Kutlay Tansel Susam'ın eserlerindeki malzeme çeşitliliği Susam'ın arkeoloji eğitimi alırken ilgilendiği antik takılar, eski takı teknikleri ve eski yöntemlerin uygulanabileceği malzemeler üzerinde çalışmış, farklı malzemeler kullanarak kendi üslubunu geliştirmiştir.

Röportaj yapılan tasarımcıların tamamı tasarımlarının kendine has hikayesi olduğunu vurgulamışlardır. Tasarımlarının belli bir kavrama atıf yapıyor olması tasarımlarını

farklılaştıran en önemli özellik olduğunun altını çizerler. Arman Suciyan, Selda Okutan ve Kutlay Tansel Susam dışında diğer tasarımcıların aynı paydada bulunduğu bir diğer ortak nokta ise; inanç sembolizmi temalı tasarımlarında imgenin barındırdığı tılsım yönünün, kişinin kendi içsel gücünü tetikleyerek açığa çıkardığı düşüncesidir. Takının yoğunlaştığı inanç misyonunu da destekleyen bu bakış açısı tasarımın tüketiciye anlatılması ve takının sahibiyle buluşması kısmında en büyük rolü oynamaktadır.

Röportaj yapılan tasarımcılara yöneltilen aşağıdaki sorularla; son 20 yılda mücevher/takı sektöründe Türkiye’de ve dünyada gözlemlenen değişiklikler ve sebepleri, Türkiye’deki mücevher tüketicisinin zevkleri ve talepleri, Takı tasarımcılarının halkın takı zevkini yönlendirme konusunda ne denli etkili olduğu, 2000 sonrası Türkiye takı sanatında inanç sembolizmi konusunda tasarımcıların fikirleri sorulmuş, alınan yanıtlarla aynı paydada buluştukları ve farklılaştıkları konular sorgulanmış, değerlendirme yapılmıştır.

Son 20 yılda mücevher/takı sektöründe Türkiye’de ve dünyada gözlemlenen değişiklikler ve sebepleri konusunda tasarımcıların fikirleri aşağıda incelenmektedir. Arman Suciyan son yirmi yılda takı tasarımında gözlemlenen değişiklik ve gelişmeleri iki temel başlığa bağlamaktadır: İlki; üretim alanında görülen değişiklikler teknolojinin gelişmesi ve takı sektörüne girmesi ile kendini göstermektedir. Teknoloji sayesinde eskiden elde edemediğimiz formları artık gerçekleştirebildiğimizi, bunun da akla el işçiliği yok mu oluyor sorusunu getirdiğini belirtmektedir (K.G._A.S.). El işçiliği ve bilgisi her zaman değerli olacak bir değerdir ve bu bilgiye sahip insanların teknoloji ile bu bilgiyi yeni ufuklara taşımasının daha verimli ve doğru bir evrim olacağı düşünülmektedir. Suciyan teknolojinin bize verilmiş bir alet olduğuna, ürüne ruh verecek olan şeyin yine teknolojiyi kullanan insanın kabiliyeti ve vizyonu ile doğru orantılı olduğuna dikkat çeker (K.G._A.S.). İkincisi ise; tasarım bilincinin değişiyor olmasıdır. Artık takı tasarımında tasarımcıların vizyon ve fikirlerini yalnızca değerli maddelere bağlı kalmadan farklı alternatif materyaller üzerinde ortaya koyabildikleri tasarımlar görmektedir (K.G._A.S.). Ortaya çıkan ürünün tasarım değeri, üzerinde kullanılan taşların ederinin üzerine çıkmıştır. Yani bir takıyı yaratan sanatçı artık sanatı üzerinden ürüne istediği gibi değer biçebilmektedir. Tasarım ürünlerin bu şekilde bir

sanat eseri olarak değerlendirilmesi gerektiği yönünde yaklaşımlar söz konusudur (K.G._A.S.).

Ece Şirin ise, son yıllarda takıda gözlemlenen değişikliklerin sebeplerini üretimin çeşitlenmesi, teknolojik gelişmeler ve sektörün büyümesi şeklinde maddeleştirmiştir. (K.G._E.Ş.). Şirin'e göre diğer önemli bir sebep ise; tasarım okullarında okuyarak tasarım tekniğini bilerek sektöre giren tasarımcılardır (K.G._E.Ş.). Bu şekilde eğitilmiş tasarımcılar ürettikleri tasarım yönü güçlü ürünlerle sektörü geliştirmişlerdir. Ancak Şirin bu durumu tam ters açıdan da ele alarak Türkiye'de çok iyi mücevher ustalarının olduğunu ve yüzyıllardır bu topraklarda hep var olduklarının altını çiziyor, ancak onların çok eskiden beri alışık oldukları klasik mücevherleri ürettiklerini ya da dünya markalarının birebir taklitlerini yaptıklarını ifade etmiştir (K.G._E.Ş.). Dünya çapında büyük markaların tasarımcıları yaşadıkları konforlu rahat hayat sayesinde romantik duygular içerisinde yepyeni tasarımlar yaratırken, Türkiye'deki mücevher ustalarının hayat koşullarının zorluğu, maddi sıkıntılar başta olmak üzere, birçok sorunla başa çıkmanın omuzlarına bindirdiği yüklerle yeni yaratacağı tasarıma odaklanamamaktadırlar. Dolayısıyla Ece Şirin Türkiye'de tasarımın maddi olarak karşılığı olmadığı sürece gelişmiş tasarımcı üretmemizin de zor olacağını belirtiyor (K.G._E.Ş.).

Şirin son 20 yıldaki gelişmelere mücevhere farklı bir anlam ve misyon yükleyen takının anlam ve koruma (tılsım) yönünü ön plana çıkaran “Talismanic jewelry” olarak adlandırılan takı türünün dünyada anlaşılmaya başladığını belirtmiştir (K.G._E.Ş.). Talismanic jewellery'e artan tüketici talebini Şirin pandeminin de etkisiyle insanların ruhsal olarak iç dünyalarına dönmesine ve inanç arayışına veya inançlardan medet ummalarına bağlar (K.G._E.Ş.). Konuyu Ece Şirin'in motivasyon kaynağı olan kadınların güçlenmesi noktasında ele alacak olursak Şirin'e göre kadınların birbirini destekleme ve güçlendirme çabaları yine son yıllarda daha çok destek bulur hale gelmiştir (K.G._E.Ş.). Ece Şirin'e göre kötülük, erkek egemenliği, kadının ezilmesi ne kadar güçlenirse; iyilik, iyi niyetli söylemler, kadın dayanışması da o oranda artıyor. Sisteme, yani gidişata karşı koymak beraberinde kimlik arayışını ve anlam arayışını getiriyor, kendi varoluş amacını çözen içindeki gücü fark eden kadınlar daha dik duruyor. İşte bunun etkilerini takıda inanç sembolizmine olan talep artışında ve kadın girişimcilerin sembolizm konulu takı tasarımları üretme isteklerinde gözlemleyebiliyoruz. Ayrıca Şirin son 20 yılda dünyada çok fazla

tasarımcının takı sektörüne girdiğini ve hatta son yıllarda inanç sembolizmine yönelmeye başladıklarını söylüyor (K.G._E.Ş.). Son yıllara kadar mücevher sektöründe house denen büyük mücevher firmaları vardı; Bulgari, Buccellati, Cartier bunların başında gelirdi. Bu büyük mücevher evleri son 50 yıla kadar az sayıdaydılar ve kişinin kendi kuyumcusu gibi çalışırlardı. Son dönemlerde bu büyük şirketlerin sayısı artmaya başladı ve ticari kaygılarla daha çok sürüme yönelik çalışmaya başladılar. Son 20 yılda ise; dünya çapında büyük mücevher firmaları da tasarımın önemini farkettiler ve tasarım yönü güçlü takılara yöneldiler. Sonuç olarak özellikle son 20 yıldır Dünya genelinde mücevher tüketicisinin tasarım yönü güçlü takılar istediğini, büyük house şirketler dahil mücevher endüstrisinin de bu talebi karşılamak adına tasarım yönlerini güçlendirmek için ciddi yatırımlar yaptıklarını belirtmişti (K.G._E.Ş.). Öte yandan Endüstri devrimine kadar lüks tüketim ürünü olan mücevher sadece belli bir kesim için üretilen el yapımı özel ürünlerdi. Dünya genelinde ve Türkiye’de mücevher gibi üst düzey lüks tüketime ulaşabilecek az bir kesim vardı fakat endüstrileşme çağında çalışan insan sayısı arttı mavi yakalıları ek olarak, beyaz yakalı olarak adlandırılan bir çalışan kesim üretti, orta sınıf ortaya çıktı, paraya ulaşım kolaylaştı ve insanlar kendi parasını kazanınca o oranda özgürce harcama yapmak istediler. Teknolojinin de desteğiyle üretim arttı ve eskiden az sayıda üretilen ürünler artık çok üretilir oldu. Mesela Türkiye takı sektöründe büyük paylara sahip Altınbaş, Atasay, Zen Diamond gibi firmalar orta sınıf başta olmak üzere herkesin ulaşabileceği mücevherler hatta kaliteli değerli taş üretip satmaya başladılar (K.G._E.Ş.).

Bu noktada takı sektörünü de derinden etkileyen bir konuya değinmekte fayda var: Pazarlama stratejileri ya da şirketlerin çağa uyum sağlayan yeni nesil pazarlama stratejileri. Pazarlama stratejileri lüks mücevher tüketimini yönlendiren etkin bir güçtür. Çağımız insanının değişen psikolojisi ve gelişen özgüveni doğrultusunda şirketlerin pazarlama politikaları da değişmiştir. 2000 öncesi birçok sektörün kullandığı sen benimle daha iyi olacaksın odaklı pazarlama stratejisini dünya çapında büyük şirketler de sıklıkla kullanmıştır ancak artık bu söylem artık insanlar üzerinde tetikleyici güç olamamaktadır. Söylemleriyle tüm dünyayı etkisi altına alan bu şirketlerin pazarlama tekniği insan psikolojisinde değersizlik duygusunu tetiklemek ve daha iyi olmak için, daha çok beğenilmek, daha çok değer görmek için kendisine diretilen şeyi alması gerektiği düşüncesini dayatarak insanın kendi içinde değersizlik

duygusunu dürtüyorlardı. Post endüstriyel toplum düzeninde artık bu tarz söylemlerin ve bu büyük markaların sonu gelmekteydi, çağımızda insanlar bu tarz kendini değersiz hissettiren söylemlerin bilinç altına enjekte edilmesinden hoşlanmıyorlar (Babacan ve Ferah, 2002). Dolayısıyla insanın kendi içindeki gücünü açığa çıkarmaya, kendini gerçekleştirmeye yönelik “sen zaten iyisin, kendinin farkında ol, kendin ol” söylemleri toplumlar tarafından çok daha fazla sevildi ve sahiplenildi. İnsanın biricik olduğu ve kendisinin gücünü açığa çıkarması gerektiğini vurgulayan pazarlama stratejisi artık insanlara çok daha samimi ve insancıl gelmekte, kişi gerçekten değer gördüğünü ve sayıldığını hissetmektedir (Hira, 2016). Post Endüstriyel Çağın kişinin kendini gerçekleştirmesi yönünde ilham veren bu yeni söylemi insanların algılarını ve tercihlerini şekillendirmiştir, çağımız insanı artık kendisini gerçekten iyi hissettiren, kendi kişiliğine saygı duyduğuna inandığı iyi niyetli markaları tercih etmeye başlamıştır (Barlas, 2020). Tüm bu değişimler ışığında Ece Şirin de tüm pazarlama stratejisini sen zaten iyisin, kendinin farkında ol, gücünü ortaya çıkar söylemi üzerine kurmuş, kadına yönelik yaptığı tasarımlarını kadının içindeki tanrıça gücünü ortaya çıkarmak üzerine geliştirdiği söylemlerle yola çıkmıştır (K.G._E.Ş.).

Lucky Culture markasının kurucuları Beste Cesur ve Yonca Albayrak son 20 yılda mücevher ve takı sektöründe global arenada ve Türkiye özelinde gözlemledikleri değişikliklerden bahsederken takının misyonunun değiştiğini vurgulayarak son yıllara kadar takıya yüklenen anlam ve kullanım alanlarının maddiyat odaklı ve sınırlı olduğunu, ancak son yıllarda takının hayatın her anında, bazen bir şans eşyası, bazen harika bir hediye, bazen de güzelleşmek adına kullanılan bir araç olduğunu belirtmişlerdir (K.G._B.C). İnsanlık tarihine bakıldığında çok eski dönemlerde takının statü gösteren, dinsel, inançsal temalar içeren bir araç olduğunu gördüklerini bu yönüyle son yıllarda takıda biraz eskiye dönüş olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir (K.G._B.C). Beste Cesur’a göre günümüzde insanının anlam arayışı takılarda can bulmaktadır. Beste Cesur takıda gözlemlenen bu değişikliğin en büyük sebebinin ise; insanların inanma, iyi hissetme ve mutlu olma ihtiyaçları olduğunun altını çizer (K.G._B.C).

Monapetra markasının kurucularından Begüm Özbaş son yıllarda mücevherde gözlemlenen değişikliklerle ilgili sektörde farklı bakış açısına sahip tasarımcıların seçenekleri arttığını dolayısıyla farklı vizyonlar ve stiller denenmeye başladığını

belirtmiştir (K.G._B.Ö.). Türkiye takı sektöründe bu durumun çok etkili olduğunu vurgulamıştır. Diğer yandan global olarak modadaki ve trendlerdeki değişikliklerin de sektörde değişim yarattığını belirtmiştir (K.G._B.Ö.). İris Süloş ise konuyu tamamen farklı açıdan değerlendirip mücevherin metalaşması, takılan tek taşın karatına verilen değer, mücevherin rekabet unsuru olması gibi materyalist konulara vurgu yaparak, insanların kendi özlerini unuttuklarını, kendilerine iyi gelen şeyler yerine dış dünyadaki maddi etkenlerin kölesi olduklarını, değerlerini maddiyatla ölçtüklerini belirtmiştir (K.G._İ.S.).

House of DIV markasının kurucusu Gülşah Sürel Erdem ise; son yıllarda mücevherde gözlemlenen değişikliklerin sebeplerini digital çağ, teknolojik gelişmeler, üç boyutlu çizim programları ve üç boyutlu yazıcıların mücevhere farklı bir soluk getirmesine bağlar (K.G._G.S.E.). Erdem gezerek ve görerek öğrenmenin daha kalıcı olduğuna inanan birisi olduğunu ve internet sayesinde görülebilen şeylerin çok artmasıyla hem mücevher kullanan tüketicinin hem de tasarımcı ve üreticilerin ufkunun genişlediğini belirtir (K.G._G.S.E.).

Selda Okutan ise hem materyal kullanımı hem de yaratıcılık konusunda sınırların kalkmış olmasıyla tasarımların daha fazla özgürleştiğini belirtmiştir (K.G._S.O.). Teknolojinin gelişimine paralel olarak gelişen üretim yöntemleri de sınırların ortadan kalkmasına yardımcı olmuştur. Diğer yandan insanların çeşitli duygusal değişimleri takı zevkleri veya ihtiyaçlarının da değişmesine sebep olmuştur. Değişen zevklerle alışılmışın dışında ürün arayışı, farklı olana duyduğu talep artışına sebep olmuş bu da özgün tasarım ürünlerinin ortaya çıkmasında tasarımcıları teşvik edici bir faktör olarak karşımıza çıkmıştır. Tüm bunlara ek olarak son yıllarda mücevherde gözlemlenen değişikliğin sebepleri konusunda ilk sırayı insanoğlunun bilgiye olan sonsuz açlığı alabilir. İnsanın öğrenme isteği bilgiye hızlı ulaşma imkânı ile birleşmiştir. Bu da takı tasarımcıları açısından hem hızlı bir şekilde temasal zenginliğe ulaşmayı sağlamış hem de takı tasarımında teknoloji kullanımı, farklı tasarımları kusursuz ve hızlı üretebilmeyi beraberinde getirmiştir. Tüketici açısından ise; ne istediğini bilen, araştıran, gören öğrenen bilinçli tüketiciler türemiştir (K.G._S.O.).

Tamga Jewellery'nin kurucusu Kutlay Tansel Susam ise; bu değişiklikleri 2 başlık altında toplamaktadır: İlki; teknolojik gelişmelerin mücevher üretimi ve tekniğe etkileri, İkincisi; sosyo-kültürel sebeplerle moda ve eğilimlerdeki değişikliklerdir

(K.G_K.T.S.). Teknolojik gelişmeler ve takı üretiminde makineleşme, hızlı üretim sayesinde çeşitli avantajlar getirirse de el emeğiyle işlenerek yapılan takıları ve binlerce yıldır bu topraklarda gelişmiş usta çırak ilişkisini ve hafızayı yok olma noktasına getirmiştir. Diğer yandan yine teknoloji sayesinde iletişim organlarının artması ürüne kolay ulaşma, modellere kolay ulaşma üreticilerin birbirinden çok fazla etkilenmesini, esinlenmeleri, öykünmeleri, yer yer kopyalamaları sonuçta taklitleri beraberinde getirmiştir. Bu da tasarımcıların yaratıcılığının yok olmasına, kısırlaşmalarına sebep olmuş özgün tasarımcılar cesaretsizleşmiş ve tasarımlar sıradanlaşmıştır. İkincil sebep olan Sosyo-kültürel sebeplerle moda ve eğilimlerdeki değişikliklerin sebebi Susam'a göre; tüm dünyadaki toplumların sosyal, kültürel, ekonomik durumlarında ve siyasal yapılanmalarda gözlemlenen çeşitli değişimlerin insanların yaşam tarzlarına, zevklerine etki etmiş bu da takı ve mücevher üretimini büyük ölçüde etkilemiştir (K.G_K.T.S.).

Son 20 yıllık süreçte birçok sektörde olduğu gibi takı sektöründe de insan emeğine olan gereksinimin azalmıştır. Bu ve benzeri faktörler ekonomik krizleri, göçleri tetiklemiş yine ekonomik sebeplerle çıkarılan savaşlar da dünyadaki toplumlar üzerindeki ciddi boyutlarda sosyolojik ve psikolojik baskı ve değişimler yaratmıştır. Toplumsal yapıda meydana gelen bu dalgalanma hem toplumları hem de siyasal yapılanmaları derinden etkilemiştir. Toplumlar daha fazla radikalleşerek dini ve milli değerlerine bağlanmışlardır. Siyasal yapılanmalar ise; toplumsal yapılanmadaki değişimleri fırsat bilerek din veya milliyetçi tandanslı yönetimleri ön plana çıkarmışlardır. Oluşan bu siyasi ortam bazı toplumsal kesimleri mevcut dini düzen ve milliyetçilik ekseninde radikalleştirirken, bazı toplumsal kesimlerin ise inanç merkezli yeni arayışlar içine girmesine, inanç odaklı araştırmalar yapıp eski ve yeni inançları derinlemesine öğrenmelerine ve inançlar konusunda derinleşip gelişmelerine zemin hazırlamıştır. Bu sosyo-kültürel değişimler sonucu oluşan yeni ortam toplumları her alanda etkilediği gibi bundan üretim de etkilenmiştir. Kutlay Tansel Susam'a göre Türkiye'de kuyumculuk sektöründe karşımıza çıkan yoğun dini ve milli semboller içeren ürünlere yönelik arz ve talep artışının sebebi de yine bu sosyo-kültürel ve sosyo-politik etkilerdir (K.G_K.T.S.).

Türkiye mücevher tüketicisinin zevk ve talepleri ile takı tasarımcılarının halkın zevkini yönlendirme konusunda ne denli etkili olduğu konusunda tasarımcıların düşünceleri aşağıda derlenmiştir:

Arman Suciyan; Türkiye’de ne istediğini bilen, kendini tanıyan, tarzını bilen ve bunu yansıtmakta rahat olan bir kitleden bahsedilebileceğini düşünürken, tasarımcıların halkın zevkini yönlendirebileceği konusunda emin olmadığını fakat sık kullanılan ve moda olan tasarımların daha geniş kitleler tarafından kabul görmesinin ve bunun üzerine o yönelimde tasarımlar üretilip bu talebin karşılanması olası olabileceğini belirtmiştir (K.G._A.S.).

Ece Şirin Türkiye’ de 2 çeşit tüketici olduğunu düşünerek, ilk kesimin Altınbaş, Zengibi sektörün nabzını tutan aynı zamanda sektörü de büyüten dev markalardan herkesin ulaşabileceği altın ve pırlanta yönüyle değerini belirleyen ürünleri alan tüketici kesimi olduğunu; diğer kesimin ise; aldığı ürünün sadece kendisinde veya kendisine özel olmasını isteyen, takının anlattığı hikayeden etkilenerek takıyı taşımak isteyen, araştıran ve ne istediğini bilen dolayısıyla tasarıma önem veren bir kesimdir (K.G._E.Ş.). Ece Şirin, bir yandan da her şeye sahip olmuş ve artık hiç görülmemiş bir şeye sahip olmak isteyen varlıklı bir kesimin de olduğunu; yaş grubu açısından değerlendirildiğinde ise, çok az kişinin hikâye ve arkasındaki anlam derinliğini araştırıp önemseddiğini fakat genç neslin bu konudan ayrı tutulması gerektiğini belirtmiştir (K.G._E.Ş.). Dolayısıyla geçmişe bakmadan bugün odaklı değerlendirme yapmak gerekir. Çağımızda dünyadaki genç nesil her şeyin arkasındaki alt metni okumaya çalışıyor, detayları ve arkadaki gerçek hikâyeyi önemsiyor, derinliğine bakıyor. Genç nesil saydamlık, güvenilirlik, sürdürülebilirlik arıyor, dünyaya ve geleceğe katma değer sağlayan işlere değer veriyor. Ece Şirin’e göre genç nesil takıyı alırken önce sorguluyor desteklediği markayla veya takacağı takıyla ilgili her özelliği araştırıyor, soruyor, son derece bilinçli olarak ürünü alıyor ve kullanıyor (K.G._E.Ş.).

Ece Şirin tasarımcıların halkın takı zevkini yönlendirmeleri konusunda ise; 21. Yüzyıl tasarımcılarının özgün tasarımları ve ruhlarıyla halkı yönlendirdiklerini ve yeni yollar, ufuklar açtıklarını belirtmiştir (K.G._E.Ş.). 20. Yüzyılda modanın halk üzerinde yönlendirmesinin olduğunu ancak sanatsal tasarımlara sahip mücevherde tasarımcının halka kendi ruhunu geçirme sürecinin 21. Yüzyılda başladığını düşünmektedir.

House of DIV’in kurucusu Gülşah Sürel Erdem Türkiye’deki mücevher tüketicisinin talepleri ve zevklerinden bahsederken Türkiye’de iki tip mücevher tüketicisi olduğunu belirtir. İlk grubun rafine tasarımlardan hoşlanan, özgün ürün arayan,

mücevheri bir sanat dalı olarak gören entelektüel bir kesim, ikinci grubun ise hızlı tüketime yönelik, moda olduğu için satın alan, sık alıp sık değiştirdiği için de daha ucuzuna hatta taklidine yönelen bir kesim olduğunu söyler (K.G._G.S.E.).

Begüm Özbaş son yıllarda takının bir sanat eseri olarak algılanıp bir hikâye anlatıcısı olarak görülmesinin ve manevi değere vurgu yapılması düşüncesinin hem tasarımcılar hem de kullanıcı nezdinde arttığının altını çizirken, İris Süloş tasarımcılar ve tüketicilerin büyük bir kesiminin maddiyatçı tavırlarıyla ve kendi aralarındaki maddi rekabetler sebebiyle hem arz hem talep açısından tasarım dünyasının kısırlaştırıldığını belirtmiştir (K.G._İ.S.Ö.). Hâlâ taşın karatına, altının gramına odaklanan insanların hayli fazla olduğunu ya da tüketicinin böyle yönlendirilmesinin sanatsal takının maneviyatına ters olduğunu vurgulamak istemiştir (K.G._İ.S.Ö.).

Tasarımcıların halkın takı zevkini yönlendirmesi konusunda ise; eğer mücevheri modanın bir parçası olarak değerlendirirsek, elbette modaya yön veren hatta trend başlatan tasarımcılardan söz etmenin mümkün olduğunu ancak mücevher bir sanat dalı olarak değerlendirildiğinde tüketicinin kendiliğinden ayrıştığını belirtir (K.G._G.S.E.). Mesela kendi tasarımlarından çok hoşlananlar olduğu gibi, kendisine hiç hitap edemediğini söyleyenlerin de olduğunu belirtir. Takı zevkini de tıpkı çağdaş resim sevenlerin takip ettiği ressamlar ile klasik resim sevenlerin takip ettiği ressamların farklı olması gibi şeklinde örneklendirir (K.G._G.S.E.).

Lucky Culture markasının kurucuları Beste Cesur ve Yonca Albayrak Türkiye'deki mücevher tüketicisinin talepleri yönünde özgün zevke sahip olup olmadıkları sorusuna Türkiye'de zanaatkarlık ve el işçiliği ne kadar gelişmiş olsa da sanata, takıya, tasarıma verilen önem henüz kayda değer boyutlarda olmadığını düşündüklerini belirtmişlerdir (K.G._B.C.). Beste Cesur takıda tasarımın ve çeşitliliğin son yıllarda arttığı düşünüldüğünde, bunun çok da tuhaf karşılanacak bir durum olmadığını belirtmiştir. Cesur, Türkiye'de tasarım anlayışı ve sanata olan bakış açısı geliştikçe, tüketicilerin zevklerinin de bu yönde evrileceğini düşünmektedir (K.G._B.C.).

Tasarımcıların halkın takı zevkini yönlendirip yönlendirmemesi konusunda ise; Beste Cesur tasarımcıların halkın takı zevkini kesinlikle yönlendirdiğini düşündüklerini söylemiştir (K.G._B.C.). Özellikle içinde yaşadığımız tüketim

toplumunda, sosyal medyanın da gücüyle, öne çıkan trendler, tasarımlar herkesin gözbebeği haline geliyor. Öne çıkan bir tasarım kısa zamanda tüketici arasında çok popüler olabilmektedir bunun en büyük sebebinin de kolay ulaşılabilirlik ve sosyal medyanın gücü olarak gördüklerinin altını çizmişlerdir (K.G._B.C).

Monapetra' nın kurucuları Begüm Özbaş ve İris Süloş Özbaş Türkiye'deki mücevher tüketicisinin zevkini taleplerini değerlendirirken; Monapetra özelinde kendi müşteri kitlelerini değerlendirmişler, müşterilerinin hikayesi olan zevk sahibi ne istediğini bilen, özgün tasarımları takip eden seven bir tüketici ile ilişki halinde olduklarını belirtmişlerdir (K.G._B.Ö.). Genele bakıldığında zevk sahibi, ne istediğini bilen, trendleri takip edip kendi tarzını oluşturan bir kesimin olduğunu ama oranının genele göre çok az olduğunu belirtmişlerdir. İnsanların yeni fikirlere alışmasının zaman aldığını da ekleyerek materyaline göre değer biçmeyi tasarıma ve hikayesine göre değerlendirmenin yavaş yavaş öğrenildiğini belirtmişlerdir (K.G._İ.S.Ö.). Pandemi sürecinin de insanlar üzerinde çok etkili olduğunu bu süreçte insanoğlunun kendi içine döndüğünü dile getirerek, tüketicinin hikayesi olan ve hikâyede kendini bulmak istediği tasarımlara değer vermeye başladığını eklemiştir. Zaman ilerledikçe maneviyatı yüksek, hikayesi olan tasarımların daha da anlaşılabileceğini, taraftar bulacağını ve sahip çıkılacağını düşündüğünü belirtmiştir (K.G._İ.S.Ö.).

Tasarımcıların halkın takı zevkini yönlendirmesi konusunu Begüm Özbaş ve İris Süloş kendi perspektiflerinden değerlendirirken konuyu farklı açılardan ele almışlardır. Özbaş; tasarımcıların çok büyük etkisinin olduğunu, insanların farklı tasarımları gördükçe, inceledikçe ve deneyimledikçe zevklerin trendlerden etkilendiğini böylece mücevher zevkinin büyük ölçüde yönlendirildiğini belirtmiştir (K.G._B.Ö.). Süloş Türkiye'nin bir kuyum ülkesi olduğunu, bunun hem avantaj hem dezavantaj olduğunu söyleyerek, çok iyi olanaklarımızın, üreticilerimizin, ustalarımızın olduğunu bunun sektör için avantaj olduğunu söylemiştir. Diğer yandan kuyumcularla tasarım markaların birbirinden çok farklı amaçlara hizmet ettiğinin altını çizmiştir. Kuyumcudan yatırım amaçlı ziynet eşyası alınacağını fakat tasarım takıların anlatmak istediği bir hikayesi olduğunu, müşteriyi de bu hikâyeyi yaşatmak için kendi dünyasına çağırdığını eklemiştir (K.G._İ.S.Ö.). Yani iki tasarımcının da asıl vurgulamak istedikleri tasarımcılar takının maneviyatına değer vererek, takıyı bir hikâye anlatıcısı olarak tasarlayıp halka da bu şekilde anlatsalar bir süre sonra halkın da takıya bakış açısı değişecektir. Halk da artık hikayesi olan takılara manevi

değerler yükleyip ona göre hayatına alacaktır. Dolayısıyla alacağı takıyı bozdurmayı paraya çevirmeyi düşünmeyecek, takının kaç gram altın veya kaç karat pırlanta barındırdığını sorgulamayacak, çocuklarına torunlarına manevi bir miras olarak devretme amacıyla edinecektir (K.G_İ.S.Ö., K.G._B.Ö.).

Selda Okutan Türkiye'deki mücevher tüketicisinin taleplerini ve zevklerini değerlendirirken özellikle mücevher konusunda zevk sahibi olan insan sayısının çok az olduğunu belirtmiştir (K.G._S.O.). Satın alınan takının özgün ve güçlü bir tasarıma sahip olması çok az kişi için takıda kullanılan altın veya pırlantanın maddi değerinin önüne geçebilmektedir.

Okutan tasarımcıların halkın takı zevkini yönlendirdiğini düşünmediğini belirtmiştir. Okutan tasarımcıların veya sanatçıların farklı sanat dallarında, örneğin mimaride, heykelde, endüstriyel tasarımda insanların zevkini yönlendirebileceklerini ancak takı tasarımcılarının halkın zevklerini yönlendirmede son sıralarda yer alacaklarını düşündüğünü belirtmiştir (K.G._S.O.). Okutan Türk insanının yeniliğe açık olmayışını, duvarlarının ve sınırlarının fazla oluşunu hatta farklı olanı sürekli yerme ve yargılama eğiliminin Türkiye'de çok fazla olduğunu belirterek bu durumun tasarımcıyı yılgınlığa ve şevkinin kırılmasına sürükleyebileceğini vurgulamıştır. İnsanların önce farklılığı görmelerinin, algılamalarının ve sonra farklı olana alışmaları gerektiğinin altını çizmiştir (K.G._S.O.).

Kutlay Tansel Susam Türkiye'deki mücevher tüketicisinin özgün, gelişmiş bir mücevher zevki olmadığını söylemiş bu konudaki düşüncelerini açıklarken ekonomik, siyasi, sosyo-kültürel birçok noktaya parmak basmıştır (K.G_K.T.S.). Mücevher tüketicisinin zevkinin belirlenmesinde ekonomik olanaklar, başta olmak üzere, eğitim durumu, entelektüel düzeyi nasıl bir çevreden geldiği, kültürel altyapısı büyük rol oynar. Susam'a göre Avrupa'daki mücevher tüketicisi ekonomik anlamda belli bir standartta yaşayan, eğitim düzeyi ve entelektüel birikimi yüksek burjuva kesimdir. Susam Türkiye'de Osmanlı Dönemi sonrasında aristokrat veya burjuva kesiminin gelişmediğini belirterek, sermayenin sürekli el değiştirmesiyle kültür seviyesi oturmuş, eğitim düzeyi yüksek sermaye sahiplerinin oluşmadığını dolayısıyla alım gücü yüksek kesimin büyük oranda entelektüel alt yapısı ve sanatsal zevkinin düşük olduğunu, tasarım gücü ve sanatsal yönü kuvvetli mücevher bilincine sahip insanların gelişmediğini belirtmiştir (K.G_K.T.S.). Bu bağlamda 2000 sonrası yeni toplumsal düzenin sermaye sahipleri sanat ürünlerine değil o günün modası olan

her yerde bulunabilecek paha da ağır, tasarım yönü güçsüz mücevherlere yönelmektedirler. Sonuç olarak Susam Türkiye’de bilinçli mücevher tüketimi yok denecek kadar az olduğunu belirtmekte ve Türkiye’de halkın zevkinin tasarımcılar tarafından belirlenmesinin çok zor olacağını vurgulamaktadır (K.G_K.T.S.).

2000 Sonrası Türkiye takı sanatında karşılaşılan inanç sembolizmi öğeleri konusunda tasarımcıların görüşleri derlendiğinde; Arman Suciyan üzerinde yaşadığımız coğrafyada insanlık tarihi boyunca hep kullanılan semboller olduğunu ve Anadolu kültürü içerisinde var olan değerler olarak bunların güncel yorumlar ile kullanılmasının doğal olduğunu belirtmiştir (K.G._A.S.).

Ece Şirin ise, kendi markası olan Bee Goddess markasını 2004 yılında kurarak takı sektöründe, tasarımda ve insanların düşünce sistemlerine inanç sembolizminin tohumlarını ekmek anlamında yeni bir yol açtığını düşündüğünü ve bu konuda çok takip edildiğini belirtmiştir. Şirin yaptığı şeye çok inandığı için kendi inancını, kendi inanç yoğunluğunu, duygularıyla birleştirip bütün dünyayla paylaşmak istediğini söyler. İnanç sembolizmi alanında keşfettiği sembollerin kendisini çok güçlendirdiğine inandığı için üretime döktüğünü ve müthiş bir şevkle herkesle paylaşmak için çabaladığını belirtir. Amerika’da Foundry ve Alex&Ani markaları Bee Goddess’ tan sonra Bee Goddess markasının tavrına ve tarzına benzer bir şekilde semboller ve şans üzerine yoğunlaşarak tasarım yaptıklarını söylüyor (K.G._E.Ş.). Bu noktada Türkiye’de tasarım hırsızlığının yoğun olduğunu Türkiye’de mücevherin kalbi olarak bilinen Kapalıçarşı’da tasarım bilincinin ne yazık ki gelişmediğini ekliyor. Tasarım hırsızlığının sadece Türkiye’de yaşanabilecek umarsızlıkla yapıldığını ekliyor. Dolayısıyla piyasadaki inanç sembolizmi temalı ürünlerin ne kadarı otantik ne kadarı değil bundan emin olmanın zor olduğunu belirtiyor (K.G._E.Ş.).

Gülşah Sürel Erdem’in 2000 sonrası Türkiye takı sanatında inanç sembolizmine bakışı ise; inanç sembolizminin insanlık tarihi kadar eski olduğu ve insanlığın kültürel gelişimi ve etkileşiminin takı üzerinden okuyabilmenin mümkün olduğu yönündedir (K.G._G.S.E.). Takıların sembol olmak ve mesaj verme amacına son derece uygun araçlar olduğunun altını çizer (K.G._G.S.E.). Dünyanın her yerinde müzelerde bir takıya ayrılmış bir kısmın mutlaka bulunduğunu ve takının toplumun kültürü hakkında önemli bilgiler verdiğini belirtir (K.G._G.S.E.). Diğer yandan 2000 sonrası Türkiye takı sanatında 2000’li yılların hızlı tüketim yılları oluşu sebebiyle

satış ve pazarlama tekniklerinde insanların belli bir duygusuna dokunmanın satışı hızlandıracağı düşüncesinin çok benimsendiği ve bu yönde takılar üretildiğinin altını çizmiştir (K.G._G.S.E.). Takıyla duygulara dokunmanın en somut ve öne çıkan şeklinin de takıda “inanç sembollerinin” kullanılması olduğunu belirtmiştir. Özellikle 2000’lerde artan bir ivmeyle inanç sembollerinin, mitolojik sembollerin daha yoğun kullanılmasıyla insanların duygularına dokunuyor olmanın satış üzerindeki etkisinin fark edildiğini söyler. Erdem inanç sembolizmi gibi derin bir konunun sırf pazarlama aracı olarak kullanıldığı durumlara karşı tepkisini de dile getirmiştir (K.G._G.S.E.).

Selda Okutan’ın 2000 Sonrası Türkiye Takı Sanatında İnanç Sembolizmi konusundaki görüşleri oldukça dikkat çekicidir. Okutan 2000’lerin başında sanatsal tasarımın hayatımızdaki önemine vurguyla özgün ve sanatsal tasarımlara hızlı bir geçiş yapıldığını ancak bugüne bakıldığında insanların buna hazır olmadığını ve taleplerin bu yönde evrilmediğini belirtmiştir (K.G._S.O.). Dolayısıyla özgün ve farklı takılar tasarlamak isteyen sanatçıların hayal ettikleri düzeye ulaşamadıklarını, beklentilerin ötesine geçemediklerini gözlemlediğini belirterek hayal kırıklığına uğradığını söylemiştir. (K.G._S.O.).

Kutlay Tansel Susam kendi bakış açısıyla takıda inanç sembolizmini değerlendirirken sanat ve sanatçının arasındaki organik bağa vurgu yaparak sanatın toplumun gerçek gereksinimlerini aynı toplumun kendi toplam kültürel birikimleri ve estetik anlayışı içinde sanatçı tarafından yeni bir anlayışla çözüm niteliğinde ürettiği eserler olduğunu belirtmiş, sanatçının her zaman yenilikçi ve protest bir tavırda olması gerektiğinin altını çizmiştir (K.G._K.T.S.). Susam Türkiye’de bir ürün talep gördüğünde tasarımcılar arasında o üründen esinlenme, çok benzerini üretme hatta birebir taklit ürün üretmenin çok fazla olduğuna dolayısıyla özgün ve otantik ürünün azlığına vurgu yaparak, tasarımcıları eleştirmiştir. Statik bir kafa yapısına sahip muhafazakâr düşünen, her tür değişime kolayca uyum sağlayıp bu değişimi yenilik gibi sunarak kişisel çıkarlarını düşünen yapıdaki kişilerin özgün tasarımlar üretemeyeceğini düşünmektedir (K.G._K.T.S.). Susam’a göre tasarım bir soruna çözüm getiren düşünce ürünüdür dolayısıyla sanatçı toplumun gerçek gereksinimlerini tatmin eden doğru tasarımları üretebilmelidir. Aksi takdirde sorunlar çözüme ulaşmaz bu da toplumsal bir kaosa neden olur. Susam toplumun refah ve eğitim düzeyi, entelektüel birikimi belli bir seviyenin üstüne çıkmadığı sürece bu durumun değişmeyeceğini düşündüğünü belirtmiştir (K.G._K.T.S.).

Sonuç olarak kişisel görüşmeler gerçekleştirilen tasarımcıların tamamının kendi tasarımlarından bahsederken bulunduğu ortak payda tasarımlarının her birinin anlattığı bir hikayesinin olmasıdır. Ayrıca hikayesi olan tasarım yönü güçlü sanatsal takıların hatırı sayılır bir tasarımcı ve takı sever kitle tarafından saygı ve rağbetle karşılandığı gerçeği konusunda tüm tasarımcılar hemfikirdir.

Ayrıca Ece Şirin, Beste Cesur, Yonca Albayrak, Gülşah Sürel Erdem, İris Suloş Özbaş ve Begüm Özbaş'ın tasarımlarından bahsederken altını çizdikleri bir diğer konu ise; kendi tasarımlarının tılsımlı gücüne olan inançları ve inanç sembolizmi barındıran takıların tılsım gücünü ön plana çıkararak bunu satış stratejilerinde de kullanıyor olmalarıdır. Altı tasarımcı inanç sembolizmi temalı takıların takan kişiyle bütünleşip kişinin içsel gücünü tetiklediğini ve kişinin kendi gücünün açığa çıkmasına destek olduğu noktasında buluşmaktadırlar.

Tasarımcılar son 20 yılda takı sektöründe görülen değişiklikler hakkında fikirlerini bildirirken teknolojik gelişmeler ile bilgiye ulaşımın kolaylaşması ve farklı tasarımcı bakış açılarının takı sektörüne kazandırdığı gelişmeler konusunda hemfikirdirler.

Tasarımcıların hepsi takı tüketicileri içerisinde 2 eğilimin baskın olduğunu söylemişlerdir. İlki mücevherin barındırdığı malzeme ederine göre değer biçen tasarım bilinci oluşmamış bir kesim ikincisi ise; sanatsal takıya değer veren tasarım bilinci oluşmuş küçük bir kesim. Dolayısıyla tasarımcılar tasarım ve sanatsal takı konusunda bilinçli ve zevk sahibi bir kesimin olduğunu fakat bu kesimin oranının oldukça düşük olduğunu genele bakıldığında son yıllarda Türkiye’de bilinçli ne istediğini bilen zevk sahibi bir kitlenin artışa geçtiği konusunda hemfikirler. Bir başka deyişle hem tasarımcılar hem de tüketicilerin talebi açısından bir değerlendirme yapıldığında klasik mücevherden tasarım mücevhere doğru evrilen bir geçiş olduğunu söylemek mümkündür.

Tasarımcıların bazıları tasarımcının halkın zevkini yönlendirmekte yetersiz olduğunu düşünürken; bazıları ise internet kullanımı ve sosyal medyada aktif olan genç neslin hem çok bilinçli olduğunu hem de zevk sahibi, tasarım bilinci yüksek olduğunu düşünerek, sanatsal tasarıma değer veren kesimin yükselişte olduğunu ve tasarımcının etki alanını genişlettiğini düşündüklerini belirtmişlerdir. Tıpkı diğer sanat dallarıyla uğraşan sanatçılar gibi farklı bakış açısına, birikime, vizyona, dünya görüşüne sahip takı tasarımcılarının artması yeni ve farklı tasarımlar üretilmesine yol

açıyor; bu da röportaja katılan tüm tasarımcıların kabul ettiği gibi topluma çeşitlilik katıyor ve insanların mücevher zevkini geliştiriyor.

Selda Okutan bu durumu farklı bir açıdan ele alarak farklı bir konuya parmak basmıştır. Okutan 2000'lerin başlarında farklı bakış açılarına sahip tasarımcılarla halkın taleplerinin paralellik göstererek gelişeceğini düşünürken şimdiki durumun böyle olmadığını, halkın beklenen değişim ve gelişimi göstermediğini düşünmektedir. Selda Okutan'ın sanatsal yönü güçlü tasarımların talep edilmediği konusundaki görüşleri, Okutan'ın tasarımları soyut ve modern çizgiler barındırdığı ve de imgelerin tamamıyla kavramsal olarak ifade edildiği için tüketici tarafından iyi anlaşılamaması söz konusu olabilir. Ayrıca sanatçının kendi tüketici kitlesiyle buluşmasının kolay olmadığı da düşünülebilir. Bu da tüketicinin henüz inanç sembolizmi öğelerinin veya diğer imgelerin kavramsal ifadelerine alışık olmadığını, bu sebeple kabullenmek ve tercih etmekte zorluklar yaşayabildiği düşüncesini güçlendirmektedir.

İnanç sembolizmi konusunda ise; tasarımcıların hepsi medeniyetin beşiği Anadolu topraklarında nesilden nesile aktarılan bu köklü kültür, inanç temelleri ve sembolizm alt yapısıyla gelişen tasarımcıların kendi öz varlıklarından beslenerek bu birikimi sanatsal yönü gelişmiş tasarım gücüyle eserlerine yansıtmalarının doğal ve çok özel olduğunu düşünmektedirler. Ayrıca tüm tasarımcılar inanç sembolizmi kadar naif, hassas ve dikkatle ele alınması gereken bir konunun halka doğru aktarılması gerektiğini, inanç sembolizmi içeren takıların hikayelerine doğru parmak basılması gerektiğini ve anlatılan hikayelerle halkın takının temasını doğru algılaması gerektiğini vurgulamışlardır. Bu bağlamda röportaj yapılan tasarımcıların verdikleri bilgilere dayanarak çalışmanın Giriş Bölümünde bahsedilen hipotezin doğrulandığı görülmektedir. Sonuç olarak 21. Yüzyılda Türkiye'de hikayesi olan sanatsal eserler üreten takı sanatçıları, içinde yaşadıkları sosyo-kültürel birikimlerinden beslenerek sanatsal takılarda kullandıkları inanç sembolizmi temalı öğelerle kendi felsefelerini halka empose etmeyi amaçladıklarını söylemek doğru olacaktır. Tasarımcıların halk üzerinde etkili olma isteği ilerleyen bölümde anket çalışmalarının analiz edilmesiyle de irdelenecek ve anlamlandırılmaya çalışılacaktır.

Toplumsal, kültürel, bilişsel, psikolojik, inançsal ve sosyo-kültürel etkilerin takı sektörü ve bireyler üzerinde oluşturduğu değişimler 2000 sonrası tasarımlarda inanç sembolizmi temalı takılardaki artışı ikinci bir perspektiften daha değerlendirmek

gerektiğini göz önüne sermektedir. Bu bağlamda Kutlay Tansel Susam inanç sembolizmi öğeli otantik olmayan takılar konusundaki eleştirilerini daha net söylemlerle dile getirmektedir. Piyasada sıklıkla rastlanan sanatsal bir tasarım gücüyle harmanlanmamış ve otantik olmayan inanç sembolizmi öğeli tasarımları; 2001 sonrası tüm dünya ile Türkiye’de eş zamanlı olarak artan sosyo-politik ve sosyo-kültürel temelli her alanda dini ve milli değerlere olan aşırı ilginin ön plana çıkması ve takı tasarımlarını etki altına almasıyla ilişkilendirmektedir. Susam dini ve milli değerlere olan düşkünlüğün; siyasi, toplumsal, ekonomik ve kültürel faktörlerle takıda inanç sembolleri ve milli sembollerin artışına sebep olmasına evrildiğini düşünmektedir. Özgünlük hassasiyeti olmayan tasarımcıların da yeni siyasi ve sosyo-kültürel oluşumlar içerisinde toplumun nabzını tuttuğunu, yeni düzene uygun tasarımlar yaptığını yani sanatsal tasarımlarla halkın takı zevkini geliştirmek yerine en çok satış hangi ürünler üzerinden yapıyorsa o tür ürünler üretip risk almaktan kaçındıklarını düşünmektedir (K.G._K.T.S.). Susam’ın bu eleştirileri son 20 yılda takıda inanç sembolizmi temalı takıların artışının altında yatan sosyo-kültürel, sosyo-politik ve sosyo-dini kaynaklı sebeplerin aydınlatılmasına katkı sağlayacaktır.



5. ANKET ÇALIŞMALARI VE SONUÇLARIN ANALİZİ

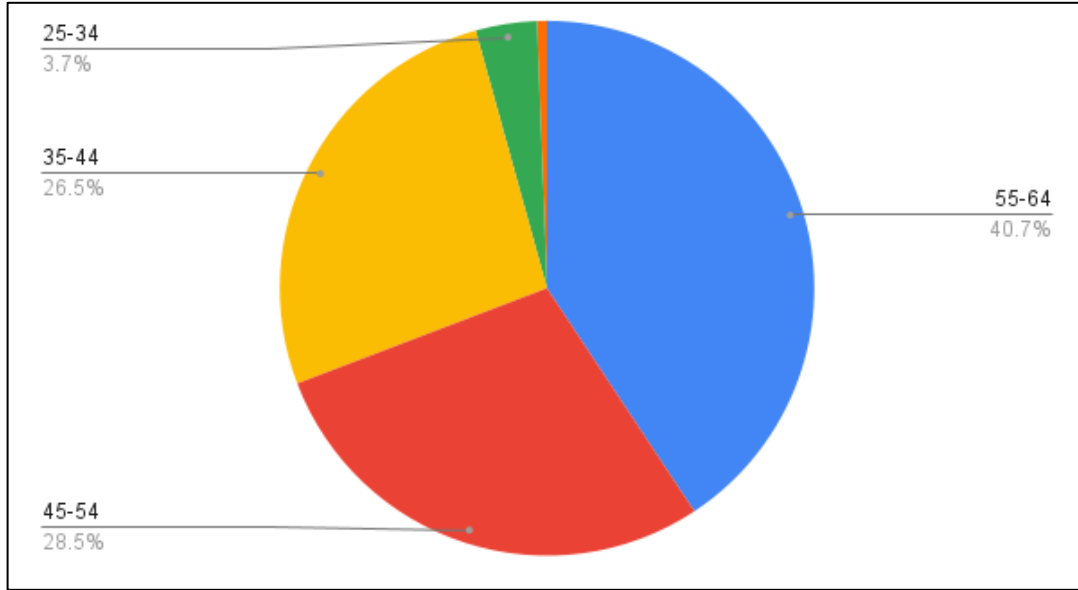
Geçmişe, köklerimize, öz kültürümüze öykünme konseptli takı tasarımları arasında özellikle hikayesi olan, tılsım yönü güçlü her biri birer ifade aracı niteliğinde olan inanç sembolizmi temalı sanatsal takı tasarımlarının ağırlıklı olarak 2000’li yıllarda artışa geçmesinin altında yatan sebepler araştırılırken bu sebeplerin bir bacağı tasarımcılara ve sektöre dayanırken; diğer bacağı da inanç sembolizmi temalı sanatsal takıları beğenen ve talep eden tüketicilere dayanmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın sorunsalını oluşturan inanç sembolizmi temalı takıların sebeplerini iki ayrı kitlenin fikirleri üzerinden araştırarak, toplanan veriler ışığında daha güvenilir ve net sonuçlara varılabileceği öngörülmüştür.

Birisi takı tüketicilerinin inanç sembolizmi temalı takılara olan ilgilerinin sebepleri konusunu aydınlatacak olan kamuoyu nazarında anonim bir anket çalışması; ikincisi ise, takı tasarımcılarının inanç sembolizmine bakış açıları ve takılarında inanç sembolizmi temasının niçin son 20 yılda artışa geçtiği konusundaki tasarımcı fikirlerini aydınlatacak olan tasarımcılara yönelik anket çalışması yapılmıştır. Bu bölümde iki anket çalışmasının analiz sonuçları değerlendirilerek, yorumlanacaktır. Anket sonuçları sorunsallara cevap bulma odağında değerlendirilecek analiz sonuçlarına dayanarak teze başlarken belirtilen hipotezler aydınlatılacaktır. Anket soruları Ekler bölümünde paylaşılmıştır.

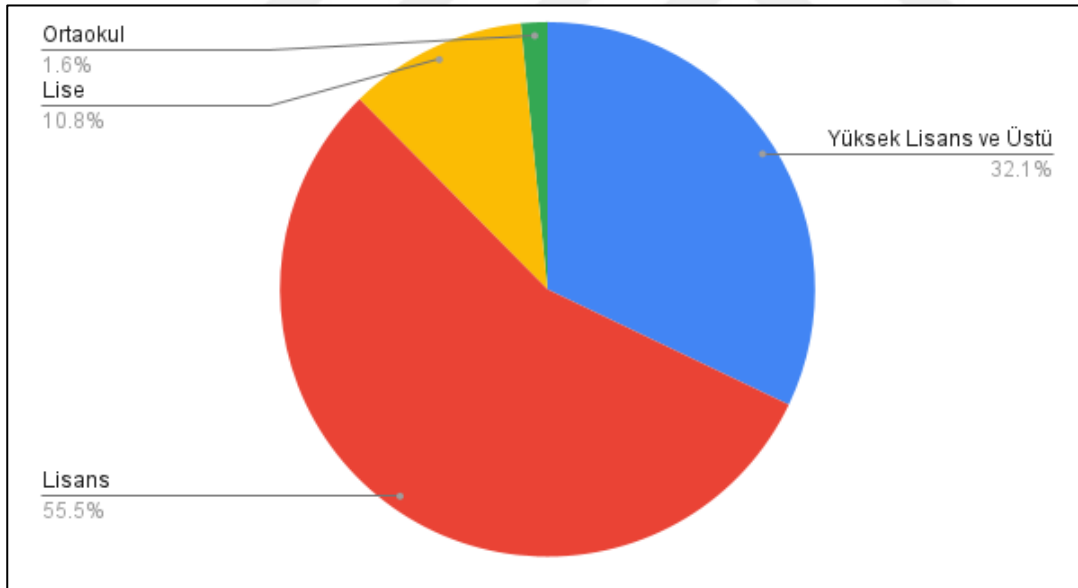
5.1 Anketler ve Katılımcılar Hakkında Genel Bilgi

Tüketici anketi 25.07.2021 - 27.01.2022 tarihleri arasında, Türkiye’de yaşayan 18-65 yaş arasındaki Jewelry / Art / Design konularıyla ilgilenen kişiler hedeflenerek gerçekleştirilmiştir. Hedefleme Facebook Ads sistemi üzerinden yapılmıştır ve sistemin kişileri seçerken tesadüfi örnekleme yaptığını kabul etmek mümkündür. Tüketici anketine takı/mücevher, sanat ve tasarım gibi alanlara ilgi duyan 251 katılımcı katılmıştır. Katılımcıların yaş oranlaması 55-64 (%40,7), 45-54 (%28,5), 35-44 (%26,5), 25-34 (%3,7), 18-24 (%0,6) aralığındadır (Şekil 5.1). Eğitim dağılımı; Lisans %55,5, Yüksek Lisans ve Üstü %32,1, Lise %10,8, Ortaokul %1,6

şeklindedir (Şekil 5.2). Gelir düzeyi dağılımı (Ay/TL) şeklinde belirlenmek suretiyle; 0-5.000 %13,5, 5.000-10.000 %43, 10.000-15.000 %19,2%, 15.000-20.000 %11,7, 20.000’den fazla %12,6 olarak tespit edilmiştir (Şekil 5.3).



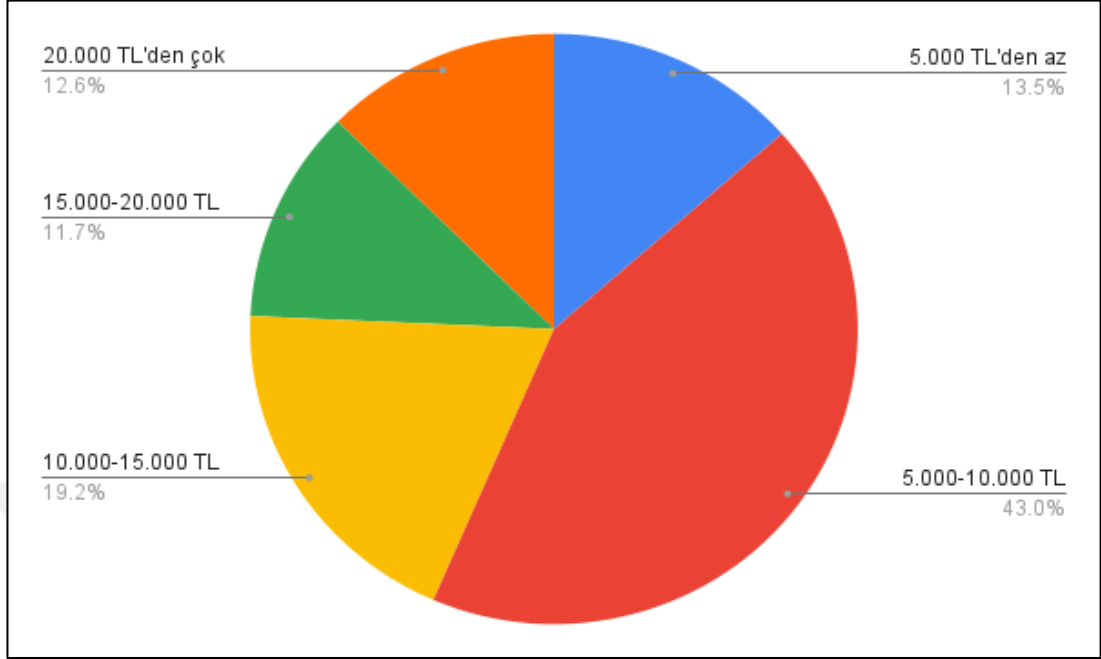
Şekil 5.1 : Tüketici anketi, katılımcı yaş dağılımı.



Şekil 5.2 : Tüketici anketi, katılımcı eğitim seviyesi dağılımı.

Tasarımcılara yönelik yapılan anket çalışmasına İstanbul merkezli medyada sıkça yer alan 24 takı tasarımcısı katılmıştır. Ankette sıralı değişkenlerde kullanılan ölçek 5’li Likert ölçeğidir. Anketin açıklama kısmında inanç sembolizmi olarak anılan kavramla kastedilmek istenenin tek tanrılı İbrahimi dinler ile çok tanrılı İbrahimi

olmayan dinlerde ve mitolojik hikayelerde geçen dini öğelerin tamamının takıya yansması olarak anlaşılması gerektiği belirtilmiştir.

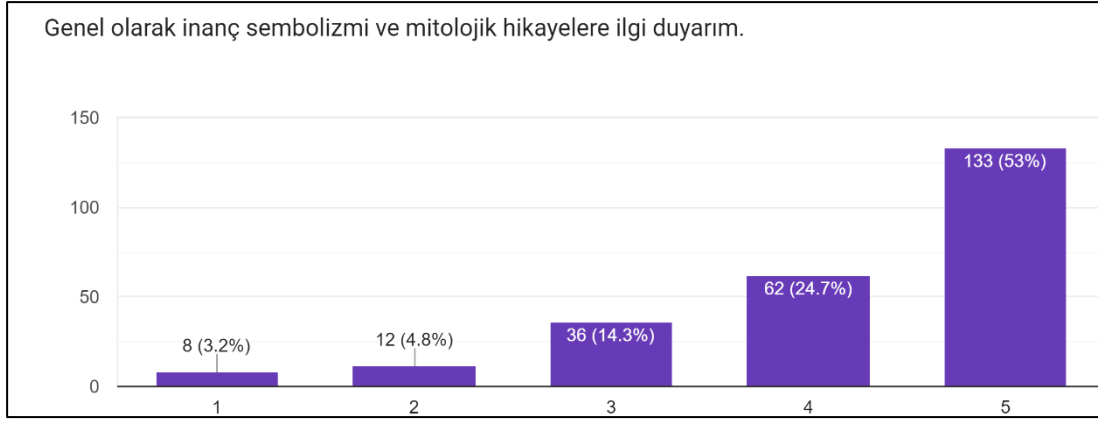


Şekil 5.3 : Tüketici anketi, katılımcı gelir seviyesi dağılımı.

Takı ve mücevher tüketicilerine yönelik yapılan anket çalışmasında sorulan sorular kamuoyunun takıya olan ilgi düzeyini, kişilerin takı alırken nelere dikkat ettiğini, katılımcıların yaş grubu ve eğitim düzeyi baz alınarak kişilerin hangi tür takıya ilgi duyduğunu sorguladığı gibi inanç sembolizmi odaklı sorular yoğunluktadır. Toplamda sorulan 16 sorunun 11 tanesi takı tüketicisinin inanç sembolizmi hakkındaki düşüncelerini, inanç sembolizmine olan ilgi ve alaka düzeylerini ve bunun nedenlerini sorgulamaktadır.

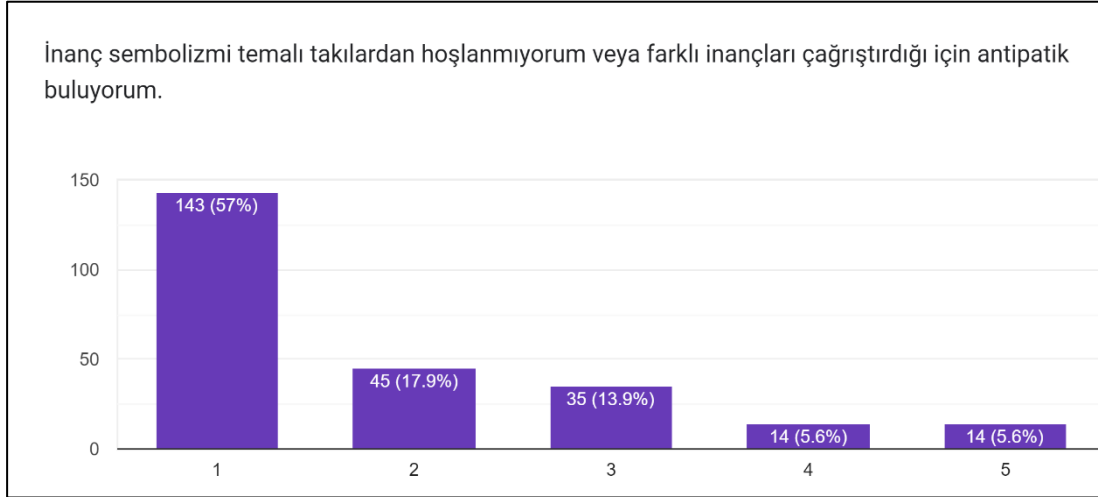
5.2 Anket Analizleri ve Değerlendirmeler

Tüketici anketinin sonuçları değerlendirildiğinde; takı tüketicisinin genel anlamda inanç sembolizmine olan ilgisini ölçmek amacıyla sorulan sorulara verilen yanıtlar analiz edildiğinde; ankete katılanların %77,7'si (Şekil 5.4) inanç sembolizmi ve mitolojik hikayelere genel olarak yoğun ilgi duyduğunu belirtmiştir. Şekil 5.4'te X ekseninde 5'li Likert ölçeğinde anket sorusuna verilen cevap (1: Çok Düşük, 5: Çok Yüksek), Y ekseninde ise katılımcı sayısı gösterilmektedir.



Şekil 5.4 : Tüketici anketi, inanç sembolizmi ve mitolojik hikayelere duyulan ilgi.

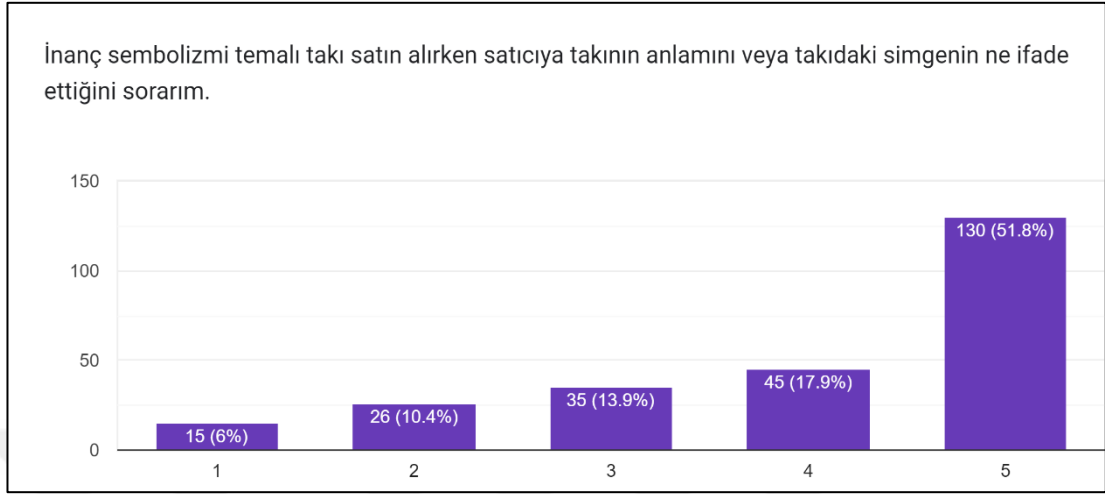
Bu sonuç son yıllarda inanç sembolizmine artan ilgi ve alakanın somut bir göstergesi niteliğindedir. Ayrıca katılımcıların %52,9'u inanç sembolizmi temalı takılara karşı özel bir ilgisi olduğunu belirtirken, “İnanç sembolizmi temalı takılardan hoşlanmayıp, antipatik buluyor musunuz?” sorusuna kesinlikle antipatik bulmadığını belirtenlerin yüzdesi %88,8 gibi yüksek bir orana sahiptir (Şekil 5.5). Bu da 2000 sonrası Türkiye takı sanatında inanç sembolizmi temalı takıların artışında tüketici talebinin de rolü olduğunu kanıtlar niteliktedir. Şekil 5.5'te X ekseninde 5'li Likert ölçeğinde anket sorusuna verilen cevap (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum), Y ekseninde ise katılımcı sayısı gösterilmektedir.



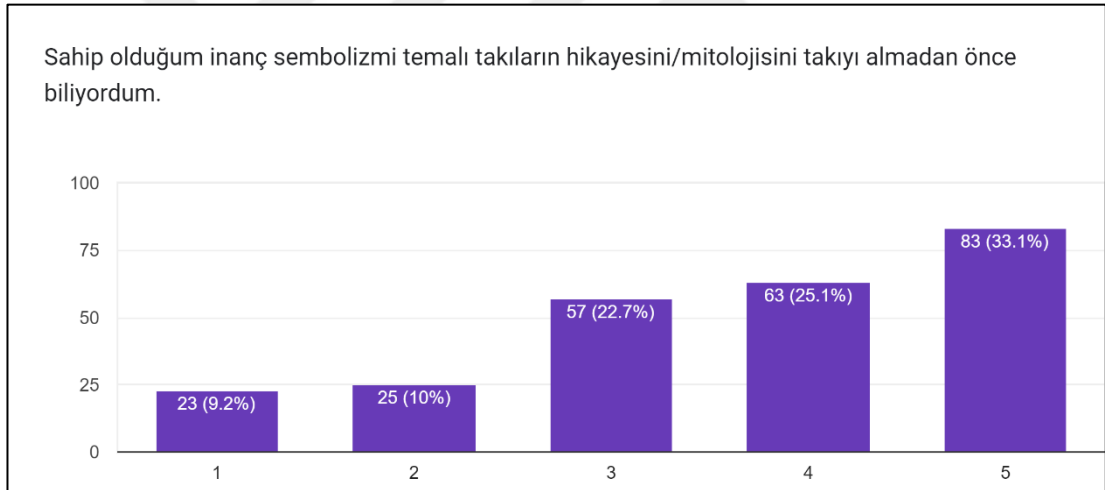
Şekil 5.5 : Tüketici anketi, inanç sembolizmi temalı takılar hakkındaki görüşler.

Katılımcıların %69,7'si inanç sembolizmi temalı takı satın alırken satıcıya takının anlamını veya takıdaki simgenin ne ifade ettiğini sorduğunu belirtirken (Şekil 5.6), %58,2'si sahip olduğu inanç sembolizmi temalı takıların hikayesini veya mitolojisini takıyı almadan önce bildiğini belirtmiştir (Şekil 5.7). Şekil 5.6 ve Şekil 5.7'de X

ekseninde 5'li Likert ölçeğinde anket sorusuna verilen cevap (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum), Y ekseninde ise katılımcı sayısı gösterilmektedir.



Şekil 5.6 : Tüketici anketi, takıyı alırken anlamını soran kişilerin dağılımı.

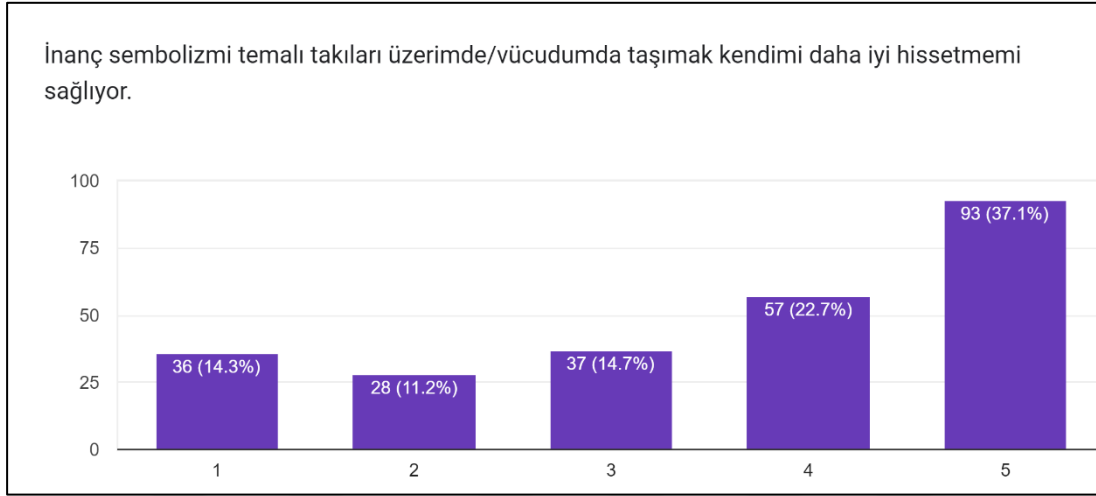


Şekil 5.7 : Tüketici anketi, takının mitolojik hikayesini önceden bilen kişilerin oranı.

Katılımcıların %67,7'si inanç sembolizmi temalı takıları moda olduğu için takmadığını belirtmektedir. Tüm cevaplar birbirini destekler nitelikte olup kişilerin inanç sembolizmi temalı takıların hikayesini merak edip, sorarak, araştırarak ve takıları barındırdığı anlamlar için taktıklarını göstermektedir.

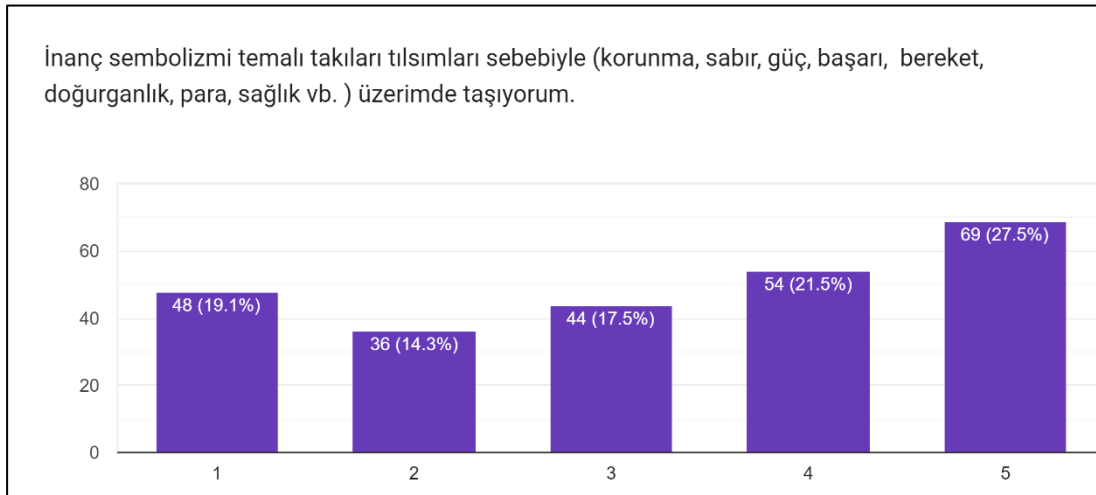
Diğer yandan tüketicinin inanç sembolizmi temalı takıları tercih etmesinin altında yatan inanç odaklı sebepleri ortaya çıkarmak için sorulan sorulara verilen cevaplar analiz edildiğinde; İnanç sembolizmi temalı takıları vücudunda taşımanın, daha iyi hissetmesini sağladığını düşünen kişilerin oranı %67,2'dir (Şekil 5.8). Şekil 5.8'de X

ekseninde 5’li Likert ölçeğinde anket sorusuna verilen cevap (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum), Y ekseninde ise katılımcı sayısı gösterilmektedir.



Şekil 5.8 : Tüketici anketi, inanç sembolizmi temalı takıların iyi hissettirme duygusuna olan tüketici ilgisi.

Ayrıca inanç sembolizmi temalı takıları tılsımları (korunma, sabır, güç, başarı, bereket, doğurganlık, para, sağlık) sebebiyle üzerinde taşıdığını belirtenlerin oranı %58,8’dir (Şekil 5.9). Şekil 5.9’da X ekseninde 5’li Likert ölçeğinde anket sorusuna verilen cevap (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum), Y ekseninde ise katılımcı sayısı gösterilmektedir.



Şekil 5.9 : Tüketici anketi, inanç sembolizmi temalı takının tercihinde tılsımın önemi.

Öte yandan inanç sembolizmi temalı takılar tanrı veya tanrılarla ilişkilendirilerek sorulan sorulara verilen cevaplar, inanç sembolizmini tılsımlarla ilişkilendiren sorulara verilen cevapların sonuçları kadar net değil, soruları olumlu veya olumsuz yanıtlayanların oranı birbirine çok yakındır. Örneğin; inanç sembolizmi temalı takıları Tanrıya veya çok Tanrılı inançlara yaklaşma ihtiyacı sebebiyle tercih ettiğini belirtenlerin oranı %47,2 iken, bu sebeple tercih etmediğini belirtenlerin oranı %52,2'dir. İnanç sembolizmi temalı takıları, Tanrının veya Tanrıların gücünü, korumacılığını üzerinde hissedebilmek için tercih ettiğini belirtenlerin oranı %43,4 iken, bu sebeple tercih etmediğini belirtenlerin oranı %56,6'dır. Şekil 5.10'da X ekseninde 5'li Likert ölçeğinde anket sorusuna verilen cevap (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum), Y ekseninde ise katılımcı sayısı gösterilmektedir.



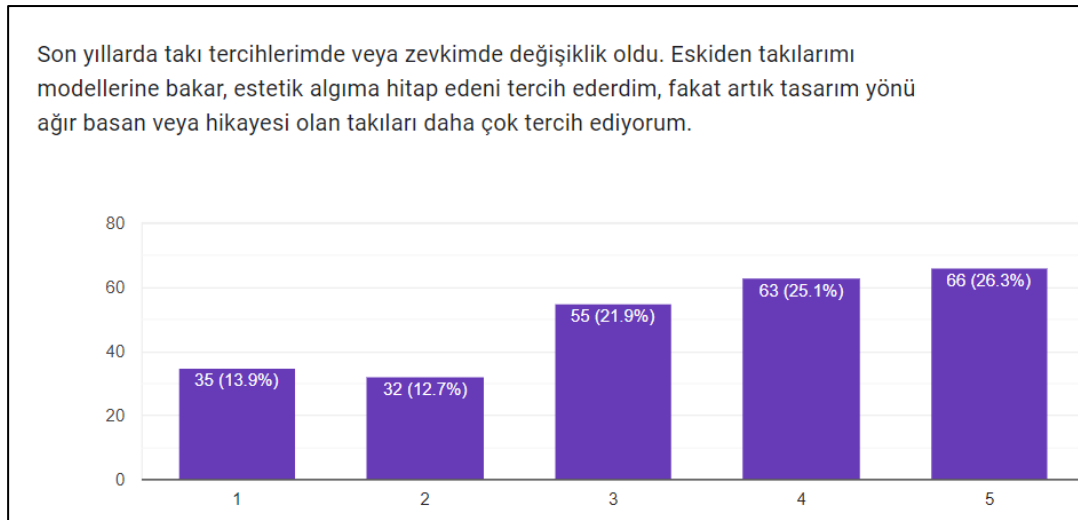
Şekil 5.10 : Tüketici anketi, inanç sembolizmi temalı takıya yaklaşma sebepleri.

Bu sonuçlardaki muğlaklık ikinci bir analiz çalışması yapma gereksinimini doğurmuştur ve pozitif korelasyonu ölçen bir değerlendirme ile sonuçlar tekrar analiz edilmiştir. İkincil analiz sonuçları göre; Dini inançlara ilgi düzeyi yüksek olan kişiler (bir başka deyişle Tanrı veya Tanrılara inanma eğilimi yoğun olan kişiler) aynı zamanda iyi hissetme isteğiyle inançlara sığınmakta ve inanç sembolizminin tılsım gücüne de yoğun ilgi duymaktadırlar. Buna ek olarak, Tanrı ve Tanrıların gücüne olan inancı yüksek kişilerin ise aynı zamanda tılsımların gücüne olan inançlarının ve genel anlamda dini inançlara olan ilgi düzeylerinin de yüksek olduğu görülmüştür.

Tüm bu analizler gösteriyor ki bu çalışmaya başlarken belirtilen bazı savlar aynı zamanda anketten elde edilen verilerin analiz edilmesiyle de doğrulanmaktadır.

Sonuç olarak günümüz insanının takılar vesilesiyle inanç sembolizmi öğelerini vücudunda taşıması; kişinin kendi tarzını ortaya koyma ve toplum içinde farklılaşma çabasının yanı sıra; kişiyi iyi hissetme, korunma ve güçlü kalabilme gibi ihtiyaçlarla kadim öğretilerden gelen inanç sembolizminin tılsımlı gücüne sığınmaya yönelmektedir.

Katılımcıların son yıllardaki takı tercihlerinde veya zevklerinde değişiklik olup olmadığını, yani eskiden takılarını estetik algılarına göre tercih ederken, artık tasarım yönü ağır basan veya hikayesi olan takılara yönelip yönelmedikleri sorulduğunda; katılımcıların %62,3' ünün takının tasarımının güçlü olmasına ve hikayesine göre takıyı tercih ederken, %37,5'inin ise takının tasarım yönüne dikkat etmeden kendi estetik algısına göre tercih ettiği sonucuna ulaşılmıştır (Şekil 5.11). Dolayısıyla takıya ilgi duyan kişilerin tasarım yönü güçlü takılara yönelimleri konusunda artış olduğunu söylemek doğru olacaktır. Bu sonuç kişisel görüşmeler yapılan takı tasarımcılarından tümünün Türkiye'de rafine zevkleri olan, farklı ve tasarım yönü güçlü takılardan hoşlanan bir takı tüketicisinin varlığından bahsetmenin doğru olacağı konusundaki düşüncelerini destekler niteliktedir. Şekil 5.11'de X ekseninde 5'li Likert ölçeğinde anket sorusuna verilen cevap (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum), Y ekseninde ise katılımcı sayısı gösterilmektedir.



Şekil 5.11 : Tüketici anketi, katılımcıların takı tercihleri hakkındaki bilgiler.

Tüketici anketine katılan katılımcılara 2 adet kişisel bilgiyi ölçme yönünde soru sorulmuştur bunlardan ilki eğitim düzeyleri, ikincisi ise aylık gelir düzeyleridir. Katılımcıların eğitim düzeyi sorgulanırken ölçülmek istenen konu; kişilerin eğitim düzeyinin inanç sembolizmine olan ilgiye etki edip etmediğidir. Alınan yanıtlara

göre katılımcıların %55,5'ü üniversite mezunu, %32,1'i yüksek lisans ve üstü, kalan %12,4'lük kesimin ise lise ve ortaokul mezunu olduğu öğrenilmiştir. Diğer yandan 251 katılımcıdan 184 kişi inanç sembolizmine yoğun ilgi duyduğunu belirtmektedir. İlgi seviyesi yüksek olan 184 kişinin 160'ı üniversite ve üstü eğitim düzeyine sahip kişilerdir, bu sonuçlar oranlandığında inanç sembolizmine ilgi duyan kişilerin %87'si üniversite, yüksek lisans ve üstü eğitim düzeyine sahip kişilerdir. Bu oranlara göre yapılan analiz sonuçları gösteriyor ki: İnanç sembolizmine ilgi duyan kişilerin büyük çoğunluğunun (%87'sinin) eğitim düzeyi çok yüksektir.

Bu konu tasarımcılarla yapılan kişisel görüşmelerle desteklenmesi gereken bir noktaya parmak basmaktadır. Röportaj yapılan tasarımcılardan Ece Şirin, Gülşah Sürel Erdem, Beste Cesur, Yonca Albayrak, Begüm Özbaş, Selda Okutan inanç sembolizmi öğeli tasarımlarına ilgi duyan kişilerin büyük çoğunluğunun ne istediğini bilen, araştıran ve eğitim düzeyi yüksek kişiler olduklarını düşündüklerini belirtmişlerdir. (K.G._E.Ş.; G.S.E.; B.C.; Y.A.; B.Ö.; S.O.)

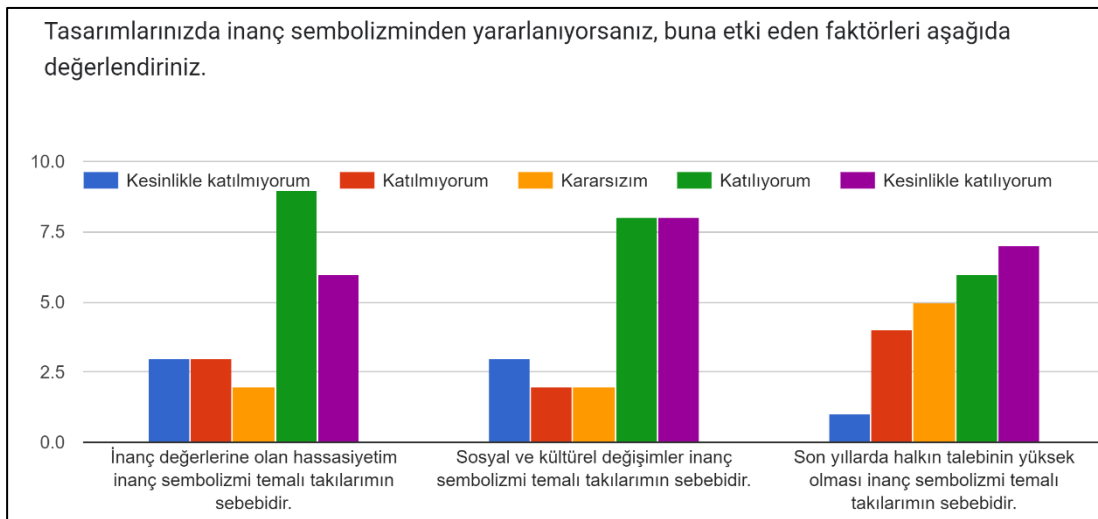
Gelir düzeyi sorgulamasının amacı ise çalışmanın giriş bölümünde hipotezler kısmında da belirtildiği gibi kişilerin inanç sembolizmine yoğun ilgisi üzerinde sosyo-ekonomik sebeplerin etkisinin olup olmadığını incelemektir. Analiz sonuçlarına göre: Aylık geliri 20 bin Lira ve üzeri olan kesim %12,6'lık dilimi, 15 ila 20 bin Lira aylık geliri olan kesim %11,7'lik dilimi, 10 ila 15 bin Lira olan kesim %19,2'lik dilimi, 5 ila 10 bin arasında olan kesim %43'lik dilimi oluştururken, kalan %13,5'lik kesim ise 5 bin Liraya kadar aylık gelirinin olduğunu söylemiştir. Ayrıca katılımcıların yarısı birkaç ayda bir veya daha sık takı aldığını söylerken diğer yarısı yılda bir veya daha seyrek takı aldıklarını belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre yapılan analiz neticesinde: İnanç sembolizmine ilgi duyan 184 kişiden sadece 43'nün aylık geliri 10.000 TL'nin üzerinde iken, %57'lik kesimin aylık geliri 10.000 TL' nin altındadır.

Tüm bu analizler değerlendirildiğinde ortaya çıkan sonuç gösteriyor ki; kişilerin ekonomik durumları inanç sembolizmine olan yoğun ilgi üzerinde belirleyici bir faktör değildir. Yani kişilerin ekonomik durumlarının iyi veya kötü olması inanç sembolizmine duydukları ilgi ve alakayı etkilememekte, ekonomik olarak rahat veya zor durumda olduğu düşünülen her iki kesim de inanç sembolizmine yoğun ilgi duymaktadır. Sonuç olarak bu analizden yola çıkarak kişilerin ekonomik durumlarının inanç sembolizmine duyulan ilgi noktasında belirleyici bir faktör

olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla inanç sembolizmine duyulan ilgi yoğunluğunu sosyo-kültürel ve sosyo-dini faktörlerle ilişkilendirmek hatalı olmayacaktır.

Ekler bölümünde yer alan tasarımcılara yönelik yapılan anketin analiz sonuçları değerlendirildiğinde; ankete katılan tasarımcıların %84,4'ü inanç sembolizmi temalı takılara olan ilgi düzeyinin yüksek olduğunu belirtmiştir. Ayrıca katılımcılar %70,8 gibi bir oranla 2000 yılı sonrasında Türkiye’de inanç sembolizmi temalı takı tasarımlarına olan ilginin, 2000 yılı öncesine kıyasla yükselişte olduğunu düşünmektedir. Diğer yandan katılımcıların 2000 sonrası takı tasarımlarında inanç sembolizmi temalı takılarda görülen artışın sebebini yüksek oranda ruhsal anlamda korunma ve sığınma ihtiyacındaki artış ile ilintili olabileceğini düşündükleri tespit edilmiştir.

Katılımcı tasarımcıların %75'i inanç sembolizmi öğelerinin insanlık tarihi boyunca insan hayatında hep var olduğunu bu da tasarımcının bilinçaltı kaynaklı ya da bilinçli bir şekilde bu sembolleri tasarımına yansıtmasına sebep olduğunu belirtmişlerdir. Ankete katılan tasarımcıların büyük çoğunluğu diğer tasarımcıların inanç sembolizmi temasından yararlanmalarının sebeplerini; diğer tasarımcıların Anadolu öz kültüründen beslenme isteğine, inanç temasının son yıllarda sanatta sıkça kullanılıyor olmasına ve halkın inanç sembolü barındıran takılara yoğun ilgisinin olmasına bağlamaktadırlar. Aynı tasarımcılara kendi inanç sembolizmi temalı tasarımlarına etki eden faktörlerle ilgili sorular da sorulmuştur ve yapılan analizde; sosyal ve kültürel değişimler konusundaki hassasiyetlerinin tasarımlarında büyük etkiye sahip olduğunu düşünenlerin oranı %70,83'tür (Şekil 5.12).



Şekil 5.12 : Tasarımcı anketi, inanç sembolizmi içeren takılarının sebepleri.

Aynı zamanda %66,6 gibi bir oranla inanç değerlerine olan kendi hassasiyetlerinin etkisini yüksek görürken, %64,58 gibi bir oranla son yıllarda halkın inanç sembolizmi temalı takılara olan ilgisinin yüksek olmasının tasarımları üzerinde çok etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuçlar gösteriyor ki; tasarımcılara yönelik yapılan anket çalışması ile seçilmiş olan dokuz takı tasarımcısıyla yapılan röportajlardan elde edilen veriler büyük oranda birbirini destekler niteliktedir. Analiz sonuçlarına göre, takı tasarımcılarının 2000 sonrası inanç sembolizmi temasına olan ilgisi artmıştır. Bu artışın sebepleri arasında öne çıkan etkenler üç grupta toplanabilir: İlki Anadolu kadim kültüründen kaynaklanan kültürel ve dini değerlere olan ilgi, merak ve hassasiyetteki artış; ikincisi sosyo-kültürel etkilerle tasarımcıların inanç sembolizmi temasına yönelimlerdeki artış; üçüncüsü ise toplumda inanç değerlerine ve inanç sembolizmine olan ilginin artışıdır.

Ankete katılan tasarımcılara inanç sembolizmine ilgi duyan tüketici kitlesiyle ilgili sorular da yöneltilmiş ve tasarımcıların bakış açısıyla tüketicinin sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik ve sosyo-dini yapısı değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bunun amacı ise, halkın inanç sembolizmine olan ilgisinin sosyo-kültürel izdüşümlerini tasarımcı bakış açısıyla da analiz edebilmektir. Tasarımcıların büyük çoğunluğu inanç sembolizmi temalı takıların barındırdığı tılsım düşüncesinin halkın talebi üzerinde büyük etkiye sahip olduğunu belirtirken, bu takıların hikayelerinin ilgi çekici olmasının da talebi büyük oranda etkilediğini düşünmektedirler. Modanın halkı yönlendirdiğini düşünen tasarımcılar olsa da analiz sonuçları modanın etkisinin tılsım gücü ile takının hikayesine oranla çok daha az etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Ankete katılan tasarımcıların takı tüketicileriyle ilgili sorulara verdikleri cevaplar neticesinde; sanata ilgi duyan kesimin inanç sembolizmine de ilgisinin yüksek olduğunu düşünülmektedir. Ayrıca tasarımcılar 26-55 yaş grubu arasındaki tüketici gruplarının inanç sembolizmi temalı takılara daha yoğun ilgi gösterdiğini belirtmektedirler. Diğer yandan tasarımcıların büyük bir çoğunluğu tüketicilerin sosyo-ekonomik durumlarına ve meslek gruplarına göre inanç sembolizmine olan ilgi düzeylerini değerlendirdiklerinde, beyaz yakalı tabir edilen orta gelir düzeyinde çalışan kesimin ve serbest meslek sahibi üst gelir düzeyinde çalışan kesimin ilgi düzeylerinin daha yoğun olduğunu belirtmişlerdir. Sosyo-dini açıdan yaptıkları

değerlendirmede ise, tanrıya inancı yoğun olan kesimin her tür inanç sembolizmi ögesine yoğun ilgi beslediğini düşünmektedirler.

Tüm bu sonuçlar tüketicilere yönelik olarak yapılan anket çalışmasında edinilen sonuçlarla birebir örtüşmektedir ve analizler ekonomik durumun inanç sembolizmine duyulan ilgi noktasında belirleyici bir faktör olmadığı göstermektedir. Analiz sonuçları değerlendirilip tüm veriler göz önünde bulundurularak eğitim düzeyi yüksek, sanata ilgi duyan, entelektüel birikime sahip ve aynı zamanda dini inançları kuvvetli 26-55 yaş grubu arasında olan tüketici kitlesinin varlığından söz etmek ve bu kitlenin özellikle tılsım yönü güçlü olan inanç sembolizmi öğeli takılara daha fazla ilgi duyduğu şeklinde yorum yapmak doğru olacaktır. Dolayısıyla inanç sembolizmine duyulan ilgi yoğunluğunu sosyo-kültürel ve sosyo-dini faktörlerle ilişkilendirmek mümkündür.

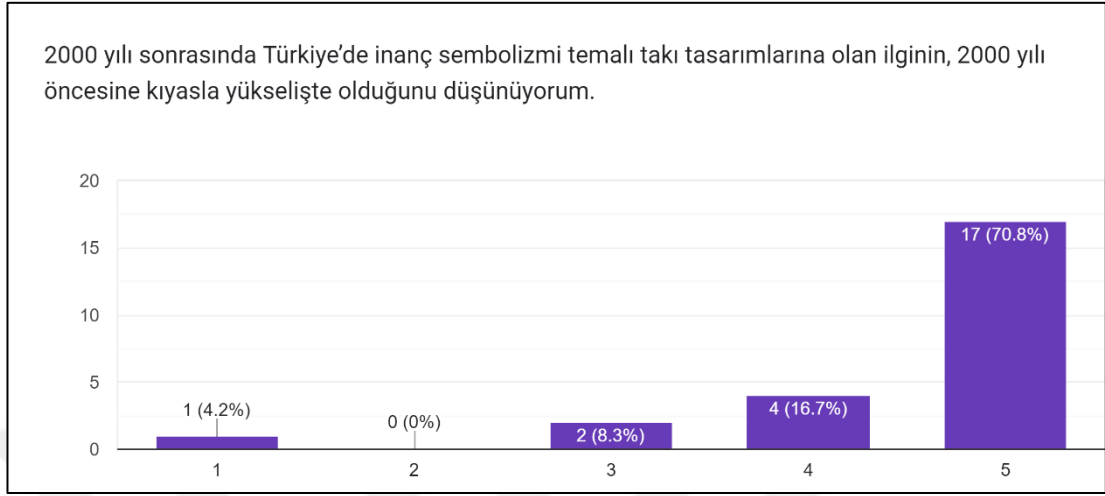
Özetle her iki anket analizi değerlendirildiğinde varılan sonuçlar hipotezleri kanıtlar niteliktedir. Analiz sonuçlarının çıkarılan sonuçlar kısaca özetlendiğinde; tüketici katılımcıların %77,7'sinin inanç sembolizmi ve mitolojik hikayelere duydukları ilginin yüksek olduğunu (Şekil 5.13), 52,9%'nun özel bir ilgisinin olduğunu, %88,8'inin ise kesinlikle antipatik bulmadığını belirtmiştir.



Şekil 5.13 : Tüketici anketi, inanç sembolizmi ve mitolojik hikayelere ilgi.

Tasarımcı katılımcıların %66,6'sı ise inanç değerlerine olan hassasiyetleri nedeniyle inanç sembolizmi temalı takılar tasarladıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca %75'i inanç sembolizmi öğelerinin insanlık tarihi boyunca hep var olduğunu ve bu sembollerin güncel tasarımlara yansıdığını düşünmektedir.

Tüketici katılımcıların %62,3'ü son yıllarda tasarım yönü ve hikayesi güçlü takılara eğiliminin arttığını söylemiştir. Tasarımcı katılımcıların %84,4'ü, tüketicilerin inanç sembolizmi temalı takılara olan ilgilerinin yüksek olduğunu belirtmiştir (Şekil 5.14).



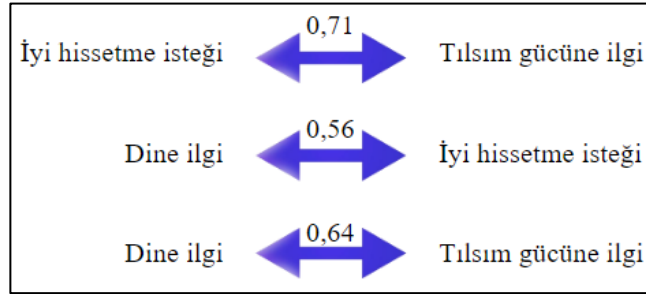
Şekil 5.14 : Tasarımcı anketi, 2000 sonrası inanç sembolizmi temalı takılara ilgi.

Ayrıca inanç sembolizmine olan ilginin 2000 sonrasında 2000 öncesine kıyasla yükselişte olduğunu düşünen tasarımcıların oranı %70,8'dir. %64,6'sı ise son yıllarda, halkın ilgisinin yüksek olmasının tasarımları üzerinde çok etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuçlar gösteriyor ki 2000 sonrası inanç sembolizmi temalı takılara olan hem tüketici hem tasarımcı ilgisi artmıştır.

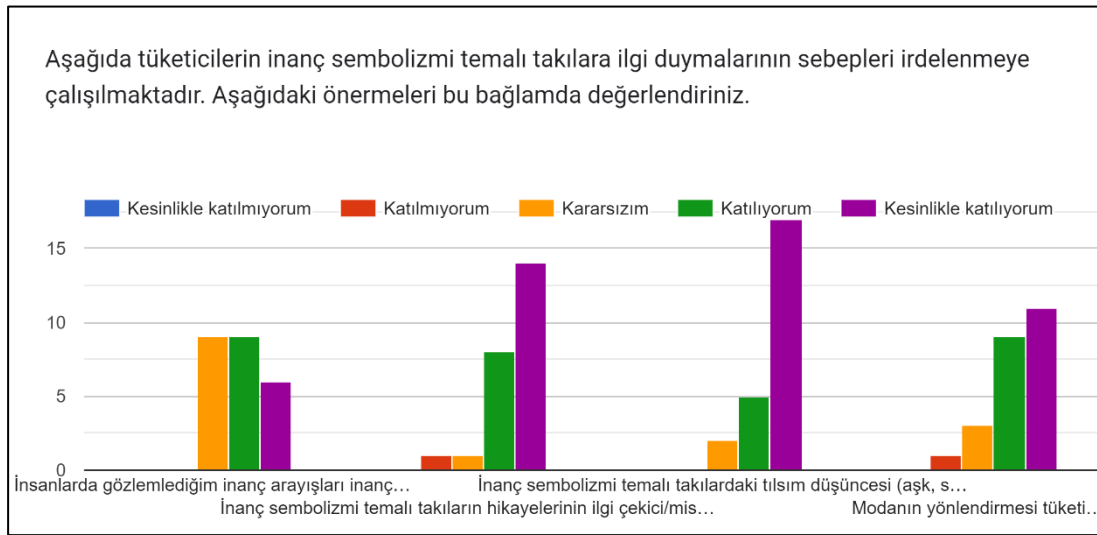
Tüketici katılımcıların %69,7'si takı satın alırken satıcıya takının ve üzerindeki simgelerin anlamını sorduğunu belirtiyor, %58,2'si hikayesi veya mitolojisini satın almadan önce bildiğini söylüyor, %67,7'si moda olduğu için takmadığını, %67,2'si iyi hissetmek için, %58,8'i tılsım gücü sebebiyle tercih ettiğini belirtiyor. Buna karşılık tanrıya yaklaşma ihtiyacı %47,2, tanrının gücü ve korumacılığını hissetme ihtiyacı %43,4 oranında etkilidir. Bu sonuçlar tanrı inancı ile inanç sembolizmi arasındaki ilişkinin daha muğlak olduğu yönünde yorumlanmıştır. Dolayısıyla aralarında bir ilişki bulunup bulunmadığını ölçmek için korelasyon analizi çalışması yapılmıştır ve dini inançlara ilgi düzeyi yüksek olan kişilerin iyi hissetmek ve tılsım gücünden faydalanmak motivasyonlarının da yüksek olduğu görülmüştür (Şekil 5.15). Dini inançlara olan ilginin seviyesi ile iyi hissetme ve tılsım gücüne duyulan eğilim arasında pozitif korelasyon tespit edilmiştir.

Tasarımcıların %70,8'i sosyo-kültürel değişimler konusundaki kendi hassasiyetlerinin, %66,6'sı inanç değerlerine olan kendi hassasiyetlerinin, %64,5'i de

halkın ilgisinin yüksek olmasının tasarımları üzerinde etkili olduğunu belirtmişlerdir (Şekil 5.16).



Şekil 5.15 : Tüketici anketi, dini inançlara olan ilgi seviyesi ile iyi hissetme ve tılsım gücüne duyulan eğilim arasındaki ilişkiler.



Şekil 5.16 : Tasarımcı anketi, inanç sembolizmi temalı takıya ilginin sebepleri.

Kişisel bilgileri ölçme yönünde sorulan sorulara göre inanç sembolizmine ilgi duyan tüketicilerin %87'sinin eğitim durumu lisans ve üstüdür. Ayrıca tasarımcıların %83,4'ü tüketicilerin eğitim düzeyi yükseldikçe inanç sembolizmi temalı takılara olan ilgi düzeyinin de yükseldiğini belirtmiştir.

Röportaj yapılan sanatçıların büyük bir kısmının da görüşleri bu yöndedir. Buna karşılık kişilerin ekonomik durumlarının inanç sembolizmine ilgi üzerinde belirleyici bir faktör olmadığı analiz sonuçlarıyla tespit edilmiştir. İnanç sembolizmi öğelerine artan ilgi bağlamında yapılan araştırmalar göstermiştir ki; kayda değer bir tüketici kitlesi, hikayesi olan takılar vesilesiyle inanç sembolizmi öğelerini vücudunda taşımaktan büyük haz duymaktadır. Bu hazzın sebepleri araştırıldığında kişinin toplum içinde farklılaşma çabasının yanı sıra; kendini iyi hissetme, korunma,

içindeki gücü açığa çıkarma, güçlü kalabilme gibi ihtiyaçlarla inanç sembolizminin tılsımlı gücüne sığınmaya yönelik güçlü bir istek duyduğu anlaşılmıştır.

Konu tasarımcıların inanç sembolizmine ilgisi açısından değerlendirildiğinde; 2000 sonrası Türkiye'nin içinde bulunduğu sosyo-kültürel değişimler Türkiye takı sanatını etkilemiş ve sanatsal yönü güçlü, hikayesi olan tasarımlara imza atan takı tasarımcıları ön plana çıkmıştır. Bu tasarımcıların ortak noktalarından en belirgin olanı inanç sembolizmi temasını sıklıkla işliyor olmaları ve tüm takılarının bir hikayesi olmasıdır.

Sonuç olarak 21. yüzyılda Türkiye’de hikayesi olan sanatsal eserler üreten takı tasarımcıları, inanç sembolizmi temalı takılarının hikayelerine yükledikleri anlamlarla, takılarını bir ifade biçimi şeklinde kendi düşüncelerinin dışavurumu olarak kullandıkları ve felsefelerini halka aktarmayı amaçladıkları tespit edilmiştir.



6. SONUÇ VE ÖNERİLER

90'ların sonlarından başlayarak 2000'lerde artarak devam eden geçmişe öykünme, eski kültürel değerleri bugünün bakış açısıyla yorumlama anlayışı sanatın birçok dalında olduğu gibi takıda da karşımıza çıkmaktadır. Türkiye takı sanatçılarının kendi ideolojilerine, duygu ve düşüncelerine göre yarattıkları sanat eserlerinde kadim kültürlerin her tür inanç kavramlarına ve inanç sembolizmine yer verme hatta gündelik hayata dahil etme eğilimlerinin yükselişe geçtiği görülmektedir. Anadolu'da yaşamış kadim medeniyetlerin nesilden nesile aktarılan öz kültürüne, bu topraklarda hüküm sürmüş toplumların sanatlarına işledikleri her tür inanç öğelerine ve bunun binlerce yıl içerisinde dönüştüğü inanç sembolizmine olan toplumsal ilginin de özellikle 2000'li yıllarda yükselişe geçtiği düşünülmektedir.

2000'li yıllarda artışa geçen inanç sembolizmi temalı takılar arasında Anadolu'nun öz kültüründen gelen mitolojiler, kadim kültürlerin inanç sembolizmi öğeleri ve tek tanrılı İbrahimi dinlerin inanç sembolizmi etkilerinin yoğun olarak görülmekte olduğu söylenebilir. 2000 sonrası takıda gözlemlenen inanç sembolizmi öğelerindeki artışın hem takı sanatçıları hem de toplum açısından sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik, sosyo-dini sebeplerinin ortaya çıkarılabilmesi için bu çalışma gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın ilk bölümünde takının sanatsal değeri, ifade aracı ve kültür taşıyıcısı olma özellikleri üzerinde durulmuştur. Ayrıca inanç kavramının insanlık tarihiyle eş zamanlı olarak evrildiği gerçeğine paralel olarak gelişen, toplumların inandıkları ve sığındıkları kavramları her an bedenleri üzerinde taşıyabilmek için takıdan yararlanmalarına değinilmiştir. Dolayısıyla takı insanlık tarihi boyunca her devirde tüm kültürel ve sanatsal gelişmeleri kendi bünyesinde barındıran global bir ifade aracı, süreklilik arz eden bir kültür taşıyıcısı olma misyonuna bürünmüştür.

Takı tarihinin, takıda din etkisinin ve inanç sembolizmi öğelerinin incelemesi yapılırken takının da diğer sanat dalları gibi sosyo-kültürel gelişmelerden etkilendiğini göz önünde bulundurarak, takının ve takıda inanç sembolizminin tarihsel gelişimi sosyo-kültürel değişimler bağlamında araştırılmıştır. Anadolu

medeniyetlerinde çok tanrılı dinlerde takı sanatı ve kültürü ardından tek tanrılı dinlerin etkisinde gelişen takı kültürü incelenmiştir. Çok tanrılı dinlere ait inanç öğelerinin kültürel etkileşimlerle toplumdan topluma ve zaman içerisinde ufak değişikliklerle evrilerek nesilden nesile geçtiği anlaşılmıştır. Hatta tek tanrılı dinlerde gözlemlenen inanç sembolizmi öğelerinin kökenlerinin çok eski çağlardan gelen kadim öğretilere dayandırılabilceği gözlemlenmiştir. Din çatısı altında gelişen inanç sembolizmi Rönesans ile sosyo-kültürel gelişmeler ekseninde evrilmeye başlayarak Sanayi Devrimi sonrası farklı bir boyuta taşındığı anlaşılmıştır. Sanayi Devriminin beraberinde getirdiği teknolojik gelişmeler üretimi arttırmış, ekonomik gelişmeyi dolayısıyla sosyo-kültürel yaşamda çeşitli değişimleri ortaya çıkartmıştır. 20. Yüzyıla gelindiğinde bu yüzyılda yaşanan iki dünya savaşı ve bu savaşların insanlık üzerinde yarattığı yıkımlar, hayal kırıklıkları ve travmalar sonucu insanoğlu kendi varlığını, kimliğini, ahlaki değerlerini sorgular olmuş, hayata ve sanata bakış açısı tamamen değiştiği gözlemlenmiştir. Endüstri çağını takiben gelen psikolojik travmalar ve sosyo-kültürel değişiklikler her koşulda sorgulayan, geçmişle olan tüm bağını koparıp yeni bir çağ açmak, yeni bakış açıları yaratmak için çırpınan bir sanatçı güruhu yaratmıştır. Endüstri çağının kendisine sunduğu ekonomi ve üretim rahatlığıyla sanat da özgürleşmiş eski gelenek ve kuralları yıkarak, ustalardan gelen mükemmeliyetçi tavırların tam zıttı kuralsız, özgür yepyeni akımlara gebe yeni bir vizyon kurmak için kısacası her anlamda yeni bir çağ açmak için çaba harcadığı görülmüştür. 20. yüzyılda Dünya ve Avrupa’da takı sanatının da diğer sanat dallarındaki akımlarla paralel olarak değişim gösterdiği görülmektedir.

20. yüzyılı takiben 21. yüzyıldaki gelişmeler sosyologlar gözünden sosyo-kültürel anlamda değerlendirildiğinde; 2000’li yıllarda internet ve teknolojinin yoğun bir şekilde hayatımıza girmesiyle sosyal medya ağları toplumların büyük bir kesimi tarafından vazgeçilmez olmuştur. Teknoloji ve sosyal medyanın insanlar üzerinde öğretici, sosyalleştirici ve geliştirici bir gücü vardır. Ancak bunun yanında küreselleşme ile tüketim çılgınlığı ve bireylerin sürekli daha fazlasına sahip olma arzusu sosyal medyanın gücüyle tetiklenmiş, toplumlar üzerindeki etkisinin hissedilir boyutta arttığı gözlemlenmiştir. Dolayısıyla kitle iletişim teknolojilerinin etkileri bireyleri sürekli öz eleştiri yapmaya, mutsuzlaşmaya, yalnızlaşmaya ve içine kapanmaya sevk ettiği de görülmektedir. Diğer yandan özellikle geleneksellikten uzaklaşmamış toplumsal normlara sahip günümüz toplumlarının 21. yüzyılın değişen

sosyo-kültürel atmosferine uyum sağlama çabası içinde oldukları söylenebilir. Bu adaptasyon sürecine farklı açılardan etki eden popülist politikalar, savaşlar, göçler ve tüm bunların toplumlar üzerinde ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan olumsuz yansımaları bireyleri dini inançlara ve milli değerlere bağlanmaya sevk etmiş olabileceği düşünülmektedir. Bireyi ve toplumları global ve lokal arenanın her alanında derinlemesine etkileyen tüm bu değişimler inanç sistemlerini de etkilemektedir. Aşırı akılcı tutumlar ve özgürlüklerin insan doğasında çeşitli rahatsızlıklara sebebiyet vererek inanma güdüsünü tetikleyeceği ve kutsala dönüş noktasında yönelim olabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda toplumları sosyo-dini eksen üzerinde çözümlemeye çalışan sosyologlar 20. yüzyılın 2. yarısından sonra başlayıp 21. yüzyıla gelindiğinde çağın yeni dinamikleri ve uyarıcılarının etkisiyle büyük bir artış gösteren dini yönelimleri sosyologlar kutsala dönüş, dinin yeniden kuruluşu gibi ifadelerle tanımlamışlardır.

Çağımız toplumlarında farklı sosyo-kültürel ve ekonomik kutuplar arasında yani ekonomik durum göz ardı edilerek; hem ekonomik özgürlüğe sahip, refah içinde yaşayan kesim, hem de ekonomik zorluklar yaşayıp gelecek kaygısı içinde olan kesim korku, kaygı ve benzer ruhsal açlıklar sebebiyle büyük olasılıkla aynı yöne, yani fayda bulacağını düşündüğü farklı inanç arayışlarına yönelme eğiliminde olabilirler. Tasarımcılarla yapılan kişisel görüşmeler ve anket sonuçlarında da kişilerin inanç sembolizmine olan ilgi artışlarında ekonomik düzeylerinin rolü olmadığı görülmüştür. İnanç sistemlerine yönelik bu eğilim sonucunda iyi hissetme, korunma ihtiyaçları, mitolojilerdeki efsanevi tanrıların güçlerine sığınma, eski tanrıların tılsım gücüyle içsel gücü ortaya çıkarma gibi eğilimler yükselişe geçmiştir. Sonuç olarak eski ruhsal öğretiler mevcut geleneksel inançlar olan İbrahimi dinlerle harmanlanarak tüm inançlardan medet umma durumunun gelişmiş olabileceği düşünülmektedir.

Sosyo-politik açıdan değerlendirildiğinde, 2000 sonrasında Türkiye’de iktidara geçen muhafazakâr kesimin popülist söylemlere vurgu yaparak dini ve milli değerleri ön plana çıkardığı ve toplumun dini değerlere yönelmesinde etkili olduğu düşünülebilir. Dolayısıyla sosyo-kültürel çerçeveden bakıldığında, çağımızın içinde bulunduğu konjonktürün günümüz toplumu üzerindeki etkisinin küçük bir dışavurumu olarak inanç sembolizmi temalı takılara olan ilginin kaynağının; inanma güdümüzün artışıyla Anadolu köklerimizden gelen kadim inançlara, tılsımlara bağlanma ya da

mevcut dini inançların yanında eski inançlardan medet umma ihtiyacı olabileceği düşünülmüş, bu konu araştırılmıştır.

Takılarda karşımıza çıkan inanç sembolizmi öğeleri Türkiye’de tasarım bilincinin oturması açısından çalışmanın 3. Bölümünde değerlendirilmiştir. Yapılan araştırmalara göre, 90’ların sonlarına doğru köklerden beslenerek özgün bir kimlik oluşturma gerekliliğinin farkına varılmış olduğunu ve geçmişe öykünme ile öz kültüre dönüş serüveninin 2000’ lerde ciddi bir ivme kazandığını görmekteyiz. Türkiye’de tasarım bilincinin gelişmesi ile takı tasarımına da önem verilmiştir. Tasarım alanında eğitim alan Türk takı tasarımcıları hem teknolojik gelişmelerle teknolojiyi tasarımlarına yansıttıkları, hem de çok farklı malzeme kullanımlarıyla özgün tasarımlara imza attıkları görülmüştür. 2000’lerden sonra takı tasarımında da geçmişe öykünme, köklerden beslenme kısacası kendi özümüze dönüşün yansımaları görülmektedir.

Genel itibariyle 2000 sonrası takı tasarımları incelendiğinde; tarihin izlerini yorumlamaktan hoşlanan ya da böyle bir iddiası olmamasına rağmen içinde yaşadığı Anadolu kültüründen etkilenmekten çekinmeden tasarımlarına yansıtan tasarımcı grubunun tasarımlarında Anadolu öz kültürünün yansıması niteliğindeki inanç sembolizmi temalı öğeler sıklıkla göze çarpmaktadır. Bazı takı tasarımcıları bir ya da daha çok koleksiyonunda inanç sembolizmi temalı ve inanç sembolizminin tılsım, büyü, şifa gibi yönlerini vurgulayan takılar tasarlarlarken bazı tasarımcılar markalarını tamamiyle inanç sembolizmi teması üzerine konumlandırmışlardır. Tüm bu takı tasarımcılarının ortak noktası ise; tasarımlarını birer ifade aracı olarak kullanıyor olmalarıdır. Hatta hepsi kendi tasarımlarını tanımlarken tasarımların her birinin farklı birer hikâye anlattığını ya da bir amaca hizmet ettiğini vurgulamaktadırlar. Yani takılar sadece vücudu süsleyen eşyalar olmaktan çıkıp hikâye anlatıcısı meddahlar, takan kişiyle bütünleşen tılsımlar, mesaj ileten ulaklar, kısacası ifade aracı niteliğine bürünmüş çok yönlü sanatsal objeler olmuşlardır. Anadolu kültürüne ait inanç sembolizmi öğelerinin özellikle 2000’li yıllardan sonra Türkiye takı sanatında ağırlıklı olarak tercih edilmesindeki sebeplerin anlaşılabilmesi için, çalışmanın kapsamına, Anadolu kültürü inanç sembolizmi teması ve öğelerini takılarında işleyen takı tasarımcıları ile kişisel görüşmeler dahil edilmiştir. 2000 sonrası kendi tasarımlarını üreterek kendi takı markalarını kurmuş olan; yedi takı firması sahibi toplamda dokuz tasarımcının takı konusunda tavırları, üslupları, inanç sembolizmine

bakış açıları, son yirmi yılda takıda inanç sembolizmi teması hakkındaki fikirleri öğrenilmiş ayrıca inanç sembolizmi temalı takılarından örnekler seçilerek incelenmiştir. Çalışmada takı tasarımcılarıyla yapılan kişisel görüşmelere 4. Bölümde yer verilmiştir. İnanç sembolizmi temalı takılarından seçkilerin incelenmesi doğrultusunda bir katalog bölümü hazırlanmış, ardından röportaj sonrası edinilen bilgilerin derlendiği ve incelendiği bir alt başlık oluşturulmuştur. Bu görüşmeler neticesinde edinilen sonuçlardan birisi; tasarımcıların hiçbiri Anadolu kültürünü yansıtan inanç sembolizmi temalı takılarının sebeplerini kimlik arayışı gibi tasarımsal sebeplerden kaynaklandığını söylememişlerdir. Tasarımcılar çoğunlukla üzerinde yaşadığı toprakların kültüründen beslenmekten memnun olduğunu söylerken bir yandan da bu kültürle yoğurulup inanç sembolizmi temalı öğelerden kendileri de etkilendikleri için, inanç sembollerinin derin anlamlar barındırdığı için, anlatacak hikayeleri olduğu için, içsel gücü ortaya çıkarmak ve ihtiyaçlara destek olmak için inanç sembolizmi temalı takılar tasarladıklarını belirtmişlerdir.

Dolayısıyla 2000 sonrası takı tasarımcılarının Anadolu kültüründen beslenerek inanç sembolizmini takılarına yansıtma çalışmalarının altında yatan, geçmişe öykünme, köklerden beslenme veya öze dönüş gibi tasarımlara kimlik yükleme amaçlı tasarımsal çabaların dışında; içinde yaşadığımız çağın sosyo-kültürel, sosyo-dini, sosyo-politik tüm dinamiklerinin bireyler ve toplumlar üzerinde yarattığı sosyolojik ve psikolojik yansımaları bulunmaktadır. Bu yansımalar sonucu kişinin inançlara sığınma veya içsel gücü ortaya çıkarma gibi ihtiyaçlarından kaynaklanıyor olması inanç sembolizmi temalı takılara yönelimin sebepleri arasında sayılabilir mi? Bu soruya yanıt bulmak, inanç sembolizmi temalı takılara olan ilginin artmasının sebeplerini araştırabilmek ve kamuoyunun nabzını tutabilmek adına takıya ilgi duyan tüketicilere ve takı tasarımcılarına yönelik anonim anket çalışmaları yapılmıştır. Çalışmanın 5. Bölümünde ise yapılan bu iki ayrı anket çalışmasının analizleri değerlendirilmiştir. Analiz sonuçları çalışmaya başlarken yol gösterici olan sorunsallar doğrultusunda incelenmiş ve sonuçların hipotezleri destekleyip desteklemediği araştırılmıştır.

Çalışmanın 5. Bölümünde yapılan anketlerin analiz sonuçları, tasarımcılarla yapılan röportaj verileri ve çalışma boyunca yapılan literatür taramasının tamamı birlikte değerlendirildiğinde çalışmaya başlarken öne sürülen hipotezlerin kanıtlandığı görülmüştür.

Sonuç olarak, elde edilen veriler, araştırmalar, incelemeler, tasarımcı görüşmeleri ve anket analizleri doğrultusunda çalışmaya başlarken belirtilen hipotezlerin tamamı çalışmanın sonucunda doğrulanmıştır. Takı, diğer sanat dallarında olduğu gibi toplumların karşılaştığı sosyal, kültürel, psikolojik, ekonomik, dini sebepli değişikliklerden etkilenmekte ve sanatsal bir ifade aracı olarak değer görmektedir. Dolayısıyla takı Anadolu coğrafyasında eski dönemlerde olduğu gibi 21. Yüzyıl'da da sosyo-kültürel etkilerle şekillenmiştir. 2000 sonrası Türkiye'de sanatsal takı öğelerinde inanç sembolizminin sıklıkla karşımıza çıkmasının sebebi; 2000 sonrası değişen sosyo-kültürel etkilere bağlı olarak hem tasarımcıların hem de tüketicilerin inanç sembolizmine duydukları ilginin artmasıdır. İnanç sembolizmi öğelerine artan ilgi bağlamında yapılan araştırmalar göstermiştir ki; kayda değer bir tüketici kitlesi, hikayesi olan takılar vesilesiyle inanç sembolizmi öğelerini vücudunda taşımaktan büyük haz duymaktadır. Bu hazzın sebepleri araştırıldığında kişinin toplum içinde farklılaşma çabasının yanı sıra; kendini iyi hissetme, korunma, içindeki gücü açığa çıkarma, güçlü kalabilme gibi ihtiyaçlarla inanç sembolizminin tılsımlı gücüne sığınmaya yönelik güçlü bir istek duyduğu anlaşılmıştır.

Konu tasarımcıların inanç sembolizmine ilgisi açısından değerlendirildiğinde, 2000 sonrası Türkiye' nin içinde bulunduğu sosyo-kültürel değişimler Türkiye takı sanatını etkilemiş ve sanatsal yönü güçlü, hikayesi olan tasarımlara imza atan takı tasarımcıları ön plana çıkmıştır. Bu tasarımcıların ortak noktalarından en belirgin olanı inanç sembolizmi temasını sıklıkla işliyor olmaları ve tüm takılarının bir hikayesi olmasıdır. Sonuç olarak 21. yüzyılda Türkiye'de hikayesi olan sanatsal eserler üreten takı tasarımcılarının, inanç sembolizmi temalı takılarının hikayelerine yükledikleri anlamlarla, takılarını kendi ideolojilerinin dışavurumu olarak kullandıkları ve tasarladıkları takılar aracılığıyla felsefelerini yansıtmak ve tasarımlarını bir iletişim biçimi olarak kullanmayı amaçladıkları tespit edilmiştir.

KAYNAKLAR

- Adıgüzel, H.** (2006). *19-20. yüzyıl İstanbul mimarlığında Art Nouveau üsluplu çiniler*. (Yüksek lisans tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akahn, K. H.** (2016). Mitlerin yaşamamış insan-tanrılarında incillerdeki tek tanrı-insanı sembolik İsa'ya geçiş. *Iğdır Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (7), 171-223.
- Akarpınar, B.** (2004). Sûfi kültüründe sembollerin yeri ve önemi hakkında bir deneme. *Türkbilig*, (7), 3-19.
- Akurgal, E.** (1968). *The Art of Greece: its origins in the Mediterranean and Near East* (Vol. 26). Crown Publishers.
- Akurgal, E.** (1970). *Ancient civilizations and ruins of Turkey*, s.512.
- Akyüz, D.** (2020). *Kavramsal sanatın günümüz takı tasarımına etkileri*. (Sanatta Yeterlik Tezi). Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü. İstanbul.
- Albayrak, E. S.** (2019). Sosyal ağlar ve modern insanın yalnızlaşması: Coca-Cola reklam örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(70), 929-942.
- Albayrak, Y.** (2021) Kişisel görüşme, 06 Haziran, İstanbul.
- Aliman, A.** (2015). *Fantastic world of jewellery*.
- Altınbaş Sarıgül, F.** (2015). *Kapalıçarşı'daki el yapımı mücevherat ustalığı: Mesleğin dönüşümü*. (Doktora tezi). Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Altınoluk, S.** (2013). Batı Anadolu'dan iki tılsımlı obje: Abrasaks. *Tarhan Armağanı. Essays in Honour of M. Taner Tarhan*, İstanbul, s.13-18.
- Altıntaş, K. B. & Önder, Ö.** (2021). Siyasetin halet-i ruhiyesi: popülizm ve demokrasi dikotomisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 115-129.
- Arslan, M.** (2006). Değişim sürecinde yeni dindarlık formları:"yeni çağ" inanışları örneği. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 4(11), 9-25.
- Arslan, M.** (2010). Seküler toplumlarda kutsal arayışları: geç modern dönemde büyü din ilişkisinin sosyolojik analizi. *İnönü Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1), 195-210.
- Arslan, M.** (2013). *Sosyo dini farklılaşma ve İslam: sosyolojik ve antropolojik perspektifler*. Eskiyei Yayınları.
- Astfalck, J., Broadhead, C. & Derrez, P.** (2005). *New directions in jewellery*. Black Dog Publishing, Londra, s.211.

- Atakuman, Ç., Erdemir, T. T., Erdem, D. & Koç, İ.** (2006). *Hititler*. ODTÜ Geliştirme Vakfı Yayıncılık ve İletişim, Ankara, s.136.
- Atasagun, G.** (1997). Sembol ve sembolizm. *Necmettin Erbakan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(7), s.375.
- Ayaydın, A.** (2015). Empresyonizm (izlenimcilik) akımının güncel bakış açısıyla bazı yönlerden incelenmesi. *SED-Sanat Eğitimi Dergisi*, 3(2), 83-97.
- Aydingün, Ş.** (2010). Anadolu Uygarlıkları: Lidya. *National Geographic Türkiye*, Ocak 2010.
- Babacan, M. & Ferah, O.** (2002). Postmodern pazarlama perspektifi. *Ege Academic Review*, 2(1), 11-20.
- Barlas, M.** (2020). Post-modern tüketim karşı anti-tüketimci sanat stratejileri. *Medeniyet Sanat Dergisi*, 6(2), 96-115.
- Bayburtlu, I.** (2015). *Giyilebilir sanatta örme ve dokuma yapıların estetik yeri*. (Sanatta yeterlik tezi) Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İstanbul.
- Baxandall, M., & Rona, Z.** (2015). *15. yüzyılda sanat ve deneyim: stilin toplumsal tarihine giriş*. İletişim Yayınları.
- Bell, D.** (1976). Welcome to the post-industrial society. *Physics today*, 29(2), 46-49.
- Benton, W.** (1965). Benton symbol. *Encyclopedia Britannica (I-XXXIII)* Chicago-London, XXI/701.
- Bevan, E.** (1962). *Symbolism and belief*. s.244.
- Bowers, S. R.** (1990). Medusa and the female gaze. *NWSA Journal*, 217-235.
- Budin, S. L.** (2015). *Artemis*. Routledge.
- Buğdaycı, A.** (2004). Editörden. *Art Dekor*, s.138.
- Cahill, N.** (2005). Household industry in Greece and Anatolia. *Ancient Greek Houses and Households*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 54-66.
- Cahill, N.** (2006). Sardeis: Asya'nın metropolü. *Arkeoatlas*, (5), 104-115.
- Campbell, J.** (2006). *İlkel mitoloji tanrının maskeleri*, (Çev. Kudret Emiroğlu). İmge Kitabevi, İstanbul.
- Can, Ş.** (1997). *Klasik Yunan mitolojisi*. İnkılâp Kitabevi, İstanbul.
- Cengiz, T.** (2021). Venüs heykelciklerinden idollere kadın temsilleri. *Gazi Akademik Bakış*, 15(29), 39-48.
- Cesur, B.** (2021). Kişisel görüşme, 06 Haziran, İstanbul.
- Collins, P.** (1994). The Sumerian Goddess Inanna (3400-2200 BC). *Institute of Archaeology*, (5), 103-118.
- Craven, H.** (1989). *Jewellery makers-motifs-history-techniques*. *Contemporary Jewellers*. London, UK: Thames&Hudson Ltd. s.165.
- Çalış, E.** (2018). Batman müzesinde bulunan bir grup fibula. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(81), 271-282.

- Çetinsaya, G.** (1999). Rethinking nationalism and Islam: some preliminary notes on the roots of “Turkish-Islamic Synthesis” in modern Turkish political thought. *The Muslim World*, 89(3-4), 350-376.
- Çıblak, N.** (2004). Halk kültüründe nazar, nazarlık inancı ve bunlara bağlı uygulamalar. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, (15), s.103-125.
- Deda, A.** (2007). Osmanlı kuyumculuğu. *Ege Yön Dergisi*, (7), s.27.
- Dikmen, P. D.** (2008). Çağdaş takı yorumu ve özgün yüzükler. *Sanat Dergisi*, (20), 137-144.
- Dilmaç, O.** (2015), Tasarım eğitimi tarihi ve William Morris. *İdil Sanat Dergisi*, 4(16), 1-16.
- Doğar, L. & Bortslap, C.** (2021). Kutsal bal: ikonografisi ile Bizans sanatında arı ve bal. *Sanat Tarihi Dergisi*, 30(2), 1335-1387.
- Durhan, S.** (2006). Uluslararası dünya fuarlarında Türkiye pavyonu: Türk kimliğinin görselleştirilmesi. Türkiye’de Tasarımı Tartışmak, III. *Ulusal Tasarım Kongresi Bildiri Kitabı*, 19-22.
- Durkheim, E. & Swain, J. W.** (1915). *The elementary forms of the religious life trans from the French*. George Allen and Unwin Limited.
- Duru, O.** (2019). *Çağdaş takı tasarımında alternatif malzeme kullanımı ve tasarım sürecine etkileri*, (Yüksek lisans tezi), Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Duru, M. N. & Şaman, N.** (2015). Yirminci yüzyıldan günümüze takı. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, (37), 95-112.
- Ekici, M., & Fedakâr, P.** (2014). Gelenek, aktarma, dönüşüm ve kültür endüstrisi bağlamında nazar ve nazar boncuğu. *Milli Folklor*, 26(101).
- Eliade, M.** (1965). *Mephistopheles and the Androgyne: studies in religious myth and symbol*. New York: Sheed and Ward.
- Eliade, M.** (2003). Dinlerdeki sembollerin araştırılması konusunda metodolojik düşünceler. *Dinler Tarihinde Metodoloji Denemeleri*.
- Eliade, M.** (2017a). *Dinsel inançlar ve düşünceler tarihi*. Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Eliade, M.** (2017b). *İmgeler ve simgeler*. Doğu Batı Yayınları.
- Engin, D.** (2013). *Anadolu’daki tarih öncesi ana tanrıça figürlerinin mısır pastası ve metal kullanılarak çağdaş takı formunda yorumlanması*. (Yüksek lisans tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ergürer, H.** (2010). Urartu kemerleri üzerindeki insan tasvirleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 243-264.
- Erinç, S. M.** (1995). *Kültür sanat sanat kültür*. Çınar Yayınları, İstanbul.
- Erhat, A.** (1993). *Mitoloji sözlüğü*, Remzi Kitabevi, s.235.
- Erhat, A.** (2019). *Mitoloji sözlüğü*. Remzi Kitabevi, s.153.
- Eroğlu, M.** (2009). Modern takı anlayışı içinde alternatif malzemelerin kullanımı, I. *Uluslararası Katılımlı Mücevher-Takı Tasarımı ve Eğitimi Sempozyumu*, Aydın.

- Ersoy, N.** (1990). *Semboller ve yorumlarla görünenenden görünmeyene*. Zafer Matbaası, İstanbul.
- Evans, J.** (1989). *A history of jewellery, 1100-1870*. Courier Corporation.
- Fresko, S.** (2003). Giyilen büyü ve Fisch. *Art Decor Dergisi*, (118), s.136-138.
- Genç, M.** (2019). Tarihsel süreçte takı tasarımında kullanılan malzemelerin değişim ve çağdaş uygulamalarda yeni alternatifler: seramik ve porselen. *Uluslararası Disiplinlerarası ve Kültürlerarası Sanat*, 4(9), 167-178.
- Giddens, A.** (1994). *Modernliğin sonuçları* (çev. E. Kuşdil). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gitler, H.** (1990). *Four magical and Christian amulets*. *Liber annuus*, (40), 367-369.
- Gombrich, E. H.** (2001). *Sanatın öyküsü* (Çev: Erduran, Ö., Erduran, E.), Remzi Kitabevi. s.187.
- Guénon, R.** (2001). *Insights into Islamic esoterism and taoism*. Sophia perennis.
- Güler, M. & Büyükyazıcı, M.** (2007). Beypazarı takılarından tılsımın folklor açısından incelenmesi. 8. *ICANAS Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, Ankara.
- Gümüştekin, N.** (2011). Anadolu ve diğer kültürlerde işaret ve simgelerde anlam. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(26), 103-118.
- Gündoğan Aydıngün, Ş.** (2003). *Eski tunç çağında Anadolu pişmiş toprak figürin ve idolleri*. (Doktora tezi), Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güngör, E.** (2003). *Kültür değişmesi ve milliyetçilik*. 13. Basım.
- Güvenç, B.** (2003). *İnsan ve kültür*. Remzi Kitabevi, İstanbul, s.100.
- Hinnells, J. R.** (1985). The penguin dictionary of religions. *Religious Studies*, 21(4).
- Hızal, M.** (1990). Takıda yeni boyutlar. *Yapı Dergisi*, (18), s.9.
- Hira, İ.** (2016). Yeni toplumsal hareketler: politik öncelikten kimlik vurgusuna. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 11(1), 143-156.
- Hublin, J. J., Ben-Ncer, A., Bailey, S. E., Freidline, S. E., Neubauer, S., Skinner, M. M. & Gunz, P.** (2017). New fossils from Jebel Irhoud, Morocco and the pan-African origin of Homo sapiens. *Nature*, 546(7657), 289-292.
- Iavoschi, R. I.** (2004). *The archangel Gabriel in history and tradition: an analysis of his role and function in Judaism, Christianity, and Islam*. (Doktora tezi), Concordia University.
- İnan, A.** (1952). *Müslüman Türklerde şamanizm kalıntıları*.
- İren, C.** (2021). Kültürel entomoloji ve Mısır sanatında böcek formu. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 10(82), s.917-925.
- İrepoğlu, G.** (2013). *Osmanlı saray mücevheri*. 2. Basım, s.17.
- İrepoğlu, G.** (2016). “Avrupa mücevheri”, mücevher üzerinden tarihi okumak. *S.Ü. Sakıp Sabancı Müzesi*.

- Jackson, L.** (1998). *The sixties*. Phaidon, London, s. 213.
- Jensen, K. B. & Makela, E.** (2003). *Finnish jewellery*, Art-Print Oy, Helsinki
- Kafesoğlu, İ.** (1992). *Türk Millî kültürü*. Boğaziçi Yayınları.
- Kaplan, D.** (2016). Smintheion'dan Abraxas tasvirli bir amulet ve ikonografisi. *Anadolu*, (42), 95-123.
- Karakterir, E.** (2016). Pers Kralı II. Kyros' un (Büyük Kyros) (MÖ 559-530) soyağacı, ailesi ve ismi. *Tarih ve Gelecek Dergisi*, 2(3), 68-83.
- Karakuş, G.** (2007). *Turkish touch in design*. Tasarım Yayın Grubu, İstanbul.
- Kaval, M.** (2015). Mistisizm'in dili; sembolizm. *Turkish Studies International Periodical For The Languages Literature and History of Turkish or Turkic*, 10, 6.
- Kerschner, M.** (2010). The Lydians and their Ionian and Aiolian neighbours. Cahill, N.(éd.), *The Lydians and their World*, 247-265.
- Kılıç, S.** (2013). Sembolün gücü ve İslam'da semboller. *Diyanet İlmi Dergi*, 49(3), 7-20.
- Kızıl, H.** (2018a). Dinî sembolizm üzerine. *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*.
- Kızıl, H.** (2018b). Özellikleri açısından sembol. *e-Şarkiyat İlmi Araştırmalar Dergisi*, 10(4), 1306-1327.
- Kimpel, B. J.** (1954). *The symbols of religious faith*. s.132.
- Koca, S. K.** (2010), Genel hatları ile kültür ve sembol ilişkisi. *SAÜ Fen Edebiyat Dergisi*, 11. sayı.
- Koç, T.** (1995). *Din dili*. Rey Yayıncılık, Kayseri, 95-96.
- Koçar, N.** (2011). *Roma Dönemi takıları üzerine bir analiz: Antalya Müzesi Roma Dönemi takıları örneği*. (Yüksek lisans tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Kökkılıç, Ö.** (2012). *Anadolu medeniyetlerinde takının kullanılması*. (Doktora tezi), Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İstanbul.
- Köroğlu, G.** (2000). Bizans kuyumculuğu. *P Dergisi Sanat Kültür Antika*, (17), 26-41.
- Köroğlu, G.** (2004). *Anadolu uygarlıklarında takı*. Türk Eskiçağ Bilimleri Enstitüsü Yayınları.
- Köroğlu, G.** (2019). Rezan Has Müzesindeki örnekleri ışığında geç Roma-Bizans döneminde tılsımlar. *Akdeniz Sanat*, (13), 399-424.
- Kulaçoğlu, B.** (1992). Tanrılar ve tanrıçalar. *Anadolu Medeniyetleri Müzesi*, Ankara.
- Kurt Fidan, M.** (2013). Ana tanrıçalardan bakire Meryem'e: kadının mitolojik öyküsü. *II. Türkiye Lisansüstü Çalışmalar Kongresi Bildiriler Kitabı-IV*, 927-944.
- Küçük, M. A.** (2013). Geleneksel Türk dini'ndeki 'ana/dişi ruhlar'a mitolojik açıdan bakış. *Iğdır Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (1), 105-134.

- Küçükekiciler, B.** (2019). *21. yüzyılda trendin takı tasarımı kullanımı*. (Yüksek lisans tezi), Altınbaş Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul
- Kuşoğlu, M. Z.** (1998). *Tılsımdan takıya*. Pimapen Kültürevi. 1. Basım, s.12.
- Meriçboyu, Y. A.** (2006). *Kuyumculuk merkezi Lampsakos*. Colloquium Anatolicum, (5), 45-70.
- Mega, N.** (1997). *Günümüz heykel sanatçılarının takı çalışmaları ve konuya kişisel yaklaşımım*. (Doktora tezi), Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İstanbul.
- Mitchell, S.** (1984). *Anatolia between East and West. The parallel lives of the Attalids and Mithridatid Kingdom in the Hellenistic Age. 1000-1010*.
- Naskali, E.** (2015). Zerdüş Muamması/The Zoroastrian Dilemma (Jussi Aro). *Marmara Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 197-208.
- Norton, D.** (1987). Naum Slutzky jewelry at the Bauhaus. *Metalsmith Magazine*, 1987 Winter ed.
- Nurbiye, U. Z.,** (2016). Taşınır heykeller. *Kesit Akademi Dergisi*, (4), 55-72.
- Okutan, S.** (2021) Kişisel görüşme, 18 Kasım, İstanbul.
- Önder, Y.** (2007). *Modern sanatın takı sanatına yansımaları*. (Yüksek lisans tezi), Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Öner, İ.** (2020). *Takı sanatında çağdaş yaklaşımlar*. (Yüksek lisans tezi), Yakın Doğu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Lefkoşa.
- Özay Demirkan, S.** (1998). 20. yy. takıları ve yeni takı kavramı, *Antik Dekor Antika ve Sanat Dergisi*, İstanbul, s.176-182.
- Özbaş, B.** (2021). Kişisel görüşme, 18 Mayıs, İstanbul.
- Özdemir, A. & Mutlu, S.** (2020). Murat höyük erken tunç çağı antropomorfik figürinleri. *TÜBA-AR Türkiye Bilimler Akademisi Arkeoloji Dergisi*, (27).
- Özmen, S. S.** (2016). Anadolu'da ana tanrıça Kybele kültü. *Humanitas-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(07), 381-397.
- Öztürk, Z. A.** (2016). Antik çağın ışığında helenistik sanatın sosyolojik incelemesi. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(8), 299-324.
- Phillips, C.** (1996). *Jewelry: from antiquity to the present* (p. 70). London: Thames and Hudson.
- Schimmel, A.** (1954). Dinde sembolün fonksiyonu nedir? *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 3(3).
- Schon, M.** (2004). *Modernist jewelry 1930-1960: the wearable art movement*. Schiffer Pub.
- Sever, M.** (1999). Türk mitolojisinde kuşlar. *Milli Folklor*, (42), 83-88.
- Shaalan, M.** (2000). Sûfi uygulamaları ve bireyleşme yolu arasındaki bazı paralellikler. *Sûfi Psikolojisi*, 145-172.
- Sharma, A. & Malhotra D.** (2007). *Personality and social norms*. Concept Publishing Company, New Delhi.

- Soytogay, D.** (2006). *Endüstri devriminden günümüze takı tasarımında biçime etki eden faktörler*. (Yüksek lisans tezi), Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Söğüt, B. & Yıldırım, E.** (2020). Stratonikeia Değirmenderesi'nden Doğu Roma mücevher grubu. *Cedrus*, (8), 401-428.
- Suciyan, A.** (2021). Kişisel görüşme. 04 Şubat, İstanbul.
- Susam, K. T.** (2021). Kişisel görüşme, 07 Mayıs, İstanbul.
- Süloş Özbaş, İ.** (2021). Kişisel görüşme, 18 Mayıs, İstanbul.
- Sürel Erdem, G.** (2021). Kişisel görüşme, 24 Ekim, İstanbul.
- Süzen, H.** (2018). Modern Batı sanat akımlarının güncel sanata katkıları. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 2(1), 20-30.
- Şatır, S.** (2006). Türk tasarım kimliği üzerine düşünceler. *Türkiye'de Tasarım Tarihi ve Söylemi Konferans Bildirileri*.
- Şimşek, F. & Durmuş, D. İ.** (2012). *Mısır, Mezopotamya ve Anadolu'da Kadın (MÖ. 6. yüzyıla kadar)*.
- Şirin, E.** (2021). Kişisel görüşme, 10 Mayıs, İstanbul.
- Taş, T. & Özcan, F.** (2014). MS 4.-7. yüzyıllar arasında Haç motiflerinin gelişimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (21), 247-275.
- Taşyürek, M.** (2009). *Tarihten sayfalar*. İstanbul, s.24.
- Temren, B.** (1995). *Tasavvuf düşüncesinde demokrasi (Vol.8)*. T.C. Kültür Bakanlığı.
- Temür, A.** (2010). Girit-Minos ve Miken sanatında sfenks. *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 0(20), 135-146.
- Tillich, P.** (1968). *Symbols of faith, religious language and the problem of religious knowledge*. Bloomington-London, s.137.
- Tokat, L.** (2004). *Dinde sembolizm*. Ankara Okulu Yayınları, s.9.
- Turani, A.** (1999). *Dünya sanat tarihi*. Remzi Kitabevi.
- Türe, A.** (1998). Takı ve sembolizm. *Art Decor*, Aralık, 78-85.
- Türe, A.** (1999). Takıda hayvanlar alemi. *Art Decor*, Ocak, s.108.
- Türe, A.** (2003). Simgelerin dili ve tılsımlar. *Art Decor*. Ocak. s.135.
- Türe, A.** (2004). *Takılar ve süs taşlarında sembollerin dili*. İstanbul: Goldaş Kültür Yayınları.
- Türe, A.** (2006). *Takının Öyküsü II*. İstanbul: Goldaş Kültür Yayınları.
- Türe, A.** (2011a). *Dünya kuyumculuk tarihi I, eski çağlardan orta çağa*. İstanbul: İstanbul Kuyumcular Odası.
- Türe, A.** (2011b). *Dünya kuyumculuk tarihi II, orta çağdan günümüze batı dünyasının takıları*. İstanbul: İstanbul Kuyumcular Odası.
- Türe, A. & Savaşçın, M. Y.** (1986). Roma takıları. *Antika Dergisi*. (14), s.12-14.

- Türe, A. & Savaşçın, M. Y.** (2002). *Anadolu Antik Takıları*. Goldaş.
- Uslubaş, T. & Dağ, S.** (2007). *İlk çağlardan günümüze dünya tarihi*. Karma Kitaplar.
- Vakaloudi, A. D.** (2000). ΔΕΙΣΙΔΑΙΜΟΝΙΑ and the role of the apotropaic magic amulets in the early Byzantine Empire. *Byzantion*, 70(1), 182-210.
- Yabancı, B.** (2021). At the intersections of populism, nationalism and Islam: justice and development party and populist reconfiguration of religion in politics. *British Journal of Middle Eastern Studies*, 1-25.
- Yağmur, Ö.** (2007). *Modern sanatın takı sanatına yansımaları*. (Yüksek lisans tezi), Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Yalçın, Ö. E.** (2016). Ritüel kavramı bağlamında takı sembolizmi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(37), 492-504.
- Yaşar, O.** (2016). Türkiye'de kuyumculuk ve benzeri üretim sanayinin sanayi coğrafyası prensipleri çerçevesinde incelenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(30), 1-19.
- Yeşilmen, N.** (2018a). *Takının tarihsel gelişim süreci ve 21. yüzyılda takı anlayışı: seramik-metal kili ile çağdaş takı yorumlamaları*. (Doktora tezi), Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.
- Yeşilmen, N.** (2018b). Giyilebilir sanat örneği olarak 21. yüzyılda seramik takılar. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 7(50), 1251-1255.
- Yükçü, S. & Atağan, G.** (2011). Ortadoğu'da zaman tüneline ticaret. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, (1), 86-109.
- Url-1** <<https://www.zet.com/urun/fatma-ana-eli-kabartma-seramikli-kolye-290241>> erişim tarihi: 04.06.2021
- Url-2** <<https://www.osmanligumus.com.tr/tugra-motifli-gumus-kolye-cevsen-muska-kucuk-boy-78>> erişim tarihi: 04.06.2021
- Url-3** <<https://www.getss.com.tr/p646-getss-hac-model-kadin--erkek-celik-kolye-ucu-6548>> erişim tarihi: 05.06.2021
- Url-4** <<https://tr.pinterest.com/pin/326299935485773335>> erişim tarihi: 05.06.2021
- Url-5** <<https://beegoddess.com/collections/moon-and-the-north-star/products/the-moon-north-star-necklace-1830>> erişim tarihi: 06.06.2021
- Url-6** <<https://www.hepsiburada.com/nusret-taki-925-ayar-gumus-cift-basli-kartal-sembolu-erkek-yuzuk-p-HBV00000C7G1G>> erişim tarihi: 05.06.2021
- Url-7** <<https://www.lucky-culture.com/en/collections/anatolien-legends-anadolu-efsaneleri/products/cift-basli-kartal-kolye-double-headed-eagle-necklace>> erişim tarihi: 10.05.2020
- Url-8** <<https://beegoddess.com/collections/artemis>> erişim tarihi: 06.06.2021
- Url-9** <https://www.lucky-culture.com/en/products/medusa-2-kolye-medusa-2-necklace?_pos=3&_sid=7979cb1d4&_ss=r> erişim tarihi: 06.06.2021
- Url-10** <<https://www.shopier.com/ShowProductNew/products.php?id=4356784&sid=cko4dFhxamhtU3hwMULZZTBfM18gXyA=https://www.lucky->>

- culture.com/products/kybele?variant=32329820799070#images-3>
erişim tarihi: 09.10.2020
- Url-11** <https://www.lucky-culture.com/en/products/inanna-charm-ucu-the-inanna-charm?_pos=3&_sid=e9b4d1f62&_ss=r&variant=32103938555998>
erişim tarihi: 05.02.2021
- Url-12** <https://www.lucky-culture.com/en/products/atmaca-stud-kupe?_pos=4&_sid=1c25632be&_ss=r> erişim tarihi: 09.01.2021
- Url-13** <<https://www.hepsiburada.com/in-love-hayat-agaci-kolye-agac-gumus-kolye-p-HBV00000R17OG>> erişim tarihi: 10.12.2020
- Url-14** <<https://www.bizzita.com/blog/brands-designers/arman-suciyen-a-fantastic-turkish-contemporary-jewelry-designer>> erişim tarihi: 01.03.2022
- Url-15** <<https://www.yaprakozar.com/imrenilen-turk-ve-suzulen-tanrica/>> erişim tarihi: 01.03.2022
- Url-16** < https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Dosya:Medusa_Bernini_Musei_Capitolini.jpg > erişim tarihi: 25.04.2022
- Url-17** <<https://www.sunsigns.org/god-and-goddess-symbol-meanings-inanna/>>
erişim tarihi: 01.05.2022
- Url-18** <<https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/cagdas-ertuna/mucevher-degil-sanat-eseri-uretiyor-6326328>> erişim tarihi: 20.11.2021
- Url-19** <<http://www.thejewelleryeditor.com/jewellery/article/winged-fine-jewellery-is-our-latest-flight-of-fancy/>> erişim tarihi: 28.11.2021
- Url-20** <<https://www.suciyen.com/collection/odyssey/NECKLACE>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-21** <<https://www.suciyen.com/collection/intersection/NECKLACES--CHAINS-1>> erişim tarihi: 05.12.2021
- Url-22** <<https://tr.beegoddess.com/pages/symbols>> erişim tarihi: 17.04.2022
- Url-23** <<https://www.worldhistory.org/image/2418/artemis-of-ephesus/>> erişim tarihi: 10.03.2022
- Url-24** <<https://tr.beegoddess.com/collections/artemis/products/artemis-necklace-121>> erişim tarihi: 10.03.2022
- Url-25** <<http://e-sehir.aksaray.edu.tr/2021/03/23/564/>> erişim tarihi: 19.04.2022
- Url-26** < https://tr.beegoddess.com/collections/tanit/products/tanit_gold_diamond_ring-1 > erişim tarihi: 10.03.2022
- Url-27** <<https://www.lucky-culture.com/en/collections/360/products/kybele-bileklik?variant=32329994010718>> erişim tarihi: 01.05.2022
- Url-28** <<https://www.worldhistory.org/image/2205/minerva/>> erişim tarihi: 15.05.2022
- Url-29** <<https://tr.beegoddess.com/collections/minerva/products/minerva-earring>>
erişim tarihi: 02.03.2022
- Url-30** <<https://www.houseofdiv.com/i-am-the-jewel/creations/sacred-bowls/>>
erişim tarihi: 12.03.2022

- Url-31** <<https://www.houseofdiv.com/i-am-the-jewel/creations/sacred-symbols/>> erişim tarihi: 12.03.2022
- Url-32** <<https://metmuseum.org/art/collection/search/327401?sortBy=Relevance&ft=hittite&offset=0&rpp=20&pos=>> erişim tarihi: 08.01.2020
- Url-33** <[https://metmuseum.org/art/collection/search/326717? sortBy=Relevance&ft=hittite&offset=0&rpp=20&pos=14](https://metmuseum.org/art/collection/search/326717?sortBy=Relevance&ft=hittite&offset=0&rpp=20&pos=14)> erişim tarihi: 08.01.2020
- Url-34** <<https://metmuseum.org/art/collection/search/327399?sortBy=Relevance&ft=hittite&offset=0&rpp=20&pos=3>> erişim tarihi: 08.01.2020
- Url-35** <<https://sardisexpedition.org/tr/essays/latw-mericboyu-lydian-jewelry>> erişim tarihi: 08.01.2020
- Url-36** <<https://tarihdergi.com/romadaki-anadolu-kadini-efesli-artemis/>> erişim tarihi: 10.06.2020
- Url-37** <<https://www.rhm.org.tr/event/rezan-has-muzesi-urartutakilari-koleksiyonu/>> erişim tarihi: 04.01.2020
- Url-38** <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Meskalamdug_helmet_British_Museum_electrotype_copy_original_is_in_the_Iraq_Museum,_Bagdad.jpg> erişim tarihi: 14.08.2020
- Url-39** <<https://www.uztarih.com/2018/08/ur-kraliyet-mezarlari-ve-buyuk-olum.html>> erişim tarihi: 14.08.2020
- Url-40** <<http://jeannepompadour.tumblr.com/post/66874766500/achaemenid-gold-griffin-headedarmlet-from-the>> erişim tarihi: 11.01.2020
- Url-41** <<https://www.bmimages.com/results.asp?image=00024365001&imagex=136&searchnum=000>> erişim tarihi: 12.01.2020
- Url-42** <<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1924647>> erişim tarihi: 15.09.2020
- Url-43** <<https://www.worldhistory.org/image/887/minoan-master-of-the-animals-pendant/>> erişim tarihi: 20.09.2020
- Url-44** <https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/167014/mod_resource/content/1/malzeme%20bilgisi%201.hafta.pdf> erişim tarihi: 05.06.2020
- Url-45** <<http://sofyaliworld.blogspot.com.tr/2013/07/taklarn-tarihi-4.html>> erişim tarihi: 16.01.2020
- Url-46** <<https://sakipsabancimuzesi.org/tr/object/herakles-dugumlu-gogus-susu>> erişim tarihi: 16.01.2020
- Url-47** <<http://ortacagayolculuk.com/orta-cag-takilari/#jp-carousel-2062>> erişim tarihi: 11.01.2020
- Url-48** <<https://tr.pinterest.com/peramuzesi/>> erişim tarihi: 15.09.2021
- Url-49** <<http://www.mlahanas.de/Greeks/ImagesGreeks/gr0239.jpg>> erişim tarihi: 17.06.2021

- Url-50** <<http://www.mucevher-tasarimi.net/2011/12/02/bizans%E2%80%99-ta-kupe-sanati/>> erişim tarihi: 16.01.2020
- Url-51** <<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/215045>> erişim tarihi: 20.01.2020
- Url-52** <https://www.kitantik.com/product/H-Z-ISA-MERYEM-ANA-PAMMAKARISTOS-MANASTIRI-HRISTIYANLIK-MADALYASI-A3879-NADIR_0z8kgltjiyokhcq1fqf> erişim tarihi: 10.05.2021
- Url-53** <<https://www.ciceksepeti.com/paslanmaz-celik-odin-triquetra-ucleme-kelt-viking-kolye-kc3809340>> erişim tarihi: 01.05.2021
- Url-54** <<https://tr.dhgate.com/product/ethnic-israel-star-of-david-hebrew-letter/429098371.html>> erişim tarihi: 15.06.2021
- Url-55** <<https://tr.plusminusco.com/%C3%9Cr%C3%BCnler/el-yap%C4%B1m%C4%B1-Hamza-Tanr%C4%B1%27n%C4%B1n-eli>> erişim tarihi: 12.07.2021
- Url-56** <<https://islamansiklopedisi.org.tr/yahudilik>> erişim tarihi: 22.09.2021
- Url-57** <<https://artam.com/makaleler/konular-konuklar/osmanlida-mucevher-gelenegi>> erişim tarihi: 15.06.2021
- Url-58** <<https://islamansiklopedisi.org.tr/mustafa-iii>> erişim tarihi: 29.10.2021
- Url-59** <<https://tr.pinterest.com/pin/311874342922355269/>> erişim tarihi: 22.03.2020
- Url-60** <<https://mucevheruzmani.wordpress.com/tag/gimmel/>> erişim tarihi: 29.10.2021
- Url-61** <<https://www.britannica.com/art/jewelry/The-history-of-jewelry-design>> erişim tarihi: 05.02.2020
- Url-62** <<https://tr.pinterest.com/pin/686165693213719650/>> erişim tarihi: 21.04.2021
- Url-63** <https://www.1stdibs.com/jewelry/necklaces/link-necklaces/exceptional-georgian-berlin-iron-link-necklace/id-j_605272/> erişim tarihi: 08.09.2021
- Url-64** <<https://www.langantiques.com/university/romantic-period-1837-1860/>> erişim tarihi: 26.04.2021
- Url-65** <<https://tr.pinterest.com/tanganyikacrazy/ashbee-charles-robert-guild-of-handicraft-art-meta/>> erişim tarihi: 09.10.2021
- Url-66** <<https://humidfruit.wordpress.com/2011/03/23/and-some-lalique-jewelry-at-the-gulbenkian/>> erişim tarihi: 11.07.2020
- Url-67** <<http://jewelrynerd.org/blog/how-to-tell-arts-and-crafts-jewelry-from-art-nouveau-jewelry>> erişim tarihi: 18.04.2021
- Url-68** <<https://theadventurine.com/culture/jewelry-history/the-empowering-art-deco-jewelry-of-jeanfouquet/>> erişim tarihi: 09.08.2021
- Url-69** <<https://www.goodreads.com/book/show/11202298-coco-chanel>> erişim tarihi: 22.02.2020

- Url-70** <<https://veryvintage.com/blogs/very-vintage-blog/the-glamour-of-vintage-schiaparelli-jewellery>> erişim tarihi: 20.11.2021
- Url-71** <<https://tr.pinterest.com/gurkutu/alexander-calder/>> erişim tarihi: 16.10.2021
- Url-72** <<https://pin.it/2DHNyzs>> erişim tarihi: 16.11.2021
- Url-73** <<http://www.elmuseo.nyc/blog/2015/10/23/dali-made-jewelry>> erişim tarihi: 26.06.2021
- Url-74** <<https://www.ganoksin.com/article/naum-slutzky-jewelry-bauhaus/>> erişim tarihi: 17.09.2021
- Url-75** <<https://gulcedereli.com/collections/sembol-inc-i-kolye/products/baris-charm-beyaz-inc-i-choker-kolye?variant=32756963672142>> erişim tarihi: 16.11.2021
- Url-76** <<https://www.christies.com/features/Collecting-guide-Bulgari-jewellery-9212-3.aspx>> erişim tarihi: 11.11.2021
- Url-77** <<https://nmaahc.si.edu/LGBTQ/art-smith>> erişim tarihi: 08.02.2021
- Url-78** <https://www.1stdibs.co.uk/jewelry/necklaces/link-necklaces/french-1970s-erotic-necklace-chaine-erotique-jean-filhos/id-j_13275392/> erişim tarihi: 30.11.2021
- Url-79** <<https://www.artcurial.com/en/lot-jean-filhos-1921-2002-bague-erotique-m1016-807>> erişim tarihi: 30.11.2021
- Url-80** <<https://www.tekstilbilgi.net/wp-content/uploads/2016/11/elibelinde1.png>> erişim tarihi: 01.05.2022
- Url-81** <<http://www.thejewelleryeditor.com/shop/product/suzanne-syz-question-mark-red-titanium-earrings/>> erişim tarihi: 26.09.2021
- Url-82** <<https://nasvete.com/british-designer-geoff-roberts-foil-costume-jewelry/>> erişim tarihi: 30.11.2021
- Url-83** <<https://www.ganoksin.com/article/jewelry-hermann-junger/>> erişim tarihi: 30.11.2021
- Url-84** <<https://vickywilliams.wordpress.com/2007/07/04/trip-to-liverpool/>> erişim tarihi: 30.11.2021
- Url-85** <<https://www.lillyspapillon.com/2013/07/peter-chang-the-master-of-plastic-acrylics-and-silicone.html>> erişim tarihi: 30.11.2021
- Url-86** <<https://blogs.glowscotland.org.uk/sl/public/mrsb1/uploads/sites/9231/2020/06/13163806/Peter-Chang-Mindmap.pdf>> erişim tarihi: 30.11.2021
- Url-87** <<https://www.maasjewelry.com/blog/friedrichbecker>> erişim tarihi: 18.11.2021
- Url-88** <<https://www.facebook.com/raluca.buzura/photos/pcb.2000455570114260/2000455176780966/?type=3&theater>> erişim tarihi: 20.11.2021
- Url-89** <<https://www.dreamingof.net/fantastic-world-of-jewellery-raluca-buzura-designer/>> erişim tarihi: 20.11.2021
- Url-90** <<https://utevanderplaats.weebly.com/portfolio.html>> erişim tarihi: 20.11.2021

- Url-91** <<https://competition.adesignaward.com/gooddesign.php?ID=27251>> erişim tarihi: 22.11.2021
- Url-92** <<https://jewelleryoutlook.com/isabella-liu-wins-gold-awards-at-aquae-venice-expo-milan-2015/>> erişim tarihi: 22.11.2021
- Url-93** <<https://galleryloupe.com/exhibitions/contemporary-dutch-jewelry-golden-clogs-dutch-mountains>> erişim tarihi: 06.12.2021
- Url-94** <<https://galeriareverso.com/artists/andrea-wagner/#group-3>> erişim tarihi: 05.12.2021
- Url-95** <https://tr.monapetra.com/products/evil-eye-ring?_pos=11&_sid=56d276966&_ss=r> erişim tarihi: 01.05.2022
- Url-96** <<https://kunstnerforbundet.no/kunstnere/204-konrad-mehus>> erişim tarihi: 22.11.2021
- Url-97** <<https://teresamilheiro.com/tm/lista-4/>> erişim tarihi: 22.11.2021
- Url-98** <<https://www.craftcouncil.org/recognition/arline-fisch>> erişim tarihi: 19.11.2021
- Url-99** <<https://www.craftinamerica.org/artist/arline-fisch>> erişim tarihi: 19.11.2021
- Url-100** <<https://scottish-gallery.co.uk/artist/david-watkins>> erişim tarihi: 20.11.2021
- Url-101** <<https://www.dezeen.com/2010/02/22/artist-in-jewellery-by-david-watkins/>> erişim tarihi: 08.10.2021
- Url-102** <<http://ruthincraftcentre.org.uk/exhibitions/david-watkins/>> erişim tarihi: 05.10.2021
- Url-103** <<https://www.dezeen.com/2016/03/17/zaha-hadid-sterling-silver-jewellery-georg-jensen/>> erişim tarihi: 30.11.2021
- Url-104** <<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2000-couture/christian-dior/slideshow/collection#1>> erişim tarihi: 24.11.2021
- Url-105** <<https://www.vancleefarpels.com/en/the-maison/timeline/2000s.html>> erişim tarihi: 19.11.2021
- Url-106** <<https://www.vancleefarpels.com/en/the-maison/timeline/2010s.html>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-107** <<https://www.mobilia-gallery.com/artists/kevin-coates>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-108** <<https://www.bonhams.com/auctions/15920/lot/29/>> erişim tarihi: 22.11.2021
- Url-109** <<https://www.world-today-news.com/chiara-ferragni-bionic-woman-in-berlin-with-golden-nipples-blowing-in-the-wind/>> erişim tarihi: 20.11.2021
- Url-110** <<https://www.crfashionbook.com/fashion/a36940620/every-look-from-schiaparelli-2021/>> erişim tarihi: 20.11.2021
- Url-111** <<https://www.vogue.co.uk/fashion/article/schiaparelli-couture-ss22>> erişim tarihi: 30.01.2022

- Url-112** <<https://www.nytimes.com/2020/11/17/fashion/jewelry-book-coveted-phaidon.html>> erişim tarihi: 30.01.2022
- Url-113** <<https://jewelryconnoisseur.net/solange-azagury-partridge/>> erişim tarihi: 30.01.2022
- Url-114** <<https://thirdeyedeer.com/solange-partridge-jewellery-metamorphosis>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-115** <<https://solange.co.uk/products/chlorophyll-emerald>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-116** <<https://www.sciencespo.fr/evenements/?event=wallace-chan-jewelry-art-imagery-emotions-and-music>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-117** <<https://jingdaily.com/wallace-chan-the-only-fine-jewelry-artist-of-chinese-origin/>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-118** <<https://www.moniquepean.com/about>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-119** <<https://www.wallace-chan.com/artworks/categories/4-brooches/>> erişim tarihi: 28.11.2021
- Url-120** <<https://www.wallace-chan.com/artworks/categories/1/9374-hera-2019/>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-121** <<https://www.phaidon.com/agenda/design/articles/2020/july/20/all-you-need-to-know-about-coveted-art-and-innovation-in-high-jewelry/>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-122** <<https://www.wallpaper.com/watches-and-jewellery/chaumet-and-stephen-armstrong-produce-a-futuristic-jewel>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-123** <<https://www.vo-plus.com/en/jewelry-features/scott-armstrong-s-talent>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-124** <https://www.wallpaper.com/gallery/watches-and-jewellery/valery-demure-jewellery-hotlist#0_pic_0> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-125** <<https://www.chaumet.com/imperial-splendours/the-diadem-of-the-21st-century/gallery>> erişim tarihi: 28.11.2021
- Url-126** <<http://bijoucontemporain.unblog.fr/2015/07/28/expos-dialogues-agcjjda-yamanasi-jewelry-museum-kofu-jp-19-28-sept-2015/>> erişim tarihi: 09.12.2021
- Url-127** <<https://orchid.ganoksin.com/t/luisa-bruni-jewelry-gallery/50857>> erişim tarihi: 09.12.2021
- Url-128** <<https://www.alternatives.it/index.php/en/component/content/article/11-designers/71-luisa-bruni?Itemid=294>> erişim tarihi: 09.12.2021
- Url-129** <<https://www.creativityoggetti.it/en/shop-en/jewels/necklaces/scarpitti-phylogenesis-tessellations-detail.html>> erişim tarihi: 08.12.2021
- Url-130** <<https://www.trendhunter.com/trends/chiara-scarpitti-reaction-poetique>> erişim tarihi: 09.12.2021
- Url-131** <<https://www.alternatives.it/index.php/it/component/content/article/15-designer/255-chiara-scarpitti?Itemid=295>> erişim tarihi: 09.12.2021
- Url-132** <<https://lydiahirte.de/>> erişim tarihi: 09.12.2021

- Url-133** <<http://www.thejewelleryeditor.com/brands/daniela-villegas/>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-134** <<https://www.hstern.net/about>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-135** <<https://luxuothailand.com/smartstyle/jewellery/stern-feather-collection.html>> erişim tarihi: 27.11.2021
- Url-136** <<https://www.istanbuljewelryshow.com/tr/medya/ijs-blog/1990larin-ikonik-taki-parcalari.html>> erişim tarihi: 04.12.2021
- Url-137** <<https://www.discogs.com/fr/master/876643-Yonca-Evcimik-Kendine-Gel>> erişim tarihi: 04.12.2021
- Url-138** <<https://onedio.com/haber/choker-modasi-geri-dondu-90-larda-firtinalar-estiren-chokerlar-yine-her-yerde-742246>> erişim tarihi: 01.12.2021
- Url-139** <<https://www.molu.com.tr/en/history>> erişim tarihi: 17.12.2021
- Url-140** <<https://ecnp-contemporary-fine-jewelry.myshopify.com/pages/press-bulletins>> erişim tarihi: 06.12.2021
- Url-141** <<http://www.burcubuyukunal.com/hakkimda.php?id=5>> erişim tarihi: 12.12.2021
- Url-142** <<https://yazkurtulyapkurtul.wordpress.com/tag/ela-cindoruk/>> erişim tarihi: 31.05.2022
- Url-143** <<http://www.burcubuyukunal.com/isler.php?jid=22>> erişim tarihi: 12.12.2021
- Url-144** <<https://www.selenozus.com/about>> erişim tarihi: 19.12.2021
- Url-145** <<https://www.selenozus.com/jewelry?lightbox=dataItem-j38katdy>> erişim tarihi: 18.12.2021
- Url-146** <<https://www.selenozus.com/jewelry>> erişim tarihi: 18.12.2021
- Url-147** <<https://www.burcusulek.com/about>> erişim tarihi: 18.12.2021
- Url-148** <<https://www.burcusulek.com/emptiness/mq3hpq3f628ziyjolaqednj2lt87e>> erişim tarihi: 18.12.2021
- Url-149** <<https://www.burcusulek.com/feast/tzcbstwe747nd0f0siu5668juu7ce4>> erişim tarihi: 18.12.2021
- Url-150** <<https://www.galerielewis.com/ezgi-okur>> erişim tarihi: 18.12.2021
- Url-151** <https://www.galerielewis.com/product/studio-method-e-curb-chain-necklace-03-collier-chaine-curb-03/443?cp=true&sa=false&sbp=false&q=false&category_id=3> erişim tarihi: 18.12.2021
- Url-152** <<https://www.hakanaktug.com/?lightbox=dataItem-j3busgp76>> erişim tarihi: 02.01.2022
- Url-153** <<https://www.manuksworkshop.com/magaza/?lang=tr>> erişim tarihi: 03.01.2022
- Url-154** <<https://www.instyle.com.tr/madonnanin-kismet-by-milka-yuzugu-6143>> erişim tarihi: 03.01.2022

- Url-155** <<https://www.istanbuljewelryshow.com/tr/medya/ijs-blog/dunya-mucevher-sektorune-damgasini-vuran-9-turk-mucevher-tasarimcisi.html>> erişim tarihi: 03.01.2022
- Url-156** <<http://www.turkiyeninustalari.org/tr/ustalar/kuyum/hrac-arslanyan>> erişim tarihi: 03.01.2021
- Url-157** <<https://tohumdesign.com>> erişim tarihi: 10.11.2021
- Url-158** <<http://canimistanbul.com/blog/en/kadin-cagdas-taki-tasarimcileri/>> erişim tarihi: 15.12.2021
- Url-159** <<https://tohumdesign.com/products/savanna-sangha-necklace>> erişim tarihi: 15.12.2021
- Url-160** <<https://alef.com.tr/pages/profile>> erişim tarihi: 02.01.2022
- Url-161** <<https://alef.com.tr/collections/rings/products/agape-chain-ring-iii>> erişim tarihi: 12.01.2022
- Url-162** <<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/29038>> erişim tarihi: 15.01.2022
- Url-163** <<https://www.seldaokutan.com/product-page/of-mice-and-men-ring>> erişim tarihi: 06.04.2020
- Url-164** <<https://beadsmagic.com/wonderful-rings-by-selda-okutan/>> erişim tarihi: 07.05.2020
- Url-165** <<https://www.seldaokutan.com/rings?pgid=iqzc0osr-2f58316f-0cd4-4d4d-9e7b-405a33119b6f>> erişim tarihi: 05.12.2021
- Url-166** <<https://www.burcusulek.com/kybele/t5k4i7v8ji6ga4uuu9igy6l96mybae>> erişim tarihi: 18.12.2021
- Url-167** <<https://www.pressreader.com/turkey/fortune-turkey/20190701/282144997952023>> erişim tarihi: 04.12.2021
- Url-168** <<https://www.suciyan.com/collection/dragonknot/RINGS-1>> erişim tarihi: 04.12.2021
- Url-169** <<http://mensjewelryblog.blogspot.com/2011/06/sevan-bicakci-recipient-of-string-of.html>> erişim tarihi: 07.18.2020
- Url-170** <<https://quintessenceblog.com/exquisite-world-sevan-bicakci/>> erişim tarihi: 09.11.2020
- Url-171** <<https://www.ifitshipitshere.com/rings-of-sevan-bicakci/>> erişim tarihi: 28.01.2022
- Url-172** <<https://psonejewellery.com/Sayfalar/1/Hakkimizda.html>> erişim tarihi: 28.01.2022
- Url-173** <<https://www.psonejewellery.com/Urun-Detay/561/Uzun-Omur-Abanoz-Kolye.html?Lang=TR>> erişim tarihi: 28.01.2022
- Url-174** <https://tr.monapetra.com/products/double-chain-bee-medallion-necklace?_pos=1&_sid=b8fb0343b&_ss=r> erişim tarihi: 01.05.2022
- Url-175** <https://tr.monapetra.com/products/intaglio-classic-earring-blue?_pos=1&_sid=a8e334a33&_ss=r> erişim tarihi: 01.05.2022

- Url-176** <<https://www.lynn-byrne.com/posts/intaglio-versus-cameo>> erişim tarihi: 01.05.2022
- Url-177** <<https://www.seldaokutan.com/rings?pgid=iqzc0osr-48059d17-9ac8-4133-a5b0-d27daccf5ba7>> erişim tarihi: 02.05.2022
- Url-178** <<https://www.seldaokutan.com/bracelets?pgid=iqzc1rti-cf3c939c-7f86-4751-95ec-92ccf1381c82>> erişim tarihi: 02.05.2022
- Url-179** <<https://www.seldaokutan.com/rings?pgid=iqzc0osr-bcd9ddb5-ee77-4239-96b3-a7da4165f352>> erişim tarihi: 05.05.2022
- Url-180** <<https://www.aa.com.tr/tr/ayasofya-camii/ayasofya-camisinde-serafim-melegi-figuru-vaiz-kursusu-ve-mahfil-yeniden-gun-yuzune-cikti-/2055732>> erişim tarihi: 10.05.2022
- Url-181** <<https://www.tamgajewellery.com/tamgajewellery-urunleri.html>> erişim tarihi: 10.05.2022
- Url-182** <<https://www.tarihselbilgi.com/yerebatan-sarnici-ve-medusa-efsanesi/>> erişim tarihi: 10.05.2022
- Url-183** <<https://www.pawelkaczynski.pl>> erişim tarihi: 10.05.2022



EKLER

Tez kapsamında inanç sembolizmi içeren tasarımların incelenme sürecinde, 7 firma sahibi 9 takı tasarımcısı belirlenmiştir. Tasarımcılara 2000 sonrası Türkiye Takı Sanatında sıklıkla görülen İnanç Sembolizmi temasına yönelik bakış açılarını ve fikirlerini öğrenmek amacıyla 10 adet soru sorulmuştur. Bazı kişiler ile yüz yüze, bazı kişiler ile elektronik görüşme veya e-posta yolu ile görüşülmüştür. Ek A ve Ek B kapsamında röportajlarda sorulan sorular ile tasarımcılarla yapılan görüşmeler yer almaktadır.

Ayrıca bu çalışma dahilinde 2000 sonrası Türkiye Takı Sanatında inanç sembolizmi öğelerindeki artışın sebeplerini araştırmak için 2 tane anket çalışması (Ek C; Ek D) yapılmıştır. İlki (Ek C) takı tüketicilerine yapılan anket çalışmasıdır, bu ankette tüketicilere 16 soru sorulmuştur. Anket tüketicilerin inanç sembolizmine olan bakış açılarını, takıya olan ilgilerini, inanç sembolizmi içeren takılara olan ilgilerini, eğitim durumlarını, ekonomik durumlarını ölçmek amacıyla yapılmıştır. İkinci anket (Ek D) Türkiye takı sanatçılarının 2000 sonrası Türkiye Takı Sanatında inanç sembolizmi öğelerindeki artışın sebepleri konusundaki görüşlerini araştırmak için yapılmıştır. Tasarımcılara 15 soru sorulmuştur.

Ek A: Röportaj Soruları

Ek B: Takı Tasarımcıları ile Yapılan Röportajlar

Ek C: Tüketici Anketinin Soruları (Takıda İnanç Sembolizmine Yönelik İlginin Değerlendirilmesi)

Ek D: Tasarımcı Anketinin Soruları (Takıda İnanç Sembolizmine Yönelik İlginin Takı Tasarımcıları Bağlamında Değerlendirilmesi)

EK A

RÖPORTAJ SORULARI

- 1- Takılarınızı hayata geçirebilmek için kendi markanızı ne zaman kurdunuz?
- 2- Takılarınızı hayata geçirirken sizin için ilham kaynağı niteliğinde olan kişi veya kişiler, sosyal sorumluluk hissettiğiniz konular, duygular veya içsel gücünüzü tetikleyen herhangi bir öge var mıdır?
- 3- Takılarınızın öne çıkan özelliği ve/veya takı tasarımlarınızı diğer takılardan farklı kılan yönünüz nedir?
- 4- Takılarınızı nasıl bir duygu ve düşünce ortamında yaratırsınız?
- 5- İnanç sembolizmi içeren, tılsım yönü güçlü veya mitoloji temalı takılara yöneliminizin altında yatan sebep (sizi bu tarz takıları tasarlamaya iten güç) nedir?
- 6- Son 20 yılda takı sektöründe Türkiye’de ve dünyada sizce neler değişti?
- 7- Son yıllarda takıda gözlemlenen değişikliklerin sebepleri nelerdir?
- 8- Türkiye’deki takı tüketicisi gelişmiş özgün zevk sahibi, ne istediğini bilen bir tüketici midir? Tüketicinin talepleri ne yöndedir?
- 9- Takı tasarımcılarının halkın takı zevkini yönlendirdiğini düşünüyor musunuz?
- 10- “2000 Sonrası Türkiye Takı Sanatında İnanç Sembolizmi” konusunda sizin düşünceleriniz nelerdir?

EK B

ARMAN SUCİYAN İLE RÖPORTAJ

S.T.E.: Selen Tutar Ener

A.S.: Arman Suciyan_Takı Tasarımcısı

S.T.E.: Takılarınızı hayata geçirebilmek için kendi markanızı ne zaman kurdunuz?

A.S.: Koleksiyonlarımı geliştirmeye 2010 yılında başladım.

S.T.E.: Takılarınızı hayata geçirirken sizin için ilham kaynağı niteliğinde olan kişi veya kişiler, sosyal sorumluluk hissettiğiniz konular, duygular veya içsel gücünüzü tetikleyen herhangi bir öge var mıdır?

A.S.: Tasarımlarımı gerçekleştirirken daha fazla heykele olan yönelimim üzerinden hareketle koleksiyonlarımı şekillendirdim. Bu konuda İlham kaynaklarım öncelikle doğa ve onun milyonlarca yılda geliştirdiği tasarımlar. Bunlar dışında dünya üzerindeki farklı kültürlerin mitolojileri, bütün bunları heykelsi, dinamik formlar ile tasarımlarıma yansıtmaya çalışıyorum

S.T.E.: Takılarınızın öne çıkan özelliği ve/veya takı tasarımlarınızı diğer takılardan farklı kılan yönünüz nedir?

A.S.: Yukarıda saydığım etkenler çerçevesinde yarattığım kendine göre hepsinin bir hikayesi olan tasarımlar.

S.T.E.: Takılarınızı nasıl bir duygu ve düşünce ortamında yaratırsınız?

A.S.: Belli standart bir duygu düşünce durumu var diyemem, sürekli yaratmak ve üç boyutlu düşünen bir yapıda olan biriyim, çoğu şeyler yolda yürürken ya da hiç beklemediğiniz anda dikkatinizi çeken bir şey üzerinden gelişebiliyor tüm bu ufak ipuçlarını bir şekilde not ediyorum .

S.T.E.: İnanç sembolizmi içeren, tılsım yönü güçlü veya mitoloji temalı takılara yöneliminizin altında yatan sebep (sizi bu tarz takıları tasarlamaya iten güç) nedir?

A.S.: Dünya üzerindeki farklı mitolojilerde var olan ortak hikayeler üzerinden yaratığım kurgusal bir hikayesi olan “Odyssey” koleksiyonum aslında hayat dediğimiz bu karmaşık ve büyüleyici sistemin nasıl başladığı hakkında bir hikaye .Bu hikayeyi geliştirmek istememe doğa tarihine olan merakım diyebilirim.

S.T.E.: Son 20 yılda mücevher/takı sektöründe Türkiye’de ve dünyada sizce neler değişti?

A.S.: Üretim anlamında bahsediyorsak teknolojinin gelişmesi ve takı sektörüne girmesi diyebiliriz. Teknoloji sayesinde eskiden elde edemediğimiz formları artık gerçekleştirebiliyoruz. Tabi bu akla hemen el işçiliği oluyor mu sorusunu akla getiriyor. El işçiliği ve bilgisi her zaman değerli olacak bir değerdir ve bu bilgiye sahip insanların teknoloji ile bu bilgiyi yeni ufuklara taşımasının daha verimli ve doğru bir evrim olacağını düşünüyorum. Teknoloji bize verilmiş bir alet yarattığınıza ruhu verecek olan yine teknolojiyi kullanan kişinin kabiliyetlerine ve vizyonuna kalmış bir şey. Tasarım konusunda ise artık takı tasarımında tasarımcıların vizyon ve fikirlerini yalnızca değerli maddelere bağlı kalmadan farklı alternatif materyaller üzerinde ortaya koyabildikleri tasarımlar görebiliyoruz. Tasarımın üzerinde kullanılan materyal değerlerin ötesinde bir değer olduğu ve böyle değerlendirilmesi gerektiği yönünde yaklaşımlar söz konusu.

S.T.E.: Son yıllarda mücevherde gözlemlenen değişikliklerin sebepleri nelerdir?

A.S.: Bu sebeplerin yelpazesi oldukça geniş, değişen tüketici jenerasyonu ,hayat tarzlarındaki önceliklerin değişmesi, teknoloji, insanların takıya ulaşma şekilleri,

S.T.E.: Türkiye’deki mücevher tüketicisi gelişmiş özgün zevk sahibi, ne istediğini bilen bir tüketici midir? Tüketicinin talepleri ne yöndedir?

A.S.: Türkiye’de ne istediğini bilen kendini tanıyan tarzını bilen ve bunu yansıtmakta rahat olan bir kitleden bahsedebiliriz.

S.T.E.: Tasarımcıların halkın takı zevkini yönlendirdiğini düşünüyor musunuz?

A.S.: Tasarımcıların bütün bir halkı zevkini yönlendirebilir mi emin değilim, ama çok kullanılan moda olan tasarımlar daha geniş bir kitle tarafından kabul görüyor olabilir ve bunun üzerine o yönelimde tasarımlar üretilip bu talep karşılanıyor olabilir.

S.T.E.: 2000 Sonrası Türkiye Takı Sanatında İnanç Sembolizmi konusunda sizin düşünceleriniz nelerdir?

A.S.: İnanç sembolleri üzerinde yaşadığımız coğrafyada tarihsel olarak hep kullanılan semboller olmuştur. Kültürümüzün içinde var olan değerler olarak bunların güncel yorumlar ile kullanılması gayet doğal .

ECE ŞİRİN İLE RÖPORTAJ

S.T.E.: Selen Tutar Ener

E.Ş.: Ece Şirin_Takı Tasarımcısı/Pazarlama Uzmanı (Bee Goddess)

S.T.E.: Takılarınızı hayata geçirebilmek için kendi markanızı ne zaman kurdunuz?

E.Ş.: Takılarım üzerinde düşünmeye çok önceden başlamıştım ama hem ortamın hem de kendimin hazır olmasını bekliyordum. Kendimi hazır hissettiğim zaman markamı kurdum, 2004 yılında.

S.T.E.: Takılarınızı hayata geçirirken sizin için ilham kaynağı niteliğinde olan kişi veya kişiler, sosyal sorumluluk hissettiğiniz konular, duygular veya içsel gücünüzü tetikleyen herhangi bir öge var mıdır?

E.Ş.: Kadın ve eğitim yani kadının kendi içsel gücünü ortaya çıkarmak ve kadının eğitimi ile Türkiye'nin manevi gücünün yani bu mozağin dünya çapında daha iyi anlaşılması markayı kurma yolunda beni motive eden duygulardır.

Dünyanın gerçek anlamdaki ilk tılsım mücevher markası ve inanç sembolizmi üzerine kurulmuş bir markadır. Kişinin kendisini, potansiyelini gerçekleştirme, kendi özünü arayış serüveninden yola çıkarak markamın pusulasını belirledim. Tasarımlarımda inanç sembolizmi ve içinde yaşadığım coğrafyanın köklerimin benim üzerindeki etkisi de çok büyüktür. Anadolu deyince akla Ana gelir bu kadar anaerki olan köklerimizi ve en başta çatal höyükteki anatanrıça olmak üzere, bu köklerden gelen bütün kadınlarımızın içsel gücünü tüm dünyaya göstermek istedim. Bu topraklar hakkında yüzlerce yıldır süregelen kötü söylenceleri (Midnight Express, Barbar Türkler algısını) kırmak onun yerine Türk kadınının içindeki gücü dışa vurmak istedim, tasarımlarımın bir nevi kültür elçisi görevi üstlenmelerini ve dünyanın bizim içimizi görmesini istedim. Bunu dünyaya verebildiğimi düşünmüyorum ancak bu misyon için uğraşmak bile beni mutlu etti.

Dünya çapında bu alanda da hala birinci sıradadır hatta son yıllarda inanç sembolizminin anlamı yani benim yola çıkıştaki felsefem daha iyi anlaşılmaya başlandı. Diğer yandan kadın gücü, kadının güçlenmesi, tanrıça felsefeleri ve Anadolu'nun Ana Tanrıçası markanın beslendiği ve ilham aldığı konulardır. Ancak beni bu markayı kurmaya iten hatta sürükleyen sebep ise; dünya çapında tanınan Coca Cola gibi çok güçlü ve kurumsal şirketlerin iyi pozisyonlarında güçlü bir Türk kadın olarak ayakta durma çabam ve bu çaba sürecinde yaşadığım zorluklardır. İş hayatımın her alanında yaşadığım erkek egemen düzen, kadınların birbirini yok etmeye çalışması kız kardeşlik duygusunun yok olması ve kadının kendi kadınsı gücünü yok edip ayakta kalabilmek için sergilediği erkekleşme çabaları kadının ruhunu, rengini güzelliğini yok etmişti. Ben de olabildiğince kadının kendi içsel gücünü ortaya çıkaran tam anlamıyla kadın kokan bir marka yaratmak istedim. Diğer yandan bu tarz çok güçlü markalar söylemleriyle tüm dünyayı etkisi altına alıp insan psikolojisinde değersizlik duygusunu tetikliyor “sen benimle daha iyi olacaksın” düşüncesini empoze ederek insanın kendi içinde değersizlik duygusunu dürtüyordu. Post endüstriyel toplum düzeninde artık bu tarz söylemlerin ve bu büyük markaların sonu gelmekteydi, insanlar bu tarz kendini değersiz hissettiren söylemlerin bilinç altına enjekte edilmesinden hoşlanmıyorlar. Dolayısıyla insanın kendi içindeki gücünü çıkaracak gerçekten iyi hissettiren iyi marka olarak yola çıkmaya karar verdim.

S.T.E.: Takılarınızın öne çıkan özelliği ve/veya takı tasarımlarınızı diğer tasarımlardan farklı kılan yönünüz nedir?

E.Ş.: Bee Goddess kişiyi güçlendirmek üzere yola çıkmış olması ve kişiye değer katan değil kişinin kendi gücünü ortaya çıkarıyor olması. Bizim tasarımlarımızda kullanılan malzeme, taşın büyüklüğü, işçilik hiç önemli değildir bizim önemseydiğimiz tek konu tasarımın barındırdığı anlam ve kişiyle nasıl bütünleşeceği, kullanıcısının içsel gücünü nasıl ortaya çıkaracağıdır.

Dünyadaki ilk inanç sembolizmi markası olması ve kadının ana tanrıçanın gücüne sahip olduğunu vurgulayarak kadınların içsel gücünü ortaya çıkarma çabasıdır.

S.T.E.: Tasarımlarınızı nasıl bir duygu ve düşünce ortamında yaratırsınız?

E.Ş.: Spritüel ve ezoterik konuların içine girince sanki kendi paralel evrenimi geliştirdim ve bu dünyanın kötülüklerinden kaçarak mutlu olabildiğim 2. Dünyama

geçiyordum. Bence sanatçılar da artık böyle bir duygu halinde sanatsal eserlerini oluşturuyorlar yani amaçları bu dünyadan kaçarak kendi mutlu, özgür dünyalarını geliştirmek. Sanatçı kendi içinde, hayalinde bir dünya yaratıyor ve bir süre sonra bunu gerçek dünyası haline getirerek insanlarla paylaşmak istiyor, yarattığı sanat eserlerini insanlara sunuyor...Benim üretime geçişim de aynen böyle oldu. Artemis'i kendime arketip olarak seçtim. Ulu ana, büyük kadın! Ona ulaştınca o sembolün içine girince o sembolün gücü seni büyümlü bir şekilde kendi içine çekiyor. Güç, iyilik, mutluluk üzerine kendini yeniden oluşturuyorsun ve bunu keşfedince herkesi yeni keşfettiğin mutlu, güçlü dünyana çekmeye çalışıyorsun. Beni üretmeye iten ana duygu buydu. Bana göre kadın demek ruh, güzellik, aşk demek. Ben üretimlerimle kadınları kendi dünyama çekerek, onların kendi içlerindeki gücü dışarı çıkarmalarını sağlamak ve zaten çok güçlü olan kadınların kendi iç güçlerini kullanarak yaşam içinde daha çok güçlenmelerini görmek istedim.

S.T.E.: İnanç sembolizmi içeren, tılsım yönü güçlü veya mitoloji temalı takılara yöneliminizin altında yatan sebep (sizi bu tarz takıları tasarlamaya iten güç) nedir?

E.Ş.: 2. sorudaki cevaplarıma ek olarak önce kendimi şifalandırma kendimi güçlendirme benim en değerli motivasyonumdur. Göz sembolü, yılan sembolü gibi inanç sembolizmi öğeleri çağlar boyu kaybolmadan hatta güçlenerek devam ediyorlar. Benim arzum: bu ve başka sembolleri ortaya çıkararak bunları her zaman üzerimizde taşınan kadim takılar haline getirip, daha çok bilinirliğe ulaştırarak başkalarına hediye etmek ve herkesi şifalandırmak bu şekilde ve geleceğe de iyi niyetle dokunabilmek ve iyi enerjiyi geçirebilmektir.

Ana tanrıçalar zamanından çok etkilenmişim ve onların dönemini olurken çok ağır olan sembolizm dilini öğrenmeye merak sarmışım. Spritüel güçler, ezoterik inançlar gibi birçok okuma, araştırma yaptım, gizem okulları beni cezbedti... Tasarımlarım inanç sembolizmi üzerine kuruludur ve sembollerin dili konuşmaya ihtiyaç duymadan alt beynimize gönderdiği mesajla o sembolleri algılamamızı sağlıyor. Ancak tüm bunları araştırmaya 20 yıl önce başlamışım ancak yaşı, gereken olgunluğa ulaşmış olmamın ve okuduğumu anlamamın da zamanı var o dönemki bilgi düzeyimle bu ağır konuları yeni yeni anlamaya çalışıyordum fakat inanç sembolizmini özümseyip üzerine kendi hislerimi ekleyerek olgunlaşma ve üretime geçebilme zamanı ancak markamı kurduğum dönemde oluşmuştu. Ama beni bu yola iten güçlü arzu kendi içimdeki gücü ortaya çıkarmak ve mutlu olmaktı. Ben çalışma

hayatında mutlu değildim. Mutluluk konusuna çok takılmışım ve bir düğmeye bassam da tüm dünya pembeleşse mutlu olsam diye düşünüyordum.

Sonuç olarak bu sert ve zorlu dünyadan kaçıp kendime huzurlu, mutlu, yumuşacık bir dünya yaratma çabam doğrultusunda kendi kişisel gelişimimi tamamlama evrem, kimlik arayışım, mutlu olma isteğim, içimdeki dişil gücü ortaya çıkarıp insanların dertlerini tedavi etme isteğim ve kadınlar arası kız kardeşlik bağını güçlendirme arzum beni bu yola sevketmiştir.

S.T.E.: Son 20 yılda mücevher/takı sektöründe Türkiye’de ve dünyada sizce neler değişti?

E.Ş.: Benim inanç sembolizmi konusuna yönelmem 80’lerin sonu 90’ları kapsar ve markamı 2004’te kurdum. Ben İnanç sembolizmi alanında araştırma yaparken yani 90’larda ne mücevher sektöründe ne de insanlarda inanç sembolizmi, sembol ya da herkes biriciktir beni yansıtan takıyı takayım gibi söylemler, düşünceler kesinlikle yoktu hatta tasarım ürünler bile yoktu. Herkes mücevheri gösteriş ve zenginlik unsuru olarak algılıyor ve takıyordu. Markamı hayata geçirdiğimde de açıkçası yeni yeni tasarım ürünler üretiliyordu, genel geçer bir trend yoktu. Hatta toplumsal bilinç yeni yeni son 4 yıldır uyanmaya başladı ve talismanic jewellery denen anlam ve koruma (tılsım) barındıran takı türü pandeminin de tetiklediği ruhsal olarak iç dünyamıza ve inançlara dönüşü artırdı ve geçen yıl ile bu yıl in oldu.

Kadınların güçlenmesi anlamında ele alırsak konuyu yine kadınların birbirini destekleme ve güçlendirme çabaları son yıllarda daha çok destek bulur oldu. Kötülük, erkek egemenliği kadının ezilmesi ne kadar güçlenirse iyilik, iyi niyetli söylemler, kadın dayanışması vs. de o oranda artıyor yani zincir gibi bir durum. Sisteme, gidişata karşı koyma beraberinde kimlik arayışını ve anlam arayışını getirdi.

Öte yandan endüstri devrimine kadar lüks tüketim ürünü olan mücevher sadece çok parası olanlar için el yapımı olarak üretilirdi. Çok paraya sahip olan kesim ve onlar için çalışan bir nevi köle kesim vardı. Dünya genelinde ve Türkiye’de parası olan çok az kişi vardı fakat endüstrileşme çağında çalışan insan arttı beyaz yakalılar arttı, orta sınıf ortaya çıktı, paraya ulaşım kolaylaştı ve insanlar kendi parasını kazanınca o oranda özgürce harcama yapmak istediler. Teknolojinin de desteğiyle üretim arttı ve eskiden az sayıda üretilen ürünler artık çok üretilir oldu. Mesela Zen Diamond

markası orta sınıf başta olmak üzere herkesin ulaşabileceği kaliteli değerli taşlar üretilip satmaya başladı.

Türkiye’de bizim çok iyi mücevher ustalarımız var yüzyıllardır da hep var olmuş ama onlar ya her zaman ürettikleri klasik mücevherleri üretiyorlar ya da dünya markalarının birebir taklitlerini yapıyorlar. Yani bizim sadekar ustalarımızın belli bir misyonları, vizyonları, bir amaçları yok. Onlara bu konuyu sorduğumda tasarımın Türkiye’de para etmediğini tasarımcıya ekstra bir değer verilmediği için ne maddi ne manevi emeğinin karşılığını alamayacağını söylüyorlar. Hatta dünya çapında büyük markaların tasarımcıları yaşadığı konforlu rahat hayat sayesinde romantik duygular içerisinde yeni bir tasarım yaratırken, Türkiyede’ki mücevher ustalarının hayat koşullarının zorluğu, maddi sıkıntılar en başta olmak üzere, bir sürü sorunla başa çıkmanın omuzlarına bindirdiği yüklerle yaratacağı tasarıma odaklanamadıklarını söylüyor. Dolayısıyla tasarımın maddi olarak karşılığı olmadığı sürece gelişmiş tasarımcılarımızın olamayacağını belirtiyor.

Son 20 yılda dünyada çok fazla tasarımcı takı sektörüne girdi ve hatta son yıllarda inanç sembolizmine yönelmeye başladılar. Bir de mücevher lüks tüketimde en zirve noktadır dolayısıyla her alandaki gelişimin en zor uğradığı noktalardan birisidir. Son yıllara kadar mücevher sektöründe house denen büyük mücevher firmaları vardı Bulgari, Buccellati, Cartier bunların başında gelir. Bu büyük mücevher evleri az sayıdaydılar ve kişinin kendi kuyumcusu gibi çalışırlardı. Son dönemlerde bu büyük şirketlerin sayısı artmaya başladı ve ticari kaygılarla daha çok sürüme yönelik çalışmaya başladılar. Son 20 yılda ise tasarım yönü güçlü takılara yöneldiler. Mesela Pomelato markası gibi markalar aslında genç küçük kuyumcu markalarken tasarım yönlerini güçlendirerek kuyumculuktan tasarımcılığa evrilmiş level atlamış markalar haline gelmişlerdir.

İnsanlar marka istiyor kim bunu tasarladı bunun arkasındaki hikaye ne? Bunun arkasındaki misyon ne?

Türkiye tüketicisi için aynı şeyleri söylemem mümkün değil daha doğrusu Türkiye tüketicisinin tasarım bilincinden pek emin değilim ancak Bee Goddess markasının yükselmesindeki tek etken tasarım gücü ve takıların anlattıkları hikayedir. Diğer yandan Bee Goddess’ın Türkiye’de tasarım ruhunu başlatan markalardan olduğunu

söylemem gerekir Mücevheratın kalbi sayılan Kapalıçarşı'daki tüm kuyumcuların Bee Goddess'ı tanıdıklarını söylüyorlar.

S.T.E.: Son yıllarda mücevherde gözlemlenen değişikliklerin sebepleri nelerdir?

E.Ş.: Üretimin çeşitlenmesi ve sektörün büyümesidir. Mücevher çizimi ve üretiminin teknoloji sayesinde çok kolaylaşması gözlemlenen değişikliklerin ilk sebebi diyebilirim. Mesela bir modelin bilgisayar programında el zanaatçısına nazaran çok daha hızlı bir sürede çizilip ortaya çıkarılabilmesi üretimin çok kolay ve hızlı olmasını sağlamıştır.

İkincil sebep ise; tasarımın okulunu okuyarak tekniğini bilerek okullu bir şekilde sektöre giren tasarımcılardır. Bu şekilde eğitilmiş tasarımcılar ürettikleri tasarım yönü çok güçlü ürünlerle sektörü çok geliştirmişlerdir.

Dünyada Hindistan gibi hızlı ve çok ucuza üretim yapan ülkeler de sektörün gelişmesini sağlamıştır. Mesela Amerika'da bir tasarımcı gidip Hindistan'da çok ucuza fazla sayıda ürün yaptırıyor ve bu şekilde daha fazla ürün tasarlanıp üretilmesi tetikleniyor.

S.T.E.: Türkiye'deki mücevher tüketicisi gelişmiş özgün zevk sahibi, ne istediğini bilen bir tüketici midir? Tüketicinin talepleri ne yöndedir?

E.Ş.: Türkiye'de de 2 çeşit tüketici vardır: İlki; Altınbaş, Zen gibi sektörün nabzını tutan aynı zamanda sektörü de büyüten dev markalardan herkesin ulaşabileceği altın ve pırlanta yönüyle değerini belirleyen ürünleri alan tüketicidir. İkinci tür tüketici ise; Aldığım ürün sadece bende olsun ya da bana özel olsun diye düşünen tasarıma önem veren, takının anlattığı hikayeden etkilenerek takıyı taşımak isteyen, eğitim düzeyi yüksek, entelektüel kapasitesi yüksek, araştıran, ne istediğini bilen bir tüketici kitlem var. İnternet ve Google da insanları araştırma ve öğrenme konusunda eğitti diyebiliriz. Bir yandan da her şeye sahip olmuş ve artık hiç görülmemiş bir şeye sahip olmak isteyen çok varlıklı bir kesim var.

Yaş gurubu olarak baktığımda ise; çok az insan hikaye ve arkasındaki anlam, derinliği araştırıp önemsiyor fakat genç nesil bu konuda ayrı tutmak gerekir. Dolayısıyla geçmişe bakmadan bugün dünyadaki genç nesil her şeyin arkasındaki alt metni okumaya çalışıyor detayları ve arkadaki gerçek hikayeyi önemsiyor, derinliğe bakıyor. Genç nesil saydamlık, güvenilirlik, sürdürülebilirlik, dünyaya katkı sağlama gibi değerler arıyor. Aldığı takıda bile bunları sorguluyor.

S.T.E.: Tasarımcıların halkın takı zevkini yönlendirdiğini düşünüyor musunuz?

E.Ş.: 21. Yüzyıl tasarımcıları özgün tasarımları ve ruhlarıyla evet halkı yönlendiriyor ve yeni yollar, ufuklar açıyorlar. 20. Yüzyılda belki modanın yönlendirmesi olabilir ancak sanatsal tasarımlara sahip mücevherde tasarımcının halka kendi ruhunu geçirme süreci 21. Yüzyılda başladığını düşünüyorum.

S.T.E.: 2000 Sonrası Türkiye Takı Sanatında İnanç Sembolizmi konusunda sizin düşünceleriniz nelerdir?

E.Ş.: Ben bu konuya eğilmiş ve inanç sembolizmi temasıyla 2004 yılında markamı kurarak var olan ilk mücevher markasıyım. Ben bu alanda bir yol açtığımı düşünüyorum ve beni bu konuda beni çok takip eden oldu. Ben yaptığım şeye çok inandığım için kendi inancımı, kendi inanç yoğunluğumu, duygularımla birleştirip bütün dünyayla paylaşmak istedim. Önüme gelen her fırsatta kendi keşfettiğim bu alandaki kendi doğrularımı beni çok güçlendirdiğine inandığım için üretime döktüm ve müthiş bir şevkle herkesle paylaşmak için çabaladım.

Benim modellerim de çok çalındı. Kapalıçarşı'da kendi tasarımlarımın çalınıp üretildiğini gördüğümde gidip soruyordum ve sorumlu kişi ne var ki nedir yani alt tarafı bir şey çizip üretmişsin diyordu yani hala tasarım bilinci ne yazık ki Türkiye'de mücevherin kalbi olarak bilinen Kapalıçarşı'da gelişmemiş. Dolayısıyla inanç sembolizmi temalı ürünlerin ne kadarı otantik bundan emin değilim. Sadece Türkiye değil Dünya'da da benim açtığım yoldan ilerleyen çok marka kuruldu. Mesela Amerika'da Foundry adlı marka birebir benim tavrımı ve tarzımı kopyalayarak markasını oluşturmuştur. Benden esinlenerek bambaşka tasarımlar yaptılar ve Foundry şu an Amerika'da büyük bir mücevher markası olmuş durumda. Yine Amerika'da Alex&Ani markası da benden sonra semboller ve şans üzerine yoğunlaşarak tasarımlar yaptılar.

GÜLŞAH SÜREL ERDEM İLE RÖPORTAJ

S.T.E.: Selen Tutar Ener

G.S.E.: Gülşah Sürel Erdem_Mimar/Takı Tasarımcısı (House of DIV)

S.T.E.: Takılarınızı hayata geçirebilmek için kendi markanızı ne zaman kurdunuz?

G.S.E.: Takılarımı aklımda hep tasarlıyordum, mimarlık dönemlerimden beri ancak House of DIV, 2014 yılında temelleri atılan bir markadır.

S.T.E.: Takılarınızı hayata geçirirken sizin için ilham kaynağı niteliğinde olan kişi veya kişiler, sosyal sorumluluk hissettiğiniz konular, duygular veya içsel gücünüzü tetikleyen herhangi bir öge var mıdır?

G.S.E.: Buna birkaç farklı yönden yanıt verebilirim.

Yunanistan gezilerim sırasında tanıştığım bir marka vardı; Babylonia. Bu tasarımcının yerel kadınlara ördürdüğü ve üzerine gümüş üzerine işlediği sembolleri çok sevmiştim. Neden sevmiştim? Çünkü özgünlerdi, anlamları vardı, el emeği vardı. Kişi olarak kendisini söyleyebilirim. Onun haricinde duygularımı ve içsel gücümü tetikleyen şeyler çok değişken. Bir müze gezerken grafik formundan etkilendiğim bir nesne, bazen bir manzara, bazen okuduğum kitaptaki bir cümle, mimarlık tarihinde iz bırakmış yapılar gibi. Ama tek bir yanıt vermem gerekseydi kesinlikle Altın Oran derdim.

S.T.E.: Takılarınızın öne çıkan özelliği ve/veya takı tasarımlarınızı diğer tasarımlardan farklı kılan yönünüz nedir?

G.S.E.: House of DIV tasarımları trendlerden bağımsız özgün tasarımlardır. Önce temayı belirlerim. Bu yukarıda bahsettiğim gibi bir sembol, mimari bir eser, bir manzara veya bir çiçek olabilir. Tasarlamaya karar verdiğim modeli altın orana oturtur, sonra bir prototip üretip, ergonomisini test eder, sonra üretime geçerim.

Yani diğer markalardan farklı yönü özgünlüğü, matematiksel formülü, ergonomisi ve en önemlisi her bir tasarımın arkasında bulunan hikayesidir.

S.T.E.: Tasarımlarınızı nasıl bir duygu ve düşünce ortamında yaratırsınız?

G.S.E.: Gördüğüm anda nefesimi kesen, kalp atışlarımı hızlandıran, bazen gözlerimden yaş gelmesine neden olan her şey benim için bir tema olabilir. Ama yukarıdaki fiziksel etkileri hissetmiyorsam yeteri kadar etkilenmemişim demektir. O zaman o konuda bir şey tasarlayamam. En zoru da tasarım yaparken tamamen sessiz bir ortama ihtiyaç duymam. Bu nedenle tasarımlarım son haline geceleri geliyor.

S.T.E.: İnanç sembolizmi içeren, tılsım yönü güçlü veya mitoloji temalı takılara yöneliminizin altında yatan sebep (sizi bu tarz takıları tasarlamaya iten güç) nedir?

G.S.E.: Sanırım bu bir kişilik özelliği. Henüz ortaokul yıllarında okuduğum “Tanrıların Arabaları”(Erich Von Daniken) ile gizemli sembollere müthiş bir ilgi duymaya başladım. Piramitler, Güneydoğu Anadolu kadınlarının dövme sembolleri, hayatımızın içine girmiş, çoğu kimsenin sorgulamadığı şaman alışkanlıkları... Bir çok şey sayabilirim. Genel olarak şunu söyleyebilirim galiba; her şeyi neden diye sorgulamam.

S.T.E.: Son 20 yılda mücevher/takı sektöründe Türkiye’de ve dünyada sizce neler değişti?

G.S.E.: Açıkça itiraf etmem gerekirse sektörü takip eden bir tasarımcı değilim. Sadece gözlemlediğim kadarıyla mücevher eskiden ağırlıklı olarak yatırım aracı olarak görülürken, son yıllarda tasarım değeri de öne çıkmaya başladı.

S.T.E.: Son yıllarda mücevherde gözlemlenen değişikliklerin sebepleri nelerdir?

G.S.E.: Çok gezen mi bilir, çok okuyan mı?’ diye bir tartışma konusu vardır yıllardır süregelen. Ben her zaman gezerek ve görerek öğrenmenin daha kalıcı olduğuna inananlardanım. İnternet sayesinde görülebilen şeyler o kadar arttı ki gerek mücevher kullananların gerek üretenlerin ufku açıldı. Digital çağ, teknolojik gelişmeler, 3D çizim programları, 3D yazıcılar mücevhere farklı bir soluk getirdi.

S.T.E.: Türkiye’deki mücevher tüketicisi gelişmiş özgün zevk sahibi, ne istediğini bilen bir tüketici midir? Tüketicinin talepleri ne yöndedir?

G.S.E.: Benim gözlemlediğim kadarıyla Türkiye’de 2 tip mücevher tüketicisi var. Birincisi rafine tasarımlardan hoşlanan, özgün ürün arayan, mücevheri bir sanat dalı olarak gören entelektüel eğitilmiş bir kesim. İkincisi daha hızlı tüketime yönelik, moda olduğu için satın alan, sık alıp sık değiştirdiği için de daha ucuzuna hatta taklidine yönelen bir kesim.

S.T.E.: Tasarımcıların halkın takı zevkini yönlendirdiğini düşünüyor musunuz?

G.S.E.: Eğer mücevheri modanın bir parçası olarak değerlendirirsek, elbette moda yön veren hatta trend başlatan tasarımcılardan söz edebiliriz.

Mücevheri bir sanat dalı olarak değerlendirirsek eğer ki ben öyle görüyorum, bu durumda tüketici kendinden ayrışıyor. Benim tasarımlarımdan çok hoşlananlar olduğu gibi, hiç hitap edemediklerim de olabilir. Tıpkı çağdaş resim sevenlerin takip ettiği ressamın ile klasik resim sevenlerin takip ettiği ressamın farklı olması gibi.

S.T.E.: 2000 Sonrası Türkiye Takı Sanatında İnanç Sembolizmi konusunda sizin düşünceleriniz nelerdir?

G.S.E.: Sembolizm insanlık tarihi kadar eskidir. Takılar ise bir sembol olmak, bir mesaj vermek için son derece uygun araçlardır. Dolayısıyla dünyanın her yerinde müzelerde bir takı vitrini mutlaka vardır.

2000 sonrası ne değişti diye düşündüğümde ilk aklıma gelen, 2000’li yılların hızlı tüketim yılları olması. Satış ve pazarlama tekniklerinde insanların belli bir duygusuna dokunmanın satışı hızlandıracağını altı çizilir. İnanç sembollerinin, mitolojik sembollerin daha yoğun kullanılması, insanların duygusal yanlarına dokunmanın ses getirdiğinin farkına varılması olabilir. Bu kadar derin bir konunun sırf bir pazarlama aracı olarak kullanıldığını görüp üzülüyorum bazen.

BESTE CESUR VE YONCA ALBAYRAK İLE RÖPORTAJ

S.T.E.: Selen Tutar Ener

B.C. ve Y.A.: Beste Cesur ve Yonca Albayrak_Takı Tasarımcıları (Lucky Culture)

S.T.E.: Takılarınızı hayata geçirebilmek için kendi markanızı ne zaman kurdunuz?

B.C. ve Y.A.: İkimiz de takı tasarımıyla ilgileniyorduk ancak bir araya gelip markamızı kurmak ve kendi tasarımlarımızı yaratabilmek Mart 2015 yılına denk geldi.

S.T.E.: Takılarınızı hayata geçirirken sizin için ilham kaynağı niteliğinde olan kişi veya kişiler, sosyal sorumluluk hissettiğiniz konular, duygular veya içsel gücünüzü tetikleyen herhangi bir öge var mıdır?

B.C. ve Y.A.: Yaşadığımız topraklar, barındırdığı kültürel ve tarihsel zenginlik ve çeşitlilik ile kesinlikle başlı başına bir ilham kaynağı. Bu işe başladığımızdan beri her zaman kendi topraklarımızdan beslendik. Aslında bu toprakların zenginliklerini yaşatmak ve tanıtmak da başlı başına bir sosyal sorumluluk diyebiliriz.

S.T.E.: Takılarınızın öne çıkan özelliği ve/veya takı tasarımlarınızı diğer takı tasarımlarından ayıran yönler nelerdir?

B.C. ve Y.A.: Markamızın öne çıkan özelliği kesinlikle her takının bir hikayesi olması. Bu bağlamda kolye sadece bir kolye olmaktan çıkıyor ve kullanıcısına iyi hissettiren, hikaye anlatan özel bir parça haline geliyor, kullanıcı ile takı arasında bir bağ ve aidiyet hissi oluşuyor.

S.T.E.: Takılarınızı nasıl bir duygu ve düşünce ortamında yaratırsınız?

B.C. ve Y.A.: Yaratıcılık kısıtlanmaması gereken, her koşulda gerçekleştirilebilen bir öge bizim için. Yolda yürürken veya bir sohbet sırasında, hatta rüyada bile gelebilir. Her zaman daha iyisini, güzelini, farklısını yaratma istediği sanırsız öne çıkan en güçlü duygumuz.

S.T.E.: İnanç sembolizmi içeren, tılsım yönü güçlü veya mitoloji temalı takılara yöneliminizin altında yatan sebep (sizi bu tarz takıları tasarlamaya iten güç) nedir?

B.C. ve Y.A.: İnsanlık tarihinde inancın, tılsımların ve sembolizmin yeri çok büyük, hatta insanlığın geldiği noktada büyük payları var. Günümüzde bu eski, tarihsel öğelere bir dönüş ve sığınma olduğunu düşünüyoruz. İnsanlığı şekillendiren bu öğelerin aslında ne kadar da insanın içinden olduğunu araştırdıkça görüyoruz. Bundan dolayı bu alanlarda çalışmak gerçekten çok öğretici ve keyifli.

S.T.E.: Son 20 yılda takı sektöründe Türkiye’de ve dünyada sizce neler değişti?

B.C. ve Y.A.: Kesinlikle takı bir standarttan çıkarak çeşitlendi. Eskiden takıya yüklenen anlam ve kullanım alanları çok belliydi, şimdi ise takı hayatın her anının içinde, bazen bir şans eşyası, bazen harika bir hediye, bazen de güzelleşmek adına kullanılan bir araç oldu.

S.T.E.: Son yıllarda takıda gözlemlenen değişikliklerin sebepleri nelerdir?

B.C. ve Y.A.: Eski insanlık tarihine bakarsak, takının yeri gerçekten çok farklı. Statü gösteren, dinsel, inançsal temalar içeren bir araç aslında. Bu noktada takıda biraz eskiye dönüş olduğunu düşünüyoruz. İnsanların anlam arayışı takılarda can buluyor diyebiliriz. Son 20 yılda belki de lüks olarak görülen takılar, artık hayatımızın bir parçası. Bu değişikliğin en büyük sebebi kesinlikle insanların inanma, iyi hissetme ve mutlu olma ihtiyaçları.

S.T.E.: Türkiye’deki mücevher tüketicisi gelişmiş özgün zevk sahibi, ne istediğini bilen bir tüketici midir? Tüketicinin talepleri ne yöndedir?

B.C. ve Y.A.: Maalesef Türkiye’de zanaatkarlık ve el işçiliği ne kadar gelişmiş olsa da, sanata, takıya, tasarıma verilen önem henüz çok da kayda değer değil. Takıda tasarımın ve çeşitliliğin yeni yeni arttığını düşünürsek, bu çok da tuhaf karşılanacak bir durum değil. Bizim tüketicimizin genellikle eğitilmiş, bilinçli, sanata ve tasarıma ilgi duyan kişiler olduğunu söyleyebiliriz ancak genele bakıldığında küçük bir kesim tabii... Ancak Türkiye’de de tasarım anlayışı, sanata olan bakış açısı geliştikçe, tüketicinin zevkleri de bu yönde evrilecektir. Sanırım biraz daha zamana ihtiyacımız var.

S.T.E.: Tasarımcıların halkın takı zevkini yönlendirdiğini düşünüyor musunuz?

B.C. ve Y.A.: Tasarımcılar kesinlikle halkın takı zevkini yönlendiriyorlar. Özellikle içinde yaşadığımız tüketim toplumunda, sosyal medyanın da gücüyle, öne çıkan trendler, tasarımlar herkesin gözbebeği haline geliyor. Öne çıkan bir tasarım kısa zamanda tüketici arasında çok popüler olabiliyor. Bunun en büyük sebebi de kesinlikle kolay ulaşılabilirlik ve sosyal medyanın gücü.

S.T.E.: 2000 Sonrası Türkiye Takı Sanatında İnanç Sembolizmi konusunda sizin düşünceleriniz nelerdir?

B.C. ve Y.A.: İnanç insanlık tarihi boyunca her zaman hayatın her alanını kapsamıştır. Özellikle bir şeye inanma, sığınma ihtiyacı bizce insanın yemek içmek gibi en temel ihtiyaçlarından biridir. Bu doğrultuda, inanç sembolizminin de takılara bu kadar nüfus etmesi şaşırtıcı değil. İnsanlar bu arayışta her zaman yanlarında taşıyabilecekleri, kendilerini iyi hissettiren takılara yöneldiler. Özellikle 2000 sonrası, daha kolay ulaşılabilirlik, farkındalıkların artması ve tasarım anlayışlarının değişmesi ile inanç sembolizmi de gelişti.

BEGÜM ÖZBAŞ VE BESTE CESUR ÖZBAŞ İLE RÖPORTAJ

S.T.E.: Selen Tutar Ener

B.Ö. ve İ.S.Ö.: Begüm Özbaş ve İris Süloş Özbaş_Takı tasarımcıları (Monapetra)

S.T.E.: Takılarınızı hayata geçirebilmek için kendi markanızı ne zaman kurdunuz?

B.Ö.: : 2018 Ocak ayında kurduk.

İ.S.Ö.: Markamızı kuralı 3 yılı geçiyor. 2018 Ocak ayıydı... Ben o zaman bir firmada çalışıyordum. Sınırları olmadan bir şeyler tasarlayacak olmak beni çok heyecanlandırıyordu.

S.T.E.: Takılarınızı hayata geçirirken sizin için ilham kaynağı niteliğinde olan kişi veya kişiler, sosyal sorumluluk hissettiğiniz konular, duygular veya içsel gücünüzü tetikleyen herhangi bir öge var mıdır?

B.Ö.: İlham kaynağı olan kişiler annem ve babam diyebilirim. Çocukluğumda her zaman sanat ve tarih farkındılığı içinde büyüdüm. Bu bilinç ve göz tüm hayatımı hep iyi yönde etkiledi ve kariyer yolumu çizmemi sağladı.

İ.S.Ö.: Sanat eğitimi aldıktan sonra kurumsal hayatta çalışmak beni çok zorlamıştı. Belli kalıpların içinde çalışmak; kendinden bir şey koyamamak... Bu bir yolculuk tabi ki. Çalıştığım firmaların da bana kattığı çok fazla şey var. Fakat yaratmak fikrini okulda bırakmış olmak beni kapana sıkışmış gibi hissettiriyordu.

Sahip olduğumuz şeylerin değerini hiçbir zaman bilemiyoruz. Bu değerlere dönüp baktığımda aslında beslenecek o kadar çok alan vardı ki... Çocukluğum, kültürüm, sanatım, ülkem... Özellikle ülkemizin kültürü; tarihi... İçlerine girdikçe, okudukça bin bir düşünce; bin bir fikir birbirini kovaladı. Bu değerleri Monapetra' da hikayeleştirmek ve daha sonrasında üzerimizde taşıyabilecek olmamız; tasarladığımız bu takıların nesilden nesle geçebilecek olması beni çok heyecanlandırıyordu.

S.T.E.: Takılarınızın öne çıkan özelliği ve/veya takı tasarımlarınızı diğer takı tasarımlarından ayıran yönler nelerdir?

B.Ö.: Markamızın en öne çıkan özelliği tasarım olarak antik dokusunu korurken günümüzün modernliğini de taşıyor olması... her bir tasarım özgün hikayesi ve gücü ile oluşuyor.

İ.S.Ö.: Hikayelerimizi kendimiz oluşturuyoruz. Monapetra'yı bir uygarlık olarak düşünüp yaşam alanını kendimiz tasarlıyoruz. Çok köklü bir kültürden gelen; kendi kendini besleyen; güçlü kadınları olan, hayvanları ve sanatı seven bir uygarlık Monapetra. Bence bizi ayıran en önemli özelliği bu.

S.T.E.: Takılarınızı nasıl bir duygu ve düşünce ortamında yaratırsınız?

B.Ö.: Power of you mottomuzu her zaman hatırlayarak tasarım yolculuğuna buradan çıkıyoruz. Seni sen yapan güç aslında içinde. Manevi bu güç üzerinde taşıdığın mücevherle birleştirdiğinde seni yükseltiyor. Bu enerjiyi tüm tasarımlarımıza yüklemek ilk hedefimiz.

İ.S.Ö: Benim çok değişken. Gece yatağa yattığımda bile aklıma gelebiliyor. Aklımın bir köşesinde devamlı çalışan bir makine var. Her gördüğüm, her duyduğum o filtreden geçiyor. En ufak bir fikir doğurdukça doğuruyor ve kocaman bir dünya oluyor. Begüm'ün de dediği gibi bir de bu düşünceleri kendi mottomuzla birleştirdiğimiz zaman heyecanlı işler ortaya çıkıyor.

S.T.E.: İnanç sembolizmi içeren, tılsım yönü güçlü veya mitoloji temalı takılara yöneliminizin altında yatan sebep (sizi bu tarz takıları tasarlamaya iten güç) nedir?

B.Ö.: Monapetra'da nesilden nesle geçen mücevherler üretmek istedik. Bu nedenle materyal olarak da tasarım olarak da değerli olması önceliğimizdi. Üzerimizde taşıdığımız objelerin şans getirdiğine inanıyoruz bu nedenle Monapetra'nın da hikayesinde inandığımız güç, mottosu ile bu algıyı bütünleştirerek tasarımlarımızı oluşturuyoruz.

İ.S.Ö.: Sembollerin hepsini insanın kendi gücüne yorumlayıp tasarımızla ortaya koyuyoruz. Aslında insanları her seferinde kendi güçlerine yönlendirmek amacımız. Taşıdığı takı; sembol, ona kendi gücünü hatırlatmalı. Kendinde bulduğu gücü kuşaktan kuşağa da bozulmadan aktarabilmek en büyük amacımız. Mesela damga koleksiyonundaki göz nazar olarak da yorumlanabilirken bir yandan var olmak, ilerlemek için aradığın gücün sadece baktıkların değil bakarken gerçekten gördüklerin olduğunu o takıyı taşıyana hatırlatması için tasarlamıştık. Tasarlamakta olduğumuz kilim koleksiyonumuz var. Buradaki sembollerin hepsini de insanın kendi gücüne yorumlayarak tasarlıyoruz.

S.T.E.: Son 20 yılda mücevher/takı sektöründe Türkiye'de ve dünyada sizce neler değişti?

B.Ö.: Klasik mücevherden tasarım mücevhere vizyon olarak geçildiğini ben çok hissediyorum. Artık tüketici de seçerek farklı ve hem görsel hem de manevi olarak ona bir şeyler kattığına inandığı seçkiler yapıyor.

İ.S.Ö.: Benim annem, babam mimar. Eve hep hikayesi olan eşyalar, takılar, sanat eserleri girdi. Evden çıktığım ve İstanbul'a geldiğim gün farklı bir dünyayla tanıştım.

Her şey çok materyaldi. Özellikle takılar. Benim annemin takıları hep aileden kalan; hikayesi olan; manevi değeri yüksek takılardı. Bunlar haricinde gittiğimiz gezilerden aldığımız antik takılar ve benim dizdiğim kolyelerdi. Fark ettim ki insanlar altının gramına; taşın karatına önem veriyorlar. Bütün dünya metropollerinde de öyle. İnsanlar rekabet içinde. Kendi hikayelerimizi; bizi biz yapan değerleri unutuyoruz. İşte biz de bunun için varız. İnsanlara köklerini; köklerindeki gücü hatırlatmak için.

S.T.E.: Son yıllarda mücevherde gözlemlenen değişikliklerin sebepleri nelerdir?

B.Ö.: Yeni ve farklı tasarımcıların sektörde fazlalaşmasıyla seçenekler arttı ve dolayısıyla farklı vizyonlar ve stiller denenmeye başladı. Ben bunun çok etkili olduğunu düşünüyorum. Bir de tabi ki global olarak modadaki ve trendlerdeki değişimlerde çok etkili.

İ.S.Ö.: Dediğim gibi insanlar kendi özlerini unuttular. Kendilerine iyi gelen şeyler yerine dış dünyaya gösterdikleri maddi etkenlerin kölesi oldular. Değerleri hep maddi etkenlerle ölçtüler, ama aslında bir şeyi değerli kılan onun yaratılış süreci; onun arkasındaki hikaye aynı kendi doğumumuz ve bizi biz yapan hayat yolumuzun hikayesi gibi.

S.T.E.: Türkiye'deki mücevher tüketicisi gelişmiş özgün zevk sahibi, ne istediğini bilen bir tüketici midir? Tüketicinin talepleri ne yöndedir?

B.Ö.: Genel olarak konuşmak ne kadar doğru bilmiyorum ama Monapetra müşterisini değerlendirmemiz gerekirse biz her zaman özgün, hikayesi olan zevk sahibi ne istediğini bilen, eğitim düzeyi yüksek, araştırmayı seven, tasarımları takip eden bir tüketici ile ilişki halindeyiz.

İ.S.Ö.: Böyle bir kesim var kesinlikle ama çok daha az. İnsanlar günümüzde internetin sağladığı olanaklar sayesinde istedikleri şeylere kolay ulaşmaya çok alıştılar. Bu yüzden de her şeyi çok kolay zannediyorlar. Biz kendi uygarlığımızı yarattık Monapetra ile ve herkesi orada yaşamaya çağırıyoruz; fakat insanların yeni fikirlere alışması zaman alıyor. Her yerde gördüklerini düşünmeden materyaline göre ölçüp değerlendirmek daha kolay geliyor. Ama insanlar her şeye alışıyorlar bir yandan da. Hele geçirdiğimiz pandemi sürecinden sonra insanlar kendilerine çok daha fazla döndüler. Hikayesi olan ve hikayelerinde kendilerini de bulmak istedikleri tasarımlara da değer vermeye başladılar. İleride bu fikre insanların çok daha sahip çıkacağını düşünüyorum.

S.T.E.: Tasarımcıların halkın takı zevkini yönlendirdiğini düşünüyor musunuz?

B.Ö.: Evet kesinlikle! Farklı tasarımları gördükçe, inceledikçe ve deneyimledikçe zevkler ve trendler etkileniyor böylece mücevher zevki yönlendiriliyor.

İ.S.Ö.: Türkiye bir kuyum ülkesi. Bu hem avantajımız hem dezavantajımız. Çok iyi olanaklarımız, üreticilerimiz, ustalarımız var; bu bizim avantajımız. Kuyumcularla tasarım markalar çok farklı amaçlara hizmet ediyorlar. Kuyumcular aslında toptan alıp aynı malı satan zincirlerden ve dükkanlardan oluşuyor. Aslında insanların takabilecekleri ziynet eşyalarını alacakları yerler kuyumcular. Bizde ise anlatılmak istenen bir hikaye var ve müşteriye de bu hikayemizi yaşatmak için kendi dünyamıza çağırıyoruz bir de bunu perakende dünyasının kurallarına uyarak yapmaya çalışıyoruz. Markalarla karşılaştırmak yerine bizi kuyumcularla karşılaştırabiliyorlar. Ama insanlar sizi marka olarak kabul ettikten sonra evet tasarımcının halkın zevkini yönlendirdiğini düşünüyorum.

S.T.E.: 2000 Sonrası Türkiye Takı Sanatında İnanç Sembolizmi konusunda sizin düşünceleriniz nelerdir?

B.Ö.: Türkiyede gelenekselleşen bir nazar boncuğu inancı vardır. Bu 2000 sonrası değil çok eskilere dayanan zaten kalıplaşmış bir inançtır. Zaman içinde bu sembolizmin daha da fazlaştığını düşünmüyorum ama şekil aldığını düşünüyorum. Yeni tasarımlar ve bakış açılarıyla bu nazar boncuğu algısının üzerine konularak şekil değiştirilerek farklı tasarımlar oluştu. Monapetra’da da bizim damga koleksiyonumuza ait göz tasarımımız bu oluşumlardan bir tanesidir.

İ.S.Ö.: 2000 öncesini pek hatırlamıyorum, ama kendimi bildiğim süreç boyunca takılarda nazar boncukları, dualar, muskalar, çok Tanrılı dinlerdeki Tanrı resimleri insanların boyunlarını, bileklerini süslemeye devam etti. Aslında hepimizin bir hikâyeye inanıp onun peşinden gitmeye ve onun bizi koruduğuna dair bir fikre sığınmaya ihtiyacımız var. Bana sorarsanız hepimiz kendi hikayemizin kahramanı olup; kendi gücümüze inanıp yaşamaya devam etmeliyiz. Köklerimizdeki bizi biz yapan güç bizi korumaya; bizi hayal ettiğimiz her şeyi yapmaya sürükleyecek olan güçtür. Buna inanıp buna göre yaşadığımızda kendimize olan inancımız da daha kuvvetli olacaktır.

SELDA OKUTAN İLE RÖPORTAJ

S.T.E.: Selen Tutar Ener

S.O.: Selda Okutan_Güzel Sanatlar Heykel/Takı tasarımcısı

S.T.E.: Takılarınızı hayata geçirebilmek için kendi markanızı ne zaman kurdunuz?

S.O.: Selda Okutan markasını 2009 yılında Sultan Ahmet'te küçük bir atölye olarak kurdum.

S.T.E.: Takılarınızı hayata geçirirken sizin için ilham kaynağı niteliğinde olan kişi veya kişiler, sosyal sorumluluk hissettiğiniz konular, duygular veya içsel gücünüzü tetikleyen herhangi bir öge var mıdır?

S.O.: Markamı yaratırken, neredeyse tüm hayatım boyunca 3 boyutlu objelere ve heykele olan ilgimin etkisi çok fazladır. Belirli kişileri örnek vermem zor fakat iç içe formları, karmaşık detayları olan heykellere karşı ayrı bir ilgin olduğunu söyleyebilirim. Bu tanıma uygun bir örnek vermem gerekirse Auguste Rodin'in Cehennem Kapıları detayları, girift yapısı, hikayesi dikkate alındığında muhteşem bir ilham kaynağıdır. Bunların dışında sanırım en iyi ve sıkça yaptığım şey izlemek. Gözlemlemeyi seviyorum. Mimikleri, hal ve hareketleri yorumlayarak ortaya çıkardığım takılarım var. Mitoloji ve dini betimlemelerden de ilham alırım. İnsan, hem geçmişle hem de bu gününde benim için benzersiz bir kaynak.

S.T.E.: Takılarınızın öne çıkan özelliği ve/veya takı tasarımlarınızı diğer takı tasarımlarından ayıran yönler nelerdir?

S.O.: Figürleri kullanarak küçük alanlarda hikaye anlatıyor olmam en ayırtıcı özelliğim. Takı yaparken sadece takıldığında görünen kısmı değil yüzeyin tamamını kullanmayı seviyorum çünkü bana göre mücevher, takılabilir bir güzellik olmasının yanı sıra sanatsal bir tasarım objesidir.

S.T.E.: Tasarımlarınızı nasıl bir duygu ve düşünce ortamında yaratırsınız?

S.O.: Yolculuk yaparken, bir anda uykudan uyanıp, bir konu üzerinde araştırma yaparken, bir makine parçasının işleyişini incelerken, film izlerken ya da müzik dinlerken, herkes uyurken sessizlikte... bulunduğum alanın ya da zamanın

kısıtlayıcılığı olmadan aklıma gelenleri hiçbir zaman yanımdan ayırmadığım defterime çizerek ve notlar alarak tasarımına başlarım. Sonrasında ise günler sonra yeniden değerlendirmeye alıp üzerinde çalışmaya devam edip etmeyeceğime karar veririm. Eğer devam edeceksem tasarımı detaylandırmaya ve parçayı modellemeye başlarım.

S.T.E.: İnanç sembolizmi içeren, tılsım yönü güçlü veya mitoloji temalı takılara yöneliminizin altında yatan sebep (sizi bu tarz takıları tasarlamaya iten güç) nedir?

S.O.: Olağanüstü ve doğaüstü olana ilgi ve merakım bu tarz takılar yapmamdaki belki de en belirleyici sebep. Yılları önce başladığım ve neredeyse tüm dinlerde bahsedilen 4 büyük melek betimlemesi gibi. 4 büyük meleği bir seri olarak planlamıştım. Serinin ilk parçası Gabriel (Cebrael)' dir. Onu bir yüzük olarak tasarlamıştım. İkinci parçada ise baston olarak şekillenen Raphael (İsrafil) meleği işliyorum. Bu parça takı değil fakat bedeni bütünlediğini düşündüğüm bir obje. Her bir parça için detayların netliği benim için önemli bu nedenle serinin geri kalan meleklerini tamamlamam ne kadar sürer bilemiyorum.

S.T.E.: Son 20 yılda mücevher/takı sektöründe Türkiye'de ve dünyada sizce neler değişti?

S.O.: Hem materyal hem de sınırlar konusunda daha özgür olunabildiğini görebiliyorum. Üretim yöntemlerinin gelişmesi bu konuda sınırları ortadan kaldırmış gibi görünüyor. Bireylerin farklı olana ilgisi de özgün işlerin ortaya çıkmasında teşvik edici.

S.T.E.: Son yıllarda mücevherde gözlemlenen değişikliklerin sebepleri nelerdir?

S.O.: İnsan her zaman iyi yönde olmasa da sürekli gelişiyor veya kendini geliştiriyor. Öğrenmeye ve bilgiye olan açlık bununla beraber neredeyse istediğimiz her bilgiye anında ulaşabiliyor oluşumuz bizleri de değiştiriyor. Duyusal olarak da bir şeylerin değiştiği ortada. İnsandaki bu değişim ya da gelişim, üretim teknik ve uygulama yöntemlerinin de farklılaşması ve kolaylaşmasıyla birlikte alışık olunan mücevher algısının dışına çıkılmasını sağlıyor.

S.T.E.: Türkiye'deki takı tüketicisi gelişmiş özgün zevk sahibi, ne istediğini bilen bir tüketici midir? Tüketicinin talepleri ne yöndedir?

S.O.: Türkiye’de mücevher ve zevk kelimelerini yan yana kullanabilmek hala çok zor. Çok küçük, eğitim düzeyi yüksek bir kesim tasarımın özgünlüğünü materyalin değerinden önde tutabiliyor. Algısı ve beğenisi yüksek, Türkiye dışında tasarım konusunda neler olduğunu takip eden, bilen, meraklı ve araştırmacı kişilerin artmasına ihtiyacımız var.

S.T.E.: Tasarımcıların halkın takı zevkini yönlendirdiğini düşünüyor musunuz?

S.O.: Mimari, heykel, endüstriyel tasarım gibi alanların insanların zevkini yönlendirdiğini düşünebiliriz fakat takı, zevkleri yönlendirmede son sıralarda yer alıyor olabilir. İnsanların önce farklılığı görmeleri, algılamaları sonra onlara alışmaları gerekiyor ki bu süreç Türkiye’de sınırların keskin olması nedeniyle son derece yavaş, yargılayıcı ve eğer dayanıklı değilseniz istek kırıcı olabiliyor.

S.T.E.: 2000 Sonrası Türkiye Takı Sanatında İnanç Sembolizmi konusunda sizin düşünceleriniz nelerdir?

S.O.: 2000 lerin başında tasarımın hayatımızdaki önemine hızlı bir geçiş yaptık fakat anladığım şu ki insanlar buna hazır değildi ve talepleri bu yöne değildi. Dolayısıyla beklentilerin ötesine geçemedik.

KUTLAY TANSEL SUSAM İLE RÖPORTAJ

S.T.E.: Selen Tutar Ener

K.T.S.: Kutlat Tansel Susam_Arkeolog/Takı tasarımcısı (Tamga Jewellery)

S.T.E.: Takılarınızı hayata geçirebilmek için kendi markanızı ne zaman kurdunuz?

K.T.S.: Takılarımı kendi tarzımda tasarlamaya yıllar önce başlamış hatta kendi tekniklerimi geliştirmiştım fakat kendi markamı 2010 yılında kurdum.

S.T.E.: Takılarınızı hayata geçirirken sizin için ilham kaynağı niteliğinde olan kişi veya kişiler, sosyal sorumluluk hissettiğiniz konular, duygular veya içsel gücünüzü tetikleyen herhangi bir öge var mıdır?

K.T.S.: Bu ürünleri üretirken esinlendiğim ortam, kişiler, olaylar, olgular ve tabii süreç içinde gelişen duygu ve düşünceler açısından bakarsam; kısaca şu şekilde özetleyebilirim; çocukluğumun geçtiği yerde çevrede eski kültürlere ait birçok eser kalıntısı vardı. Bunlar çok ilgimi çeker, bunların kimler tarafından ve nasıl

yapıldıkları ile ilgili sorular hep kafamı kurcalardı. Parçalanmış olsa da eğitimli bir ailenin çocuğuyum. Bu nedenle evde ve yakın çevremde kitapların içinde büyüdüm, bol bol okudum. Liseyi Endüstri Meslek Lisesi Metal İşleri Bölümünde okudum. Metalle, madenlerle tanıştım. Çocukluğumdan beri Taşlara karşı bir ilgim vardır. Yıllar içinde renkli renksiz binlerce taş topladım. Lise harçlıklarını biriktirerek. Bu taşları 80'li yıllarda Gedikpaşada bir analiz evine getirip analiz ettiriyordum. Mineralleri tanıdım. Üniversitede Arkeolojiyi seçtim. Bu seçim, kafamı yıllarca kurcalayan eski kültürlerin kalıntıları hakkındaki soruların yanıtlanmasını sağladı ama yeni soruların doğmasına neden oldu. Eski çağlarda insanlar, Madenleri nasıl elde ettiler? Nasıl işlediler ve şekillendirdiler? Taşları nasıl işleyip şekillendirdiler? Bunları işleyip şekillendirirken hangi teknik ve materyalleri kullandılar? Gibi bir dizi, yanıtlanması gereken soru ve sorunlarla karşı karşıya kaldım. Yaptığım araştırmalarla doyurucu sonuçlara ulaşamadım. Ve böylece benim kuyumculuk ve değerli taşların üretimi ve işlenmesi ile ilgili serüvenim yeni bir başlangıç aşamasına geldi. Günümüzde kullanılan tekniklerle birlikte unutulmuş veya geçmişten günümüze kadar gelişen teknolojinin de etkisiyle başkalaşım geçirerek gelen ilkel tekniklerin peşine düştüm. Yıllar içinde, Bu soruların birçoğunu geliştirdiğim tekniklerle yanıtladım.

Ürünleri üretirken asıl itici güç, birkaç kaygıdan oluşuyor; Birincisi, modern dünyanın birikimlerinin temeli olan kültürlerin kesişim noktası ve düğümlendiği Anadolu Toprakları üzerinde ve bu toprakları çevreleyen zengin bir coğrafyaya sahip olmamıza rağmen bu zenginlik ve kültürel birikimden yeterince yararlanamadığımız aynı zamanda da üretimimize yansıtamayışımız. İkinci önemli husus sahip olduğumuz bu mirası yeterince tanıtamıyor olmamız. Üçüncü olarak ise bu saydığım eksikliklerin günümüzün ekonomisine, sosyo-kültürel yapısına, siyasal yapısına ve eğitimine yeterince yansıtamayışımızın eksikliği.

Tasarım ve üretimin aşamalarında, saydığım geçmişten gelen kültürel zenginliklerimizle beraber içine doğduğum bu toplumun da birikimi olan değerleri de harmanlayarak bir ölçüde bana kazandırdığı değerlerin borcunu ödeme kaygısını taşıyarak üretiyorum.

S.T.E.: Takılarınızın öne çıkan özelliği ve/veya takı tasarımlarınızın diğer takılardan farklı kılan yönü nedir?

K.T.S.: Ben yukarda da belirttiğim üzere yaptığım eserleri üretirken kültürel mirasımız ve geleneksel değerlerimizi; mimari öğeler, her alanda sanatsal öğeler, günlük yaşamda kullanılan kuyumculuğa uyarlanabilecek tüm ojeler vb. gibi yine kuyumculukta kullanılan değerli madenler ve taşlarla birlikte bunlarla uyum sağlayabilecek kullanışlı tüm organik ve inorganik materyalleri kullanarak bir harmoni yaratmak amacıyla yapıyorum. Özetlemek gerekirse; kültürel öğeleri uygun tüm materyallerden de yararlanarak kuyumculuk teknikleriyle birleştirerek üretiyorum.

Birilerine benzemek veya birilerinden farklı olmak gibi bir kaygım yok. Var ise de bu yorumu yapabilecek kesim toplumun kendisidir. Tek kaygım ürünlerimde genel olarak tüm insanların değer ve değer yargılarını incitecek yaklaşımlardır. Sanat protest olmayı gerektirse de bir ölçüde temas içinde olduğu toplumun değerleriyle de örtüşmelidir.

S.T.E.: Tasarımlarınızı nasıl bir duygu ve düşünce ortamında yaratırsınız?

K.T.S.: Yaptığım tüm ürünler aslında bir bütünün parçası. Tasarım aslında yukarda da belirttiğim gibi ana fikri sahip olduğumuz geçmişten günümüze gelen kültürel eserlerle geleneksel birikimin değerli madenler ve taşlarla uyum içinde kullanılabilir tüm materyallerin birlikte kullanılması ile yeni bir yorumu veya izdüşümü diyebiliriz. Tasarım düşüncenin kendisi olduğu için her bir ürün bu bütünü oluşturan minik tuğla parçaları veya pazılın parçaları gibiler. Elime bir fotoğraf makinası alıp, bu düşünce bütününün içine dalıp farklı açılardan kareler çekiyormuşum gibi, bir bulmacayı çözüyormuşum gibi düşüncelerimi maddi gerçekliğe dönüştürüp insanlarla paylaşmak duygusuyla yapıyorum.

S.T.E.: İnanç sembolizmi içeren, tılsım yönü güçlü veya mitoloji temalı takılara yöneliminizin altında yatan sebep (sizi bu tarz takıları tasarlamaya iten güç) nedir?

K.T.S.: Spesifik olarak inanç sembolizmine bir yönelimim yok ama takdir edersiniz ki tüm yaşamı bir okyanus gibi değerlendirdiğinizde bu okyanusun suyunun tadını, rengini etkileyen en büyük faktör inançların kendisi. Kaçınılmaz bir şekilde bu atmosfer içinde yaşıyorsunuz hangi yöne dönseniz maddi ve düşünsel anlamda üretilmiş olan tüm eserler manzumesi bir anlamda inanç temelli öğelerle veya anlamlarla yüklü. Ben eserlerimde bu sembolleri mitolojik, tarihsel veya estetik bir

bütünlük oluşturmaları açısından kullandım. Direkt olarak eserlerimde inanca veya inanç sembolizmine yönelik bir gönderme yok.

S.T.E.: Son 20 yılda mücevher/takı sektöründe Türkiye’de ve dünyada sizce neler değişti?

K.T.S.: Son 20 yılda mücevher ve takı sektöründeki değişimleri iki ana başlık altında toplayabiliriz. Birincisi teknolojik gelişim ve değişimin üretim teknik ve yöntemlerine etkileri. İkinci olarak ta dünyada toplumların sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasal yapılarındaki değişimlerin takı ve mücevher üretimine etkileri. Buna moda veya eğilimler diyebiliriz.

Örneğin son 20 yıldaki teknolojik değişimler sonucunda el işçiliği ile üretilen birçok ürün artık bilgisayarlar ve bunlara bağlı programlar ile makineler sayesinde daha hızlı bir şekilde pazara sunulabiliyor. Bu değişim ve gelişim hız açısından olumlu bir gelişme gibi gözükse de insan emeğine olan gereksinimi daha az indirdiğinden geleneksel yollardan ustalaşmış çalışanları devre dışına itmekte, usta çırak ilişkisini kopararak binlerce yılda oluşmuş üretim hafızasını yok etmektedir. İletişimin yaygınlaşması ve gelişmesi sonucunda üreticilerin birbirleri ile olan etkileşimleri, esinlenmeleri, öykünmeleri ve hatta taklit/kopyalamaları sonucunda genel olarak tüm ürünlerde bir yeknesaklık ortaya çıkarmıştır. Bu her şeyi hızlı bir şekilde yutan bir anafora dönüşmüş, bunun sonucunda da yeni fikirlerin yaratılmasını zorlaştırarak kısırlaştırmış, yozlaştırmış aynı zamanda da birbirini tekrar eden ürünler çöplüğüne dönüşerek üretici fikirler açısından bir çeşit tükenmişlik sendromu oluşturmuştur. Bu süreçte oluşan kaos ortamı orijinal, özgün tasarım ve tasarımcıların baskılanması, silikleşmesi sonucunu doğurarak sıradanlaştırarak boğmuştur.

Bu 20 yıllık süreçte insan emeğine olan gereksinimin azalması, ekonomik krizler, göçler, savaşlar gibi gelişmelerin dünyadaki toplumlar üzerindeki etkileri ise her konuda daha fazla radikalleşerek din ve milli değerlere yönelmelerini sağlamakta, bu durum da siyasal yapıyı etkileyerek din veya milliyetçi tandanslı yönetimleri ön plana çıkarmaktadır. Oluşan bu siyasi ortam ise toplumları tüm alanlarda etkileyerek yeni oluşan atmosferin içine çekerek üretim yapısına kadar şekillendirmektedir. Türkiye’de kuyumculuk sektörü de bu durumdan nasibini almış dini ve milli semboller içeren ürünlerin yoğun üretimi ve tüketimi yönünde bir yöne evrilmiştir.

S.T.E.: Son yıllarda mücevherde gözlemlenen değişikliklerin sebepleri nelerdir?

K.T.S.: 6. sorunun yanıtı içinde yanıtlanmıştır.

S.T.E.: Türkiye'deki mücevher tüketicisi gelişmiş özgün zevk sahibi, ne istediğini bilen bir tüketici midir? Tüketicinin talepleri ne yöndedir?

K.T.S.: Mücevher tüketiminde, başta tüketiciler açısından ekonomik koşullar önemli olmakla beraber tüketicinin eğitim düzeyi, sosyal çevresi ve konumu ve en önemlisi mücevher tüketimi ile ilgili bir kültürel çevresinin önemli olduğuna inanıyorum. Mücevher tüketicisi dünyada özellikle Avrupa'da ekonomik doygunluğa ulaşmış, belli bir düzeyde de eğitim ve entelektüel birikimi olan sermayedarlar, burjuva kesimi ve aristokratlardan oluşmakta. Türkiye'de maalesef Osmanlı Dönemi ve sonrasında ne doğru dürüst bir aristokrat kesim ne de bir burjuva kesimi oluşmamıştır. Bu durumun birçok nedeni var. Bu seviyede mücevher tüketebilecek bilince ve anlayışa ulaşmış sermayedarlar ise bir elin parmakları kadardır. Çok hızlı el değiştiren sermaye bu duruma olanak tanımamakta bol bol entelektüel birikimden yoksun zenginler ordusuna neden olmaktadır. İşte bu paraya sahip yeni toplumsal yapının yönelimleri de maalesef sanat ürünlerine değil o günün modası olan akım ne ise onun rüzgârına kapılarak, yine bu ortam içinde atmosfere uygun üretilen zorlama ve ticari "tasarım" ürünlere olmaktadır. Türkiye'de bilinçli mücevher tüketimi yok denecek kadar azdır.

S.T.E.: Tasarımcıların halkın takı zevkini yönlendirdiğini düşünüyor musunuz?

K.T.S.: Düşünmüyorum. Keşke öyle olsaydı.

S.T.E.: 2000 Sonrası Türkiye Takı Sanatında İnanç Sembolizmi konusunda sizin düşünceleriniz nelerdir?

K.T.S.: Şimdi bu soruya birkaç soru sorarak yanıt verelim. Sanat ve sanatçı kavramları üzerinde durmak ve tanımlamak gerekiyor. Sanat dediğimiz şey toplumun gerçek gereksinimlerine yine o toplumun kendi toplam kültürel birikimleri ve estetik anlayışı içinde sanatçı dediğimiz kişi tarafından yeni bir anlayışla çözüm niteliğinde ürettiği eserler ve bu eserler bütünüdür.

Sanatçı, toplumu içinde her zaman yenilikçi ve protesttir. Statik bir kafa yapısına sahip muhafazakâr düşünceye sahip durağan veya değişen atmosfere uygun hareket ederek ve bu değişimi yenilik gibi sunan kaba bir çıkarıcı değildir.

Tasarım ise bir soruna çözüm getiren düşünce ürünüdür. Sanatçı, toplumun gerçek gereksinimlerine doğru tasarımları üretmek zorundadır. Aksi takdirde sorunlar çözüme ulaşmaz bu da toplumsal bir kaosa neden olur. Vücudunuzda yerini tespit edemediğiniz bir kaşıntı gibi doğru yeri bulana kadar kaşır durursunuz.

Bu durum 2000 öncesinde de benzerdi ancak 2000 sonrası artmıştır. Toplumun refah düzeyi, eğitim düzeyi, entelektüel birikimi belli bir seviyenin üstüne çıkmadığı sürece bu durum değişmeyecektir.



Ek C

TAKIDA İNANÇ SEMBOLİZMİNE* YÖNELİK İLGİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu anket çalışması, İstanbul Teknik Üniversitesi Sanat Tarihli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Selen Tutar Ener'in tez çalışması çerçevesinde akademik çalışma amaçlı düzenlenmektedir.

Ankete katılım anonim (ankete katılanların kimliği araştırmayı yapan kişi/kişiler tarafından bilinmez) olup, anketi doldurma süresi 15 dakikadır.

Anketle ilgili sorularınız için [redacted] dan Selen Tutar Ener'e ulaşabilirsiniz.

Anketimize katılımınız ve sağlamış olduğunuz destek için teşekkür ederiz.

* İnanç Sembolizmi olarak anılan kavram; tek tanrılı dinler (Semavi dinler) ile çok tanrılı dinler (Semavi olmayan dinler; Paganizm, Şamanizm, Asya felsefeleri vb.) ve mitolojik hikayelerde geçen dini öğelerin sembolik yansımalarının tamamını içermektedir.

*Required

Ankete katılım sağlayanları son adımda sürpriz bir içerik bekliyor...



Başka hiçbir yerde göremeyeceğiniz, sadece Topkapı Sarayı Müzesi ve arşivinde yer alan Osmanlı mücevheri çizimleri ve hikayeleri ile, dünya çapında isim yapmış Türk mücevher sanatçıların video seçtiklerini cevaplarınızı kaydettikten sonra görüntüleyebilirsiniz.

Ankete katılım sağlayan katılımcıların kimlik bilgileri istenmeyecek, kişisel bilgileri toplanmayacaktır. Toplanan bilgilerin mahremiyeti saklı tutulacak, üçüncü taraflarla paylaşılmayacaktır. Bu koşullar altında ankete verdiğim yanıtların akademik çalışmada kullanılmasını kabul ediyorum.

☐ Kabul ediyorum.

☐ Kabul etmiyorum.

Next Clear form

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms

TAKIDA İNANÇ SEMBOLİZMİNE* YÖNELİK İLGİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

 (not shared) [Switch accounts](#)

*Required

Anket Soruları

Teknik Bilgi:

Anket sorularının çoğu 5'li Likert Ölçeğine göre organize edilmiştir. 1'den 5'e kadar değerlendirme

aşağıdaki şekildedir.

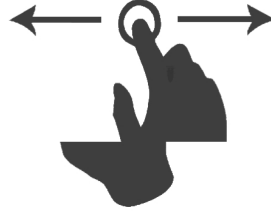
- 1: Kesinlikle katılmıyorum
- 2: Katılmıyorum
- 3: Kararsızım
- 4: Katılıyorum
- 5: Kesinlikle katılıyorum

Ne sıklıkta takı satın alırsınız? *

- ☐ Her gün takı satın alırım.
- ☐ Haftada bir takı satın alırım.
- ☐ Ayda bir takı satın alırım.
- ☐ Birkaç ayda bir takı satın alırım.
- ☐ Yılda bir takı satın alırım.
- ☐ Birkaç yılda bir takı satın alırım.

Takı satın alırken aşağıdaki etkenlere ne düzeyde önem verirsiniz? *

Anketi cep telefonunuzda dolduruyorsanız, lütfen cevap seçeneklerinin tamamını görüntülemek için ekranı sağa sola kaydırınız.



Çok düşük Düşük Orta Yüksek Çok yüksek

Sevdiğim bir tasarımcının tasarımını olması.	☐	☐	☐	☐	☐
Popüler/ moda ürün olması.	☐	☐	☐	☐	☐
Sanatsal değeri yüksek olan, hikayesi olan, belli bir kavrama işaret eden takı tasarımını olması.	☐	☐	☐	☐	☐
Takının fiyatının bütçeme uygun olması.	☐	☐	☐	☐	☐
Takının estetik açıdan modeli.	☐	☐	☐	☐	☐

Genel olarak inanç sembolizmi ve mitolojik hikayelere ilgi duyarım. *

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Kesinlikle katılıyorum

"İnanç sembolizmi temalı takılara" karşı özel bir ilgim vardır. *

Kesinlikle katılmıyorum 1 2 3 4 5 Kesinlikle katılıyorum

İnanç sembolizmi temalı takı satın alırken satıcıya takının anlamını veya takıdaki simgenin ne ifade ettiğini sorarım. *

Kesinlikle katılmıyorum 1 2 3 4 5 Kesinlikle katılıyorum

İnanç sembolizmi temalı takıları üzerimde/vücudumda taşımak kendimi daha iyi hissetmemi sağlıyor. *

Kesinlikle katılmıyorum 1 2 3 4 5 Kesinlikle katılıyorum

İnanç sembolizmi temalı takılar son zamanlarda moda olduğu için (çevremde sıkça görüp beğendiğim için) almak istiyorum. *

Kesinlikle katılmıyorum 1 2 3 4 5 Kesinlikle katılıyorum

Sahip olduğum inanç sembolizmi temalı takıların hikayesini/mitolojisini takıyı almadan önce biliyordum. *

Kesinlikle katılmıyorum 1 2 3 4 5 Kesinlikle katılıyorum

Son yıllarda takı tercihlerimde veya zevkimde değişiklik oldu. Eskiden takılarımı modellerine bakar, estetik algıma hitap edeni tercih ederdim, fakat artık tasarım yönü ağır basan veya hikayesi olan takıları daha çok tercih ediyorum. *

Kesinlikle katılmıyorum 1 2 3 4 5 Kesinlikle katılıyorum

Eskiye kıyasla son yıllarda özellikle inanç sembolizmi temalı takılara ilgim arttı. *

Kesinlikle katılmıyorum 1 2 3 4 5 Kesinlikle katılıyorum

İnanç sembolizmi temalı takıları tılsımları sebebiyle (korunma, sabır, güç, başarı, bereket, doğurganlık, para, sağlık vb.) üzerimde taşıyorum. *

Kesinlikle katılmıyorum 1 2 3 4 5 Kesinlikle katılıyorum

İnanç sembolizmi temalı takıları dini sebeplerle yani; tanrıya veya çok tanrılı inançlara (pagan, şaman veya Asya felsefeleri vb.) yaklaşma ihtiyacım sebebiyle tercih ediyorum. *

Kesinlikle katılmıyorum 1 2 3 4 5 Kesinlikle katılıyorum

Tanrının ve/veya tanrıların gücünü/korumacılığını üzerimde hissedebilmek adına *

İnanç sembolü temalı takıları tercih ediyorum.

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Kesinlikle katılıyorum

İnanç sembolizmi temalı takılardan hoşlanmıyorum veya farklı inançları çağrıştırdığı için antipatik buluyorum. *

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Kesinlikle katılıyorum

Eğitim durumunuz:

- ☐ İlk okul
☐ Orta okul
☐ Lise
☐ Lisans
☐ Yüksek lisans ve üstü

Hane halkı gelir düzeyiniz:

Not: Çekirdek ailenizin elde ettiği aylık toplam kazancı belirtiniz.

- ☐ Aylık 5.000 TL'den az
☐ Aylık 5.000 TL ile 10.000 TL arasında
☐ Aylık 10.001 TL ile 15.000 TL arasında
☐ Aylık 15.001 TL ile 20.000 TL arasında
☐ Aylık 20.001 TL'den fazla

Back

Submit

Clear form

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms



Ek D

TAKIDA İNANÇ SEMBOLİZMİNE* YÖNELİK İLGİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu anket çalışması, İstanbul Teknik Üniversitesi Sanat Tarihi Yüksek Lisans Programı öğrencisi Selen Tutar Ener'in tez çalışması çerçevesinde akademik çalışma amaçlı düzenlenmektedir.

Ankete katılım anonim (ankete katılanların kimliği araştırmayı yapan kişi/kişiler tarafından bilinmez) olup, anketi doldurma süresi 15 dakikadır.

Ankete ilgili sorularınız için [redacted] dan Selen Tutar Ener'e ulaşabilirsiniz.

Anketimize katılımınız ve sağlanmış olduğunuz destek için teşekkür ederiz.

* İnanç Sembolizmi olarak anılan kavram; tek tanrılı dinler (Semavi dinler) ile çok tanrılı dinler (Semavi olmayan dinler; Paganizm, Şamanizm, Asya felsefeleri vb.) ve mitolojik hikayelerde geçen dini öğelerin sembolik yansımalarının tamamını içermektedir.

[redacted] Draft restored

***Required**

Ankete katılım sağlayanları son adımda sürpriz bir içerik bekliyor...



Başka hiçbir yerde göremeyeceğiniz, sadece Topkapı Sarayı Müzesi ve arşivinde yer alan Osmanlı mücevheri çizimleri ve hikayeleri ile, dünya çapında isim yapmış Türk mücevher sanatçılarının video seçkilerini cevaplarınızı kaydettikten sonra görüntüleyebilirsiniz.

Ankete katılım sağlayan katılımcıların kimlik bilgileri istenmeyecek, kişisel bilgileri toplanmayacaktır. Toplanan bilgilerin mahremiyeti saklı tutulacak, üçüncü taraflarla paylaşılmayacaktır. Bu koşullar altında ankete verdiğim yanıtların akademik çalışmada kullanılmasını kabul ediyorum.

☒ Kabul ediyorum.

☐ Kabul etmiyorum.

Next Clear form

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms

TAKIDA İNANÇ SEMBOLİZMİNE* YÖNELİK İLGİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

 (not shared) [Switch accounts](#)

*Required

Anket Soruları

TEKNİK BİLGİ:

Anket sorularının çoğu 5'li Likert Ölçeğine göre organize edilmiştir. 1'den 5'e kadar değerlendirme aşağıdaki şekildedir.

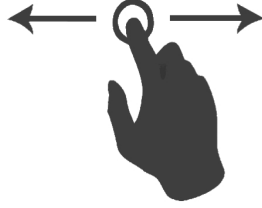
- 1: Kesinlikle katılmıyorum
- 2: Katılmıyorum
- 3: Kararsızım
- 4: Katılıyorum
- 5: Kesinlikle katılıyorum

Bir tasarımcı olarak, inanç sembolizmi temalı takılara ilginizin düzeyi nedir? *

1 2 3 4 5
Çok düşük ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Çok yüksek

Tasarımlarınızı yaratırken nelerden ilham alırsınız? *

Anketi cep telefonunuzda dolduruyorsanız, lütfen cevap seçeneklerinin tamamını görüntülemek için ekranı sağa sola kaydırınız.



	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Tannılar ve dini öğeler (inanç sistemleri) bana ilham verir.	☐	☐	☐	☐	☐
Doğadan ilham alırım.	☐	☐	☐	☐	☐
Soyut kavramlar bana ilham verir.	☐	☐	☐	☐	☐
O anki ruh halim (bireysel duygu değişimlerim) bana ilham verir.	☐	☐	☐	☐	☐
Toplumsal/çevresel hassasiyetler yaratım sürecimi etkiler.	☐	☐	☐	☐	☐
Siyasi ve ekonomik gelişmeler yaratım sürecimi etkiler.	☐	☐	☐	☐	☐

Tasarımlarınızda inanç sembolizminden yararlanıyorsanız, buna etki eden faktörleri aşağıda değerlendiriniz.





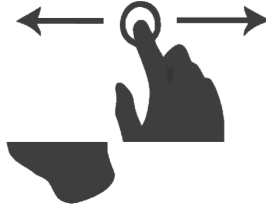
Kesinlikle Katılmıyorum Kararsızım Katılıyorum Kesinlikle Katılıyorum

İnanç değerlerine olan hassasiyetim inanç sembolizmi temalı takılarının sebebidir.	☐	☐	☐	☐	☐
Sosyal ve kültürel değişimler inanç sembolizmi temalı takılarının sebebidir.	☐	☐	☐	☐	☐
Son yıllarda halkın talebinin yüksek olması inanç sembolizmi temalı takılarının sebebidir.	☐	☐	☐	☐	☐

İnsanlık tarihi boyunca inanç sembolizmi öğeleri insan hayatında hep var olmuştur. Bu da tasarımcının bilinçaltı kaynaklı ya da bilinçli bir şekilde bu semboller tasarımlarına yansıtmasını sağlamaktadır.

1 2 3 4 5
Kesinlikle katılmıyorum ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Kesinlikle katılıyorum

Sizce diğer tasarımcılar inanç sembolizmi temalı takılara niçin yönelmektedir?



Kesinlikle Katılmıyorum Kararsızım Katılıyorum Kesinlikle Katılıyorum

İnanç teması son yıllarda sanatta çokça kullanılıyor.	☐	☐	☐	☐	☐
Bireysel inanç arayışları bulunuyor.	☐	☐	☐	☐	☐
Anadolu öz kültüründen beslenme isteği ağır basıyor.	☐	☐	☐	☐	☐
Tasarımlara farklılık/ özgünlük yükleme çabası bulunuyor.	☐	☐	☐	☐	☐
Halk inanç sembolü bannıdır.	☐	☐	☐	☐	☐

takılara ilgi
duyuyor.

Eski çok
tanrılı dinlere
(paganizm,
şamanizm,
mitolojiler)
ve/veya tek
tanrılı dinlere
duyulan ilgi
ve merak
artıyor.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2000 yılı sonrasında Türkiye'de inanç sembolizmi temalı takı tasarımlarına olan
ilginin, 2000 yılı öncesine kıyasla yükselişte olduğunu düşünüyorum. *

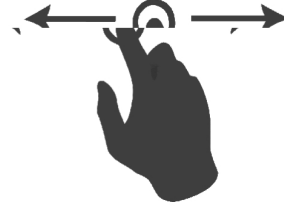
1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Kesinlikle katılıyorum

Türkiye'deki takı tasarımlarında inanç sembolizmi temasının 2000'lerden sonra
arttığını düşünüyorsanız, bunun sebeplerini aşağıdaki önermelere göre
değerlendiriniz.



Kesinlikle
katılmıyorum

Katılmıyorum

Kararsızım

Katılıyorum

Kesinlikle
katılıyorum

2000 sonrası
gelişen post
modernist
düşüncelerin
popüler kültüre
etkisi (moda
algısı,
toplumsal
eğilimler vb.)
inanç
sembolizmine
ilgi duyma
sebebidir.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2000 sonrası
bireysel inanç
arayışları inanç
sembolizmine
ilgi duyma
sebebidir.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Siyasi ve
toplumsal
değişiklikler
inanç
sembolizmine
ilgi duyma
sebebidir.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Ruhsal olarak
sığınma ve
korunma
ihtiyacının
artışı inanç
sembolizmine
ilgi duyma
sebebidir.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

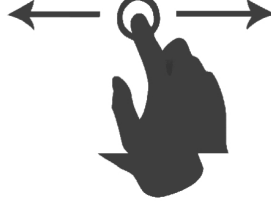
Ekonomik
zorluklar
sebebiyle
maneviyata
sığınma
ihtiyacının
artışı inanç
sembolizmine
ilgi duyma
sebebidir.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Dünya genelinde tüketicilerin inanç sembolizmi temalı takılara olan talebi 2000'li * yılların başından itibaren artmıştır.

	1	2	3	4	5	
Kesinlikle katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	Kesinlikle katılıyorum

Aşağıda tüketicilerin inanç sembolizmi temalı takılara ilgi duymalarının sebepleri * irdelenmeye çalışılmaktadır. Aşağıdaki önermeleri bu bağlamda değerlendiriniz.



Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum

İnsanlarda gözlemlediğim inanç arayışları inanç sembolizmi temalı takılara gösterilen talebe etki ediyor.

☐	☐	☐	☐	☐

İnanç sembolizmi temalı takıların hikayelerinin ilgi çekici/mistik oluşu talebe etki ediyor.

☐	☐	☐	☐	☐

İnanç sembolizmi temalı takılardaki tılsım düşüncesi (aşk, sağlık, sabır, para, bereket, kök salma, doğurganlık, gençlik, güzellik, başarı, korunma) halkın bu takılara talep göstermesi üzerinde etkilidir.

☐	☐	☐	☐	☐

Modanın yönlendirmesi tüketicilerin inanç sembolizmi temalı takılara olan talebini etkiler.

☐	☐	☐	☐	☐

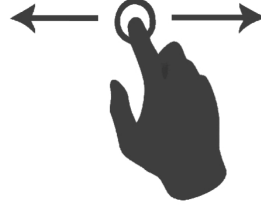
Tüketici gruplarının inanç sembolizmi temalı takılara gösterdiği ilgiyi tüketicilerin * yaş gruplarına göre sıralayınız.

	Çok zayıf	Zayıf	Orta	Güçlü	Çok güçlü
15-25 yaş arası	☐	☐	☐	☐	☐
26-40 yaş arası	☐	☐	☐	☐	☐
41-55 yaş arası	☐	☐	☐	☐	☐
56 yaş ve üstü	☐	☐	☐	☐	☐

Eğitim düzeyi yükseldikçe inanç sembolizmi temalı takılara olan ilginin yükseldiğini düşünüyorum. *

	1	2	3	4	5	
Kesinlikle katılmıyorum	☐	☐	☐	☐	☐	Kesinlikle katılıyorum

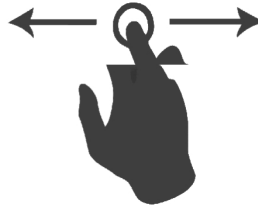
Aşağıdaki meslek gruplarında yer alan kişilerin inanç sembolizmi temalı takılara duydukları ilginin düzeyini değerlendiriniz. *



Çok zayıf Zayıf Orta Güçlü Çok güçlü

Ev hanımları ve kendi ekonomik özgürlüğünü kazanmamış kişiler.	☐	☐	☐	☐	☐
Beyaz yakalı çalışanlar.	☐	☐	☐	☐	☐
Mavi yakalı çalışanlar.	☐	☐	☐	☐	☐
Serbest meslek sahibi kişiler / girişimciler.	☐	☐	☐	☐	☐

Inanç sembolizmi temalı takılara ilgi duyan kişilerin sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik ve sosyo-dini yapısını göz önünde bulundurarak aşağıdaki önermeleri değerlendiriniz. *



Kesinlikle katılmıyorum Katılmıyorum Kararsızım Katılıyorum Kesinlikle katılıyorum

Gelir seviyesi düşük olan kişilerin inanç sembolizmi temalı takılara ilgisi yüksektir.	☐	☐	☐	☐	☐
Ortalama gelir seviyesine sahip olan kişilerin inanç sembolizmi temalı takılara olan ilgisi yüksektir.	☐	☐	☐	☐	☐
Gelir seviyesi yüksek olan kişilerin inanç sembolizmi temalı takılara ilgisi yüksektir.	☐	☐	☐	☐	☐
Sanata ilgisi olan kişilerin					

inanç
sembolizmi
temalı
takılara ilgisi
yüksektir.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Sanata ilgisi
olmayan
kişilerin inanç
sembolizmi
temalı
takılara ilgisi
yüksektir.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Dini inancı
kuvvetli olan
kişilerin
mistik
sebeplerle
(dini anlamı
veya tılsım
yönü vb.)
inanç
sembolizmi
temalı
takılara ilgisi
yüksektir.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Dini inancı
zayıf olan
kişilerin
mistik
sebeplerle
(dini anlamı
veya tılsım
yönü vb.)
inanç
sembolizmi
temalı
takılara ilgisi
yüksektir.

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

İnanç sembolizmi içeren takıların satış yüzdesi diğer ürünlerime kıyasla daha *
yüksektir.

1 2 3 4 5

Kesinlikle katılmıyorum

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Kesinlikle katılıyorum

Eğitim durumunuz nedir?

- ☐ İlk okul
☐ Orta okul
☐ Lise
☐ Lisans
☐ Yüksek lisans ve üstü

Back

Submit

Clear form

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms





ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad : Selen TUTAR ENER

ÖĞRENİM DURUMU

- **Lisans** : Boğaziçi Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü