

**T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALI
SANATTA YETERLİK PROGRAMI
SANATTA YETERLİK ESER ÇALIŞMASI**

**SANAT-TASARIM KAYGISI İLE ÜRETİLMİŞ
AFİŞ TASARIMLARINDA KUSURLULUK VE
MÜKEMMELLİK OLGUSUNUN UZMAN VE
ÖĞRENCİ GÖRÜŞLERİNE GÖRE
DEĞERLENDİRİLMESİ**

**YAŞAR USLU
13724001**

**TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. AHMET ATAN**

**İSTANBUL
2015**

TC
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA BİLİM / ANA SANAT DALI
SANATTA YETERLİK PROGRAMI

SANATTA YETERLİK ESER ÇALIŞMASI

**SANAT-TASARIM KAYGISI İLE ÜRETİLMİŞ AFİŞ
TASARIMLARINDA KUSURLULUK VE
MÜKEMMELLİK OLGUSUNUN UZMAN VE
ÖĞRENCİ GÖRÜŞLERİNE GÖRE
DEĞERLENDİRİLMESİ**

YAŞAR USLU
13724001

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 22.06.2015
Tezin Savunulduğu Tarih : 09.07.2015

Tez Oy birliği ile başarılı bulunmuştur.

Unvan Ad Soyad

Tez Danışmanı : PROF. DR. AHMET ATAN

Jüri Üyeleri : DOÇ. DR. UĞUR ATAN

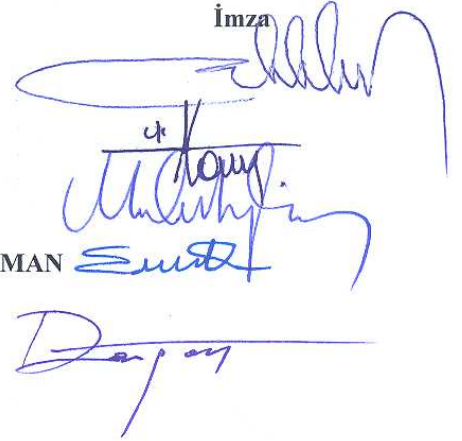
YRD. DOÇ. DR. MEHMET NUHOĞLU

YRD. DOÇ. DR. MEHMET EMİN KAHRAMAN

YRD. DOÇ. DR. DOĞAN ARSLAN

İSTANBUL
TEMMUZ 2015

İmza



ÖZ

SANAT-TASARIM KAYGISI İLE ÜRETİLMİŞ AFİŞ TASARIMLARINDA KUSURLULUK VE MÜKEMMELLİK OLGUSUNUN UZMAN VE ÖĞRENCİ GÖRÜŞLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ

Yaşar USLU

Temmuz, 2015

Bu çalışmada sanat-tasarım kaygısı güdülenerek yapılan sosyal içerikli afişlerde, kusurluluk ve mükemmellik olgusunun uzman ve öğrenci görüşlerine göre değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Grafik tasarım öğrencilerinin ve alan uzmanlarının afiş tasarımlarının tasarım kriterine uygunluğu, estetik ve uygulama açısından biçimsel özelliklerine ilişkin algılarını belirlemek de hedeflenmiştir. Buna dayalı olarak; konusu demokrasi ve insan hakları eğitimi olan sosyal içerikli “Demokrasi Şöleni Çalıştayı” afişlerine yönelik öğrenci ve uzman görüşleri alınmış ve değerlendirilmiştir. Araştırmada nicel yöntemlerden betimsel alan taraması (survey) tipi araştırma modeli kullanılmıştır. Örneklem yöntemlerinden, tabakalama örneklem yöntemi seçilmiştir. Veri toplama aracı formu 5’li likert ölçeği formunda hazırlanmıştır.

Elde edilen bulgulara göre afişlerin genelinde tasarımcıların biçim ve içeriğe yönelik olarak tasarımı kusursuzluğa götüren çabalarının olduğu görülmektedir. Bunu çabalarken değişik kaygı ve endişeler onu beslemekte ve daha iyiye götürme sonucunda da mükemmelliğe ulaşmayı hedeflemektedir. Sonuç olarak kusurluluk bir eylemdir. Bozma hali vardır. İlk halinden son durumunu görme söz konusudur. Mükemmellik ise duygusal hazdır. Onarım vardır. Çoğu zaman ilk hali görülmez. Onun için sonradan böyle oldu derken birileri tarafından aktarım söz konusu olabilir. Bu ince çizgiyi anlamsal olarak bir eserde ayırmak zorunluluktur. Bu durum bazen insanı labirente sokar ve boş duvarlara bakmak zorunda bırakabilir.

Araştırmanın birinci bölümünde Problem durumu, Problem Cümlesi, Araştırmanın Amacı, Araştırmanın Önemi, Varsayımlar (Denenceler), Kapsam ve sınırlılıklara yer verilmiştir. İkinci bölümde kavramsal çerçeve kapsamında grafik tasarım sürecinde afiş konusu, sonrasında mükemmellik ve kusurluluk kavramları ele alınmıştır. Kusurluluk ve mükemmellik sanatsal yönelimler ile felsefi yönden ele alınmıştır. Üçüncü bölümde araştırma modeli, araştırmanın evren ve örneklemi, verilerin toplanması ve verilerin analizine yer verilmiştir. Araştırmanın son bölümünde ise araştırmanın verileri, teori ve uygulamadaki önemine göre değerlendirilip, elde edilen sonuçlara göre öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mükemmellik, Kusur, Sanatsal Kaygı, Grafik Tasarım, Afiş

ABSTRACT

ART-DESIGN POSTER DESIGN MADE WITH ANXIETY IN THE IMPERFECTION AND PERFECTION CASE EVALUATION BY EXPERT OPINIONS AND STUDENTS

**Yasar USLU
July, 2015**

In this study, art-design made in social anxiety propelled poster is intended to be assessed according to the perfection of imperfection and expert patients and students' opinions. Graphic design students and design experts in the field of poster design, eligibility criteria, terms of aesthetics and practices aimed at determining perceptions of formal features. Based on this; issues of democracy and human rights education with social content "Democracy Festival Workshop" for students and expert opinion for banners taken and evaluated. Descriptive field survey of quantitative methods in the study (survey) research model type is used. The sampling method is stratified sampling method has been selected. Data collection tool was prepared as a Likert scale form 5s.

According to the findings as to the form and content of the designers of the poster design in general it seems to be the effort that leads to perfection. He struggles to feed her various worries and concerns and aims to bring better result in the attainment of perfection. As a result imperfection is an action. There are disturbing the state. To see if the first word is the subject of the recent situation. Perfection is the emotional gratification. There are repair. Most of the time the first version is not visible. It was later said that for him could then transfer by someone. It is imperative to distinguish semantic fine line as at work. This sometimes puts maze leave to look for people and empty walls

Problem situations in the first part of the study, Problem Status, Problem statement, objectives of the study, the importance of research, assumptions (hypotheses), the place is given to the scope and limitations. Banner graphic design process within the scope of the subject of the second part of the conceptual framework, then the concepts are discussed perfection and imperfection. Imperfection and perfection is considered the philosophical aspects with artistic tendencies. The third chapter in the research model, the universe and sample research is devoted to the analysis of the data collection and data. In the last part of the research data of the study, evaluated according to the importance of theory and practice, proposals have been developed according to the results obtained.

Keywords: Perfection, Imperfection, Artistic Anxiety, Graphic Design, Poster

ÖN SÖZ

Geçmişten günümüze insanlar kendilerini ifade etme aracı olarak görseller kullanmışlardır. Onlar, bu süreçte temel ihtiyaçlarını giderme yanında iletişime duydukları gereksinimi karşılamak için de iletişim araçları üzerinde yoğunlaşmışlardır. Bu iletişim ihtiyacını gidermede grafik tasarım önemli bir yer tutar. Tarih öncesi çağlardan günümüze kadar geçen süreçte grafik tasarım alanında ürün oluşturma çabası sürekli var olmuştur ve olmaya da devam edecektir. Afiş tasarımları, grafik tasarım alanında iletişim kurma adına önemli bir misyonu yerine getirmişlerdir. Bu ürünler, zamanında gördüğü işlevsel ve sanatsal bir tasarım olma özelliği yanında, aynı zamanda geçmişten günümüze ışıltı tutan birer belge görevi de görmüşlerdir. Özellikle sosyal içerikli afişler, toplumu bilinçlendirmek, farkındalık oluşturmak ve yönlendirmek için yapıldıklarından, kullanıldıkları döneme ilişkin toplum yapısının sosyolojik ve psikolojik durumuna ışıltı tutmuşlardır. Sosyalleşmede yaşanan hızlı gelişmeler görsel kaynakları biçimlendirmektedir. Bu biçimlendirmede afişler, toplumu ve toplumsal yaşamı önemli ölçüde etkilemektedir. Afişler bu değişimin göstergesi olup, toplumun bilinçlenmesinde ve yenilenmesinde etkilidir.

Afişlerin, tasarım kriterlerine uygun olarak kusursuz bir şekilde, mükemmel ulaşmada gösterilen çaba önemsenmektedir. Burada tabii ki tasarımcı ve adaylarına büyük sorumluluk düşmektedir. Toplumu görsel olarak bilinçlendirme ve bunu titizlikle uygulama, tasarımcıların görevleri arasındadır.

Bu çalışmada değerli hocam Prof. Ahmet Atan'a, Doç. Dr. Levent Mercin'e, anket uygulamamda yardımcı olan DPÜ TBMYO Müdürlüğüne, Grafik öğrencileri ve öğretim elemanlarına, Kütahya Devlet Hatun K.M.L İdarecileri, grafik öğrencileri ve öğretmenlerine, İstatistiksel verilerde yardımcı olan Arş. Gör. Dr. Mücahit Köse'ye, sevgili ailem, eşim ve oğluma sonsuz teşekkür ve şükranlarımı sunarım.

İstanbul, Temmuz 2015

Yaşar USLU

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖZ	ii
ABSTRACT	iv
ÖN SÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ.....	viii
GÖRSELLER LİSTESİ	x
KISALTMALAR	xiii
1.GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu	1
1.2. Problem Cümlesi	2
1.3. Araştırmanın Amacı	2
1.4. Araştırmanın Önemi	3
1.5. Varsayımlar (Sayıtlar).....	3
1.6. Sınırlılıklar.....	3
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	5
2.1.Tasarım Üzerine	6
2.1.1.Tasar, Tasarı, Tasarlama.....	12
2.2. Görsel İletişimde Grafik Tasarım	16
2.2.1. Bir Grafik Tasarım Ürünü Olarak Afiş.....	22
2.2.2. Afiş Tasarımının Türleri	26
2.2.3. Afiş Tasarımının Özellikleri ve Değerlendirme Kriterleri	38
2.3.Tasarımda Sanatsal Kaygı	43
2.4. Kusur/Kusurluluk Kavramı Nedir?	53
2.4.1. Kusur.....	53
2.4.2. Kusurluluk	64
2.4.3. Kusursuz Güzellik.....	66
2.5. Mükemmellik Kavramı Nedir?	69
2.5.1. Mükemmellik.....	69

2.5.2. Estetik Mükemmellik.....	69
2.6.Kusurluluk ve Mükemmellik Bağlamında Sanat Yönelimleri	73
2.6.1. Wabi-Sabi	73
2.6.2. Glitch Art	85
2.7. Tasarımda Kusur ve Mükemmellik Algısına Estetiksel Bakış.....	96
2.8. Tasarımda Toplumsal Yapı Ve Biçim-Anlam Üzerine Söylemler.....	114
3.YÖNTEM.....	114
3.1.Araştırmanın Modeli	114
3.2. Evren ve Örneklem.....	114
3.3. Verilerin Toplama Yolları ve Araçları	115
3.4. Verilerin Analizi.....	116
4.BULGULAR VE YORUMLAR	117
4.1. Demokrasi ve İnsan Hakları Eğitimi Amacıyla “Demokrasi Şöleni Konulu” Sosyal İçerikli Olarak Hazırlanmış Afiş Tasarımlarına İlişkin Betimsel Sonuçlar	117
4.1.1.Katılımcılara Ait Betimsel Sonuçları.....	117
4.1.2. Uzmanlara ait Afişlerin betimsel Sonuçları.....	118
4.1.3. Güzel Sanatlar Fakültesi Lisans Öğrencilerine ait Afişlerin betimsel Sonuçları	120
4.1.4. Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu Ön Lisans Öğrencilerine ait Afişlerin betimsel Sonuçları	121
4.1.5. Kız Meslek Lisesi Ortaöğretim Öğrencilerine ait Afişlerin betimsel Sonuçları	122
4.1.6.Uzman Ve Öğrenciler Bağımsız T-Testi Sonuçları.....	124
4.1.7.Gruplar Arası One –Way Anova Testi Sonuçları	131
5-SONUÇ	144
EKLER.....	150
Ek.1. Uzman Anket Formu.....	147
Ek.2. Öğrenci Anket Formu	149
Ek.3. Ankette Kullanılan Afişler.....	151
KAYNAKÇA	169
ÖZ GEÇMİŞ.....	183

TABLÖLAR LİSTESİ

	Sayfa No
Tablo 1: Koren'in Tablosu.....	78
Tablo 2: Araştırmaya katılan öğrenci ve alan uzman grupları	115
Tablo 3: Katılımcılara ait afişlerin betimsel sonuçları	117
Tablo 4: Uzmanlara ait afişlerin betimsel sonuçları.....	119
Tablo 5: GSF öğrencilere ait afişlerin betimsel sonuçları.....	120
Tablo 6: MYO öğrencilere ait afişlerin betimsel sonuçları.....	121
Tablo 7: KML öğrencilere ait afişlerin betimsel sonuçları	123
Tablo 8: Afiş 1 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları	124
Tablo 9: Afiş 2 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları	124
Tablo 10: Afiş 3 için Uzman- Öğrenci bağımsız t-testi sonuçları.....	125
Tablo 11: Afiş 4 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları	125
Tablo 12: Afiş 5 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları	126
Tablo 13: Afiş 6 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları	126
Tablo 14: Afiş 7 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları	127
Tablo 15: Afiş 8 için Uzman- Öğrenci bağımsız t-testi sonuçları.....	127
Tablo 16: Afiş 9 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları	128
Tablo 17: Afiş 10 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları	128
Tablo 18: Afiş 11 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları	129
Tablo 19: Afiş 12 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları	130
Tablo 20: Afiş 13 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları	130
Tablo 21: Afiş 14 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları	130

Tablo 22: Afiş 15 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları	131
Tablo 23: Afiş 1 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	132
Tablo 24: Afiş 2 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	132
Tablo 25: Afiş 3 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	133
Tablo 26: Afiş 4 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	134
Tablo 27: Afiş 5 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	134
Tablo 28: Afiş 6 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	135
Tablo 29: Afiş 7 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	136
Tablo 30: Afiş 8 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	136
Tablo 31: Afiş 9 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	137
Tablo 32: Afiş 10 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	138
Tablo 33: Afiş 11 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	138
Tablo 34: Afiş 12 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	139
Tablo 35: Afiş 13 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	140
Tablo 36: Afiş 14 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	141
Tablo 37: Afiş 15 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları	142

GÖRSELLER LİSTESİ

Sayfa No

Görsel 1: Göze Ekim Afiş Tasarımı, 20. İzmir Avrupa Caz Festivali Afiş Yarışması 1.si-2013.....	7
Görsel 2: Japon Afiş Tasarım Örnekleri	8
Görsel 3: Gökhan Eser, Film Afiş Tasarımı.....	10
Görsel 4: Film Afişi	11
Görsel 5: Melis Toker, Dumlupınar Üniversitesi Görsel İletişim Tasarımı Öğrencisi, Desen çalışırken,10.11.2014	13
Görsel 6: Sade Yalın Afiş Tasarımı	17
Görsel 7: Pınar Akyüz, Tipografik Afiş	18
Görsel 8: Grafik Tasarımın Geleceği	20
Görsel 9: Stephan Bundi, Grafik Tasarım Dergisi 57. Sayı Kapak.....	22
Görsel 10: Baskı Makinesi	23
Görsel 11: İhap Hulusi Görey Afişi	24
Görsel 12: Reza Abedini Afiş	25
Görsel 13: İç ve Dış Mekan Afişi.....	26
Görsel 14: Tanıtım Reklam Afişi	27
Görsel 15: Yunus İnci, Film Festivali Afişi	28
Görsel 16: Tanıtım Reklam Afişi, Türkiye,	29
Görsel 17: Meltem Şahin, Festival Afişi	30
Görsel 18: Sigara Sağlığa Zararlıdır Afişi	31
Görsel 19: Bahar Tezcan, Sigaranın Zararları, Sağlık Afişi	32
Görsel 20: İş Güvenliği Afişi	33

Görsel 21: Ata Yakup Kaptan, Sağlık Afişi.....	34
Görsel 22: Ürün Reklam Afişi	35
Görsel 23: Renault Reklam Afişi	36
Görsel 24: Ecovia Reklam Afişi	37
Görsel 25: Kargo Tanıtım Reklam Afişi	37
Görsel 26: İç ve Dış Mekân Afişi.....	41
Görsel 27: Kaygı Afişi Charles AveryUntitled (Dasein)2010, Pencil and gouache on paper, 85.4 x 57.5 cm	44
Görsel 28: Edvard Munch, Çılgılık (1893)	45
Görsel 29: Tiyatro Afişi	48
Görsel 30: Marcel Duchamp Harold Rosenberg Dada.....	50
Görsel 31: Tomaszewski Afişi	51
Görsel 32: Tomacahwski'den tanıtım afişleri.....	52
Görsel 33: Şenlik Afişi.....	56
Görsel 34: Festival Afişi	57
Görsel 35: Etkinlik Afişi	58
Görsel 36: Kavram Haritası Afişi.....	59
Görsel 37: FİFA Brezilya Futbol Afişi	60
Görsel 38: Tiyatro Afişi	61
Görsel 39: Festival Afişi	62
Görsel 40: Tomacahwski'den Tanıtım Afişleri	66
Görsel 41: Doğallık, Raf Düzenleme Çalışması	74
Görsel 42: Doğallık, Bir Duvar Süsleme Çalışması.....	76
Görsel 43: Wabi-Sabi Fark.....	80
Görsel 44: Bahçe Süsleme, At Heykeli.....	81
Görsel 45: Doğallık ve Sadeliğe Ulaşma	82

Görsel 46: Tsukubai Gümüş Jelatin Baskı © Tim Wong.....	83
Görsel 47: A Crow Adlı Gavv Gümüş Jelatin Baskı © Tim Wong.....	84
Görsel 48: Dijital Bozulma	86
Görsel 49: Dijital Bozulma	87
Görsel 50: Fotoğraf Üzerinde Bozulma	89
Görsel 51: Fotoğraf Üzerinde Bozulma	90
Görsel 52: Aşamalı Bozulma	91
Görsel: Fotoğraf Üzerinde Bozulma	92
Görsel 54: Fotoğraf üzerinde Bozulma	93
Görsel 55: Bir Video Aksaklık Ekran Yakalama	95
Görsel 56: Jackson Pollock, Detail of "Lilac Mist" surface, 1950.....	103
Görsel 57: Claire Pajaczowska, extreme tension	105
Görsel 58: John Heartfield, The Peaceful Fish of Prey, (1937)	107
Görsel 59: Klaus Staeck, Building Tycoon (1975)	108
Görsel 60: Magritte, Büyük Aile (1963)	109
Görsel 61: Notre Sabena (1940), Magritte	110
Görsel 62: Milton Glaser, Temple University Music Festival and Institute (1968)	111

KISALTMALAR

ASD: Ana Sanat Dalı

A.G.E: Adı Geçen Eser

DPÜ: Dumlupınar Üniversitesi

DVİHE: Demokratik Vatandaşlık ve İnsan Hakları Eğitimi

GMK: Grafikerler Meslek Kuruluşu

GSF: Güzel Sanatlar Fakültesi

IBM: International Business Machines

KML: Kız Meslek Lisesi

MEB: Milli Eğitim Bakanlığı

MEGEP: Mesleki ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi

MYO: Meslek Yüksek Okulu

ÖKK: Öğretmen Kılavuz Kitabı

SPSS: Statistical Package for Social Science

TBMYO: Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu

TDK: Türk Dil Kurumu

UZM: Uzman

1.GİRİŞ

1.1. Problem Durumu

Belirli bir konuda yapılan tasarım veya eserlerde zihinsel, estetiksel, kuramsal ve amaçsal bir çaba vardır. Tasarımcı veya sanatçı, eser veya ürün ortaya koyarken kendini gerçekleştirmenin çabası içerisinde olur. Bunun için belirli bir düşünce yoğunluğuna girer. Sanatçı-tasarımcı psikolojik, sosyolojik, estetik ve işlevsel kaygıyı dikkate alarak mükemmeli arama süreci sonucunda sanat-tasarım çalışmalarını ortaya koyar. Eser-çalışma üretirken eksik oldu, daha iyi nasıl olabilirdi? gibi düşüncelerle gidilen süreçte, mükemmele ulaşmaya çalışır. Bu süreçte birçok kural, kriter, yaklaşım, üslup, teknik vb. unsur etkili olur. Ayrıca ortaya konulan eser-çalışmanın izleyicilerle veya doğrudan hedeflenen kitle ile görsel iletişim kurması beklenir. Her sanat eserinde bu kaygı olabileceği gibi özellikle afiş tasarımlarında bu durum daha da etkili bir şekilde kendisini hissettirir.

Afiş, bir haberi, bir olayı, sosyal, siyasal, ekonomik, sanatsal ve kültürel açıdan, topluma duyurmak amacıyla, değişik yüzeyler üzerine yapılan ve belirli boyutlarda hazırlanan görsel tasarımlardır. Berger'in ve Anıl'ın dediği gibi afiş; nesnesel olarak insan yaşamını değiştirme, geleceğe seslenme, çekicilik kazanmış bir imge, sadece görüntü değil görüntünün ötesini de kurgulamadır¹.

Afişin başarılı sayılabilmesi için iletilmesi hedeflenen mesajı en doğru biçimde sunması gerekmektedir. Kullandığı görsel unsurlar yeterli ve dengeli değilse, vermek istediği mesajın aksine, izleyende beklenenin tersine, bir etki bırakır. Topuz'a göre, Afişin çarpıcı ve vurucu olması önemlidir. O izleyeni ikna edici ya da bir fikir konusunda inandırıcı olmalıdır. Ayrıca halkın kültür ve sanat anlayışına yakın

¹ Anıl, G. Siyasi Afişlerin Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi Cumhuriyetçi Türk Partisi İçin Siyasi Afiş Çalışması. Yüksek Lisans Sanat Eseri Çalışması Raporu. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. 2003.

olmalı, ılımlı olmalı ve iz bırakmalıdır. Aksi takdirde sağlıklı duygular uyandırmayabilir².

Hazırlanan afişlerde anlam izleyiciye doğru biçimde iletilmelidir. Afişlerin birçok konuda; evrensel öğretileri, mesajları, sağlıklı bir şekilde iletme görevi vardır. Afişlerin görsel tasarımında bir eksiklik veya kusur olgusuna meydan verilmemelidir. Aksi durumda estetik bir etki görsel biçimlerle tasarımda yerini alamaz ve görsel uyaranlar davranışları değiştiremez ve insanları yönlendiremez, bilgilendiremez. Bu süreçte afişin hedefinde olan kitlenin ve genel izleyicinin yapılan çalışmalara yaklaşımı, onlarda uyandırdığı etki ve teknik anlamdaki bilgilerinin ne olduğunu öğrenmek; alanın uzmanı kişilerin belirli bir konuda yapılmış afişleri afiş tasarlanırken nelere dikkat edilmelidir konusundaki değerlendirmelerini almak, ileride yapılacak çalışmalara katkı sağlayacaktır. Bu araştırmada bu hedefe ulaşabilmek için sosyal içerikli afiş grubunda sayılabilen, konusu Demokrasi ve İnsan Hakları Eğitimi (DVIHE) olan afiş tasarımları ele alınmıştır. Genel amacı demokrasi ve insan hakları eğitimi konusunda farkındalık oluşturmak olan afişler, farklı ülkelerden ve Türkiye’den grafik tasarımcıların tasarımları arasından seçilmiştir. Bu seçim ile “Demokrasi Şöleni Sanat Çalıştayı” kapsamında tasarlanan 93 adet afiş içerisinde amaca uygun tesadüfî örneklem yöntemi ile seçilmiş 15 adet sosyal içerikli afişler ele alınmıştır. Seçilen bu afişler, kusurluluk ve mükemmellik açısından etkililiği belirlenmeye çalışılmıştır.

1.2. Problem Cümlesi

Bu araştırmanın problem cümlesi; Sanat-Tasarım Kaygısı İle Üretilmiş Afiş Tasarımlarında Kusurluluk ve Mükemmellik Olgusunun Uzman ve Öğrenci Görüşlerine Göre Değerlendirilmesidir.

1.3. Araştırmanın Amacı

Sosyal içerikli afiş tasarımlarında kusurluluk ve mükemmellik olgusunun uzman ve öğrenci görüşlerine göre değerlendirilmesidir.

Bu genel amaca bağlı olarak aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır.

- 1- Afiş tasarımlarında yazı karakteri kullanımı uygun mudur?
- 2- Tasarımda denge kullanımı uygun mudur?

² Topuz, H. **Seçimlerde İletişim Politikaları**. İstanbul: TÜSES Yay. 1991 S.55

- 3- Alanda boşluk kullanımı yeterli midir?
- 4- İmge kullanımı; illüstrasyon, fotoğraf vb. uygun mudur?
- 5- Uygulamada teknik başarı yeterli midir?
- 6- Tasarım özgün müdür?
- 7- Tasarım hedef kitleye mesajı iletebilecek düzeyde midir?
- 8- Tasarım dikkat çekici midir?
- 9- Tasarımda mesaj-İmge bütünlüğü var mıdır?
- 10- Tasarımın bireyi düşünmeye ve sorgulamaya teşvik edici özelliği var mıdır?
- 11- Tasarım yenilikçi bir yaklaşımla tasarlanmış mıdır?
- 12- Tasarımda verilmek istenen mesaj açık mıdır?
- 13- Tasarımın eğitici-öğretici yönü var mıdır?
- 14- Renk kullanımı uygun mudur?

1.4. Araştırmanın Önemi

Bu araştırma sosyal İçerikli afişlerin üzerinde düşünme, tartışma, yeni araştırma olanağı sunma; sosyal içerikli afişlere ilişkin daha gerçekçi değerlendirmeler ortaya koyma; sosyal içerikli afişlere yönelik öğrenci ve uzman görüşlerinin sosyal içerikli afişlerin tasarlanmasında ve seçilmesinde kurum ve kuruluşlara rehberlik etme; sosyal içerikli afişlere yönelik öğrenci ve uzman görüşlerinin afişlerin tasarımındaki kusurluluk ve mükemmellik olgusuna ve sanatsal kaygının artarak güzele ulaşmada nasıl katkı sağlayacağını göstermesi bakımından önemlidir.

1.5.Varsayımlar (Sayıtlar)

Bu araştırmada aşağıdaki varsayımlardan hareket edilmiştir.

1. Veri toplama aracı oluşturulurken, kendilerine başvuru alan uzman kanıları yeterlidir.
2. Görüşlerine başvuru alan öğrenci ve uzmanlar soruları içtenlikle cevaplamışlardır.

1.6. Sınırlılıklar

1. Afişlere yönelik görüşlerin alındığı veri toplama aracı ile
2. Araştırma Kütahya ili;
 - Kız Meslek Lisesi 3. Sınıf (20 öğrenci) ve 4. Sınıf (20 Öğrenci) toplam 40 öğrenci ve alan uzmanı 4 öğretmen ile

- Kütahya DPÜ KTBYO-Tasarım Bölümü-Grafik Alanı 2. Sınıf (30 Öğrenci)ve KTBYO görev yapan 3 alan uzmanı ile
 - Kütahya DPÜ GSF- Görsel İletişim Tasarım Bölümü-Grafik ASD 3. Sınıf (30 Öğrenci) ve 4. Sınıf (40 Öğrenci) ile Grafik Tasarım Bölümlerinde görev yapan 13 grafik tasarım uzmanı ile
- 3.DPÜ “Demokrasi Şöleni” Projesi kataloğundan seçilen sosyal içerikli 15 adet afiş ile sınırlıdır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Birey olarak, çevreden etkilenen insan etkileşim sonucu toplumsallaşıp, kültürlenerek gelişir. Böylece toplumsal bir varlık olur³. Birinci Dünya savaşından sonra teknolojik ve toplumsal alanda değişim hızlı bir şekilde arttı. Daha sonra sanayi devrimiyle bu hız, bilimsel ve teknolojik alan yanında görsel tasarım alanında da meydana geldi. Tasarım teknolojisinin gelişimi, modern kitlesel araçların doğuşuna ön ayak olarak, iki boyutlu görselliğin topluma yansması ve bilincin artmasını sağladı. Hemen hemen hayatın içinde büyük bir yer edindi. Özellikle afiş tasarımları; sağlıktan, eğitime, gıdadan bilişime, eğlence kültüründen giyime kadar her alanda görünür hale geldi. Böylece afiş tasarımlarında, anlatımın görselleşmesi adına ve insan zihninde daha kalıcı olması da düşünülerek önemini arttırdı.

Bununla beraber her alanda olduğu gibi afiş sanatında da dikey ve yatay süreç, tasarımcıların önüne çıktı. Tasarımların olgunlaşmasında ve görsel estetiğin ölçütlerinde düşünce yoğunluğu görüldü. Beraberinde, “tasarım ilke ve elemanları” açısından tasarı boyutunda kaygı oluşumu meydana gelmeye başladı. Mükemmelliğe gidiş sürecindeki kusurluluk ve kusursuzluk sorgulaması devreye girdi.

Benjamin'e göre, bu yeni kitle iletişim araçları, sanatı estetik tecritten kurtararak gündelik hayatta siyasal ve iletişimsel bir işlev icra etmesini mümkün kılmalarından dolayı XIX. yüzyılın hayati sanat biçimleridir⁴. diyerek afiş tasarımları hakkındaki görüşlerini belirtmiştir. Artık üretilen sanatsal ve tasarımsal ürünler hayati olmaktan öte, estetiksel görünümünden kusursuz ve mükemmel olma yolunda biçimsel ve içerik yönünden ön plana çıktı. Her geçen gün makineleşen hız ve acelecilik kavramıyla yapılan ve üretilen eserlerde de görsel hatalar, yanılsamalar kendini gösterdi denebilir. Özgün alanda biriciklik ve nitelik ön plana çıkmış olup, yeniden üretilebilirlik, sürdürülebilirlik kavramları da tasarım literatüründe yer almıştır.

³ Karabulut, Necmettin. “Sanat Eğitiminde Bir Alt Disiplin Olarak Sanat Eleştirisi ve Bir Akademik Eleştiri Örneği”, **Atatürk Üniversitesi G.S.E. Dergisi**, 2008, S.20.

⁴Benjamin, Walter. **Pasajlar**, Yapı Kredi Yayınları, çev. Ahmet Cemal, İkinci Basım, İstanbul, 1995. 52-55

Bunun yanında gelip geçicilik düşüncesi kalkmış, güzele ve kusursuzluğa ulaştırma çabası artmıştır.

Grafik Tasarım, özellikle de afiş tasarımı özgün bir şekilde iletişim kurma adına en kısa zamanda mesaj verme düşüncesini güder. Bunun yanı sıra özgünlükle beraber karşı tarafta ilgi uyandırırsa kişiye mutluluk katar; aksine kısıtlanırsa kusur(iletişimsizlik) peşinden koşar ve onun evrenini işgal etmeye başlar.

Tasarım düşüncesi; obje, nesne veya görselin duyumsal yönelimi ve bilinci, güzelin teorik ve pratik yönünden hareketle estetik tasarımlar oluşturan etkinlik alanlarıdır. Bu alanlarda dolaşmak rahatlatıcı olduğu kadar, içinde riskleri barındıran görsel algı ortamını yansıtır. Göz güzeli ararken, itici rahatsız eden unsurları da bir arada değerlendirir. Değerlendirme sonucunda eser hakkında “kusursuz, mükemmel” veya “kusurlu, hatalı” gibi yorumlamalar yapılır. Örneğin, “Ya Sonra” filminde kusur şöyle açıklanır: ‘Kusur, arandığında zor bulunan bir şey değildir’. Evet, burada aranan şeyin ne olduğu ön planda olmaktadır. Henry Ford “Kusur değil, çare bulun” (Don't find fault, find a remedy) demektedir⁵. Bu sözü referans alarak, tasarımsal alanda yapılan uygulamaları, eğer kusur varsa, ona çare bularak kusursuz hale getirmeye vurgu yapmıştır. Böylece üretilen tasarımlar, kişilerin işine yaramada, ulaşmada, düşüncüyü aktarmada yardımcı bir araç olur. Fakat bu araçlar her tasarımcı ve sanatsal ruhlu insanlar için estetik düşüncüyü beraberinde getirir.

2.1.Tasarım Üzerine

Tasarım, günümüzde sürekli tekrar edilen; çeşitli meslek dallarının çalışma sahalarına hitap eden, bu meslek dalları arasında gün geçtikçe artan işbölümünün bir sonucu olarak da anlamı gitgide genişleyip genel bir çerçeve niteliği kazanan bir kavramdır. Dilimizde sıkça kullanılan bir kelime olan tasarımın tanımı hakkında ilk olarak gündelik konuşma diliyle ilgili pratik bir bilgiyi içerdiği düşüncesiyle Türk Dil Kurumunun Türkçe Sözlüğünden yola çıkmakta fayda vardır. “Zihinde canlandırılan biçim tasavvur.”, “Bir sanat eserinin, yapının veya teknik ürünün ilk taslağı, desen, tasar çizim, dizayn: Kentsel tasarım, çevre tasarımı; Bir araştırma sürecinin çeşitli dönemlerinde izlenecek yol ve işlemleri tasarlayan çerçeve, tasar çizim, dizayn, Daha önce algılanmış olan bir nesne veya olayın bilinçte sonradan

⁵ <http://abs.mehmetakif.edu.tr/earabaci> [05.03.2015]

Eroğlu'nun tanımında denildiği gibi “tasarım, sanatsal araçlarla gerçeklikteki olayların ve nesnelerin dış görünüşünün yeniden üretimidir¹⁰. Var olanın gelişen teknoloji ile yeniden görsel yorumlanması da denilebilir. (Bkz. Görsel 1)

Tasarım, kısıtlar dâhilinde işleyen bir araştırma ve problem çözme sürecidir. Söz konusu sürecin hedefi, problem tanımında belirtilen ihtiyaçları karşılayan sürdürülebilir ve yaratıcı çözümler bulmak ve sunmaktır.¹¹ Bu çözümler sunulurken hedef kitlenin ihtiyaçları yanında, ürünün içinde bulunduğu estetik faktörler de göz önüne alınır.(Bkz. Görsel 2)



Görsel 2: Japon Afiş Tasarım Örnekleri

<http://www.grafinmatbaa.com/grafik-magazin/1920-ve-1930lardan-japon-grafik-tasarim-ornekleri.html/attachment/japon-grafik-tasarim-ornekleri-afis-tasarim-ornekleri> 30.10.2014

¹⁰ Eroğlu, Özkan. **Resim Sanatı Sözlüğü**. İkinci Baskı, Nelli Sanat Evi yayınları, Bursa. 2006 S.338

¹¹ Giaccardi, Elisa, Fischer, Gerhard., “Creativity and Evolution: a Metadesign Perspective”, **Digital Creativity**, 2008. S.19-32.

Sanat terminolojisi açısından tasarlama başlığı altındaki tanım ise Sözen'e göre, Sanatsal değer taşıyan bir ürün ortaya koymak amacıyla yapılan, fakat ürünün gerçekleştirilme aşamasını içermeyen çalışmaların tümü olarak yapılmıştır¹².

Yaratıcı bir problem çözme eylemi olan tasarımın amacı, problem tanımında belirlenen ihtiyaçları yerine getiren formlar yaratmak ve sunmaktır. Problemin aranan çözümü, genelde gerçek veya soyut bir nesnedir. Dolayısıyla problem çözümü, uygun bir nesnenin elde edilmesi ve bu nesnenin tanımlanan amaca uygunluğunun doğrulanmasıdır. Mitchell'e göre ise "bir problem tanımının, çözümün karşılayacağı gereksinimleri, kullanılabilecek araç ve işlemleri, kullanılacak kaynaklardaki kısıtları da içermesi beklenir"¹³.

Günümüz tasarım dünyası görsel bir kaos içinde sürekliliğini sürdürse de bu olması gereken bir durumdur. Çünkü salt bir bilgi değil bu bilgilerin destekleyici görseller içermesi gerekmektedir. Dr. Karel Van der Waarde, "İnsanları Gözlemek ve Tasarım" başlıklı bir seminerde tasarımı açıklarken "iyi tasarlanmış bilgi" vurgusunu yapmıştır¹⁴. Bilginin imge haline gelmesi iyi tasarlanmasıyla olmaktadır. Bilgiyi tasarlarken bilginin içeriğiyle beraber söylendiği zaman koşulları da düşünülmelidir. Zamanın tasarım oluşumu bilgiyi nereden nereye getirmiş ve bugün bizimle karşılaşmıştır.

Tasarım, günümüzde oldukça sık kullanılan, etkileyici bir sözcüktür. Ama ne anlama geldiği konusunda farklı tanımlar vardır. Becer, tasarlama eylemi, oluşturulacak yapının organizasyonu ile ilgili her türlü faaliyeti içine almaktadır. Başka bir deyimle; tasarım belirli bir amaç gözetken yaratıcı bir eylemdir. Tasarım, çok kesin ama aynı zamanda da karmaşık bir yapıya sahiptir¹⁵. Karmaşık olduğu kadar problem çözmede keyifli bir hal alır. Görseller ve yazı bütünlüğü içinde bir gezintiye çıkarır. Bazen keskin virajlarla karşılaştırır. Şarapole düşme riski mutlaka vardır. Bazen de çıkmaz sokaklar içinde dönüp dolaşılır. En sonunda sorunu çözdiğinizde geçmiş olan süreç hiç akla getirilmez. Bu ise bütün yorgunluğu alır ve görseli paylaşma heyecanına sokar. Bu paylaşım başka gözlerin sunumuna, farklı

¹² Sözen Metin, Tanyeli Uğur. **Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü**. Remzi Kitabevi, İstanbul. 1992. s.231

¹³ Mitchell, William. **Computer Aided Architectural Design**. Mason/Charter Publishers, New York, 1977

¹⁴ <http://ieu-cd.blogspot.com/2008/05/bigilendirme-tasarm-semineri.html> [28.07.09]

¹⁵ Becer, Emre. **İletişim ve Grafik Tasarım**, 5.Baskı; Ankara, Dost yay. 2006. S.32

yolculukların farklı duraklarında gezintiye çıkması anlamına gelmektedir.(Bkz. Görsel 3)

Tasarımı yapan kişiye ise tasarımcı olarak adlandırılır. Atan’a göre tasarımcı, tedai (association) yüklü, ilgi çeken ilişkileri kurmak amacıyla mecazlar ve biçimler üzerinde değişiklik (manipulate) yaparak fikirler üretebilmelidir¹⁶.

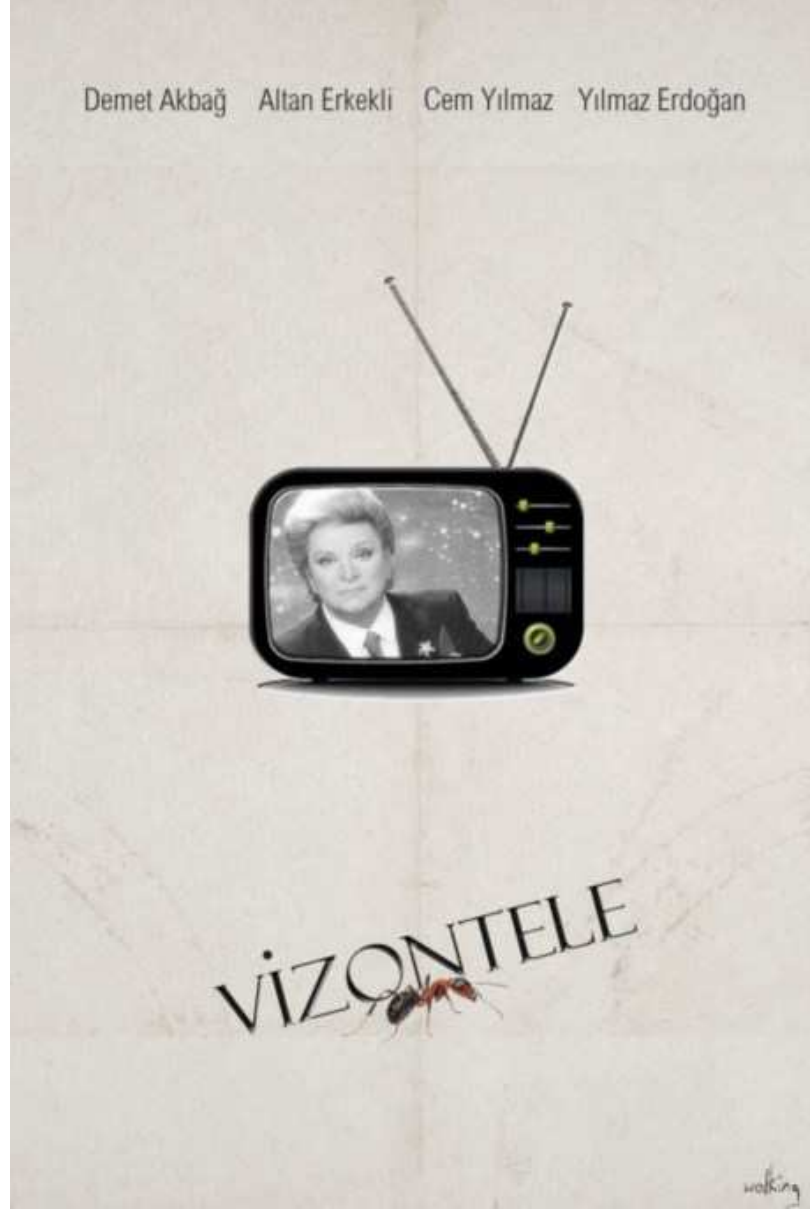


Görsel 3: Gökhan Eser, Film Afiş Tasarımı

http://gokhaneserportfolio.blogspot.com.tr/2011/02/film-afisi-tasarm_20.html 30.10.2014

¹⁶ Atan, Uğur, Polat, A. Atıf, Görsel İletişimci Nasıl Olmalıdır? 1. Uluslararası Sanat Sempozyumu, Gazi Üniversitesi, 2011

Tasarım yolculuğunda Bhagwan'a göre, gerek tasarımı ve gerekse kendini aşırı düşündürmemeli. Gerçek tasarım ve tasarımcı kendi dışında olanları geniş bir perspektif açıdan gözleyen, evrensel düşünen ve beraber tasarım yolculuğunu yaşayan bireylerden olmalıdır demektedir¹⁷. Tasarımın büyüklüğü böylece ortaya çıkmaktadır. (Bkz. Görsel 4)



Görsel 4: Film Afişi

<https://www.bobiler.org/monte/alternatif-film-afisleri--108142> 04.02.2015

¹⁷ Bhagwan, Shree, Rajneesh – Osho. **Yaratıcılık**. Ganj Kitap, 2006.

Gerçek sanatçı, kesinlikle bütünleşmeyi düşünür. Nasıl bütün olacak? Ama asla mükemmelliği düşünmez. Ve sonuçta, bütün içinde olanların güzelliği mükemmeldir. Mükemmelliği düşünenler asla mükemmel, asla bütün olamaz. Tam aksine, mükemmelliği ne kadar çok düşünürlerse, o kadar nörotik olurlar. Onların idealleri vardır. Sürekli kıyaslarlar. Ve tasarım sürecinde sürekli kusur ararlar.

Mercin'e göre, "tasarım, ilk insanın ortaya çıktığı günden günümüze değin, insanla var olmuş bir kavramdır. Tasarım aslında bir düzenleme olarak kabul edilir ve var olan parçaların başka bir amaç için tekrar oluşturulmasıdır denilebilir. Tasarım, bütünü oluşturan parçaların uyumlu bir organizasyonudur. Her sanat eseri aslında bir tasarımdır¹⁸. Çünkü eser kurgulanırken verilen çaba, süreç aslında bir tasarımdır.

Şentürer'e göre, tasarımsal yaratı, tasarlanacak fikrin araştırma, anlama ve kavramanın en yoğun olduğu evredir. Bu süreç içinde yapılan tanımlama, değerlendirme ve yorumlara bağlı olarak yeni öneriler ortaya konur¹⁹. Bu yeni öneriler keşfetmenin ilk adımı olurken, tasarımda içerik ve biçim algısı devreye girer. Bu çaba sonucunda Rogier'ın deyimiyle "sorunun ardındaki sebebi, yani tasarım açısından karşılaşılan kusuru keşfederek doğru biçim ve şekille tasarımı tercüme etmektir²⁰. Tasarım soruya cevap vermek değil, soruya dönüşmüş olan problemi çözmek gerekir. Tasarımcı şekillerle ilgilenmez, içerikle ilgilenir. Yani bir nevi yapılan tasarımla üründeki içeriği anlaşılır olma çabası içindedir. Tasarımcı yaptığı grafiksel ürünlerde açık bir bakış açısı getirir. Grafik tasarımda kelimeler kavramlaşır, kavramlar biçimlere dönüşür. Bilgilendirme ve bilinçlendirme ise tasarımın asıl kodları olur.

2.1.1.Tasar, Tasarı, Tasarlama

Tasarım, anlam olarak yabancı dildeki 'dizayn' kelimesine karşılık gelmektedir. Dizayn (design) sözcüğü, Latince biçim vermek, temsil etmek demek olan design sözcüğünden gelir. Türk Dil Kurumu'nun sözlüğünde de tasarım Arapça bir sözcük olan 'tasavvur' kelimesine karşılık olarak gelir. Bu bağlamda tasarım; göz önüne getirme, hayal etme karşılıklarını alır. Ancak günümüzde kelimenin kökünde

¹⁸ Mercin, Levent – Alakuş, Ali Osman. **Sanat Eğitimi Ve Görsel Sanatlar Öğretimi**. Birinci Baskı, Pegem yayınları, Ankara, 2009.S.171

¹⁹ Şentürer, Ayşe. <https://mimaritasarimveelestiri.wordpress.com/2012/02/25/ele-s-tir-il-mek-yavas-ve-huzursuz-edici-ve-elestirmek-bir-cirpida-ve-kolay/> [18.11.2014]

²⁰ Rosema, Rogier. **Grafist14**. Mimar Sinan Üniversitesi yay. İstanbul, 2010. s.74

bulunan ‘tasar’ kelimesine dayandırılarak, bir düşünce sırasını ya da düzeyini gösteren resim, eskiz, yazı, taslak ya da plan/ planlama olarak da kullanılmaktadır.

Tasarım kelimesine tasa-rı-m olarak ayrıldığında ve kelimenin kökeninde Tasa: Kaygı, düşünce, endişe, heyecan, korku, gam, keder, dert, efkâr, bela, esef, merak anlamlarında; Tasarı ise; ortaya çıkan fikir, tasarım ise fikrin biçimlenmiş halidir. İşte bu ayrılmadan sonra aslında istenilen ironi hemen yakalanabilmektedir. Tasa, tasarıyı, tasarı da tasarımcıyı getirmiştir. Binlerce yıl boyunca insanoğlu dünya üzerinde o kadar çok şey tasarladı ki, artık güneş altında yeni olan hiçbir şey kalmadı denilebilir. Kuşkusuz, tasarım söz ile ortaya çıktı. Düşünce önce de vardı, ama söz olmasaydı düşünce asla bilinemeyecekti. Bu durumda söz ’ün, tasarımın kökeni olduğu söylenebilir.

Tasarı, dizayn, proje, örnek taslak anlamına gelmektedir. Tasa sonucu ortaya çıkmıştır. Tasa, etki olmuş, tasarı ise tepki olmuştur. Tasarımın aradığı şey, içimizdeki bu boşluğu değişik şekilde doldurabilmektir. İnsanın garip bir sanat ve yaratım/tasarım iç dürtüsü vardır. Bu her yerde ortaya çıkmaktadır. Her insan estetiği/güzeli sanki bilincine kazınmışçasına ayırt edebilmektedir. Bunun sonradan kazanıldığını ya da eğitim ve yetiştirme tarzıyla bağlantılı olduğunu düşünenler de olabilir. (Bkz. Görsel 5) Ama bunun doğuştan gelen, insanın genlerine yerleşmiş çok arkaik bir kod olduğunu düşünülebilir. Belki de insanın içindeki boşluğu doldurmak, avutmak için kullanılan küçük bir kod olduğu söylenebilir.



Görsel 5: Melis Toker, Dumlupınar Üniversitesi Görsel İletişim Tasarımı Öğrencisi, Desen çalışırken, 10.11.2014

Tasarım, hayalde canlandırılan bir olayın, projesi çizimi veya üç boyutlu görüntüsü olarak uygulanan ve ortaya konulan eserlerin tümüne verilen isimdir. Bu tanıma göre **tasarlama**, zihinde hazırlanan bir düşünceyi ve bir eylemi gerçekleştirmektir. **Tasarım ise**, zihinde tasarlanan bir düşüncenin, bir eserin ilk biçimi sayılabilir. **Tasarı**, çizilen ilk biçim anlamına gelmektedir. Tasarım, sadece belirli alan için ele alınan bir kavram değildir ve her alanda tasarım olgusu söz konusudur.

Ön çalışma niteliğindeki çözüm önerilerinin (taslak veya layout) arasından seçilerek ürünün son şekline getirilmesi hali tasarımın ayrı boyutudur. Süreçte ürünler form kazanır ve tüketilmeye hazır nesneler olur.

Anette Lenz, giderek imajlarla iletişim kuran bir dünyada, kendimi görsel çevirmen olarak görüyorum²¹. demektedir ve bu süreçte, tasarımcının üzerine düşen rolün farkında olunması gerektiğini vurgulamaktadır.

Görselleştirme, bir tasarımın en önemli yaratıcılık isteyen evresidir. Görselleştirmenin ilk basamağı taslakların hazırlanmasıdır. Taslaklar yaratıcı düşünceleri yalınlaştırarak aktaran görsel notlar ya da karalamalar olup, her biri zihin araştırmasıdır. Düz' e göre, bir tasarım sürecinde, en uzun süre ayrılan kısım ya da ayrılması gereken kısım taslak aşamasıdır. Taslak; düşünceyi, yaratıcı zekâyı geliştirir. İyi bir taslak deneyseğliğin ve gelişmişliğin göstergesi olup tasarımcının başarısının, görsel yeteneğinin nitelenmesidir²².

Tasarım günlük yaşamda dış dünyadaki görüntüleri hayalle canlandırıp pekiştirerek, yeni bir görüntü ve işlev kazandırma yöntemidir.

Tasarı bilginin, konunun bir düşünce biçimiyken, bu düşünceyi görsel hale getirme durumu, zihinde canlandırma çabası ile tasarımı oluşturmakta ve eyleme geçme sonrasında ise tasarlama olmaktadır. Sonuç olarak bu üçlünün birleşimiyle görsel bir ürün olan tasarım oluşmaktadır. Bir insan elinden çıkan bu ürün yine insanlara, doğal olarak topluma mal olmaktadır.

Adolf Loos, “saf” olmayanın gereksiz ilavelerin amansız düşmanı derken Art Nouveau tasarımcısını duvarları boyayan bir çocuğa ya da dövme yapan bir Papualı'ya benzetir. Onun için art Nouveau yozlaşmıştır. “Kültürün evrimi, kullanım nesnelerinin

²¹ Lenz, Anette. **Grafist14**. Mimar Sinan Üniversitesi Yay. İstanbul, 2010. s. 18

²² Nazan, Düz. Kitap Kapağı'nda Grafik tasarım Öğelerine ve İlkelerine Kuramsal bir yaklaşım, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, 2001. s.15

bezemeden arındırılmasıyla eşanlamlıdır. Anti dekoratif bir düstur, pekala modernistlerin montra'sı olarak kabul edilir. "Her süste, her formda, her çivide mal sahibinin bireyselliği dışa vurulur." Art Nouveau tasarımcısı için mükemmellik budur. Yeni tasarımcı eskiden farklıydı. Art Nouveau tasarımcısı sanayinin etkilerine direnmeye çalışıyordu. Walter Benjamin'in sözleriyle "maden, beton, dökme demir vb. formlarını sanat ve mimarlık adına yeniden kazanma girişiminde bulunduğu zamanlarda bile. Bugün tasarım sanayileşme sonrası teknolojilerden gayet memnun; mimarlığın ve sanatın yarı-özerkliğini tasarımın manipülasyonlarına feda etmeye dünden razı. Günümüz tasarımcısının hakimiyet alanı eskisine kıyasla çok daha geniş. Şurası açıktır ki! Tüketim döngüsü hız kazanmıştır. Tasarım, mükemmele yakın bir üretim-tüketim çevriminin yordakçısı olmuştur. Herhangi başka bir şeye "hareket alanı" bırakmazsınız. Baudrillard'da göre Bauhaus tasarımları "göstergenin siyasal iktisadına" doğru nitel bir sıçramayı işaret eder: sanat ile hayatın çarpık uzlaşmasının günümüzdeki en temel formu tasarımdır. Görüntüden ibaret kendi potansiyel yok oluşu anlamına da gelmektedir²³.

Bütün bu düşünce değişimleri tasarımsal düşünme ya da tasarlayarak düşünme kavramını ortaya koymuştur. Özsoy'a göre "tasarımsal düşünme, problemlerin ya da sıkıntıların ileriye yönelik gelişmiş sonuçlar elde etmek üzere pratik ve yaratıcı bir biçimde çözümlenmesi yöntemidir²⁴. Tasarımsal düşünme süreci art arda sıralanmış basamaklar sisteminden ziyade "alanları" üst üste getiren iyi bir düşünce sistematiğidir. Akılda tutulacak "üç alan" vardır. Bunlar "esinlenme, düşünce oluşturma ve uygulama yapmadır.

Tasarımcı, gelişmesini, ilerlemesini sağlayan kaynakları kurutmamalıdır. Üzerinde yaşanılan dünya, estetik değerlere sahip, yaratıcı, sorun çözücü tasarımcıların katkılarıyla daha güzel görselliklere sahip, daha yaşanılır olacaktır²⁵.

Tasarım mükemmeli arıyor. Kuşkusuz onu asla bulamayacak, çünkü o ilk söz ile birlikte mükemmel olan sona erdi. Mükemmel olana yakın olan ise hiçlikte gizli. Hiçlik ise başlangıçta yani ilk ve özgün olanda gizlenmiş durumda. Bu gizi ise herkes çözemeyecek. Tasarlamadan önce tasalanmakta fayda var. Samuel Beckett'e "uzaklaşın, kendinizden de benden de!" derken sağlıklı düşünmenin ve sonucunda

²³ Foster, Hal. **Tasarım ve Suç**. İletişim yay. Çev: Elçin Gen, 1. Baskı, İstanbul, 2004. s.30-43

²⁴ Vedat Özsoy. "Toplumsal Yenilikçilik (Sosyal İnovasyon) ve Tasarım", **İletişimde Tasarım-Tasarımda İletişim Bildiri Kitabı**, DPÜ Yay. Kütahya Ekim 2013, S.48

²⁵ Hasip Pektaş. "Grafik Tasarımcının Eğitimi İçin Bazı Öneriler", **Erzurum Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi**, 2000, Sayı: 2, Sayfa: 7 – 9

üretimin başladığının ilk işaretlerini vermiş olmaktadır. Kısaca, ilham almak ve tasarlamak için uzaklaşın, kendinizden de benden de!²⁶.

Juliet'e göre, tasarımcıları bu saatten sonra bekleyen şey, sadelik ve özgünlüktür. İkincisi mutasyona uğramamış olmaktır²⁷. Tasarımcılar tam da bu noktada dışarıdan gelen zehire panzehir olmaya başlayabilir. Şüphesiz buna başladılar ki birçoğunun ismi yurt dışında bile duyuldu. Tasarımın günümüzde hiçliğe doğru giden bir yaklaşım içinde olduğu söylenebilir. Bunu sağlamak içinse tüm zehirleri atmak gerekiyor. Zehirleri atmanın birinci yolu onlara hiç maruz kalmamak, ikinci yolu ise onları bir kalkanla filtreleyip bünyeye almamak, son yolu ise onları bünyeden dışarı atabilecek bir şeyler bulmaktır. "Bütün zehirleri atmak gerekiyordu..." diyor Beckett.

Samuel Beckett yaşasa ve ona üç web sitesi göstersek sizce hangisini daha çok beğenir. Bunlardan ilki Yahoo olsun; ikincisi MSN olsun sonuncusu ise Google olsun. Hepimiz biliyoruz ki Google'un ana sayfası Beckett'i çok etkileyecekti, hatta büyüleyecekti. Google ana sayfası neredeyse hiçlik üzerine kurulmuş kadar sade ve gösterişsizdir. Ne bir flash animasyon ne de başka bir şey görebilirsiniz. Bana korkunç biçimde onun kısa bir tiyatro oyununu hatırlatıyor Google ana sayfası. Bu oyunda sahnede kocaman bir ağız ve sessizlik vardır. Başka hiçbir şey yoktur. İşte Google da bu çerçevede onu çok etkilerdi. İşte artık bu yüzden Google herkesi çok etkiliyor. Sade, yalın ve işlevsel. Tasarımın yeni trendleri bunlar artık²⁸.

Tasarım dünyasında artık her şey göze gelmektedir. Tasarımcıya düşen görev gündemi çok iyi takip edip, alanında çıkmış gerek teorik gerekse görsel kaynaklara ulaşip kendini bu alanda beslemesidir. Bazen cevapsız sorular, sessizliğe bürünürken, görünen bir imge veya okunan bir yazı anında yardıma koşabilir.

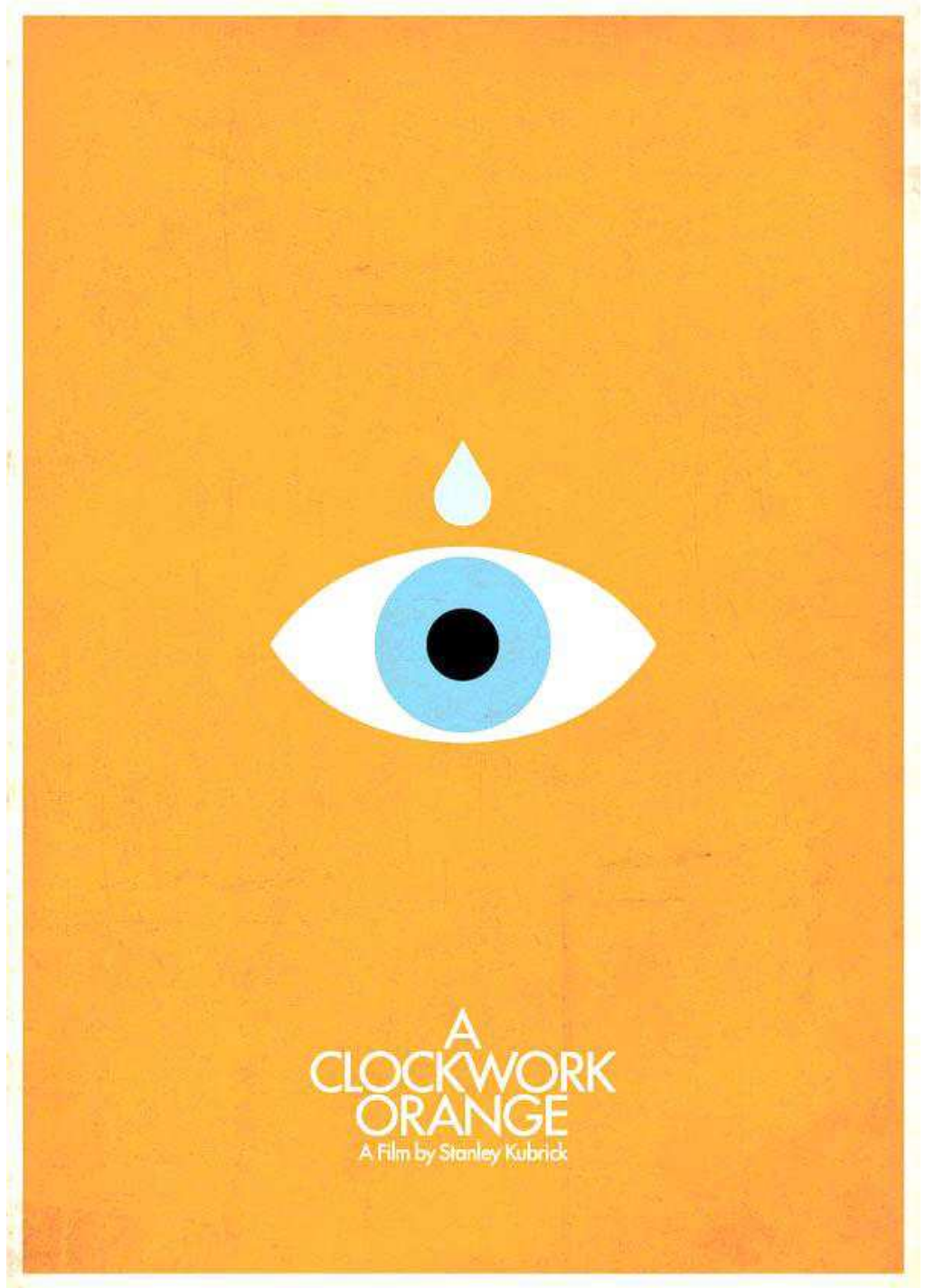
2.2.Görsel İletişimde Grafik Tasarım

Bir görsel iletişim tasarımı sistemi olan grafik tasarım, belki de tasarım ürünleri içerisinde en sık karşılaşılan tasarım alanının başında gelmektedir. Grafik tasarım ürünlerinin, bir mesaj iletmek, bir konuyu duyurmak veya tanıtmak gibi işlevleri vardır. Bu nedenle her zaman değilse de, çoğunlukla yazı ile biçimler beraber kullanılırlar.(Bkz. Görsel 6)

²⁶ Mehmet, Doğan. Tasarım ve Hiçliğin Dayanılmaz Boşluğu, [http://www.newstoday.com/cinema/film.php?id=\[17.06.2014\]](http://www.newstoday.com/cinema/film.php?id=[17.06.2014])

²⁷ Charles, Juliet. **Samuel Beckett ile Görüşmeler**, Om yay. 2000

²⁸ Charles, Juliet. **Samuel Beckett ile Görüşmeler**, Om yay. 2000



Görsel 6: Sade Yalın Afiş Tasarımı

<http://www.sanatblog.com/minimalist-film-afisleri/> 04.02.2015

Grafik tasarım, bir kitle iletişim sanatıdır; yaratıcı imgeler, kavramsal ve estetik anlatımlarla toplumu etkileyen bir sanat dalıdır. Entelektüel bir birikim ile anlatım dili geliştiren grafik tasarımcısının toplumla daima paylaşmak istediği bir mesajı

vardır. Bu mesaj fotoğraf, illüstrasyon, tipografi gibi yardımcı unsurlarla desteklenir. Böylece mesajını görsel iletişim dili ile topluma ulaştırır. (Bkz. Görsel 7)



Görsel 7: Pınar Akyüz, Tipografik Afiş

<http://www.dinodream.com/work/grafik-tasarim-nedir-33167?ajax=true> 30.10.2014

Düşünce ve endüstri ürünlerini tanıtmak ve yaymak amacıyla yapılan amblem, etiket, gazete ilanı, afiş, dergi ve kitap kapakları, kitap resimleri gibi çeşitli yayın ve endüstri grafiği çalışmaları grafik tasarım çalışmaları alanına girer. Doğrudan veya

basılıp çoğaltılarak belirli bir tanıtma ve iletişim işlemi için kullanılan resimler, yazılar, resim ve yazı kompozisyonları grafik tasarım olarak isimlendirilirler²⁹.

Grafik tasarım fikirlerini iletişim sanatı ve teknolojiyi birleştiren yaratıcı bir süreçtir³⁰.

Özellikle günümüzde hızla gelişen teknolojinin getirmiş olduğu yenilikler ve kolaylıklar grafik tasarım açısından oldukça hızlıdır. Hem zaman olarak hem de yaratıcı süreçte tasarımı bütün yönleriyle görmeyi mümkün kılmaktadır.

“Hepimizin bildiği gibi grafik tasarım, verilen bir bilgiyi, yazı, resim ve renk kullanarak görsel mesaj haline getirme işidir. Bu bilgi bir ürüne, kuruma ya da kişiye ait olabilir. İletişim dilinde bunlara mesajın kaynağı deniyor. Bu kaynağa ait bilginin başka insanlara aktarılması isteniyor. Biz bu bilgiyi alıyoruz, üçüncü şahıslara, doğru ve etkili bir şekilde iletilecek görsel mesaj olarak tasarlıyoruz. Sonra bu mesaj kent duvarları, posta, basın-yayın organları gibi araçlarla alıcılara ulaştırılıyor. Yirminci yüzyılın ilk yarısında reklam sanatçısı denilen, İkinci Dünya Savaşından sonraki yıllarda grafik tasarımcı adını alan bu iş kolu çalışanları, son yıllarda iletişim tasarımcısı, yaptıkları iş de iletişim tasarımı olarak niteleniyor. Bugün artık iletişim tasarımı olarak adlandırılan grafik tasarımın üç temel işlevi vardır: İkna etmek, bilgi vermek ve kimlik belirlemek”³¹.

İmgenin ikna kabiliyeti tasarımcının bilgisiyile ve yeteneğiyle tamamlanmaktadır. Ortaya konan eserle kimliğe bürünüp, tasarımcısını yansıtan bir ürün niteliği kazanmaktadır.

Hızla kentleşen toplumda insanlar birbirleriyle konuşamadıklarından bu görevi imgelere yüklediler. Birisine, istediği veya istediğini düşündüğü, isteyebileceğinin başkalarının düşündüğü bir şeyden bahsetmek için kullanılır. İnsanların yollarını bulmalarına ve verileri anlamalarına yardım etmek içindir ama aynı zamanda yeni fikirlerde, fantastik öykü manzaralar da kaybolmalarına ve sunulan bilgileri sorgulayıp, itiraz etmelerine de yardım eder. Kısaca yaşamın her yönüne sızmıştır³².

Görüntüler, semboller ya da kelimelerin kullanımı ile bir sorunu çözmek ya da belirli hedeflere ulaşmak için yaratıcı ve sistematik bir planı içerir. Bu görsel iletişim ve

²⁹ Işingör, Mümtaz, vd., **Resim-1, Temel Sanat Eğitimi Resim Teknikleri**, Grafik Resim, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara. 1986.S.130

³⁰ Helmer, Sahron (1993), *Graphic Design: A Career Guide and Education Directory*, TheAmericanInstitute of GraphicArts, <http://www.aiga.org/guide-whatistgraphicdesign/> [10.10.2014].

³¹ Sadık Karamustafa, “Kurum Olmadan Kurumsal Kimlik Olmaz.” Açılış Konuşmasından., **A.V.C. Kurumsal Kimlik Konferansı Movenpick**. İstanbul, 23 Mart 1994.

³² Twemlow, Alice. “Grafik Tasarım Ne İçindir?”. **Tasarımcının El Kitabı**, 1.Baskı; İstanbul, Eylül, Yem Yayınları, 2008, S.6

çeşitli grafik öğeleri ve araçları kullanarak kavram ve düşüncelerin estetik ifadesidir³³.

Grafik tasarım plastik sanatlar içerisinde yer almasına rağmen, işlevsellik açısından tüm sanat dallarından farklılıklarıyla ortaya çıkar. Soyut olmasına rağmen ekonomik özelliği söz konusudur, çoğaltıma dayalı olduğu için kitlelere daha çok hitap eder; resimle yazının birbirini destekleyecek ve tamamlayacak şekilde birlikte kullanıldığı görsel bir iletişim sanatıdır³⁴. (Bkz. Görsel 8)



Görsel 8: Grafik Tasarımın Geleceği

<http://www.grafiktasarimi.web.tr/wp-content/uploads/2013/08/grafik-tasarim16.jpg>30.10.2014

“Bana lükslerimi geri verin, gereksinimlerim olmadan da yaşayabilirim”. Oscar Wilde’ın bu sözü neyin lüks neyin gereksinim olduğuna iyi bakmak gerektiğini düşündürüyor. Grafik tasarım maske takmak değildir. Grafik tasarım lüks yaratmak, güzellemek, güzelce yapmak, estetik kazandırmak (bu ne demekse, çok işitiyorum bu aralar), süslemek değildir. İyi işçilikten ibaret değildir. Düşünmek, fark ettirmek ve

³³ <http://www.treefrog.ca/what-is-graphic-design> [10.10.2014]

³⁴ Tepecik, Adnan. **Grafik Sanatlar, Tarih-Tasarım-Teknoloji**. Birinci Baskı, Detay Sistem Ofset, Ankara, 2002. S.17

sorulara beden vermektir aslında. Problemin ya da gerçeğin en rahatsız edici hallerinin bile farkında olmak, sorgulamak, dillendirmek, bugünkü değil, gelecekteki amacı tutmak, ete kemiğe büründürmektir!³⁵.

Wieder Kennedy reklam ajansının yaratıcı bölüm başkanı ve ortağı John Jay, grafik tasarım, yaratıcı ve zekice kullanıldığı zaman, hayatımızın kalitesini yükseltir³⁶. diyor.

Evet, bir görsel iletişim tasarımı olan grafik tasarım ve ondan doğan ürünler, gerçekliği görüntü halinde kitlelere ulaştırmaktır.

Güler, Sözün ve aklın cisimleşmiş halidir grafik tasarım. Söz grafik biçim alıp, sonra tasarım okuması yoluyla yepyeni bir söze dönüşmesidir, demektir³⁷. Güler burada tasarımın bir eksen üzerindeki gel-gitleri iyi okumamız gerektiğinden bahseder.

Grafik tasarım, kendi içinde pek çok ihtisas alanlarına sahip, yoğun teknik ve uzantıları olan, her geçen gün yeniliklerin kazanıldığı dinamik bir görsel iletişim dalı olmaktadır³⁸ ve gelişerek olmaya devam edecektir.

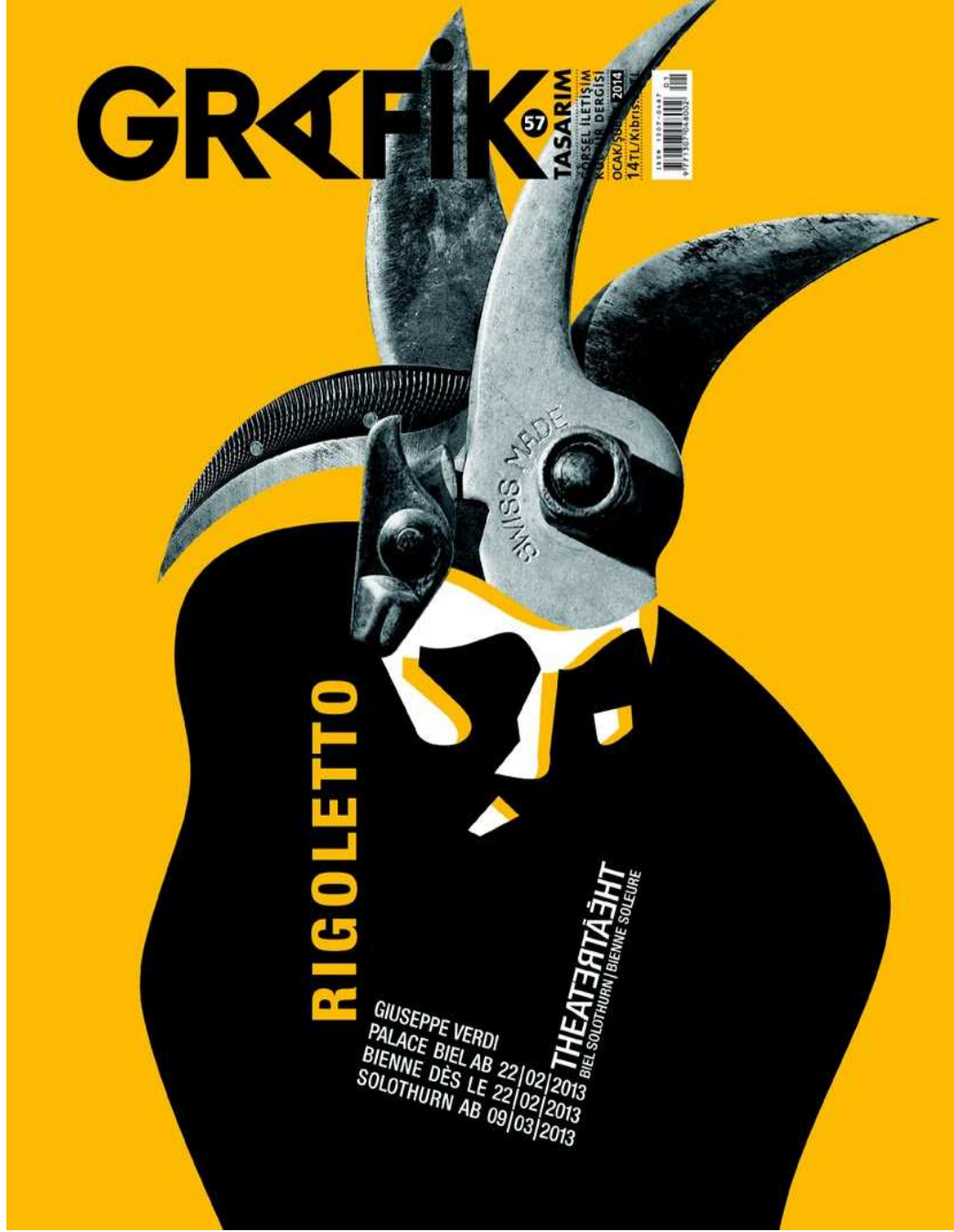
Etkin olarak görsellerdeki değişimler grafik tasarım alanında da kendini göstermektedir. Kullanılan tipografik unsurların yanında zenginleştirilmiş görsel elemanlarla desteklenmektedir. Bu destekleme bilinçli ve pratik bir zekâ ile gerçekleşirse estetik beğeniyi de beraberinde getirir. (Bkz. Görsel 9)

³⁵ Demir, Yeşim. **Grafik Tasarım Var mı?**, Radikal Tasarım Gazetesi, Sayı:1, S.11, Ocak, 2009

³⁶ Twemlow, Alice. “Grafik Tasarım Ne İçindir?”. **Tasarımcının El Kitabı**, 1.Baskı; İstanbul, Eylül, Yem Yayınları, 2008. S.210

³⁷ Güler, Semra. **Grafist14**. Mimar Sinan Üniversitesi Yay. İstanbul, 2010. s. 86

³⁸ Uçar, Tefik Fikret. **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**. İnkılap Kitabevi, İstanbul, 2004. S.156



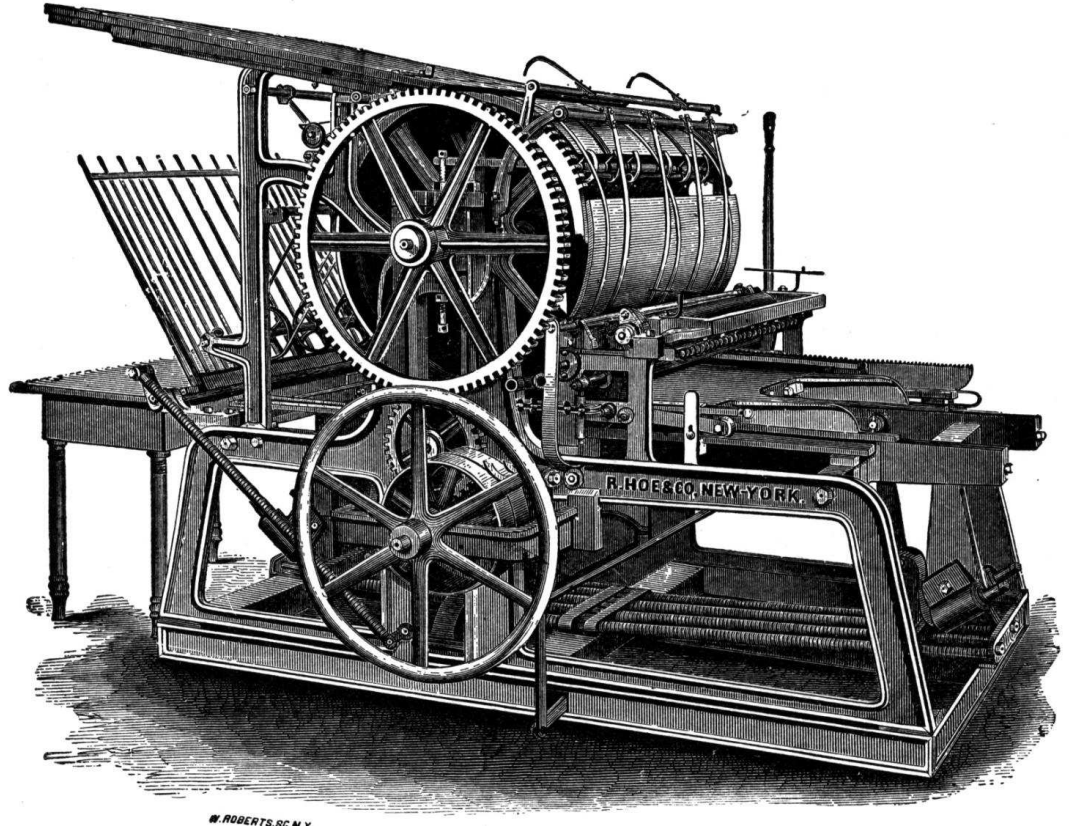
Görsel 9: Stephan Bundi, Grafik Tasarım Dergisi 57. Sayı Kapak

<http://grfktsrmdrgs.blogspot.com.tr/2014/01/grafik-tasarm-dergisi-57-say-ckt.html> 30.10.2014

2.2.1. Bir Grafik Tasarım Ürünü Olarak Afiş

Halk arasında ifşa, bir şeyi faş etme, açığa çıkararak gösterme denilmektedir. Diğer bir deyişle bir konuyu, bir bilgiyi, iki boyutlu yüzeyde göstermektir.

Aslında grafik tasarımın bir ürünü olan afiş Alain Wele göre, dekoratif sanatlar devriminden doğmuştur. Yöre kentlerden sanayi kente geçişin iki boyutlu göstergesidirler. Mesleklerin sanatla tanışması ve sonucunda bugünkü anlamda görsel iletişimin grafiksel boyutuyla günümüze kadar gelişinin bir yolculuğudur. 19.yüzyılın ikinci yarısında, litografide gösterilen gelişmeler afişin gelişimini başlatır. Koskocaman baskı makineleri yatay olarak, 120 x 160 cm. boyutuna kadar varan büyüklükte baskıların yapılmasını sağlar³⁹. (Bkz. Görsel 10)



Görsel 10: Baskı Makinesi

<http://dailyacademic.net/wp-content/uploads/2014/03/printing-press-uf4uwk.jpg> 06.11.2014

Afiş, ürün ve hizmet tanıtımında önemli bir yere sahiptir. Grafik tasarım olarak afişler, görüntü ve sözün mümkün olduğunca tek anlama ve hatırlanma değerine sahip olmak zorunda olduğu, sunum ve tanıtım kategorilerine aittirler⁴⁰. Mercin 'e

³⁹Weill, Alain. **Grafik Tasarım**. Birinci Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2007. S.12-13

⁴⁰Hollis, R. **Graphic Design A Concise History**. London: Thames& Hudson, 2005.s.11

göre ise, sosyal içerikli konularda farkındalık oluşturmak, bilinçlendirmek ve uyarmak olarak ifade edilmiştir⁴¹. (Bkz. Görsel 11)

Afişler insan organizmasının bir dokusu hatta duyu organı konumuna gelmiş kavramsal nesnelerdir. Görünümünden ya da görüntüye sunulduktan sonra insanlar tarafından anlam yükleyici somut görsel belgelerdir.

İlhan Özer afiş tasarımını şöyle anlatmaktadır: “Kent, yaşayanlarıyla kendine özgü araçlarıyla iletişimi kurar. Bunların içinde en renklisi ve en geleneksel olanı herkesin bildiği ve aşına olduğu afiştir. Afişin öyküsü eskidir. Eski olmasına rağmen varlığını sürdüren kalıcı bir iletişim aracıdır⁴². Her ne kadar yaşadığımız çağda iletişim araçları sayısı ve çeşitliliği artsa da afişin modası geçmez. Afiş, görsel tasarımı ve çoğaltma tekniği nedeniyle döneminin özelliğini ve özgünlüğünü taşır. Eski bir afiş, tasarımı ve baskı tekniğinin yanı sıra döneminin beğenilerini, sosyal, ekonomik ve politik yapısını yansıtır. Afiş, tarihin görsel tanığıdır.



Görsel 11: İlah Hulusi Görey Afişi

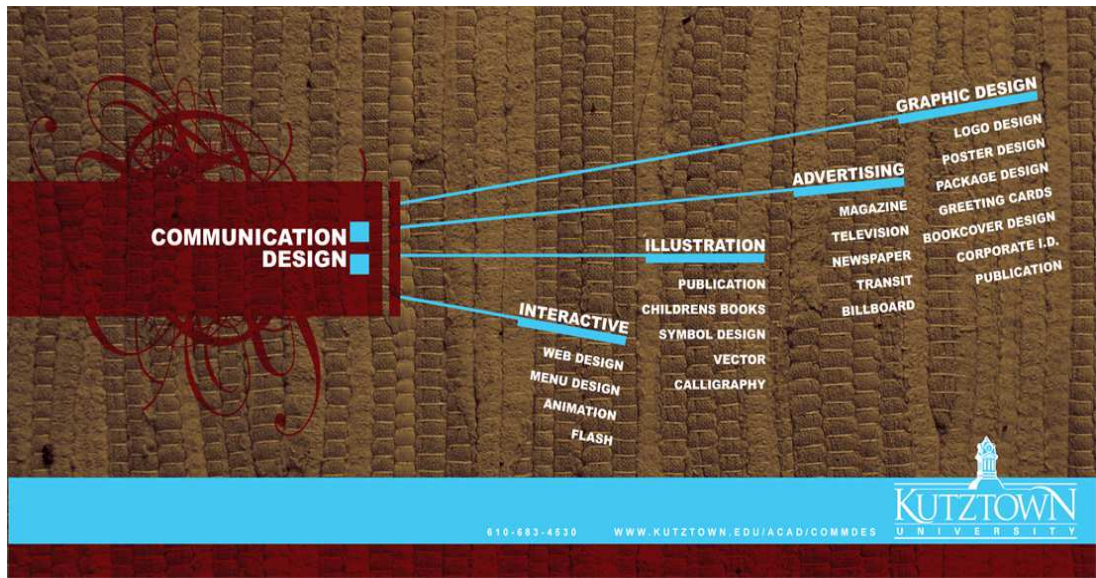
<https://www.flickr.com/photos/29145425@N03/11303097504/in/photostream/> 26.03.2015

⁴¹ Mercin, Levent. “Afiş Yarışmalarının Öğretici Yönü”, **Basım Dünyası Dergisi**. Sayı: 89, Kasım Aralık, s.56, 2014.s. 56

⁴² <http://www.bursaport.com/makaleler/ilhan-ozet/bir-kent-gelenegi-afis-670.html> [04.06.2013]

Afişler konuları bakımından üç kategoride incelenebilir. Kültürel, sosyal ve reklam afişleridir⁴⁴.

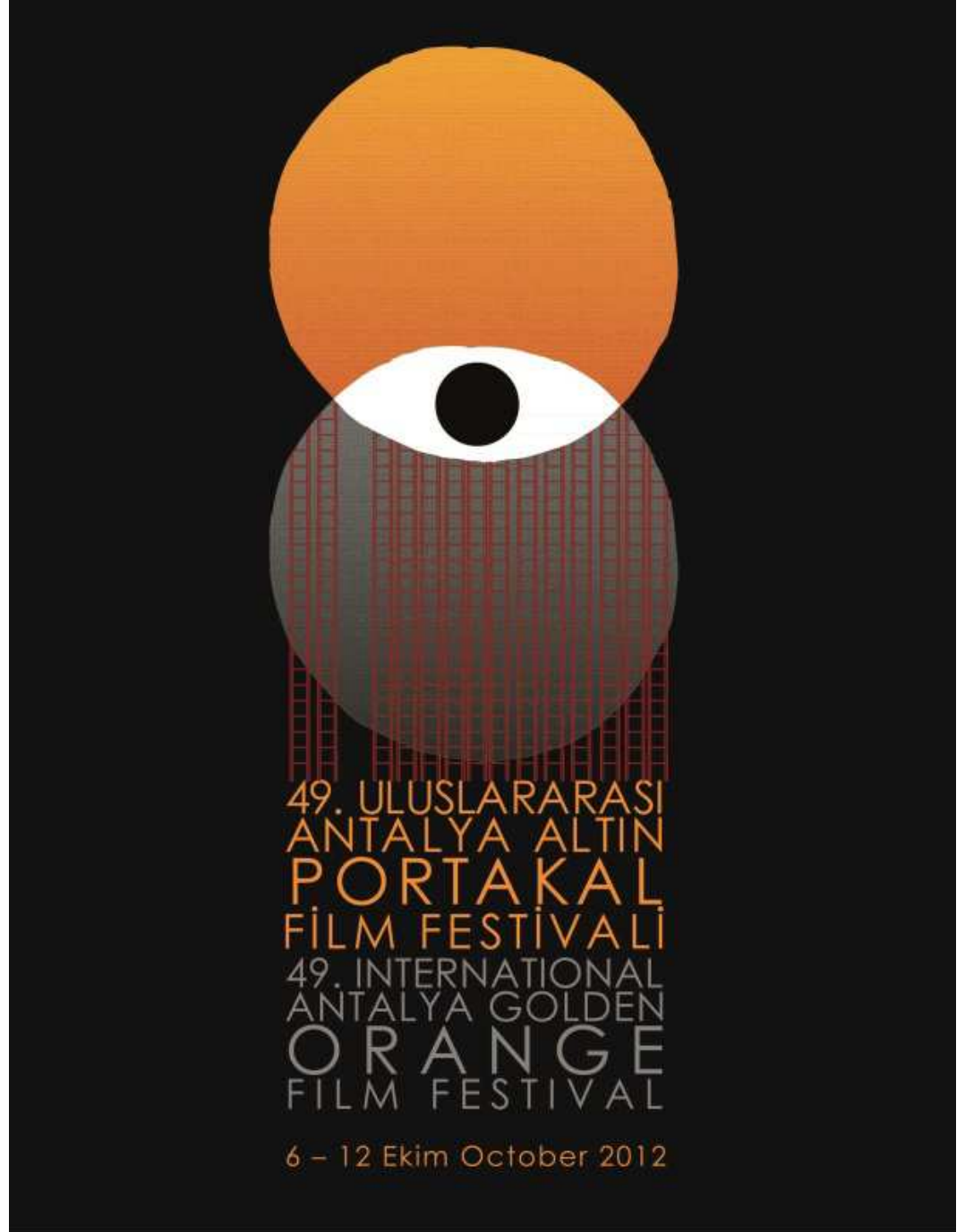
Kültürel afişler; festival, seminer, sinema, tiyatro, sergi, konser gibi sanatsal etkinliklerin ve sempozyum, konferans, balo, yarışma, spor vb. gibi etkinliklerin tanıtıldığı ya da duyurulduğu afiş türleridir. Afiş olarak üretilen ilk afiş çeşitleri kültürel afişlerdir. 19. yüzyılın Paris ve Londra'sında ilk büyük afiş tasarımcıları kentlerinin kültürel etkinliklerini duyuran afişler tasarlamışlardır.(Bkz. Görsel 14, 15, 16, 17)



Görsel 14:Tanıtım Reklam Afişi

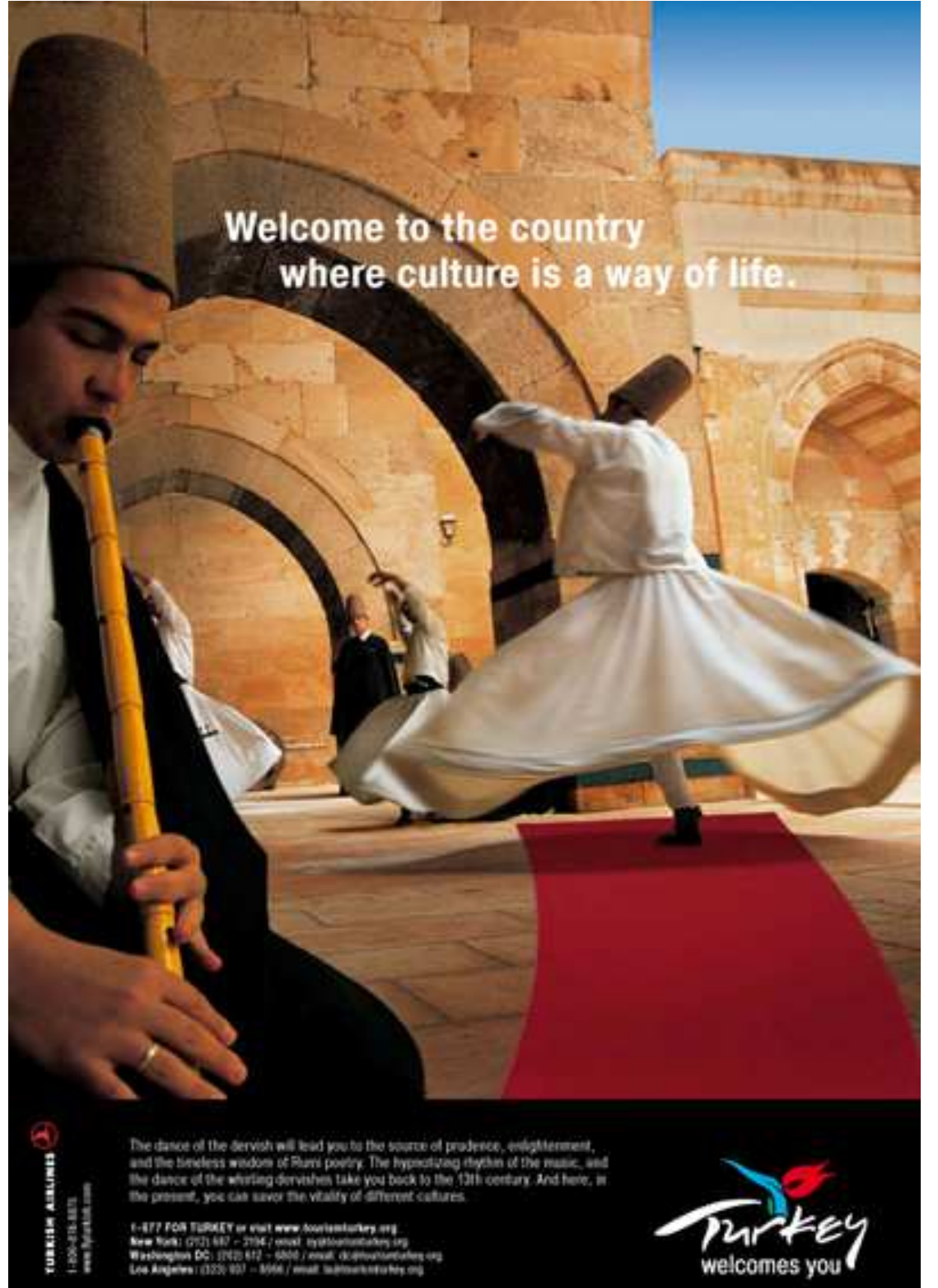
<http://jawnart.deviantart.com/art/Communication-Design-Poster-Ad-26374301> [11.11.2014]

⁴⁴ Becer, Emre. **İletişim ve Grafik Tasarım**, 5.Baskı; Ankara, Dost yay. 2006. S.201/202



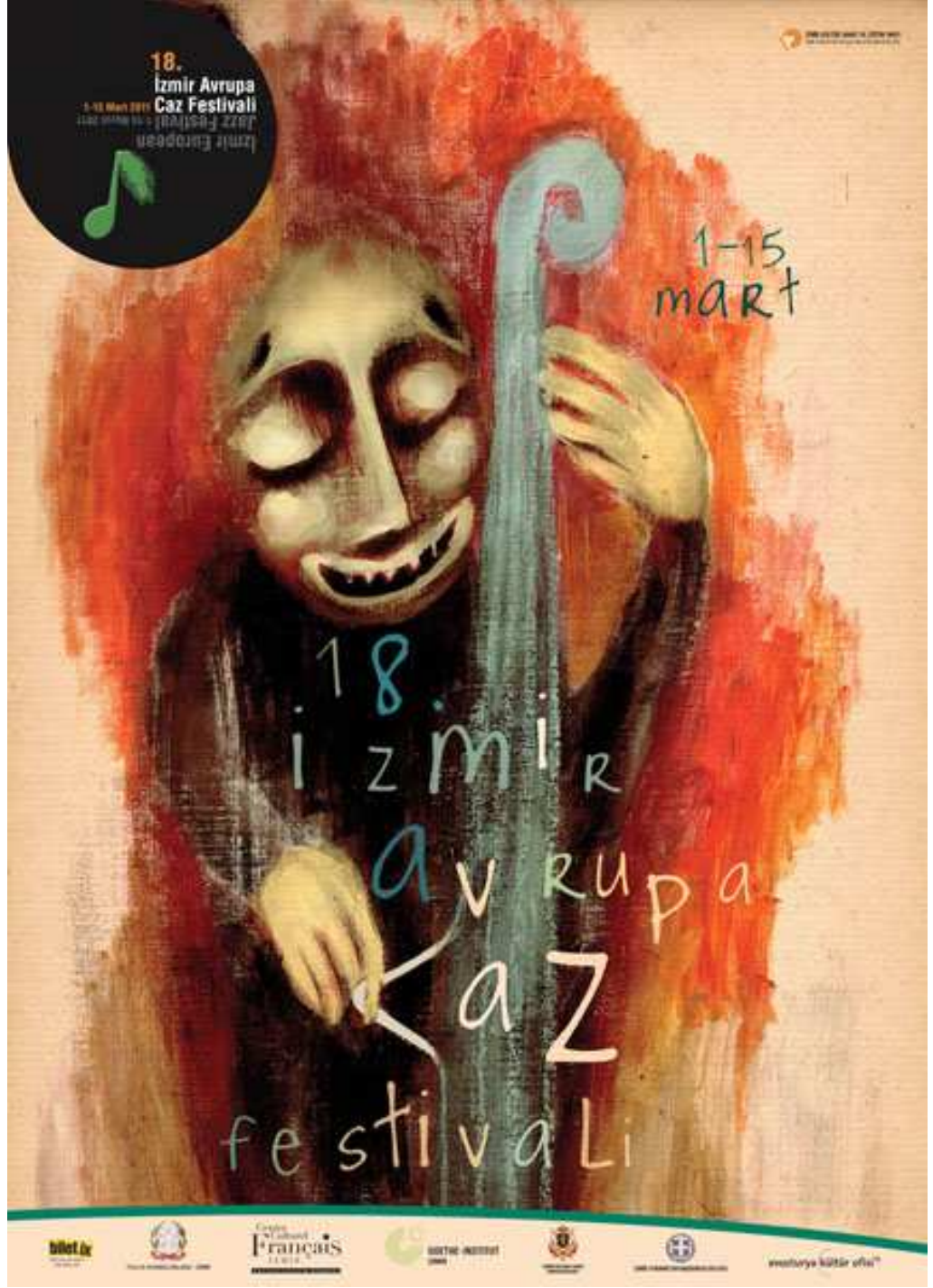
Görsel 15:Yunus İnci, Film Festivali Afişi

<http://manavgathaberi.com/iste-49-altin-portakalin-afisi> 03.11.2014



Görsel 16: Tanıtım Reklam Afişi, Türkiye,

<https://www.kultur.gov.tr/Resim/14702,30jpg.png?0> 26.03.2015

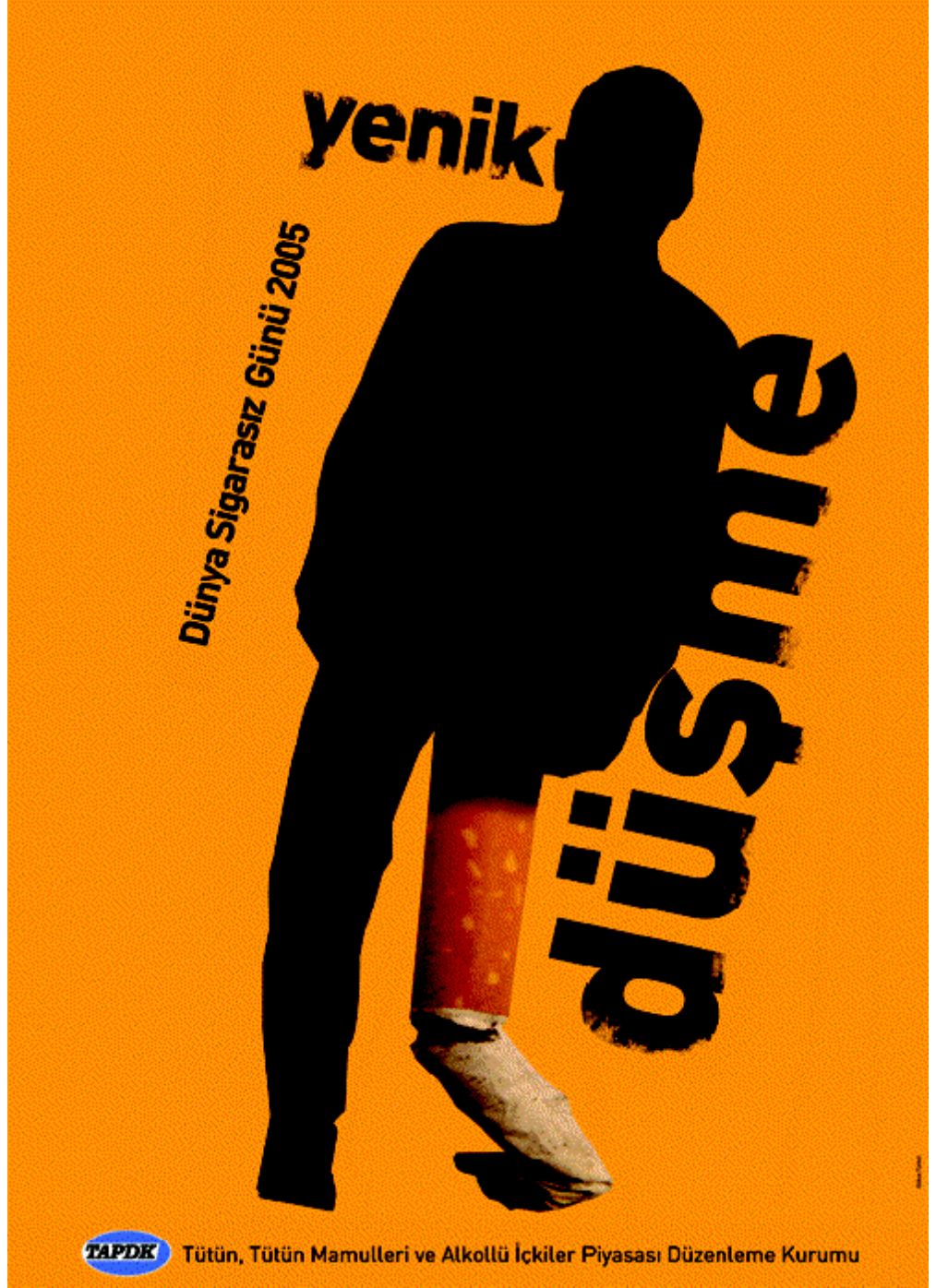


Görsel 17:Meltem Şahin, Festival Afişi

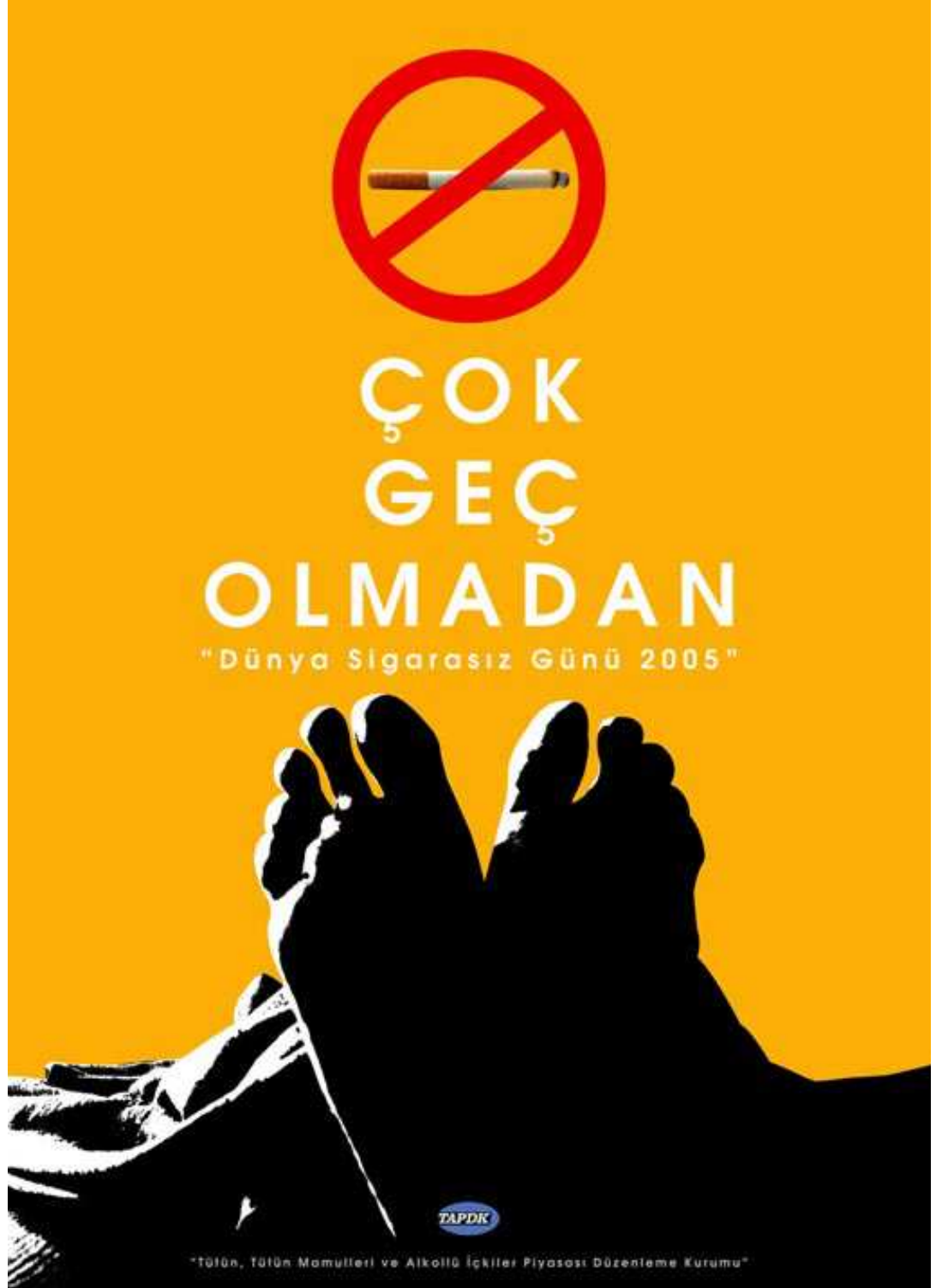
<http://www.gra.bilkent.edu.tr/tur/oduller.html> 03.11.2014

Sosyal afişler; toplumu uyarma, politik olarak yönlendirme ya da toplumsal bir olayda eyleme geçmeye ikna edici afiş tasarımlarıdır. Sağlık, ulaşım, sivil savunma, trafik, çevre gibi konuları içerir. Günümüzde medyanın hareketli görüntü aygıtlarıyla

iletişime ağırlık vermelerinden dolayı afişin sosyal içeriklerle kullanılma özelliği azalsa da okul, hastane, işyerleri vb. kuruluşlarda çok sık karşılaşılmaktadır.(Bkz. Görsel 18, 19, 20, 21)



Görsel 18: Sigara Sağlığa Zararlıdır Afişi



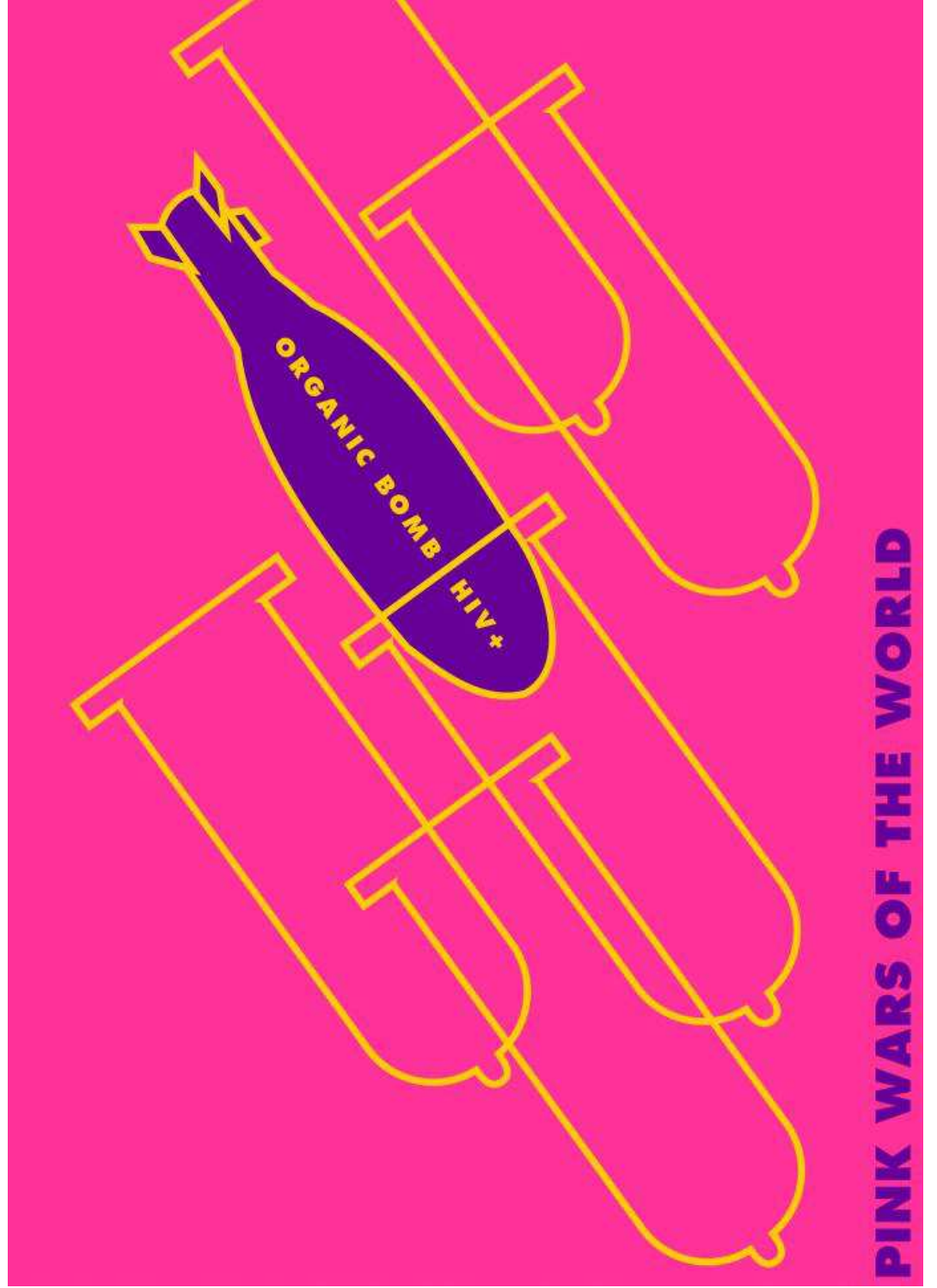
Görsel 19: Bahar Tezcan, Sigaranın Zararları, Sağlık Afişi

<http://tezcanbaharposter.blogspot.com.tr/> 03.11.2014



Görsel 20: İş Güvenliği Afişi

www.isgfrm.com 03.11.2014



Görsel 21: Ata Yakup Kaptan, Sağlık Afişi

<http://www.dinodream.com/work/aids-afisi-17707?ajax=true> 03.11.2014

Reklâm afişleri; bir ürün ya da hizmetin tanıtımının yapılması için hazırlanan afiş türüdür. Moda, endüstri, kurumsal reklamcılık, basın-yayın, gıda, turizm gibi sektörlerde kullanılır. Reklâm afişlerinin en temel amacı ürün ya da hizmeti pazarlamaktır⁴⁵. (Bkz. Görsel 22, 23, 24, 25)



Görsel 22: Ürün Reklam Afişi

<http://alkislarlayasiyorum.com/icerik/13714/nostaljik-reklam-afisleri/9> 03.11.2014

⁴⁵ Çitçi, Erol, Görsel Kültür Elemanı Olarak 20. Yy' da Afişin Toplumsal Süreçlere Etkisi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek lisans tezi, Adana. 2009



Görsel 23:Renault Reklam Afışı

<http://alkislarlayasiyorum.com/icerik/13714/nostaljik-reklam-afisleri/12> 03.11.2014



Görsel 24:Ecovia Reklam Afişi

http://www.top10lar.com/wp-content/uploads/%C4%B0lgin%C3%A7-Reklam-Afi%C5%9Fleri_008.jpg 03.11.2014



Görsel 25:Kargo Tanıtım Reklam Afişi

http://www.top10lar.com/wp-content/uploads/%C4%B0lgin%C3%A7-Reklam-Afi%C5%9Fleri_016.jpg 03.11.2014

Aslında bütün afiş kategorileri çevrenin ya da kentleşme kültürünün görsel sonucu denebilir. Dündar’a, ve Mercin’e göre grafik tasarım ürünlerinden afişler kent olgusuyla doğrudan ilişkili ama kent yaşamını rahatsız etmeyecek şekilde insanlığın hizmeti için tasarlanması gerekir⁴⁶, ⁴⁷.

2.2.3. Afiş Tasarımının Özellikleri ve Değerlendirme Kriterleri

Tasarımda yaratıcılık, çok disiplinli bir arayışın sonucudur. Grafik tasarım belli kuralları olan bir disiplindir. Tasarım kuralları, tipografi, renk harmonisi, psikoloji, grafik sanatlar tarihi, öncelikli olarak öğrenilmesi, çalışmalar yapılması gereken konulardır. Eğer afiş tasarımıyla ilgilenilecekse bunlara ek olarak afiş standartları, kullanılabilirlik, erişilebilirlik, kullanıcı deneyimi gibi konularda da bilgi sahibi olunmalıdır. Bu konulara olan hâkimiyet, çalışmaları ve dolayısıyla tasarımcı olarak çıkan ürünü doğru orantılı etkileyecektir. Bu bilgi birikimi işin üst katmanlarıdır ve tasarımcıyı kültürel anlamda dolduracak, sağlamlaştıracaktır.

Bu bilgilerin pratikte ne yararı olacaktır? Örneğin bir web sitesinin(veya afişin) başlıklarında kullanılan fontu seçerken yüzlerce, binlerce fonta tek tek bakarak en çok yakıştığı düşünüleni kullanmak yerine doğru fontu seçmeyi bilmek gerekir. Ya da sayfada kullanılan kırmızılarının yoğunluğunun insan psikolojisi üzerindeki etkilerini düşünüp, dengelemek için çaba gerekecektir. Bu katmanlar güzel tasarım yapma sürecinde de yardımcı olacaktır. Her görüntünün, her çözümün kendisinden öncekilerle ve hayatla bağı vardır. Albert Einstein’a göre, “Yaratıcılığın sırrı kaynaklarınızı nasıl gizleyeceğinizi bilmektir”⁴⁸.

İç devinimiyle hırpalanmış tasarımcı görüşünü yapıtına yansıtacaktır ve dönüştürecektir. Çünkü özsu sanatçının(tasarımcının) kalbine akar ve içinden de tasarımcının, sanatçının da gözlerine akar⁴⁹. Bu akış tasarımsal boyutta görselin izleyici tarafından hissetmesine, duygusal anlamda yardımcı olur.

⁴⁶Dündar, B. **Babylon İçin Afişler**. GRAFİST XV. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, 2011..s.225

⁴⁷ Mercin, Levent. **Çevre ve Kent Estetiği Açısından Grafik Tasarımın Önemi**. ULAKBİLGE, 2013, Cilt 1, Sayı 1, s.5

⁴⁸ <http://impression.savasozay.com> [06.07.2013]

⁴⁹ Klee, Paul. **Modern Sanat Üzerine**, Çev: Kaan Çaydamlı, Altıkkırkbeş yay. 4.Baskı, İstanbul, 2011. S.13

“Hedefi, mesajı süratle iletmek olan afişler izlenmek için değil, anında fark edilmek için tasarlanmalı ve değerlendirilmelidir. Afişin ana amacı enformasyon vermek yerine, mesajı çarpıcı şekilde iletmek olmalıdır. Bu nedenle diğer medya araçlarından farklı tasarım kriterlerini içermektedir⁵⁰.

Sadece bilgisayar tasarım programlarını kullanmadaki hâkimiyetiniz yanında tasarımınızın alt yapısını oluşturacak bilgi birikimi ve felsefe disiplinine ihtiyaç vardır. İnsanların gündelik görsel ihtiyaçları, en çok tüketilen görseller ve görsel sunum alanları bunların bütüncül şekilde düşünülüp tasarımlara o şekilde yönelmesi gerekmektedir.

Afiş tasarımının diğer özellikleri ise kendi iç dinamiğini oluşturan unsurlardır. Bunlara afiş tasarımı kriterleri de denilebilir. Her şeyde bir ölçü/ölçüm/ölçme varsa iki boyutlu tasarımlarda da kıstaslar, kriterler, ölçüler olacaktır.

Afiş Tasarımında püf nokta Afişte açıklama metni kullanılması gerekli ise puntolarını küçük kullanılmalıdır. Böylece izleyiciyi "Afişe" yaklaştırmış olunabilir⁵¹.

Tasarımlar deneme-yanılma sürecinin sonucunda ortaya çıkar. Ve tasarımcı aklı gelen ilk fikri dener ve sonuca varır. Bielefeld’e göre, tasarım perspektifi, tasarımcının kişiliğiyle, kişisel dünya görünüşünün ifadesi, geniş bir sosyal bağlam ve düşünsel arka planla bağlantılı olabilir⁵².

Bir eserdeki kritere bakılırken, belki de tasarım sürecindeki çabaların ve verimliliğin ölçülme safhasıdır. Kırıçoğlu buna değerlendirme demektedir. Tasarımdaki değerlendirme de içselleştirmenin amaca ulaşp ulaşmadığını görmektir⁵³.

Tasarımlar hazırlanırken görsel kavrama kılavuzu veya tasarımda görsel rehber ihtiyacı olmaktadır. Buna yapılacak afişin öncesindeki düşünce ve temel prensipler ya da alt yapı oluşumu da denilebilir. Bu alt yapı Öztuna’ya göre; tasarımın temel öğeleri; çizgi şekil, doku, renk, mekân, ton gibi değerler tasarımın temelini oluşturur⁵⁴. Bu değerleri kontrol edebilmek için ise; görsel uyum, biçim, çeşitlilik,

⁵⁰ Teker, Ulufer. **Grafik Tasarım ve Reklam**. İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi. 2009. S.140

⁵¹ <http://photoshopum.com/afis-tasarimi.html> [03.11.2014]

⁵² Bielefeld, Bert, vd., **Adım Adım Tasarım Fikirleri**. Çev: Volkan Atmaca, Yem yay. 1.Baskı, Mayıs İstanbul, 2010.s.7-14

⁵³ Kırıçoğlu, Olcay Tekin. **Sanat, Kültür**, Yaratıcılık, Pegem Akademi, 1.Baskı, Eylül, Ankara, 2009. s.137

⁵⁴ Öztuna, H. Yakup. **Görsel İletişimde Temel Tasarım**. Tibyan Yay. Kasım 2007.s.17

ritim, denge, oran, hareket, odak noktası, vurgu, egemenlik, görsel hiyerarşi ve plastik gereksinimlerle tasarımın ilkelerini oluştururlar. Bu şekilde bilginin, düşüncenin görsel organizasyonunda temel yapı taşları yerli yerine konulmuş olur.

Becer'e göre bu ilkeler; mesaj, mesaj-imge bütünlüğü, sözel hiyerarşi, fark edirlilik⁵⁵, Tepecik'e göre; dikkat çekicilik, sadelik ve biçim, endüstriyel (yani çoğaltma standartlarındaki faktörler) ve ekonomiklik, estetik özellikler sıralanır⁵⁶. Mercin ve Alakuş bunların yanında afiş tasarımında, anlam ve biçim ilişkisi üzerinde durmaktadırlar⁵⁷. Kandisky: "Yalnızca gerçek sanatçılara değer veririm. Onlar, bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde, içsel yaşamlarını tümüyle özgün bir biçimde ifade eder, yalnızca bu amaca ulaşmak için çalışırlar demektir"⁵⁸. Kısacası bu ilkeler, içsel hayatın kâğıt üzerinde afişe edilerek beyan edilmesi olarak anlaşılabilir.

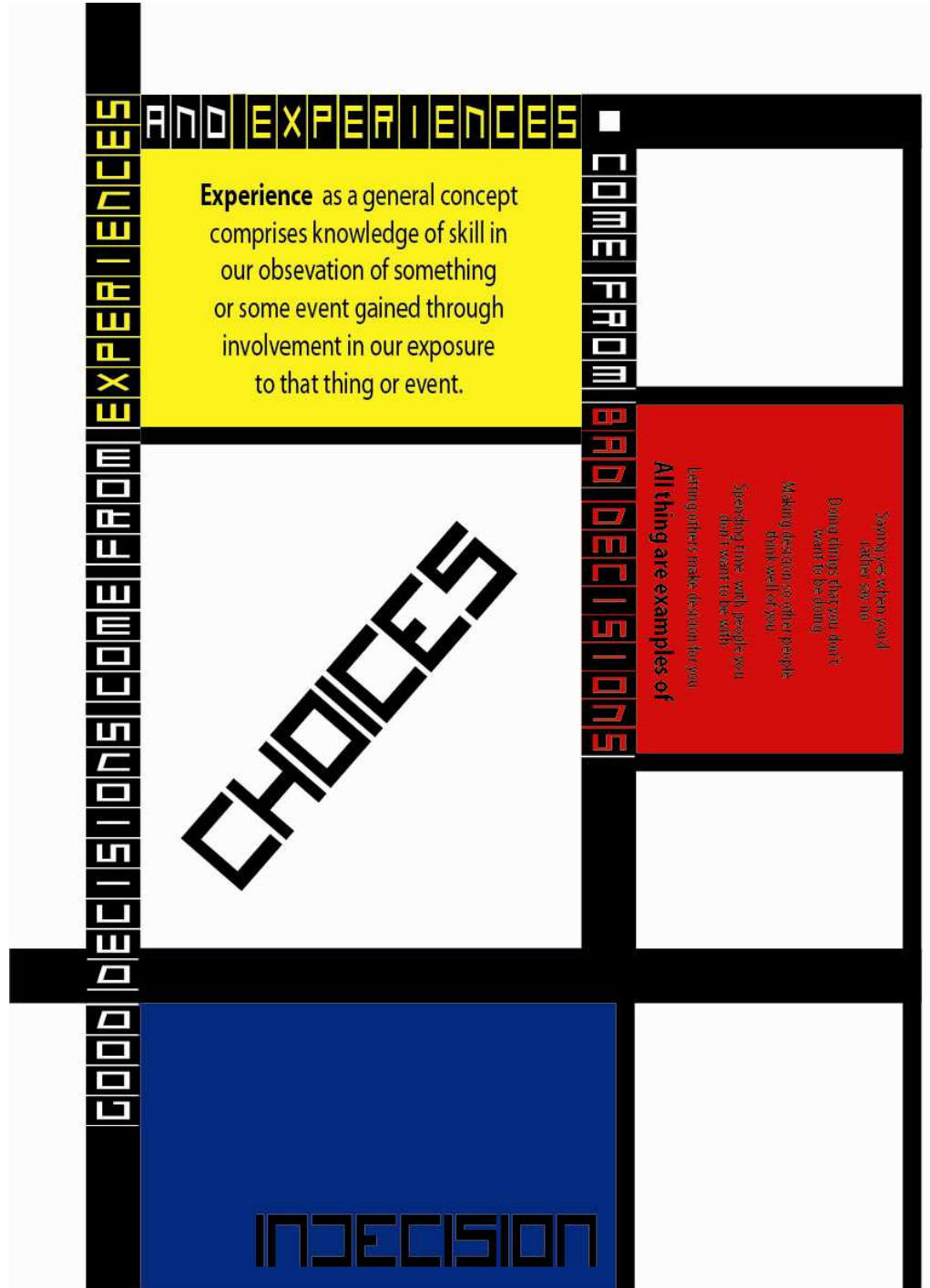
Afişler insanlar üzerinde estetik bir etkilenme yaratır. Bu etkilenme insanların günlük alışkanlıkları ve düşünce biçimlerini yönlendirir. Afişler hem iç mekânlarda hem de dış mekânlarda kullanılabilir.

⁵⁵ Becer, Emre. **İletişim ve Grafik Tasarım**, 5.Baskı; Ankara, Dost yay. 2006. s. 202

⁵⁶ Tepecik, Adnan. **Grafik Sanatlar, Tarih-Tasarım-Teknoloji**. Birinci Baskı, Detay Sistem Ofset, Ankara, 2002. S.76-77-78

⁵⁷ Mercin, Levent – Alakuş, Ali Osman. **Sanat Eğitimi Ve Görsel Sanatlar Öğretimi**. Birinci Baskı, Pegem yayınları, Ankara, 2009. S. 174

⁵⁸ Kandisky, Wassily. **Sanatta Ruhsallık Üzerine**. Altıkkırbeş yay. Çev: Gülin Ekinci, Şubat, İstanbul, 2013..s.8



Görsel 26: İç ve Dış Mekân Afişi

https://beyzagocer.files.wordpress.com/2011/11/de_stijl1.jpg 04.02.2015

Başarılı afiş çalışmalarında alışılmış ve anlaşılır unsurla; umulmadık, şoke edici ya da mizahi unsurlar arasında dengeli bir bütünlük kurulmalıdır. Tasarımcının aklından mantıkdışı biçimlerde ortaya dökülen bu şaşırtıcı unsurlar; profesyonel bir grubun entelektüel kararlarından çok daha etkili sonuçlar meydana getirmektedir⁵⁹.

Tasarımcı, çalışmaya başlamadan önce geniş bir ön araştırma evresi geçirmelidir. Afişin türü ve konusu doğrultusunda yapacağı çalışmayı şekillendirirken bazı hususları titizlikle dikkate almalıdır. Bu hususlar; ulusal ve uluslararası kaynaklarda yapılan literatür taramalarında ve farklı uzman görüşlerine göre bir afişte bulunması gereken kriterler olarak aşağıdaki verilmiştir⁶⁰.

- a) Afiş, insanları uyarıcı, duygusal mesajlar içermelidir.
- b) Afiş, izleyende çarpıcı şekilde hızlı ve etki yaratıcı mesaj taşımaktadır.
- c) Afiş, vereceği mesajı, doğrudan, kısa ve öz olarak vermelidir.
- d) Afişin görsel düzenlemesi, basit ve sade olmalıdır.
- e) Afişte imgelere(resimlere) ağırlıklı mesaj iletme görevi yüklenerek, sözcüklerin sayısı azaltılmalıdır.
- f) Afiş, kendine özgü olmalı ve benzer konulu afişlerden ayırt edilebilmelidir.
- g) Afişin grafik tasarımı özgün olmalı, alışılmışın dışında dikkat çekici unsurlar içermelidir.
- h) Afişte kullanılacak imge(resim) tek olmalı, birden çok imge kullanmaktan kaçınılmalıdır.
- ı) Afişte görüntü karmaşası yaratacak kadar çok resim ve yazıya yer verilmemeli, yazı imgenin can sıkıcı şekilde bir tekrarı olmamalıdır.
- i) Afiş en az 30 metre uzaklıktan okunabilecek büyüklükte ve okunaklı bir yazı karakteri kullanarak hazırlanmalı, süslü, okunması zor yazı karakterlerinden kaçınılmalıdır.
- j) Afişin etkisinin artmasında grafik tasarım önem taşıyacağından, seçilen fotoğraflar yeterince kontrast büyüklüğe ve renkliliğe sahip olmalıdır.
- k) Afişte kullanılacak renkler geniş yüzeyler şeklinde, parlak, canlı ve kontrast (birbirine zıt) olmalıdır.
- l) Afişte kullanılan renk okumayı kolaylaştırmalıdır. Okumayı kolaylaştıran siyah ve sarı gibi zıt renkler tercih edilmelidir.
- m) Afişlerin asılacakları yerlerde yaratacakları etki dikkate alınmalıdır.
- n) Afişlerin dış ve iç mekânlarda yan yana ve toplu halde yaratacakları etki dikkate alınmalıdır⁶¹.

⁵⁹ Becer, Emre. **İletişim ve Grafik Tasarım**, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları. 1999. S.205

⁶⁰ Çetin, İ. Sanat Eğitiminde Afiş, Y. Lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı. 2005. Dalen, J.V., Gubbels, H., Engel, C., Mfenyana, K. **Effective Poster Design**. 2002

⁶¹ MEGEP, **Reklam ve Tasarım**. Ankara: M.E. B. Yayınları. 2007. S.26-27, Teker, Ulufer. **Grafik Tasarım ve Reklam**. İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi. 2009. S.141

2.3.Tasarımda Sanatsal Kaygı

Herkesin benzer biçimde yaşadığı / algıladığı bir dış gerçeklik dünyası vardır. Bu dış dünya bazen anlam yüklü bazen ise anlam dışı betimsel kodlar içerir. İnsanın dış gerçekliği özel riskler ve tehlikeli, bağlantılı olgularla kuşanmıştır. Bu ilişki sarmalında kaygıyı korkudan ayırmamız gerekir. Korku belirli bir tehdit karşısında sergilenen tepkidir ve bu yüzden bir nesnesi vardır. Freud'un belirttiği gibi, kaygı, korkudan farklı olarak, “nesneye kayıtsızdır”: Başka bir deyişle, kaygı bireyin duygularının genelleştirilmiş bir durumudur⁶².

Kaygı, insanın kendisiyle iç içe olması durumudur. Heidegger “orada olanla (Da-Sein), kendi kendisiyle, şeylerle ilişkide olmaklığı, yönelimi” olarak ifade eder⁶³. Kaygıya benzemiş gibi görünen, bu nedenle bazı yorumlarda kaygı ile karıştırılan endişe (Angst “çepeçevre-kaplayan”) her şeyden önce bir anlıksal durumdur⁶⁴. Kendisini derin bir belirsizliğin içinde hissetme olarak da anılabilir.

Estetik kaygı (veya sanatsal kaygı), beğenilerimizde ya da güzel dediğimizde ortaya koymuş olduğumuz yargı üzerine kaygılanmak kaygı duymaktır. Yani kararında haklı mıyım, haklıysam ne denli haklıyım sorularını sormayı akıl etmektir. Erinç’e göre “Estetik beğenilerimiz üzerine kaygı duyabilmemizin ilk koşulu, sanatın belli alanlarına katılması ve yaşantılarımıza alınmış olmasıdır”⁶⁵.

Sanat türü ne denli artarsa estetik kaygıda artar. Estetik kaygı sosyal yapı içinde olandan hareketle olabilir olanları da düşünmek demektir. Yani bakış açısının genişlemesi demektir.(Bkz. Görsel 27)

William Shakespeare, “En çok zayıfları sarsar kaygılar” der⁶⁶. Sanatçıların, tasarımcıların belki de en çok duraksadığı, beklediği durak diyebiliriz. Bir sanat yapıtı üretilirken, tasarımcının her türlü kaygıdan uzak durması gerekir ki, kendi gerçek iç dünyasını objektif ve doğal olarak çalışmalarına yansıtabilsin! Bunun içindir ki zaman zaman “Beğenilme” kaygısı ve “beğendirme” çabası eserlerinin tüm

⁶² Freud, Sigmund, **Ruh Çözümlemesine Giriş Konferansları**, Payel Yay, 1998, İstanbul

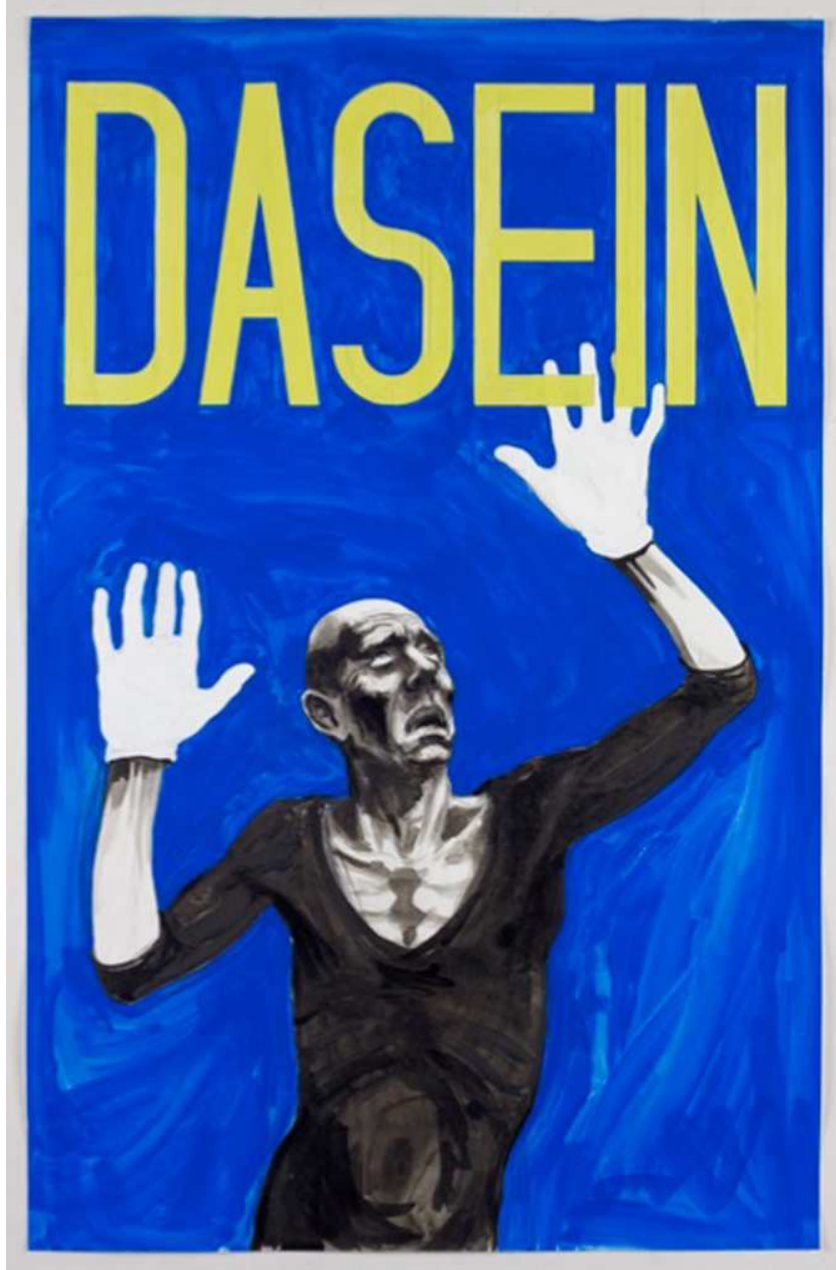
⁶³ Özlem, Doğan. **Kaygı ve Tarihsellik**. Doğu Batı Yay. Yıl:2, Sayı:6, Nisan 1999, 2.Basım. S.13

⁶⁴ Deveci, Cem. **Kaygı ve Tarihsellik**, Doğu Batı Yay. Yıl:2, Sayı:6, Nisan 1999. S.57

⁶⁵ Erinç, M. Sıtkı. **Sanat Sosyolojisine Giriş**, Ütopya Yay.1. Baskı, Ocak 2009, Ankara. 2009.s. 103-105

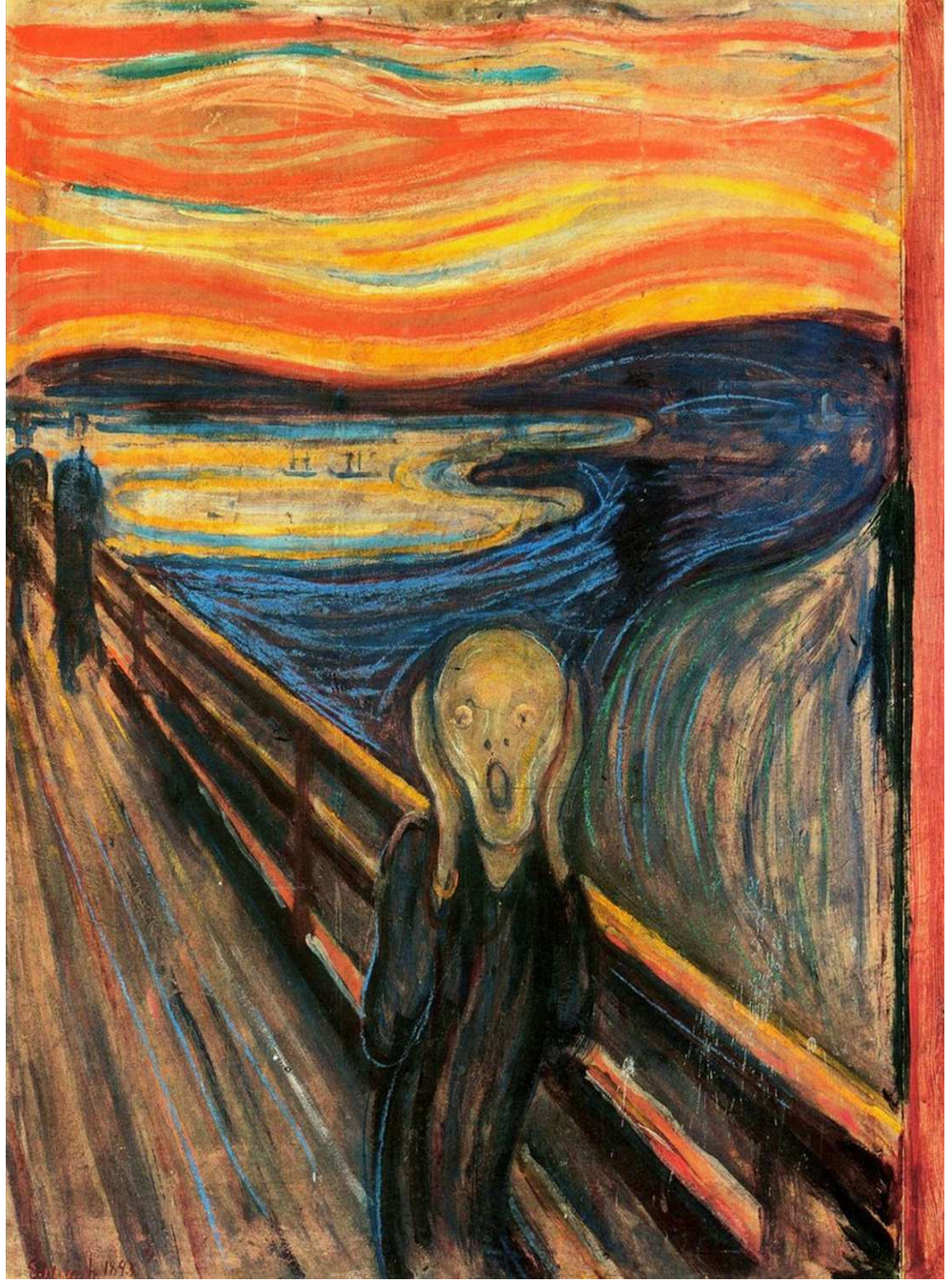
⁶⁶ <http://www.neokur.com/alintilar/&t=188&m=kaygi> [10.11.2014]

doğallığını yitirecektir. Düşünsel hedefler estetik olmalı, estetizm içermeli ama estetik de olsa hiçbir değer kaygı unsuru olmamalıdır. Kaygısal düşüncelerin içerdiği negatif özellikler, bilinçaltının yönlendirmesiyle yapıtlara da belirli bir oranda yansır. Kaygının pozitif yöndeki değeri, yalnızca sanatçının içsel pozitif dinamikleri ölçüsündedir.(Bkz. Görsel 28)



Görsel 27: Kaygı Afişi Charles AveryUntitled (Dasein)2010, Pencil and gouache on paper, 85.4 x 57.5 cm

<http://grimmgallery.com/artists/charles-avery/> 12.11.2014



Görsel 28: Edvard Munch, Çığlık (1893)

<http://en.wikipedia.org/wiki/Angst> 12.11.2014

Söz konusu kaygı, sanat eserinden edindiğimiz estetik yaşantının yalnızca duysal, duygusal düzeyde kalmasına izin vermeyerek “güzel” in düşünce düzeyine yükseltilmesini ve sorgulanmasını gerekli kılar. Bir başka deyişle estetik kaygı, “güzele, daha güzele, en güzele ulaşabilmede yaşanan tedirginlik halidir. Bu tanım çerçevesinde, estetik kaygının yalnızca sanatla, sanat eserleriyle olan ilişkilerimizde

değil, tüm tutum ve davranışlarımızda daha duyarlı olmamızı sağladığı da söylenebilir”⁶⁷.

Bir sanat yapıtının bellekte oluşum sürecinde en önemli etken, bireyin yaşamla barışıklığıdır. Yaşamla barışık olan bireylerin tüm çalışma ve üretimlerine içsel değerlerinin doğrudan yansması kaçınılmazdır. İçsel zenginliği oluşturan etik, estetik ve düşünsel tüm değerler güzellikleriyle, çirkinlikleriyle, kaygılarıyla, kuşkuyla, tasalarıyla, endişeleriyle sanatçının iç dünyasını etkilediği oranda yapıtlarında da kendini gösterir. Kaygı, negativizm içerdiğinden değil sanatın, yaşamın dahi hiçbir alanında hoş görülmez ama pozitif temelli hedeflere varılma sürecinde bireylerin sonuçtan tam emin olamamaları durumunda, daha büyük ve daha yoğun bir çaba içinde olmaları için yaşadıkları kaygısallık artı değer olur. Ancak bireyin iç dünyasının değerler üretmesinde, bireyin kendi içsel zenginliklerinin pozitifliğini objektif sorgulayabilmeleri her zaman olanaklı olmaz. Çünkü birey, çevresine gösterebildiği titiz irdeleme ve analiz, merak ve ilgisini aynı oranda kendisine gösteremez. Bu nedenle, mümkün olabildiğince bireyler kaygıdan uzak durabilme çabası içinde olmalıdır. Bu birey; eğer, değerler ve yapıtlar üretme çabası içinde olan bir sanatçı ise, kaygısallık çok daha fazla önem taşıyacaktı. Sanatçının iç dünyasında kaygısallığın bulunması ve bunun yapıtlarına yansması, sanatçı ve yapıtları adına negatif bir değer olur.

Yaşamın mutlu bir kimliğe yönelmesi, her tür acı verebilecek içsel-dışsal tüm değer ve etkenlerden uzak kalabilmeye bağlı olduğuna göre, kaygı da insanı yıpratabilecek negatif özellik taşıdığından, tüm yaşamda kaygıdan mümkün olabildiğince uzak durulmaya çalışılmalıdır⁶⁸.

Bir tablo gördüğümüzde, tepkilerimizi etkileyebilecek sayısız şeyler gelir hepimizin aklına. Bu anımsamalar, gördüğümüzden tat almamıza katkıda bulunduğu sürece, endişelenecek bir şey yok demektir. Ama ne zaman ki, pek de önemli olmayan bir anımsama bir ön yargıya dönüşür, işte o zaman tadabileceğimiz bir hazzı engelleyen bu karşı oluşun nedenlerini kafamızda araştırmamız gerekir. Çünkü bu durumda, bir sanat yapıtından tat almayı önleyen yanlış nedenler var demektir. Gombrich’e göre “birçokları, gerçeklikte görmekten hoşlandıkları şeyleri tablolar da görmek isterler.

⁶⁷ Kılıç, Levent, Öztürk, Ali. **Müzik ve Görsel Sanatlar Öğretimi**, Anadolu Üniversitesi, 2. Basım, Eskişehir, 2011. s.117

⁶⁸ Özturan, Mahmut. **Bir Sanat Yapıtında Estetik Kaygı Zorlamaları**. Ağustos, 2002, İzmir.

Elbette çok doğal bir yeğlemedir bu. Doğanın güzelliği hepimizin hoşuna gider ve bunu yapıtlarında koruyan, dolayısıyla bizim beğenimizden yakınmayan sanatçılara sevecenlik duyarız⁶⁹.

Kaygı, negativizm içerdiğinden değil sanatın, yaşamın dahi hiçbir alanında hoş görülmez ama pozitif temelli hedeflere varılma sürecinde bireylerin sonuçtan tam emin olamamaları durumunda, daha büyük ve daha yoğun bir çaba içinde olmaları için yaşadıkları kaygısallık artı değer olur. Ancak bireyin iç dünyasının değerler üretmesinde, bireyin kendi içsel zenginliklerinin pozitifliğini objektif sorgulayabilmeleri her zaman olanaklı olmaz. Çünkü birey, çevresine gösterebildiği titiz irdeleme ve analiz merak ve ilgisini aynı oranda kendisine gösteremez. Bu nedenle, mümkün olabildiğince bireyler kaygıdan uzak durabilme çabası içinde olmalıdır. Bu birey; eğer, değerler ve yapıtlar üretme çabası içinde olan bir sanatçı ise, kaygısallık çok daha fazla önem taşıyacaktır. Sanatçının iç dünyasında kaygısallığın bulunması ve bunun yapıtlarına yansımaları, sanatçı ve yapıtları adına negatif bir değer olur⁷⁰.

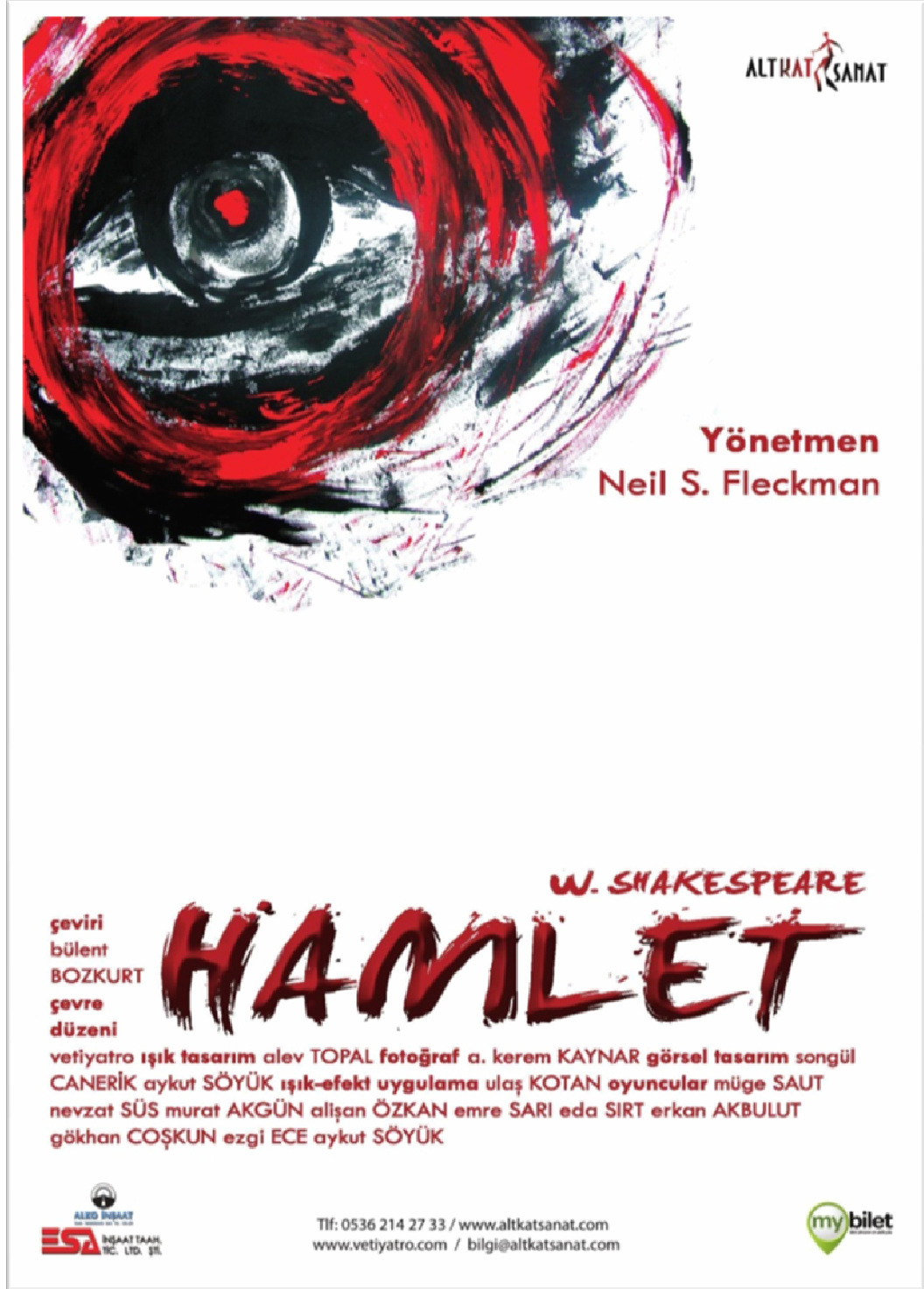
Sanatsal kaygı, bir sanat tasarımı ürünü üretim sürecinde; düşünce yoğunluğu ve ürün üzerinde değişim, değiştirme eylemleri ile karşı tarafa estetik beğeni ve zevki yaşatma düşüncesidir denilebilir. Kendini kabul ettirmiş ürün, nesne karşı tarafın hazzıyla aynı hizaya getirebilmiş ise bu kaygı sonlanmışır. Bir tasarım ürünü aslında iki aşamada kaygıdan kurtulabilir.

- 1- Kendi ruh dünyasını karşı tarafa kabul ettirme;
- İşte oldu, tamam bitti diyebiliyor ise...
- 2- Üçüncü göz tarafından kabul edilebilirliğini sağlama; yani gündemde kalabilme, o günün şartlarında sanatın ve tasarım dünyasının gündemine oturmasını sağlamadır.

Sanatsal kaygı, negatif amaçlı da olabilir. Estetik beğeniye tersi yönde de kullanarak gösterme çabası güdebilir. Tasarım elamanları ile yani renk, zıtlık, boşluk vb. öğelerle dikkati çekme, gündemde yer edinme, yeni bir gündem oluşturma amacı olabilir. Hazzın ters edilerek, yeni duygusal bir hal alması gibi.(Bkz. Görsel 29)

⁶⁹ Gombrich, E. H. **Sanatın Öyküsü**. Çev.: Bedrettin Cömert, Remzi Kitap Evi, 3. Basım, İstanbul, 1986. s. 4-5.

⁷⁰ http://fotografya.fotografya.gen.tr/issue-14/Sanat_ve_Felsefe_14.htm [17.06.2014]



Görsel 29: Tiyatro Afişi

<http://www.tiyatroportal.com/altkat-sanat-hamlet-oyunuyla-27-martta-sahnedeyiz/> 04.02.2015

Tasarımdaki estetik kaygı, kendi yaşadığı, kendi düşündüğü estetik hazzı karşı tarafın da yaşayarak “haz paylaşımını” meydana getirmektir. Shoponheur “dünya benim tasavvurumdur” derken düşündüğü dünyayı ve çevresel nesneleri gösterebilme eğilimini görsel sanatlar alanındaki kişilere bu görevi yüklemektedir. Düşüncenin, tasavvurun görünür hali; tasarlamadır. Sonuç ise görsel ürün olan tasarımıdır. Artık üretilen ürünler, kaygı nesneleri olma yolunda adım atmıştır.

“Amaçları Fütüristler gibi sanatı değiştirmek değil, yok etmek olan Dadacıların yadsımacı tavrı, dünyanın gidişatına dair derin bir çılgıktır aslında. Dadanın sanat karşıtı tavrının en belirgin örneği kuşkusuz ‘anti-sanat’ terimini ilk kez kullanan Marcel Duchamp’ın hazır nesneleridir. Duchamp, ‘hazır-nesnelerinde Kübistler gibi yaşamdan alınan bir kesiti işine dâhil etmemiş, hazır nesneyi doğrudan sanat yapıtı olarak önermiştir. Yaşam ile sanat arasındaki sınırları zorlayan bu işleri Amerikalı eleştirmen Harold Rosenberg (1906-1978) ‘kaygı nesneleri’ olarak adlandırır. Duchamp, yapıtlarıyla retinal hazzı reddederek sanatın bir düşünce eylemi olması gerektiğini imlemiştir”⁷¹. (Bkz. Görsel 30) Bu düşünce eylemi yapıtsal yaratının zorlanmasıyla nesneye dönüşümün belirgin özelliğidir. Belki de bu bir iç hesaplaşmanın farklı bir anlatımı olabilir mi? Eser üretimindeki kaygı, kendimizle hesaplaşmayı kapatıp ürünün sunulmasının önünü açmaktadır.

Arnould Hauzer, “Sanat yapıtları, hesaplaşmaya çağrıdır. Yapıtları açıklayamayız; onlarla hesaplaşmaya gireriz. Kendi amaç ve çabalarımıza göre ayrıştırdığımız bu ürünlere verilen anlamın kökeni bize özgü yaşam biçimi ile düşünce alışkanlıklarımızda yatmaktadır. Kısaca bu yolla yaklaşık kendisiyle gerçek bir ilişki kurduğumuz her sanat yapıtını çağdaş kıldığımız söylenebilir” der⁷².

Sanatsal kaygı aslında estetiksel kaygıyı da beraberinde düşündürür. Estetik kaygı doğru ile yanlış, iyi ile kötü gibi kavramlar arası seçimlerde, bu kavramlar arası ilişkilerde duygularımız yoluyla istenilene yönelten önemli bir güdüleme olarak karşımıza çıkar. İnsanın ilgi, yetenek, beceri, zevk ve tutumları tanınması, farkına varması, onu yaşama bağlar, yaşamdan haz duymasını sağlar. Erinç, “Estetik kaygı, aracı insanı yaratıcı insana dönüştüren en önemli etmenlerden ve pekiştireçlerden birisidir. Çağımızın gittikçe mekanikleşen insanı, mutsuzluğunun nedenini çevre

⁷¹ <http://stabildiskotopu.tumblr.com/post/1097337688/kayg-nesneleri> [17.06.2014]

⁷² Demirkalp, Mümtaz. Gündelik Yaşamda Tüketilen Nesne ve Çevrenin Plastik Kaygılarla Sanatsal Olana Dönüşüm Denemeleri, H.Ü Ankara S.Y. Tezi 1993.s.44

koşullarının yanı sıra kendinde var olan potansiyeli, yaratıcı gücü dışa yansıtmamasında aramalıdır. Bu konuda bilim adamları, sanatçı ve yöneticilere düşen görev gençlere estetik kaygı duymasını, bu kaygıyı yaşamalarını öğretebilecek bir ortam hazırlamak olmalıdır”⁷³.



Görsel 30: Marcel Duchamp Harold Rosenberg Dada

<http://stabiliskotopu.tumblr.com/post/1097337688/kayg-nesneleri> 17.06.2014 alındı.

Onun için Flaubert'in dediği gibi “sanat eserinin temel niteliğinin estetik kaygı olduğundan hareketle” Sanat eseri ve tasarımsal ürün üretiminde temel çıkış noktası sanatsal kaygılardan hareketle başlar⁷⁴. Ve bunu bir örüntü içerisinde yaptığı eserlerinde bu kaygıyı gösterme çabası güder. Günümüz gelişen dünyasında hızla artan bu görselleştirme çabası tasarımsal anlamada her alana yansımaktadır. Kronik güç arttığında tüketim de artarak çeşitlilik ortaya çıkmıştır. Her alanda gıda, sağlık, malzeme vb. artarak bunların görsel sunum özelliklerini beraberinde getirmiştir. Bu görsel sunum kaygısı görsel sunum ürünlerinin albenisini ortaya çıkarmıştır.

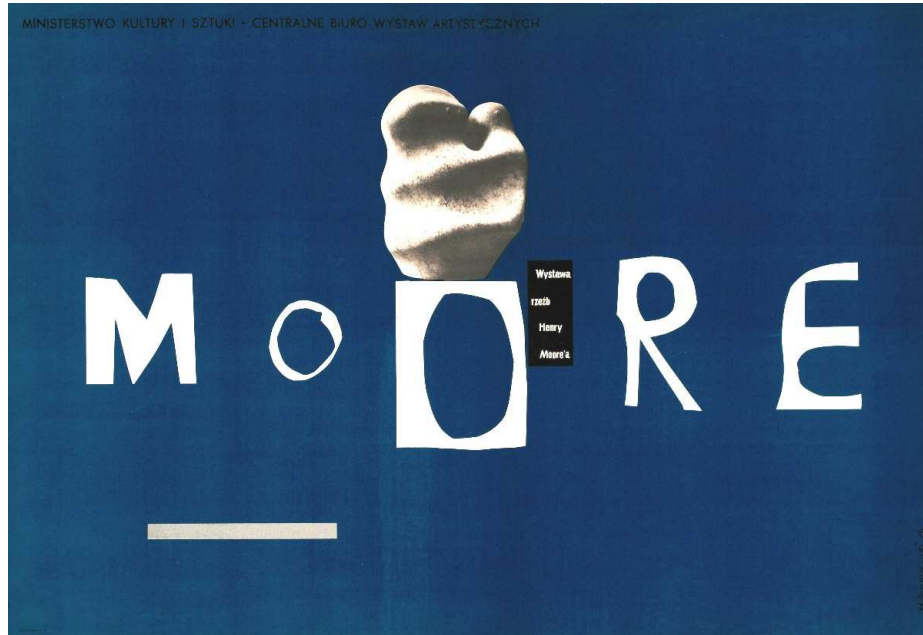
⁷³ Erinç, Sıtkı M. **Yaşamı Güdüleyici Bir Etken Olarak Estetik Kaygı**, Sanat Yazıları IV. H.Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları. 1994. S.46

⁷⁴ <http://www.edebiyatdergisi.hacettepe.edu.tr/index.php/EFD/article/view/5/6> [26.06.2014]

Tasarımcılar görsel sunum özelliklerinin tüm imkânlarını kullanmışlardır. Bir zaman sonra ürünün farklı çeşitleri de çıkınca benzer tasarım özellikleri taşıyan görselleri de beraberinde getirmiştir. Tasarımsal kaygı aslında işlevsel görsel kaygıyı meydana getirmiştir. Günümüzde ise sadece yüzey üzerinde görünen görsel tasarımlar, gelişerek, değişime uğrayarak, kısaca kaygıdan sıyrılıp, yeni biçimsel farkındalıklar yaratılarak, yeni yüzleriyle toplum karşısında görücüye çıkmıştır.

Grafik tasarım, sanatların içinde, aynı anda her yerde olandır. Yani, aynı anda kişiye ve genele özel olan ihtiyaçlara cevap verir; hem ekonomik hem de ergonomik kaygıları barındırır, sanat ve mimari, felsefe ve etik, edebiyat ve dil, bilim ve politika ve proformansın da içinde bulunduğu birçok alandan bilgi edinir⁷⁵.

Tomaszewski ve öğrencilerinden afişler” sergisi koordinatörü, Dydo Afiş Koleksiyonu ve Krakow Afiş Galerisi’nin sahibi Krzysztof Dydo, Tomaszewski’nin afişlerinin koleksiyonunda ayrı bir yeri olduğunu söylüyor.(Bkz. Görsel 31) Dydo, Tomaszewski’nin sanatını şöyle anlatıyor:



Görsel 31: Tomaszewski Afişi

http://www.kupujnasze.pl/wp-content/uploads/2010/03/moore_maly1.jpg 26.03.2015

⁷⁵ Helfand, Jessica; Çeviri: Burcu Dicle Yıldız <http://elmaaltshift.blogspot.com/2005/07/grafik-tasarm-nedir.html> [10.11.2014].

“Koleksiyonumda, FranciszkaStarowieyskiego, JanaLenicy ve WaldemaraSwierzego gibi afiş sanatının önemli isimlerinin çalışmaları yer alıyor. Tomaszewski’nin eserleri ise uzun zaman bir gizem oldu benim için. Koleksiyonuma geç katılmalarına rağmen, benim için ayrı bir yerleri olduğunu söyleyebilirim. Onun afişlerindeki görselliğin, gündelik hayattan kopuk olmayan, kendine ait, özerk bir dünyası var. Afiş sanatının, reklam kaygıları taşımadan, entelektüel anlam barındırarak da var olabileceğinin kanıtları onlar. Bu anlamda, Tomaszewski’nin imgeleri, her zaman izleyici ve çizen arasında ayrı bir bağ kuran, yüksek derecede hayal gücü barındıran, spontane imgeler”⁷⁶.



Görsel 32: Tomaszewski'den tanıtım afişleri

<http://www.arkitera.com/haber/21286/polonyada-yuzyillik-afis-tasarimi> 12.11.2014

Buradaki kaygı reklam amacı güdülmemesidir. Yapılan çalışmalar, üretilen eserler, afişler özerk bir dünya kurarak, entelektüel anlam barındırarak da var olabilme ve bunu kanıtlama ile olduğunu savunmasıdır.(Bkz. Görsel 32)

⁷⁶ <http://www.hurriyet.com.tr/kultur-sanat/26272969.asp> [27.06.2014]

Dydo bir röportajında afiş tasarımlarını konuşurken; tasarımcının sorunlarını, kusurlarını, bir koleksiyoner olarak özgün afişlerin üretilmemesinden yakınır. Dydo, bunun bir sebebini de tasarımcıları sadece sipariş edileni ortaya çıkaracak bir işçi olarak gören müşteriler olduğunu söylüyor ve ekliyor: “Aslında sorun afiş siparişlerini veren kuruluşlarda. Çoğu tasarımları önemsemiyor. Bu zamanlarda tasarımcılar müşterinin söylediğini yapmakla sorumlu. Bu durum çoğunlukla para ile ilgili. Bir ülkenin tasarım ekolünü anlamak, en önemlisi buna değer veren insanların çabasını görmek oldukça önemli”⁷⁷.

Kaygıların ve verilen emeğin eser üzerinde görünümü yanında izleyici ile bağlantı kurma eksikliğini, kusurunu yaşayan tasarımcı ister istemez bu döngünün içine girmektedir.

2.4. Kusur/Kusurluluk Kavramı Nedir?

Günümüz (görsel) iletişim alanında erişilen hız ve yeni araçsal özelliklere göre değişen farklı ifade biçimlerinin bireysel ve toplumsal hayatı nasıl ve hangi düzeyde etkilediği, insanın gerçeklik algısını, zaman, mekân ve nesnelerle olan ilişkisini nasıl belirlediği sorunu araştırmaların odak noktası olmuştur. Şentürk’e göre, sözlü iletişimden metinsele, tek taraflı görsel iletişime ve nihayet interaktif medya kültürüne uzanan tarihsel süreç içinde sadece gerçeklik algısı değil, aynı zamanda düşünce biçimleri ve değer yargılarının da değişmesi konunun önemini daha da artırmaktadır⁷⁸. Farklı değer yargılarının değişimi, biçimsel yanılsamalar kusur kavramını ortaya koymuştur. İlk etapta zihinde olumsuz bir kelime gibi gözüke de, aslında kusursuzluğa giden süreçte dinamik bir rehberiniz olabilmektedir.

2.4.1. Kusur

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre; Eksiklik, noksan, nakısa, özür, bilerek veya bilmeyerek bir işi gereği gibi yapmama, elverişsiz durum olarak açıklanmıştır. Hata, yanılma, yanılğı, sorun olarak ta açıklanmaktadır⁷⁹.

Aslında hayatta kullandığımız bazı kalıplaşmış cümleler de bu konuda bizi destekler. “kusura bakma” derken “eksikliği görme” demek değil midir? Ken Robinson’un da dediği gibi eğer “yanlış yapmaya hazırlıklı değilseniz hiçbir zaman iyi bir şey

⁷⁷ <http://www.arkitera.com/haber/21286/polonyada-yuzyillik-afis-tasarimi> [12.11.2014]

⁷⁸ Rıdvan Şentürk, **İletişim Teorilerinde Temel Sorunu**, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl: 11 Sayı: 21 Bahar 2012 / 1 S.493-518

⁷⁹ http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=KUSUR [08.10.2014]

yapamazsınız” demektedir⁸⁰. Andrea Branzi ise “tasarımcı sürekli hata yapar” demektedir⁸¹.

Nemoianu bu süreci anlatırken, görsel iletişim yatay ve dikey modlar arasında içkin tavırlarla aracısız bağlantı kurmanın ötekileştirme sorunu ile karşılaşılır. Bu içkinlik uzun ve kusurlu bir yol. Evrensel estetik modlar oluştururken, hayal kırıklığı, deneyimsel başarısızlık ile karşılaşılabilir⁸². Objektif değil sübjektif tavrın dikey sürümü tasarımlar arası zorluklarla karşı karşıya getirir.

Sorunsal dünyayı kavramak, anlamak, yorumlayıp yayılarak sonuçlandırmaktır. Biz kaynaşan bir ilişki içindeyizdir. İletişim dilin düşünmenin görevini yerine getirir, işlevini gerçekleştirir. İletme biçimi ve iletiyi verme içeriği çok önemlidir⁸³.

İletimlerimizde ne kadar sorunlara vurgu yaparsak o kadar görsel iletişim alanında katkımız olur diye düşünebiliriz. Anlama veya anlamlandırmada, yorumlamada yaptığımız görsellerle, görüntülerle topluma faydalı olma amacı gütmeliyiz.

Greimas, kusur veya sorun konusunu ele alırken insanın anlamı yani somut gerçekleri değil, insan düşüncesinin ve insan imgelerinin ürünü (düşüncesindeki imgelerin esere tam yansımaları) olan soyut yapıları araştırıp geliştirmek ister. İnsan koşulumuzu olmanın değil de “görünmenin” oluşturduğunu belirttikten sonra, burada, gözlerini kusurluya, kırılana diker, bunların yorumunu yapar. Betimsel yaşamdaki zaman ve uzamı yaratan, önceden kestirilemeyen dakikliği gündeme taşır. Nesnelerin yeni duruma geçişteki sorunları ele alır. Şeylerin kusursuzluğuna erişmek için her şeyden önce birbirinin tam tersi iki devinim yaptığı ayrısanyor; önce birbirlerine doğru eğiliyorlar, sonra özlerine dönüyor ve gelişıyorlar. Sonuç olarak ta yeniden ayağı kalkıyorlar. Yolundan sapmış kusur işlevini gerçekleştirir. İmgeler olumlu veya olumsuz her hâlükârda yerini tutar, sabitler. Kusur bizi anlamsızlıktan anlama fırlatan atlama tahtası gibi görünür. Kusuru özden çıkarıp, dışarıya yansıtır, gerçekle karşılaşmasına imkan tanıma olarak genellenebilir⁸⁴.

Büyük hisset ama büyük konuşma. Dünyaya bakış açımız genişledikçe sorunlarımız (kusurlarımız) ufalır, küçülür. Aslında “sorun” yoktur; bakış açısı vardır. Bakış açısı görgü kültürüyle gelişir. Görgü kültürü ise çevremizi iyi gözlemleyip, sonrasında yine görsel yorumlamalarımızla hız kazanır. Sungur’a göre, “bakış açıları, düşünce

⁸⁰ <http://whoisdanfonseca.com/2011/07/13/embracing-imperfection/#more-1196> [08.10.2014]

⁸¹ Kart, Umut. “Tasarımcı Sürekli Hata Yapar”. **Radikal Tasarım Gazetesi**. Sayı:1, S.8, Ocak, 2009.

⁸² Nemoianu, Virgil. **Imperfection And Defeat The Role Of Aesthetic Imagination In Human Society**. Central European University (Ceu) Press, Budapeste, Printed in Hungary by Akaprint Kft, Feb.–March 2006.S.36-38

⁸³ Yenişehirlioğlu, Şahin. **Düşünce Kozmosu**. Alkım Yay. 1. Basım, Mayıs 1992, İstanbul. s.127

⁸⁴ Greimas, Algirdas-Julian. **Kusur Konusunda**. çev: Ayşe kiran, YKY, 1.Baskı, Kasım, İstanbul, 1995.S.10-31-126

şeklimiz değıştikçe, yaşamımızda değışecektir. Paradoks, bir yerde ikilem demektir. Paradoks, kökleşmiş inanışlara aykırı olarak ileri sürülen düşüncedir. İşte yakalamak istediğim nokta buydu! Buydu! Çünkü kusur kusursuzluktu! Kusursuzluğu, kusuru yaşamadan, denemeden öğrenemeyiz. Oysa kusursuzluk peşinde koşarsak ancak kusursuz olabileceğimize inandığımız şeyleri deneriz ki, bu denli deneyim ile hiçbir yere varamayız”⁸⁵.

Tasarımcının yapacağı görsel ürünlerde birçok deneme yapılır ki en sonunda deneyimlerle bir sonuca varılır. İlk etapta sonuçtan belki memnun olmayabiliriz ama iyi bir sonuç peşinde koşmanın adımı atılmış olur.

Sanatsal pratikler biçimsel olarak heterojen olmakla birlikte, hepsi de daha önce üretilmiş olan formları bir yardım aracı olarak kullanırlar. Sanat işini özerk ya da orijinal bir form olarak değerlendirmektense onu göstergeler ve anlamlardan oluşan bir ağ içine yerleştirmeye ilişkin bir hevesi gözler önüne sererler. Bourriaud “Bu boş bir yap-boz tahtasından sayısız akışlarıyla kesişme yolunu bulma meselesidir. Sanatçılar büyük formları yaratmaktan çok onları programlıyorlar. İşlenmemiş bir materyali (boş bir çuval, çamur vb.) mükemmel şekle dönüştürerek yerine hâlihazırdaki formları remiksliyorlar (yeniden düzenlenme) ve verilerden faydalanıyorlar”⁸⁶.

Aslında bu minimalist Anti formların biçimsel olarak Pardo tarafından kullanım sorunsalına doğru kaymadır.

Günlük hayatta her alanda karşılaşılabileceğimiz bu kusur kavramı görsel alanda da karşılaşılabilen bir durum olmaktadır. Basit bir hata, grafiksel tasarım ürünlerinden afişi bambaşka şekle sokabilir. Tasarımlarımızda kusurlar ilk önce kendimizle başlıyor. Özgün ifade gücünü belki kendimizde bulamıyoruz. Kopyalayarak ya da türeterek ürünler çıkarma peşindeyiz denebilir. Sonrasında ise buna esinlenme diyerek geçiştiriyoruz.

Bazen yapılan afiş tasarımında dinamik bir görüntü sağlamaya çalışılırken görsellerin boğulduğu bir anlam karmaşası ortaya çıktığını görüyoruz. İlgimizi çekebileceği konusunda şüpheyi düşüren cinsten bir çalışma olmuştur. Resim üzerine kullanılan

⁸⁵ Sungur, Şahika. **Paradoks Kusur ve Kusursuzlukta**. Altın Kitaplar Yayınevi, 1.Basım, İstanbul, 1995. s. 77-80-93-107

⁸⁶ Bourriaud, Nicolas. **Postprodüksiyon**, Çev: Nermin Saybaşı, Bağlam Yay., 1. Basım, 2004. s.41

siyah renkli ve el yazısı font yazıları okumayı zorlayarak, ilgi çekiciliğini azaltmaktadır. Ayrıca oldukça amatör grafikler kullanılmıştır.(Bkz. Görsel 33)



Görsel 33: Şenlik Afişi

<http://www.gelisenbeyin.net/afis.html> 25.03.2015

Şekil 34 deki festival afişine baktığımızda da dinamik bir görüntü sağlayamadığını görüyoruz. Karşımıza çıktığında ilgamizi çekebileceği konusunda şüpheye düşüren bir çalışma olmuştur. Sarının üzerine kullanılan kırmızı renkli font yazıları okumayı zorlayarak, ilgi çekiciliğini azaltmaktadır. Burada da oldukça amatör grafikler kullanılmıştır. (Bkz. Görsel 34)



Görsel 34: Festival Afişi

<http://www.sosyalzula.com/2014/11/formasyon-kapsamnda-afis-uygulamas.html>

25.03.2015

Afişte detaylar, kısa süreli bir bakışta bile anlaşılacak kadar düzenli olmalıdır. Bu sebeple tasarımın temeli olan düşüncenin fotoğraf, illüstrasyon veya tipografi ile mi daha etkili bir biçimde vurgulanacağı araştırılmalı; esprili, dramatik ya da düşsel imajlardan hangisinin anlatımı daha güçlendirdiği belirlenmelidir. Böylelikle etki artırılmış olur. (Bkz. Görsel 35)



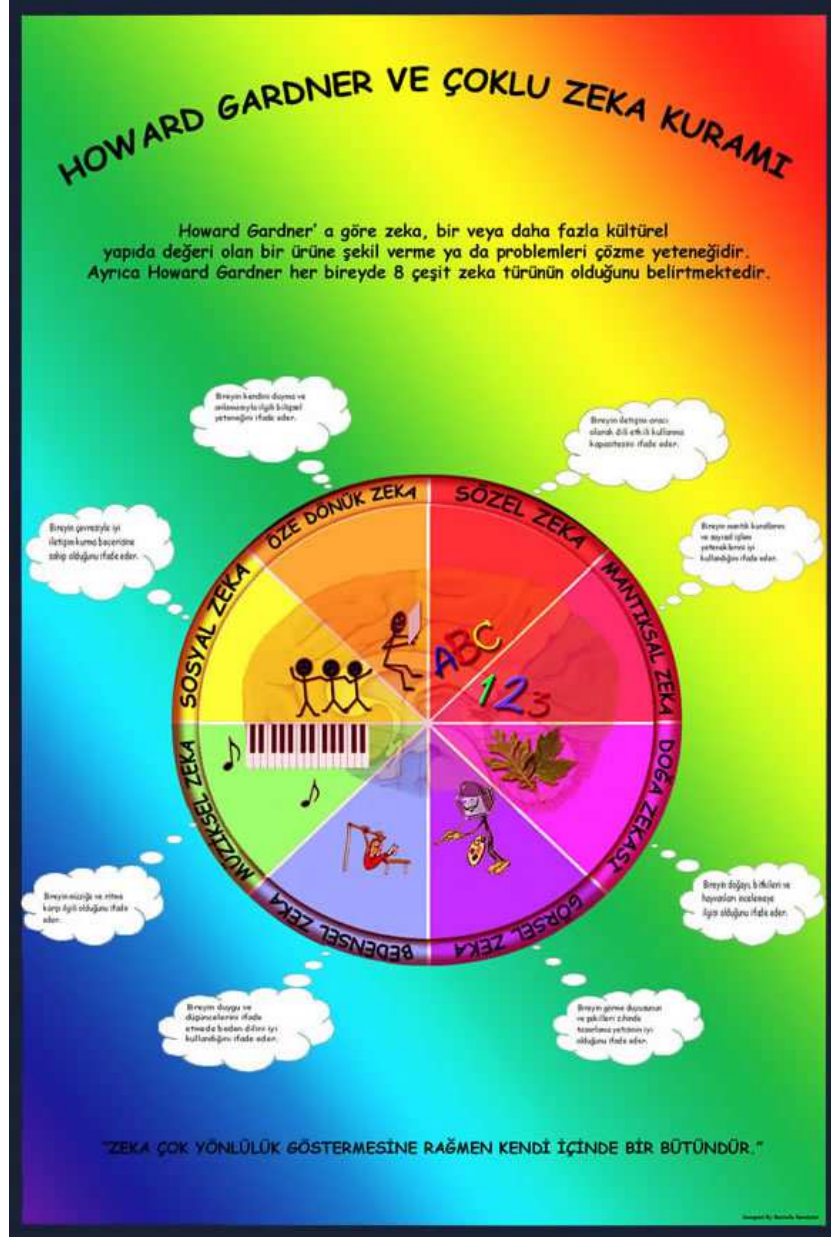
Görsel 35: Etkinlik Afişi

<https://sakizcioglumustafa.wordpress.com/teorik-calismalar/iyi-bir-poster-nasil-hazirlanir/>

25.03.2015

Hedef kitleye bu kadar kısa bir sürede ulaşmak için en önemli detay etkili bir slogan veya grafik olacaktır. Afiş reklamındaki görüntü sayısı yaklaşık üçü geçmemeli, hatta mümkünse bir ile sınırlandırılmalıdır. İç içe geçmiş geometrik renk blokları çok

girift kullanılmamalıdır. Afiş üzerinde mümkün olduğunca büyük ölçekli fotoğraf veya illüstrasyon kullanılmalıdır. (Bkz. Görsel 36, 37)



Görsel 36: Kavram Haritası Afişi

<https://sakizcioglumustafa.wordpress.com/teorik-calismalar/iyi-bir-poster-nasil-hazirlanir/>

25.03.2015



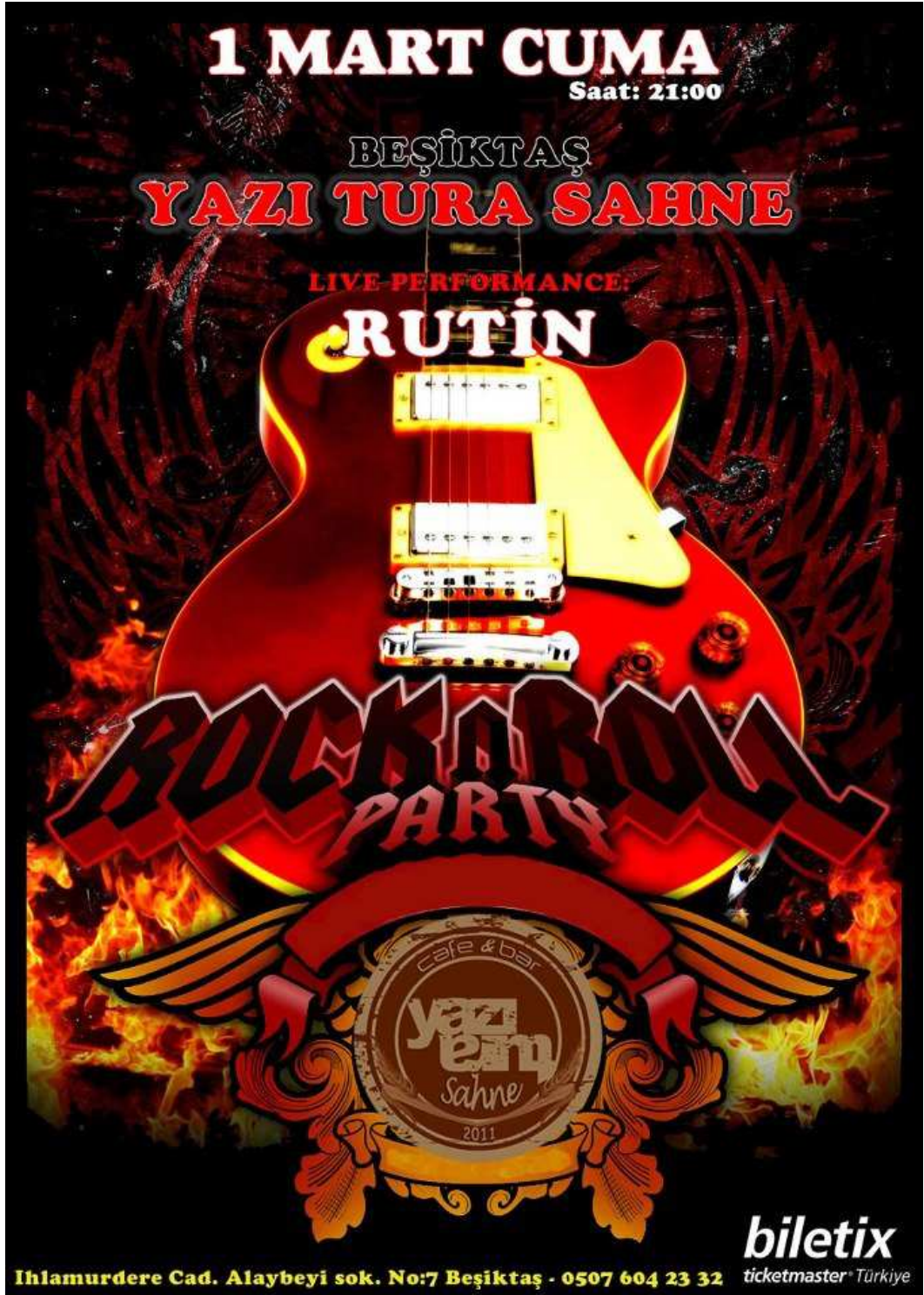
Görsel 37: FİFA Brezilya Futbol Afışı

<http://www.tribundergi.com/forum/viewtopic.php?f=63&t=92575> 25.03.2015

Afişte akıcı, anlaşılır ve düzgün cümleler kurulmalıdır. Afiş ilk görüldüğünde insanlar tarafından algılanması yaklaşık 2 – 3 saniye kadar sürecektir. Afişte yer alacak başlık, alt başlık, slogan gibi sözel bilgiler arasında hedef kitleye ulaştırılmak istenen mesajdaki önem sırasına göre, yönlendirecek hiyerarşik bir yapı kurulmalıdır. İletilmek istenen mesajı doğrudan aktaracak görsel bir sistem oluşturulmalıdır. Afiş uygulamaları için, verilmek istenen mesajın 3, 4 ya da 5 sözcük ile oluşan başlık ve sloganlarla daha çabuk iletildiğinin, sözel mesajların on sözcüğü geçtiğinde okuma zorluğu başladığının unutulmaması gerekir.(Bkz. Görsel 38, 39)



Görsel 38: Tiyatro Afişi



Görsel 39: Festival Afişi

<http://www.etkinlikistanbul.net/rocknroll-cover-party-rutin.html> 25.03.2015

Temsil eden biçimin temsil ettiği şey ile doğru arasındaki ilişki sorunu kültüre ya da genelde değerlerin kapsam ve konumlarına göre değişecektir. Bu da estetik değerlerin genelde göreceli (kusurlu, hatalı, sorunlu) olduğu anlamına gelir. Serrano “Sorun (kusur) önceden var olan bir şeyle doğru bir ilişki ya da temsil değil, ifadenin inandırıcılığı, ifadenin başka bir referans gerektirmeden doğru olarak algılanmasıdır. Sorun beğenin ölçütlerini saptamak olmuştur. Michelangelo bile resimlerinde bu kadar inandırıcı bir görüntü yarattığı için tanrıyla rekabet ettiği evhamına kapılarak ondan af diler”⁸⁷.

Kusur, sorun, hata sadece bir alanda veya bir kesimde değildir. Yaşamın olduğu yerde kusur vardır. Andreas Serrano, “Avangartta sorun, sanatın ta kendisidir” demektedir⁸⁸. Sanatın geniş bir yelpaze olduğunu, üreten insanın kusursuz olamayacağını söylemektedir. Jurgen Habermas, “Modernizm doğru düzgün yaşanmamıştır, doğru işlenilmemiştir, tamamlanmamıştır” demektedir⁸⁹. Aslında kusur, düzgün ve doğru olmama durumudur. Tasarımcı veya sanatçı eserini doğru, düzgün, tamam oldu demeden önce kusur koridorlarından geçerek mükemmelliğin yanında olmuş onu desteklemiş ve kusursuzluğun sonucu olma aşamasına getirmiş diyebiliriz.

Adornoya göre “estetiksel yapıtın formu toplumsal gerçeklikten farklıysa o kadar politiktir” der⁹⁰. Buradaki aykırı duruş, görsel ürünün içinde bulunduğu durumdan çıkamama, kusur koridorundan kurtulamama durumudur. Böylece yapıt bütün görünümüyle kusursuz olmadığını haykırır durumdadır, yani kusurumla beni kabul et demektedir.

Sonuç olarak, insan eserde veya üründe tanımlayamadığı şeyleri bir takım biçimsel oynamalarla disipline etmeye çalışmakta ama kusuru, problematize etmekten de kendini kurtaramamaktadır. Anlamsal genişleme tasarımsal üründe bir bakış olarak kalmaktadır. Bu bilinçli veya bilinçsiz bir refleksin sonucu olmakta ve artık o tasarımcı ve ürünü kendine farklı bir yer edinerek kabul edilebilirliğini göstermektedir.

⁸⁷ Erzen, Jale Nejdet. **Çoğul Estetik**. Metis yay. 1.Basım, Nisan, İstanbul, 2011. s.22

⁸⁸ Age. S.23

⁸⁹ Age. S.25

⁹⁰ Age. S.25

2.4.2. Kusurluluk

Greimas “her görünmek kusurludur” ve devamında ise “görünme gene de insan koşulumuzu oluşturur” demektedir. İnsan koşulumuzu “olmanın” değil de “görünmenin” oluşturduğunu belirttikten sonra, burada, gözlerini kusurluya, eksikliye, kırığana diker, bunların yorumunu yapar⁹¹.

Kusur insan eliyle olmaktadır. Bu kusuru yine insan yapacaktır. Doğa ise kendini sürekli yenileyerek kusuru kapatıyor. Hareketsizlik, bir şey yapmama, kısaca eylemsizlik, kusur giderici de en büyük handikaptır, engeldir.

İlgın, bir söyleşisinde; ‘Her güzelin bir kusuru var’ sloganı önemli bir mesaj. Güzel olarak kabul edilenin bir kusurunun olmasının onu eksik kılan bir unsur olmadığını tam tersi özgün ve benzersiz olmasını sağladığından söz eder⁹². Bu söylemde kusurlu olmayı kabullenme yok tam tersi kusurun varlığını destekleme ve kusurun varlığının önemli bir ayrıcalık olabileceğine vurgu vardır.

Kusur sözcüğü tek başına düşünüldüğünde içinde negatif unsurlar barındıran bir kavramdır. Sözlük anlamlarının içinde eksik, özürlü, bekleneni yakalayamayan, bitmemiş gibi tanımlamalar bulunmaktadır. Tasarımda kusurluluk kavramını sorguladığımızda ise sözlük anlamları gücünü yitirmekte ve birçok farklı dinamik devreye girmektedir. Bu noktada akla gelen sorular “kusurluluk” kavramının tersi olarak tanımlanan “kusursuzluk kavramının ne olduğu ve aslında var olup olmadığı, kusursuz olanı kusurlu olandan ayıranın ne olduğu, kusursuz olanın güzel olup olmadığıdır. Günümüz koşullarında tasarımın çoğu zaman seri üretildiği ve seri üretimin en önemli hedeflerinden birinin kendi içinde kusursuz ve bir birine tıpkı benzeyen ürünler üretmek olduğunu düşündüğümüzde, bu yaklaşımın da içinde önemli bir “kusurluluk” unsuru taşıdığını öne sürebiliriz.

Ancak kusursuz ve kusurlu olanı net olarak birbirinden ayıran bir tanıma ulaşmak imkansız görünmektedir. Kusurlu bir formun kusursuz bir işleve sahip olması mı onu kusurlu kılıyor, yoksa kusursuz gözüken bir formun kusurlu üretilmiş olması mı bunlar tartışılabilir.

⁹¹ Greimas, Algirdas-Julian. **Kusur Konusunda**. çev: Ayşe kıran, YKY, 1.Baskı, Kasım, İstanbul, 1995. s.21

⁹² İnci, Deniz, İlgın. Her güzelin bir kusuru var, <http://haber.marmara.edu.tr/her-guzelin-bir-kusuru-var/> [05.11.2014].

Kusurluluk ile çalışmak her zaman kusursuzluk ile çalışmaktan zor olmuştur. Bir tasarımcı için kusurluluk özelliklerinin arayışında önemli olan nokta, alınan estetik kararları haklı çıkarma gerekliliğidir. Kusursuzluk, bir objenin kolayca sahip olacağı bir nitelik değildir ancak bir kavram olarak açık ve anlaşılırdır.

Mekanik yeniden üretim ağında, Walter Benyamin'in sanatın "aura"sı adını verdiğı özelliğe sahip olan ve diğerk objelerden ayırt edilebilecek tek bir ideal obje yoktur. Bunun aksine, çoğunluk için bir performans vaadi vardır. Sudjid "Kusursuzluk arayışı, seri üretim çağının erken dönemlerindeki anlayışın bir parçasıdır. Kusurluluk gibi bir kavramın çekim alanını keşfetmek tasarımcıyı çok daha korumasız bir duruma sokar; sanki bir güvenlik ağı yokmuş gibi, tasarım sürecindeki her adım bir karar vermeyi gerektirir"⁹³.

Kusurluluk ile mükemmellik arasında kalındığı noktada bazı tasarımcılar bize destek olabiliyor: Isao Hosoe; Salt Tasarım Yoktur... Derken şu cümleyle bize yn gösteriyor. "lkenizde, Nasrettin Hoca gibi çok önemli bir kişilik olduğunu öğrendiğimde, bu ülkenin yüksek tasarım kültürünün bir parçası olduğuna inandım. Eğerk hocayı yok ederseniz, yaratıcılık ile ilgili bütün gelecek ihtimallerini de ortadan kaldırmış olabilirsiniz...

Goethe "Bazı kusurlar bir insanın var oluşu için gereklidir" demektedir⁹⁴. Hangi alanda olursak olalım insan olmamızın gerektirdiğı bazı tavırlarımızın ve davranışlarımızın yansıması olarak kusurlarımız vardır. Mevlana, "İnsanlar başkalarının kusurlarını görmek hususunda keskin gözlere sahip kartallara benzerler. Kendi kusurlarını görmekte ise başını kuma gmen deve kuşuna!" demiřtir⁹⁵. Hep kusur arama değilk de, yaptığımız işlerde acaba nerede kusur yapmış olabilirim derdi olmalıdır. Aslında bu yöntemle uygulamalardaki eylemlerimizi arındırmış olmaktayız. Böylece kusur ve yanlışların arasında, övülecek şeyleri de bulma yoluna gidilmektedir.(Bkz. Görsel 40)

⁹³ Sudjid, Deyan. **Program Kitapçı**. 1.İstanbul Tasarım Bienali, Ofset Yayınevi, İstanbul, 2012. s.16-17

⁹⁴ http://tr.wikiquote.org/wiki/Johann_Wolfgang_von_Goethe [09.10.2014]

⁹⁵ <http://www.vaybee.de/forum/showthread.php?t=9227> [09.10.2014]



Görsel 40: Tomacahwski'den Tanıtım Afişleri

<http://www.arkitera.com/haber/21286/polonyada-yuzyillik-afis-tasarimi> 12.11.2014

2.4.3. Kusursuz Güzellik

İnsan her zaman kusursuz işlerin peşinde hayat harcar. En iyi olma yolunda verilen bir ömür de denilebilir. John Berger, “Palette ya da resmin üzerinde boyaları karıştırmaya başladığınızda, renkler de kendi kendisine oluşum kazanmaya başlar, ama çoğu kez sizin umduğunuz oluşum değildir bu... Demek ki bir sürü hata (kusur) yapabilirsiniz, çünkü renklerle uğraşma ve doğru tonu bulma süreci çok karmaşıktır ve sonsuz sayıda değişken içerir. Bu sonsuz değişkenler sürekli olarak birbirleriyle etkileşirler ve böylece renkleri ortadan kaldırıp gövdeler yaratma işinizi müthiş karmaşık hale getirirler”⁹⁶. Sonuçta sürekli bu değişkenlerle değişimi kestirmeye çalışma çabası vardır. Aslında bu kusursuzluğa giden yolun başlangıcı sayılabilir.

⁹⁶ Berger, John. **Görünüre Dair Küçük Bir Teoriye Doğru Adımlar**, Metis Yay., İstanbul, 1998. s.18

Görsel tasarımlarda görünür olma, birincil gözden üçüncü göze geçme çabası tasarımlarda farklılaşmayı ortaya çıkardı. Günümüzde hızla gelişen görsel yayın araçları insan ve görsellik ilişkisini gündeme taşıdı. “e-medya ile insan ilişkisinde görünürlük ve yalıtılmışlık ikilemi doğdu, daha çok gören ve imaj tüketen insan daha az karşılıklı ilişkiye girdi. Kitlel medya toplumsal enformasyonu arttırdı ancak eyleme dönüştürmede bazı kısıtlamalar ve yasaklar ortaya çıkardı. Toplumsal ilişkiler yoluyla enformasyon üretilmesi dönemi sona erdi. E-medya ile görsel enformasyonun tüketimi görmeyi de geride bıraktı. Artık sadece bakmak yeterli olmaktadır. Görmek fiziksel ve saldırganı. Fark edilir bir güçtü. Artık göz saldırganlığını yitirdi ve ehlileşti. Sonuçta uyku modunda düşünsel eylemsizliğe girdik. Her şeyin görselleştiği dünyada görselleştirilemeyen çoğunluk sorunu ortaya çıktı. Burada görsel ile insanın sabitlenmesi sorunu veya kusuru ortaya çıktı diyebiliriz.

Aslında kusur meydana gelirken beraberinde kusursuzluğu da getiriyor. Hiçbir kusur, tek başına önemli değildir ancak kusurun bir araya gelmesi korkunç bir kültürel ve bilgisel boşluğu ortaya çıkarır.

Lan Noble, “tasarım sürecini aktarırken kusurlulukla ilgili tasarımın işlevini yerine getirememesi kavramından bahseder. Tasarımcılar bilginin organizasyonu, düzenlemesi ve iletişimi konusunda çalışmalar yapar. Bilgiyi dikte etmez, bilgiyi nasıl anlayacağıyla uğraşmaz, anlayış geliştirerek keşfetmeye yönlendirir”⁹⁷. Günümüzde bilginin miktarı arttı, güvenilirliği azaldı. Tasarımcının rolü önemini daha da baskınlattı. Tasarım sadece işlevini gerçekleştirmediğinde fark ediliyor ve belki böyle de olması gerekli. Çünkü tasarım sosyal sorumluluk taşıyan bir disiplindir.

Tasarımın sosyal bir sorumluluk taşıyan bir disiplin olması yanında “beğendirmek, güzelce yapmak” değil ortak bir aklı paylaşmaktır. Şimdi çoğunlukla yerleşmiş bir kolektif belleğe göre hareket ediliyor. Aslında tasarım üretimin kendisidir⁹⁸. B. Croce; güzelliğin yerine anlatımı öne çıkarır. Yani; iç seslerin göstergeler haline dönüşü ve paylaşımıdır⁹⁹.

⁹⁷ Noble, Lan. **Grafist14**. Mimar Sinan Üniversitesi Yay. İstanbul, 2010. s. 49

⁹⁸ Güler, Semra. **Grafist14**. Mimar Sinan Üniversitesi Yay. İstanbul, 2010. s.98

⁹⁹ Candemir, Tülin, “Kent İletişimde Sanatsal Bir Aykırılık: Grafiti”, I. Sanat ve Tasarım Sempozyumu, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi, s.387- 396, 22-24 Aralık, İstanbul, 2008

Sürekli kusursuzluğu, simetriyi, orantıyı hem fizyolojik yaşantımızda hem de dış dünyada ararız. Bu yüzden Etik ve Estetik değerlerle dünyayı özümsememizde ve ona estetik bir değer biçmemizde temel rol oynayan iyi-kötü, güzel-çirkin gibi kavramlar etiğin de temel kavramlarıdır. Sanatta güzel ve kusursuz bir biçim olmaksızın sadece içeriğin tek başına bir etkinliğinin olamayacağı, sanat kuramcıları tarafından açıklanmaktadır.

İyi-kötü, güzel-çirkin, yüce gibi kavramların “güçlülük” ile simgeleştirilmesi ve kusursuz bir evren modeli, tasarlanması, kusuru oluşturan nesne ya da insanın ihmal edilmesini gerektirmektedir. Yani dünyayı oluşturan etik ve estetik değerlerin, kusurluluğu yok sayması ile oluşan düşünce kalıplarının nedeni, belki de kusursuz evren-yaratıcı güç tasarımlarının pratik yaşantımızdaki etkilerinden kaynaklanmaktadır.

Dolayısıyla evrenimizin kusurlu yapılardan ve kararsız süreçlerden oluştuğunu varsaydığımız modellendirmede, insanın hiç de kusursuz olan makineye, tanrısal güce öykünmesine ya da kendine güvenli bir yer edinmesine ihtiyaç yoktur. Belli bir güvencenin, mutlak mülkiyet ve doğruluğuna inanmak; eylemlerimizin ve yaratıcılığımızın olasılıklarını yok saymaktır. Mağdule, “Etik ve estetik değerlerin üretim tarzına göre biçimlendiği dünyamızda, insanın kendine yabancılaşması, tüketim nesnesi olarak görülmesi ve kendisinin de, kendini bir tüketim nesnesi olarak kabullenmesi, idealleştirilen mükemmel dünya tasarımının sonucu olduğunu belirtir”¹⁰⁰.

Sonuç olarak kusurluluk bir eylemdir. Bozma hali vardır. İlk halinden son durumunu görme söz konusudur. Mükemmellik ise duygusal hazdır. Onarım vardır. Çoğu zaman ilk halini görmezsiniz. Onun için sonradan böyle oldu derken birileri tarafından aktarım söz konusu olabilir. Bu ince çizgiyi anlamsal olarak bir eserde ayırmak zorundayız. Bu zorunluluk bazen insanı labirente sokar ve boş duvarlara bakmak zorunda bırakabilir. Kendini esere hapseder. Bu zirvedeyken teslim olma halidir. Burada kusur mükemmelliğin başlangıcı olabilir. Bellekteki ismidir kusur. Tasarım kusurla kucaklaşır ve güzellik değerleriyle yetkinleşir ve yeterli olma yolunda eyleme geçer. Değişimlerle beğeni ve zevk arasında kendini kabul ettirir.

¹⁰⁰ Mağdule, Demircioğlu. Etik ve Estetik, <http://sakattavir.blogspot.com.tr/2009/03/etik-ve-estetik.html> [05.06.2014]

2.5. Mükemmellik Kavramı Nedir?

2.5.1. Mükemmellik

Mükemmel bir obje yaratmaya çalışmak, tasarladığınız her bileşim yerinde, attığınız her dikişte, şekillendirdiğiniz her yüzeyde nereye ulaşmanız gerektiğini bilmek demektir¹⁰¹.

Modern dünyada hayat bir yarış, başarı her alanda yegâne hedefken, stres, depresyon ve anksiyete (endişe) yaşayan insanların sayısı giderek artıyor. Hal böyle olunca rahatsızlık sayımız da gün geçtikçe fazlalaşıyor. Şimdilerde ise, mükemmeliyetçilik gündemde... Joseph Grima “Mükemmelliği aramak yerine, bireysel kimliğin göstergesi olarak kusurluluk kabul ediliyor” demektedir¹⁰². Bir esere veya bir tasarıma bakan ve gören kişinin, “mükemmel” demek yerine kusursuz kavramını kullanarak hem olumlu eleştiri yapmakta hem de ürüne karşı övgüsünü dile getirme çabası gütmektedir.

Mutsuzluğa mahkûmiyet diyebiliriz belki de...Bir varlık mükemmelse, yarattığı her şey mükemmel olmalıdır¹⁰³. Mükemmeliyetçilik hastalıktır. Kendine hata yapma izni vermez insan. Sürekli yaptıklarının kusursuz olması için kasar; kastıkça daha çok hata yapar. Kendini acımasızca eleştirme huyunu beraberinde getirir. Yıpratır, özgüvenini sarsar.

Mükemmeliyetçi insan, kendinin ve/veya çevresindekilerin en ufak bir hatasını bile kabul edemeyen, kendini ya da etrafındakileri sürekli olarak eleştiren, kendi doğrularına göre düzeltmeye çalışan, ulaşılması neredeyse imkânsız, gerçek dışı hedefler koyan ve doğal olarak bu hedeflere ulaşamadığında da hayal kırıklığı ve öfke yaşayan, süreçten keyif almaktan uzak, sonuç odaklı, sürekli olarak beğenilmeme ve sevilmemeye kaygısı yaşayan biridir.

2.5.2. Estetik Mükemmellik

Baumgarten, estetiği “duyumsal idrakin bilimi” olarak yorumlanabilir. Sanatı anlamaya temel oluşturacak şekilde sanat biçimlerinin duyumsal algısına ve bunların

¹⁰¹ Sudjid, Deyan. **Program Kitapçığı**. 1.İstanbul Tasarım Bienali, Ofset Yayınevi, İstanbul, 2012.s.16

¹⁰² Grima, Joseph. **Program Kitapçığı**. 1.İstanbul Tasarım Bienali, Ofset Yayınevi, İstanbul, 2012. s.16

¹⁰³ Drange, Theodore M. "Incompatible-Properties Arguments- A Survey," Philo 1, no.2 ss.49-60; Martin ve Monnier, The Impossibility of God, 1998 ss. 185-197. <http://alfa-sorgulama.blogspot.com.tr/2013/06/felsefe-ve-tanrnn-yoklugu.html> [06.06.2014]

yorumuna bağılı kalmaktır. Beğeni olarak da yorumlanır. Başka bir anlamı ise popüler ve gündelik anlamı “güzeldir”. Estetik güzelleme, süsleme değil, biçim dolayısıyla anlam ilettiğini söyleyebiliriz. Estetik sadece güzel olan değildir, biçim anlam taşıdığı ölçüde estetikdir¹⁰⁴. Güzelin anlam içeriği aslında biçimsel ifade gücünün sorunsalı olarak estetiğe yansımıştır. Estetiksel biçim anlamın daha iyi yorumlanmasına olanak sağlamıştır.

Kant, güzelliğin insan elinden çıkmış olanları kadar, doğal biçimleriyle de ilgilenir¹⁰⁵. Kılınç ve Öztürk’e göre, “genel olarak “güzel” karşısında alınan tavırlar üç ayrı başlık altında toplanabilir. Bunlardan ilki bilişsel, düşünsel ya da entelektüel tavır almadır. İkincisi yararcı, işlevsel ya da pratik tavır almadır. Üçüncüsü ise salt estetik haz almaya yönelik tavidir. Estetik yaşantı ancak bu üçüncü tavrın gerçekleşmesiyle ortaya çıkabilir¹⁰⁶.

Dostoyevski, Budala’da: “Dünyayı kurtaracak olan güzelliştir” der¹⁰⁷. Bir esere sanatsal nitelik kazandıran onun estetik mahiyetidir. Bu basit ifade ile sanat ve estetik kavramlarını, birbiriyle doğrudan ilişkili bir çerçeve içinde kullandığımız açıktır. Aynı açıklıkta başka bir husus, birbirlerine yakın gözükseler de bu iki kavramın farklı anlam ve alanları ifade ettiğidir. Çoğu durumda, sanat ve estetik kavramları, özensizlikle birbirleri yerine kullanır, doğallıkla karıştırılır. İlk cümleden anlaşıldığı gibi estetik amaç, estetik kaygı, estetik boyut olmaksızın bir eser sanat vasfı kazanamaz.

Juan Gris, sanat yapıtının bir estetik gerçeklikten yola çıkması gerektiğini öne sürdü. Bunun anlamıysa, resim çerçevesinin iki boyutlu uzamı içinde tasarlanan soyut bir desendir. Bunun ardından, soyut tasarımın doldurulması için temsili öğeler önerilmelidir. Duyumsal bir öz kazanması için. Ama artık sanat yapıtının temeli doğa değil, İdea’dır. Kavramsal, geometrik, mimari bir öğedir. Ruskin’e göre: “Önceki dönemlerde ulaşılan bazı hakikatler vardır ki, Doğa’ya aldatıcı bir görünüş verirler; diğerleriye güçlkle ulaşılan, ama hiçbir aldatıcılık taşımayan, içsel ve derin bir görünüş veren hakikatlerdir¹⁰⁸.

¹⁰⁴ Erzen, Jale Nejdet. **Çoğul Estetik**. Metis yay. 1.Basım, Nisan, İstanbul, 2011.s.11-24

¹⁰⁵ Peter de Bolla. **Sanat ve Estetik**, 1.bs, İstanbul, Ayrıntı yayınları, 2006..s.18

¹⁰⁶ Kılıç, Levent, Öztürk, Ali. **Müzik ve Görsel Sanatlar Öğretimi**, Anadolu Üniversitesi, 2. Basım, Eskişehir, 2011. s.116

¹⁰⁷ E. Zeynep Gunal. **Dostoyevski'nin "kapitali"**, tsa / yıl: 16 s: 1, Nisan 2012. S.17.

[Http://www.tsadergisi.org/makaleler/1347406927_m1.pdf](http://www.tsadergisi.org/makaleler/1347406927_m1.pdf) [27.03.2015]

¹⁰⁸ Çetin, Ufuk, [http://dspace.trakya.edu.tr/jspui/bitstream/1/743/1/UFUK %20%C3%87 ET%C4%B0N.pdf](http://dspace.trakya.edu.tr/jspui/bitstream/1/743/1/UFUK_%20%C3%87_ET%C4%B0N.pdf) [10.11.2014]

Sanat ve onu sonsuzluğa götüren tasarım form veya dil hâline dönüşürken, o form veya dilden kaçışın da imkânlarını bünyesinde taşır. Tasarımın, kadrajına aldığı “biçimsel anlatım”, yüksek bir hakikat düzeyini işaret edebilir. Bu ikili yapısıyla tasarım, bir yandan hayatı, gözlem ettirirken, öte yandan, hayatın estetik gizlerine yönelme potansiyelini bünyesinde barındırır.

Her bir sanatsal çabanın estetik hassasiyeti vardır. Sanat eseri, değerini, sahip olduğu estetik değerden, çizgiden alır. Estetik değerlerle beraber sanat, her zaman ince düşünceyi, derin sezgiyi, farklı kavrayışı, güzelliği, zarafeti; bunlara bağlı fark edilir kategoriler olarak uyumu, ölçüyü, düzeni öne çıkarmış, hayata katmıştır. “Bu anlamda sanatın da, estetiğin de oldukça geniş, yaygın kullanım alanları vardır. Estetiği giydiğimiz elbiselerin uyumundan, soframızda yemek servisimize, birbirimize davranışlarımızdan, okuduğumuz romana, şiire veya dinlediğimiz müziğe kadar her yerde ararız. Bakışımız, yüz şeklimiz, duruşumuz, yürüme biçimimiz bile estetikten ilgisiz değildir. Evimizden, eşyalarımıza, sokağımızdan yaşadığımız kente kadar her yerde, her şeyde estetik bir anlayış, estetik bir düzen vardır”¹⁰⁹.

Modern kitlelerin ruh ve zihin dünyalarını estetik perspektiften çözümlerken Baudrillard “Bizler de artık sanata değil, sanat fikrine inanıyoruz” diyordu¹¹⁰.

Aristo’ya göre sanat, eşyada devamlı var olanı taklitten doğmuştur. Biçim değişime uğrayabilir ama öz kalıcıdır derken, Platon’a göre ise; bozulmaya ve değişmeye meyilli olan obje güzel olamaz. Atan’a göre, estetik olmayanın anti-estetik olduğudur¹¹¹. Kusurlu, eksik ya da hatalı olması söz konusudur.

Dünyayı maddeci diyalektikle yorumlayan Marx bile “sanat, sözgelimi barınakların, araçların vb. imalatını mümkün kılan teknik hünerin, dışsal fiziksel gerçekliğin yeniden üretilmesinin, daha da ötesindedir.” demek durumunda kalacaktı. Güzellik kategorisi, Marx’a göre, bir işin simetrisi, oranı, denge ve uyumuyla ilgili klasik bir duyguyu içerir; bütün bunlar maddi gerçekliğin biçimlerine rakip olan tutarlı ve cezpedici bir bütünün oluşmasını sağlar”¹¹².

¹⁰⁹ <http://www.ayvakti.net/ayvakti-gezi/item/sanat-ve-estetik-uezerine> [26.06.2014]

¹¹⁰ Baudrillard, Jean. **Sanat Komplosu**. Çev. Elçin Gen, Işık Ergüden, 2. Basım. İletişim yay, İstanbul, 2010..s.43

¹¹¹ Atan, Ahmet. (2014), Medya ve Estetik, <http://www.ahaber.com.tr/webtv/videoizle/medya-dunyasi--06012014>, [06.01.2014].

¹¹² Lunn, Eugene. **Marxizm ve Modernizm**. çev. Yavuz Alogan, Alan yay, İstanbul. 1995.. s.19

Bütün bu kavramlara baktığımızda köken olarak sanat sözcüğünü irdelersek, anlam daha iyi kalıbına oturacaktır. İngilizcedeki ‘art’ sözcüğü, at terbiyeciliği, şiir yazma, ayakkabıcılık, vazo ressamlığı ya da yöneticilik gibi her türlü insani beceriyi ifade etmek için kullanılan Latince ‘ars’ ve Yunanca ‘techne’ sözcüklerinden türetilmiştir. Yunanlıların dilinde ‘Techne/ars, marangozluk ve şiir, ayakkabıcılık ve tıp, heykelticilik ve at terbiyeciliği gibi birbirinden çok farklı şeyleri kapsıyordu¹¹³. Böyle bir köken taraması sonucunda sanat ve estetiğin içerik olarak işi ehli gibi yapma, en iyisini sunma çabası olduğu ortaya çıkabilir.

Hegel estetik dersleri kitabında “sanat kendini tamamlayacak, ancak biçim, tinin yüksek ihtiyacı olmaktan vazgeçebilir” demektedir. Aydınlatma ve tasarımlama bütün sanatlar için ortaktır, özneye, bireyselliğe giden yolu ifade eder¹¹⁴.

Her bir sanat eserinin kendine özgü bir dünya görüşü vardır. Rene Hygne; “Sanat estetik ile iç içedir” der. Çünkü çağların dünya görüşleri, aynı zamanda estetik görüşleri de yansıtır. Felsefeciler, sanat kuramcıları, psikologlar, sosyologlar, eğitimciler ve sanatçıların bizzat kendileri bile, her biri ayrı tanımla sanat ve estetiğe yaklaşmaktadırlar. Sanat tarihinin hiçbir döneminde sadece felsefeye dayalı sanat yapıldığı görülmemiştir. Sanatçılar, ancak kendi dünyalarına girerse bir dünya görüşüne ilgi gösterirler.

Modern oluşum etkilerini, sadece bir sosyal harekete ya da akıma bağlamak çok da gerçekçi değildir. Toplumsal niteliğinden ötürü, bazen rejimler karşısında da sorgulandığı zamanlar olmuştur. Modern sanat hareketinde, Constable’nin bilimsel natüralizmi kesin bir etkindir. Yine modern sanat hareketleri; Delocrix’in tarihsel idealizminin, Courbet’in realizminin, Monet’in empresyonizminin, Emile Bernard ve Gauguin’in sembolizminin, hemen sonrasında gelen fovizm gibi bazı akımların ön habercisidir. Tarihsel idealizmden realizme; Empresyonizmden sembolizme, fovizme özellikle kübizme kadar modernizmin oluşum etkenleri çok farklı yelpazededir. Modernitenin kapsamını genişlettiğimizde empresyonizm, sürrealizm, fütürizm ya da kübizm akımlarını; Picasso, Miro, Kandinsky veya Mondrian gibi ustaları iyi-kötü tanıdığımız dönemleri de söz konusu etmememiz mümkündür. Sanatçılar içinde yaşadığımız dönemde üslupların bilincine vardılar ve yeni “izm’ler” doğuran yeni akımları denemeye ve yaymaya başladılar. Peki, bir ressam neyin üzerinde deney yapacaktı. Hem niçin doğanın karşısına geçip, yeteneğe elverdiğince onu resmetmekle yetinmiyor. Cevap şu olabilir; Sanatçılar gördüklerini boyamak gibi basit bir

¹¹³ Shiner, Larry. **Sanatın İcadı –Bir Kültür Tarihi**. çev. İsmail Türkmen, Ayrıntı yay. İstanbul, 2004. s.23

¹¹⁴ Martin, Heidegger. **Sanat Eserinin Kökeni**, 2.bs Ankara, De ki Basım Yayın, 2007. s.78-115

gerekliliğin çelişkili bir şey olduğunu anladıkları için, sanat yönsemesini (eğilimini) yitirmişlerdir¹¹⁵.

Arzu Kaprol, mükemmel kusurluluk, felsefesinden yola çıkarak, Kusurların, mükemmelliği oluşturan vazgeçilmez unsurlar olduğunu vurgulamıştır¹¹⁶. Burada vazgeçilmezliğin estetik değerlerle örtüşerek, bu değerlerin mükemmeliyete doğru yol alışı dile getirilmektedir.

Estetik değer, eleştiriye nesnellik getiren bir unsurdur, çünkü sanatın evrensel tanımını yapar. Venturi'nin çözümlemesinde de, estetik değerlerin taşıyıcıları – sanatçı ve eleştirmen- bu değerlerin bilinci ile daha nesnel bir yargılama yargılanma sürecine girebileceklerdi. Tarih boyunca estetik değerlerin aynı kalmadığı izlenmiştir. Yunanlıların mükemmel bulduğu oranları Mısırlılar beğenmemiş, doğayı taklit etmeyi bir değer olarak gören sanatçı giderek bundan uzaklaşmıştır... Dolayısıyla, eleştirel yargı her zaman belli ölçüde “öznel” olmak zorundadır.

Max Raphael'in dediği gibi, şiirsel güzellik, renkleri duyarlı kullanmak, teknik mükemmellik gibi ölçütlerle sürmektedir. “Çok güzel, beğendim, mükemmel, mahirane, muvaffak” gibi sözler eleştiri dilini oluşturmaya devam eder¹¹⁷. Onun için konu ve estetik karşılaştırılırken resimsel anlam derinliği yerine zihinsel koordinatları belirlenmiş derinliğe sızabilmek önemlidir. Eserin seyirciyi içine alabilmesi için tasarımcının ortak ipuçları vermesi gerekmektedir.

2.6.Kusurluluk ve Mükemmellik Bağlamında Sanat Yönelimleri

2.6.1. Wabi-Sabi

Güzellik ve estetikle ilgili bir felsefe olan wabi sabi, adını ve anlamını Japon kültüründen almaktadır. Şiir dilinde sade, maddeye değil maneviyata değer veren, alçakgönüllü ve doğayla uyumlu anlamına gelen “wabi” ile eskimiş, solmuş, zamanın izlerini taşıyan anlamına gelen “sabi” kelimelerinin birlikteliğiyle yeni bir anlama kavuşan wabi sabi felsefesi en kısa şekilde “kusurlu güzellik” olarak tanımlanmaktadır (Bkz. Görsel 41).

Doğallığa, yaşanmışlığa, kutsal bilgi ve deneyime, duygusal olgunluğa, fazilete, cisimlerin görünüşlerine dair bütünlüyci bir yaklaşım sergileyen ve çeşitli

¹¹⁵ Atan, Ahmet, Sanatta Özgürlük Ve Özgünlük, <http://www.ahmetatan.com/> [11.03.2014]

¹¹⁶ <http://www.istapin.com/arzu-kaprol-den-mukemmel-kusurluluk-felsefesiyle-2013-ilkbahar-yaz-koleksiyonu/> [06.06.2014]

¹¹⁷ İpek Duran. **Türk Resmi ve Eleştirisi**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 1.Baskı, 2007. s. 4-7

kaynaklara göre kolayca içselleştirilemeyecek kadar derin bir felsefe olan wabi sabi'nin 16. yüzyılda yaşamış Japon çay ustası ve Zen rahibi Sen no Rikyu ile şekillendiği ve geliştiği söylenmektedir.



Görsel 41: Doğallık, Raf Düzenleme Çalışması

<http://wabisabi-style.blogspot.com/search/label/Wabi%20Sabi07.06.2013>

Felsefenin doğuş hikâyesi ise şöyledir: Sen no Rikyu çay yapma sanatını öğrenmek isteyince Çay Ustası Takeno Joo'nun ziyaretine gider. Joo, Rikyu'yu öğrencisi olarak kabul edip edemeyeceğini anlamak için küçük bir test yapmaya karar verir ve Rikyu'dan bahçeye bakım yapmasını ister. Rikyu hemen hevesle işe koyulur. Toprağı harika görününceye kadar tırmıklar ve düzeltir. İş bitince ne yaptığına şöyle bir bakan Rikyu tatmin olmaz ve kiraz ağacına doğru ilerler. Ağacı silkeleyip, birkaç kiraz çiçeğinin rastgele toprağın üzerine dökülmesini sağlar. Rikyu'nun son müdahalesinden çok hoşnut olan Joo böylece onu okuluna kabul eder. Mükemmelliğe farklı bir bakış açısı getiren wabi sabi, bu hikâyeden de anlaşılacağı üzere insanı doğal döngünün bir parçası olarak görmek ister. Herkesi güzelliği

ayrıntılarda bulmaya ince bir zevkle insanı yaşamaya davet eden bir felsefe olarak karşımıza çıkmaktadır.

Popüler kültürün dayattığı rekabetten, ayrıntıları görmeyi ve onlardaki güzelliği fark etmeyi engelleyen her türlü bağımlılıktan kurtulmak anlamına da gelen wabi sabi, savurganlığın, süsün, pahalı malzemelere, bedene düşkünlüğün yani geçici olana bağlanmanın ve manevi körlüğün net bir şekilde karşısında durmaktadır. Wabi sabi'ye göre hiçbir şey tamamlanmış değildir, her şey hareket halindedir. Bu hareketliliğin tanığı olabilmenin yolu da sadeleşmektir. Beklentilerle, arzularla, hayallerle karmaşaya dönüşmemektir. Doğayı gözlemlemek, ruha daha fazla eğilmek ve yaşantıyı hayatın doğal ritmiyle uyumlu hale getirebilmektir. Gerçek bir wabi sabi insanı olabilmek için işe zihni temizlenmekle başlanabilir¹¹⁸. (Bkz. Görsel 42)

Doğal güzellik wabi sabi felsefesiyle insan yaşamına girmektedir. İnsan yaşamını çepeçevre sardığında bu düşünce dünyasını da etkileyecektir. Kendince bir düzen içinde bütün tasavvurunu saracaktır. Tasarı aşamasında bu sadelik ve ayrıntıları görme çabası tasarımı da etkileyecektir. Bu güzelliğe ulaşmada ki yolun estetiksel yönün yeteneksel işçiliğini ortaya çıkaracaktır.

Leonard Coren, Wabi-Sabi kitabında, iki kelimeyi de ayrı ayrı ele alıyor. Wabi, el işçiliğinden ve malzemenin yapısından kaynaklanan ve objeyi benzersiz kılan kusurlar, sabi ise yaş ile gelen güzellik ve berraklık anlamına gelir. Nesnelerin estetiğini temsil eder; kısaca kusurlu güzellik olarak bilinir. Kusurluyu sevmek... Nesneleri, eksikliğiyle güzel bulmak... Güneşin, mevsimlerin etkileri, yaşlılığın getirdikleri, pas, renk kaybı nesnelere de canlılara da değer katan şeyler, Wabi-Sabi için. Örneğin; çatlak bir vazoyu sergilerken, özellikle çatlağı görünecek şekilde ışıklandırıyorlar çünkü o çatlak sayesinde ışık sızıyor ve ışık, vazoya değer katıyor. Kısaca, güzel olan şey bitmiş, doğru ve tam olan değil, bizimle ve bir başka şey arasındaki dinamik bir hadise. Wabi-Sabi, kusuruyla birlikte hatta kusurlu olduğu için güzel olan demek¹¹⁹.

Wabi-Sabi'yi dünyamızdan, kusurun güzelleştirdiği örneklerle anlamaya çalışalım:

¹¹⁸ Meral B. Wabi sabi felsefesi nedir? <http://www.merakname.com/wabi-sabi-felsefesi-nedir/> [07.06.2013]

¹¹⁹ Koren, Leonard. **Sanatçılar, Tasarımcılar, Şairler ve Filozoflar için Wabi-sabi**, Berkeley, Stone Bridge Yayınları, 1994



Görsel 42: Doğallık, Bir Duvar Süsleme Çalışması

<http://wabisabi-style.blogspot.com/search/label/Wabi%20Sabi07.06.2013>

Bir kusurun ne kadar muhteşem olabildiğinin en büyük kanıtı, Monet'in resimleri olabilir. Monet, gözleri nerdeyse görmez olduğunda bile resim yapmayı sürdürür. O dönem eserleri (evi ve bahçesi), resim tarihinde devrim yapar. Ameliyat olduktan ve gözleri düzeldikten sonra kendi yaptığı resimlere kendi de çok şaşırır. “Bunları ben mi yaptım? Gerçekten çok güzel” der. Göz merceğinin saydamlığını yitirmesi, Monet'in resimlerindeki flu (bulanık) karakteristiğin belirmesine ve yeşillerin tonlarını farklı kullanmasına yol açıyor çünkü. Görme kaybı ile muhteşem güzelliği yakalıyor. Gözünde oluşan kusurun, izlenimcilik akımının başyapıtlarının doğmasına vesile olması, Wabi-Sabi felsefesine en güzel örneklerinden biridir.

Van Gogh: Resimlerindeki sarı etkinin ağırlığı ve yıldızların çevresindeki haleler, gözü katarakt olduktan sonra yaptığı çalışmalarda ortaya çıkıyor. Büyüleyici güzellik yine bir kusurdan doğuyor.

Picasso: Migren hastası ve bu yüzden resimlerinde derin yarıklar ve kayan yüzler çiziyor. Çünkü migren krizi sırasında, beyinde çakan görüntüleri resmediyor.

Gözü taklit etmesi için üretilen fotoğraf makineleri, “mükemmel” bir şekilde başarılı olamıyor. Göz aynı anda her yeri net görebilirken, fotoğraf makineleri belirli “alan derinliğini” netleştirebiliyor, kalan yerleri bulanık görüyor. Fotoğraf makinesinin bu kusuru ise “Fotoğraf Sanatını” doğuruyor. Fotoğrafçı, öne çıkarmak istediğini netlerken, geri kalanı “flu” bırakarak, sanatsal kompozisyonlar yakalayabiliyor.

Sonuç olarak Wabi-Sabi: Kendimizdeki ve çevremizdeki, kusur ve eksikliklerle barışıp, onları kabullenip birlikte daha güzele, uyuma ve mutluluğa ulaşmamızı sağlayacak bir yol¹²⁰.

Wabi-Sabi’nin tasarım ilkeleri bir çok kategoriye ayrılır: elbette şiir, drama ve literatür gibi güzel sanatlar fiziksel nesnelere sahip değildir, bu ilkeleri farklı yollarla cisimleştirirler¹²¹:

Koren, modernist sanatın, özellikle de wabi-sabi ile sıklıkla karıştırılan minimalizmin ilkelerinin wabi-sabi ilkelerinden ayırt edilmesini özellikle kullanılışlı bulur. Koren’in tablosu wabi-sabinin tasarım ilkelerini açıklığa kavuşturmaktan öte, çağdaş modernizm minimalizmi ve wabi-sabi ilkelerini birbirinden ayırır.

¹²⁰ <http://bizimkahve.gazetevatan.com/haberdetay.asp?hkat=1&hid=20047> [17.06.2013]

¹²¹ Juniper, Andrew. Wabi-sabi: Geçiciliğin Japon Sanatı, Boston: Tuttle, 2003 <http://mervedeniz.wordpress.com/2013/03/13/wabi-sabi-yalnizligin-estetigi/> [07.06.2013]

Tablo 1: Koren'in Tablosu

Modernizm	Wabi-sabi
Kamusal	Özel
Akılcı	Sezgisel
Mutlak	Göreceli
Prototipik	Duruma özgü
Modüler	Değişken
İlerlemeci	Döngüsel
Doğanın kontrolü	Doğa ile harmoni
Teknoloji	Doğa
Makinelere adaptasyon	Doğaya adaptasyon
Simetrik	Organik
Karesel	Eğimli
İnsan yapımı	Doğal
Kaliteli, cilalı, düzgün	Basit, pürüzlü, dokunsal
Bakım	Geçişlilik
Duyuların indirgenmesi /zapt edilmesi	Duyuların genişletilmesi
Açıklık	Muğlaklık
Fonksiyonellik, işe yararlılık	Doğallık
Maddesel	Gayri-maddi
Bütün hava şartları	Mevsimsel
Açık, parlak	Karanlık, loş
Serin	Sıcak

Elbette wabi-sabi estetik ilkelerinin en iyi ifadesi uygulayıcı kimselerden gelir. Bu bağlamda bonzai ile ilgilenen Peter Chan, teorik düşüncelerden ana bir takım ilkeleri çıkarsamıştır¹²². Chan'ın estetik ilkeleri üç tanedir. “Üç temel ilke ise sadelik, sükûnet ve doğallıktır. Sadelik, uygun olan ve en az olanın tatbikidir. Estetik deneyim sonuçlarının derinliği haricinde bunlardan başkasına asla ihtiyaç yoktur. Sükûnet, tazelenmiş hissetmeyi ve içe dokunuşu belirtir. Sakinlikte heyecan ya da aşırı uyarılma yoktur”¹²³. Sanatçılar, insanın hiçbir zaman müdahale etmediği bir alanmışçasına, her zaman doğanın bir parçası olmuş görünen sanat eserleri yapma girişimindedirler. Nesne (bir bahçe, bir yol, hatta bir çit bile) doğal rastlantıların bağışlayıcı bir sonucu olarak görünür.

Wabi'den şu iki temel ilkeye varılır: Eklentisizlik ve incelikli derinlik (İng: subtleprofoundity). Eklentisizlikde sanatçı-tasarımcı, çalışmaya kendi taze ve özgün duygusunu verir. Nesne bir şekilde tanındıktır ama herhangi bir şeye bağımlı değildir. İncelikli derinlik, derinlik kavramıdır. Chan buna ‘tükenmezliğin bildirimi’ der (İng: intimation of inexhaustibility). Tükenmezlik terimi Wordsworth'un ‘ölümsüzlük’ kelimesinden daha iyidir. Özellikle burada nesne hemencecik gizlenen ve başarılı bir şekilde açıklığa kavuşan sonsuz olanakları ve nüansı bizim ve kendisinin dâhilinde yankılanır.

Sabi'den iki ana ilkeye varılır: Simetri ve sade yücelik (İng: austeresublimity).

Asimetri, form ve dengedeki simetriyi atar ve doğaya uyumlu hale getirir. Bu mekânla, yerle ve orana aykırı olan nesnenin dengesidir. Belirtildiği gibi, bu tarihsel batı estetiğine, resmine, müziğine, şiirine ve neredeyse matematiğin simetri için uygulanan orantı ilkelerine terstir. Sade yücelik, nesneyi ve nesnenin köklü bağlamını indirger. İzleyiciye yüklenen tüm ikinci dereceden şeyler ve estetik deneyimin müdahalesiyle, nesne şimdi gereksizden yoksun, yüceliği iletir. Bu bir tür minimalizmdir, ama hiçbir anlamda modernizm değildir. Sade yücelik, güçlü duygusal bir unsur sağlar. Burada Chan'ın estetik ilkelerinin ilişkisi üzerine bir grafik tablosu şöyledir: (Bkz. Görsel 43)

¹²² Merve Deniz 82003), wabi-sabi-yalnizligin-estetigi, <http://mervedeniz.wordpress.com/2013/03/13/wabi-sabi-yalnizligin-estetigi/> [07.06.2013]

¹²³ Chan, Peter. Bonsai Usta Sınıfı. New York: Sterling, 1988.<http://www.hermitary.com/solitude/aesthetics.html> [10.12.2013]



Görsel 43: Wabi-Sabi Fark

<http://mervedeniz.wordpress.com/2013/03/13/wabi-sabi-yalnizligin-estetigi/>

Estetik, bizi günlük yaşantımız içindeki özdek nesnelerle olan ilişkimizi değiştireceğimiz bir alana taşıırken, kültürümüze dair fikirler vermelidir. Sadelik ilkesi, organik kaynaklar ve doğa ile uyumluluğun, bir hayat felsefesi ve de bir yalnızlık felsefesi için, bir sadelik politikası ve hatta bir inzivaya çekilme politikası olarak adlandırılabilir. Olgular için pratik uygulamalara sahiptir.

Juniper'in sonuçlandırdığı gibi; Wabi-sabi bir yaşam felsefesi ve derinlemesine düşünme için bir araç olarak, uzun zamandır bizi birlikte tutan çok yaygın bir yapının şahlanmış çözümü için bir deva gibi beklenmedik bir alakaya sahip olabilir. Onun gösterişsizlik ve sadelik doktrini, disiplinli bir bütünlüğü teşvik ederken, fizik dünya içinde aşırı hoşgörünün cesaretini kırar. Nazikçe, sessiz bir yaşam seyrini ve meditasyona benzer bir yaklaşımın altını çizen kibar estetik bir ilkeyi destekler. Wabi-sabi zihinsel rolü aşağı çeker ve insanın birbirleriyle ve çevresiyle uyumlu olduğu bir yaşam için sezgisel duyuyu yükseltir. Kendi sonluluğunu ve kendini hatırlatmak için maneviyatın cisimleşmesiyle, tinselliğini hızla kaybeden bir dünyada insan yaşamının niteliğini yüceltebilir¹²⁴.

Peki, bir Fotoğrafçı için Wabi-Sabi ne ifade eder? Fotoğraf içerisinde Wabi-Sabi'nin izdüşümü ne olabilir? (Bkz. Görsel 44, 45)

¹²⁴ <http://www.hermitary.com/solitude/aesthetics.html> [07.06.2013]



Görsel 44: Bahçe Süsleme, At Heykeli

<http://meren.org/blog/2009/02/wabi-sabi-ve-fotograf-uzerine/> 10.07.2014

Modernizmin yarattığı güzellik kavramı insanları mutsuzluğa ve tatminsizliğe itmektedir. Doğal olmayan süreçler sonunda karşımıza çıkan, doğanın mazbutluğu ve erdemi ile pek ilgisi olmayan ve “güzel” olarak karşımıza konan şeylerin bizleri doğadan soyutladığına, sahip olmanın pek mümkün olmadığı bir güzellik arayışına, anlamsız bir mükemmeliyetçiliğe sebep olduğu düşünülmektedir. Bu “basit olanın” güzelliğinden uzaklaştırdıkça, tasarımın estetik olarak çaresizliğine yaklaşıyor. Günümüzde güzellik ve estetik tanımının içini dolduran şeyler, Apple iPod Touch’tan Ferrari F-40’a, Marilyn Monroe’dan Brad Pitt’e kadar çok geniş bir yelpazede karşımıza çıkıyor. Reklamlar bu güzellik anlayışını benimsemiş insanlara hitap ediyor, ürünler ve araç gereçler bu anlayış ile şekilleniyor.



Görsel 45: Doğallık ve Sadeliğe Ulaşma

<http://meren.org/blog/2009/02/wabi-sabi-ve-fotograf-uzerine/> 10.07.2014

Elbette sanat da bundan payına düşeni alıyor. Görkemli olanın, muhteşem olanın kıymetli olduğu illüzyonunu kanıksadıkça ortaya çıkan eserlerden de bu görkem, bu heybet bekleniyor oluyor, sanatçılar da kimi zaman bilinçli kimi zaman bilinçsiz bir şekilde eserlerinde bu hissiyatı yakalamaya çalışıyor.

Wabi-Sabi ise, bir anlamda, insanın genellikle gözden kaçan, dikkat çekici olmayan güzelliği bulmasını, mükemmellik sanrısı ile belki de hiç bulamayacağı şeyleri aramaktan vazgeçmesini ve etrafında hali hazırda var olanın çekiciliğini görebilecek erdemli gözlerle sahip olmasını diliyor. (Bkz. Görsel 46, 47)



Görsel 46: Tsukubai Gümüş Jelatin Baskı © Tim Wong

http://www.touchingstone.com/Wabi_Sabi.html 10.07.2014

Örneğin bir bitkinin yaşam döngüsü içerisinde, varlığı çok da büyük bir zaman dilimine denk düşmeyen “çiçek” neden birçok kişiye bitkinin gövdesinden daha estetik geliyor? Gebe olduğu hikâye göz önünde bulundurulduğunda bir tohum ilgiyi çiçek kadar hak etmiyor mudur? Ya da aynı şekilde çürümekte olan bir bitkinin hikâyesinde eksik, önemsiz olan nedir? Alışılmış sıra

dışılığın, sıradanlaşmış muhteşemliğin gölgesinde kalan güzellikleri görebilmek de bir erdem değilse nedir. Wabi-Sabi'nin öğretilerinin bu açıdan kıymetli olduğunu ve genellikle çevresindekileri gözlemleme konusunda hevesli ve yetenekli olan bir fotoğrafçının vizyonunda “her şeyin geçici”, “her şeyin kusurlu”, “her şeyin eksik” olduğunu özümsemenin ve bu düşünce ile barışık yaşamayı öğrenmenin ciddi etkileri olabilir¹²⁵.



Görsel 47: A Crow Adlı Gavv Gümüş Jelatin Baskı © Tim Wong

http://www.touchingstone.com/Wabi_Sabi.html 10.07.2014

Boşluk güçlü bir tasarım öğesinin kendisidir. Bu durumda, daha fazla ekleme, daha seyreltili grafik tasarım da daha az etkili ya da yaşam alanı haline gelir. **Steve Jobs** 'görseller genellikle derinden basittir' derken wabi-sabi etkisinin sonucuyla söylenmiş olabileceğini dile getirir¹²⁶.

¹²⁵ <http://meren.org/blog/2009/02/wabi-sabi-ve-fotograf-uzerine/> [10.07.2014]

¹²⁶ http://www.presentationzen.com/presentationzen/2005/07/wabisabi_and_pr.html [10.07.2014]

Garr ve Kansai'e göre, basit anlamda, Wabi-sabi estetik tasarımları şöyle açıklamaktadır:

- Temiz- sıcak
- Minimalist
- Kavramsal
- Florid ve abartısız görsel olarak ilginç

Her eleman iyi seçilmiş olmalı ve "dağınıklığı" veya "meşguliyet" duygusundan tamamen kaçınılmalıdır. Dengesizlik olmasa bile uyum genel anlamda vardır¹²⁷.

Günümüzde belki de en çok ihtiyaç duyulan güncel tasarımlarda, wabi-sabi anlayışı devreye girmektedir. Böylece tasarıma güç katarak estetiksel duyguyu kazandırma da önemli rol oynamaktadır.

2.6.2.Glitch Art

Glitch art, İngilizcede CD'lerde okuyucunun atlamasına sebebiyet veren çizik¹²⁸. Kısaca, arıza, hata, kusur, bozukluk anlamlarına gelmektedir.

Moradi'nin tasarımda kusurluluk kitabında, dijital veya analog hataları, estetikleştirilmiş eserlerin bozulmasını dijital, fiziksel olarak manipüle edilmiş elektronik cihazlar tarafından "hata", devre bükme anlamlarına gelen söylemler denilebilir. Önceden rastlantısal olan görsel bozulmaların sonra estetik bir değer ve sanatsal bir ruh katılarak yapılan görsel manipülasyonlardır.

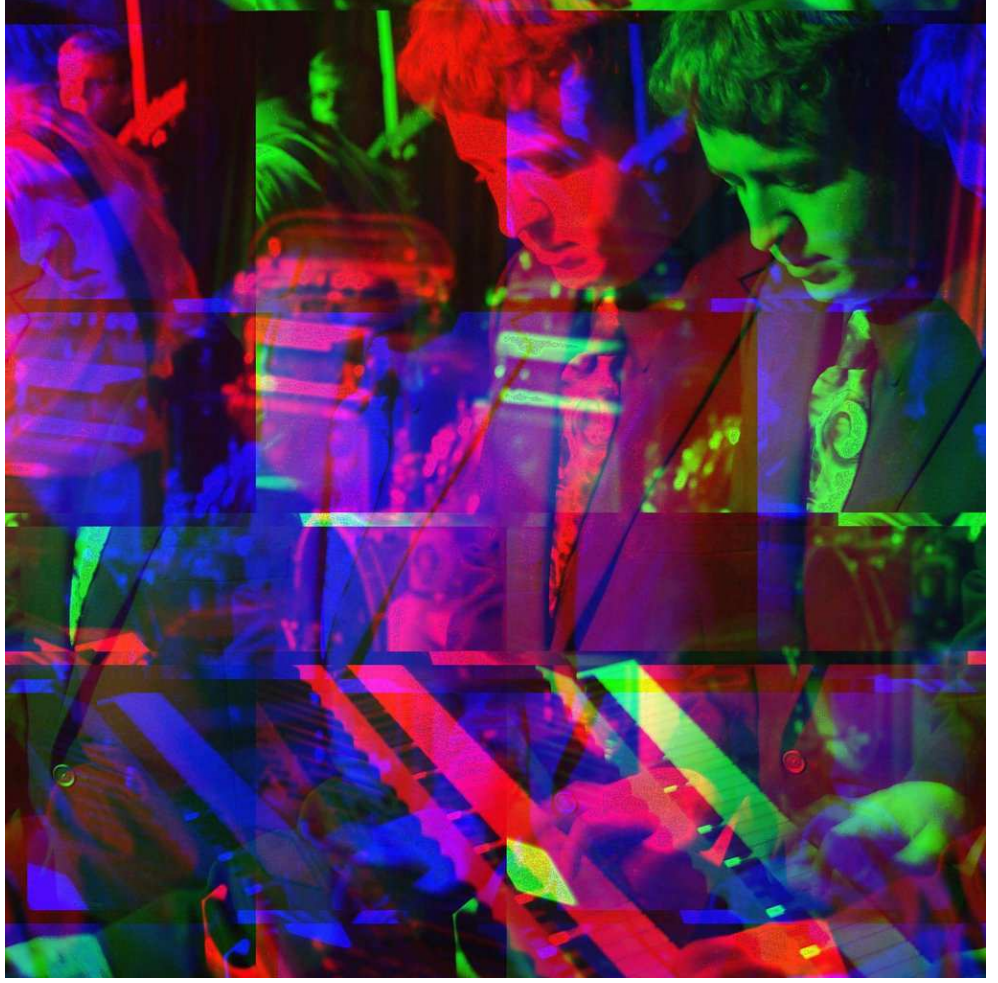
Teknik anlamda beklenmedik bir arıza ve aksaklığın sonucudur. Bu kavram İlk önce, 1962 yılında Amerikan uzay programı sırasında İngilizce olarak kaydedildi. John Glenn "Kelimenin tam anlamıyla, bir aksaklık, elektrik akımı gerilimindeki başat bir değişimdir.", diye açıkladı¹²⁹.

Multi Medya tasarım sanatında kullanılan glitches erken örnekler; Raul Zaritsky, Jamie Fenton ve Dick Ainsworth tarafından manipüle ederek oluşturulan *Dijital TV Yemeği* (1979) Bally video oyunları ve video-kayıt sonuçlarıdır. (Bkz. Görsel 48)

¹²⁷ http://sixrevisions.com/web_design/wabi-sabi/ [10.07.2014]

¹²⁸ <http://www.uludagsozluk.com/k/glitch/> [06.11.2014]

¹²⁹ Moradi, Iman. (2004) Acil Durum estetik, http://www.oculasm.org/glitch/download/Glitch_dissertation_print_with_pics.pdf [07.06.2014]



Görsel 48: Dijital Bozulma

<http://www.lpassociation.com/forums/showthread.php?t=38628>

Acil Durum Çalışmaları Manifestosunda , Rosa Menkman (1935), Len Lye , MagnetTV (1965), Nam June Paik ve Panasonic TH-42PWD8UK Yanık Plazma Ekranı (2007), Cory Arcangel gibi sanatçılar Multimedya görsel sanatlar alanında mekanik ve dijital örneklerdeki aksaklıkları ve kusurları sanatta örnek çalışmalarıdır¹³⁰.

Dijital çağın, aksaklıkları estetikleştirerek benimsemeleri ve bunu montajlara başvurarak, yazılım, video oyunları, resim, video, ses ve diğer veri formları üzerinde,

¹³⁰ Menkman, Rosa. "Acil Durum Çalışmaları Manifesto" **LOVINK, Geert içinde; Somers-Miles, Rachel, video Vortex Okuyucu II: YouTube ötesinde Görüntüleri Hareketli**, Amsterdam:. Ağ Kùltürleri, pp Enstitüsü 336-347, ISBN 978-90-78146-12-4, 2011.

görsel sanatlar disiplini içinde hataları kullandılar. Hatta bu terimi, müzikle ilişkilendirerek 90'larda deneysel ve elektronik olarak değerlendirdiler.

2002 yılı Ocak ayında, Acil Durum uygulamacıları, Anakart teknoloji-sanat kolektifi, aksaklık, kusur adı altında; çalışmalarını ve fikirlerini akademisyenler ve uluslararası sanatçılarla, Norveç Oslo'da sempozyum düzenleyerek kamu ile paylaştılar¹³¹. Michael Betancourt'un bir glitched hareketli video görüntüsü bunun örneğidir (Bkz. Görsel 49)



Görsel 49: Dijital Bozulma

<http://rebloggy.com/post/vhs-analog-trent-reznor-atticus-ross-glitch-glitch-art-artist-on-tumblr-rob-sher/44662530260> [07.11.2014]

İlki 29 Eylül-3 Ekim 2010, Chicago'da GLI.TC/H adı altında ev sahipliğiyle Nick Briz, Evan Meaney tarafından düzenlenen beş günlük bir konferansta; Rosa Menkman atölye çalışmaları, konferanslar, performanslar, Jon Satrom gösterimleri oldu¹³².

İkincisi ise, 2011 yılı Kasım ayında, GLI.TC/H sanat kolektifi Romanya, Amsterdam ve son olarak Birmingham(İngiltere)'da, olmak üzere üç kentte yedi gün, dersler,

¹³¹ Anakart. (2002) <http://www.liveart.org/motherboard/> [10.10.2014]

¹³² Köksap, M. <http://rhizome.org/editorial/2010/oct/13/code-eroded-at-glitch/#c63266> [15.12.2010].

workshop gösterimleri, konferanslar, performans, panel ve bir galeri gösterisi oldu
133, 134.

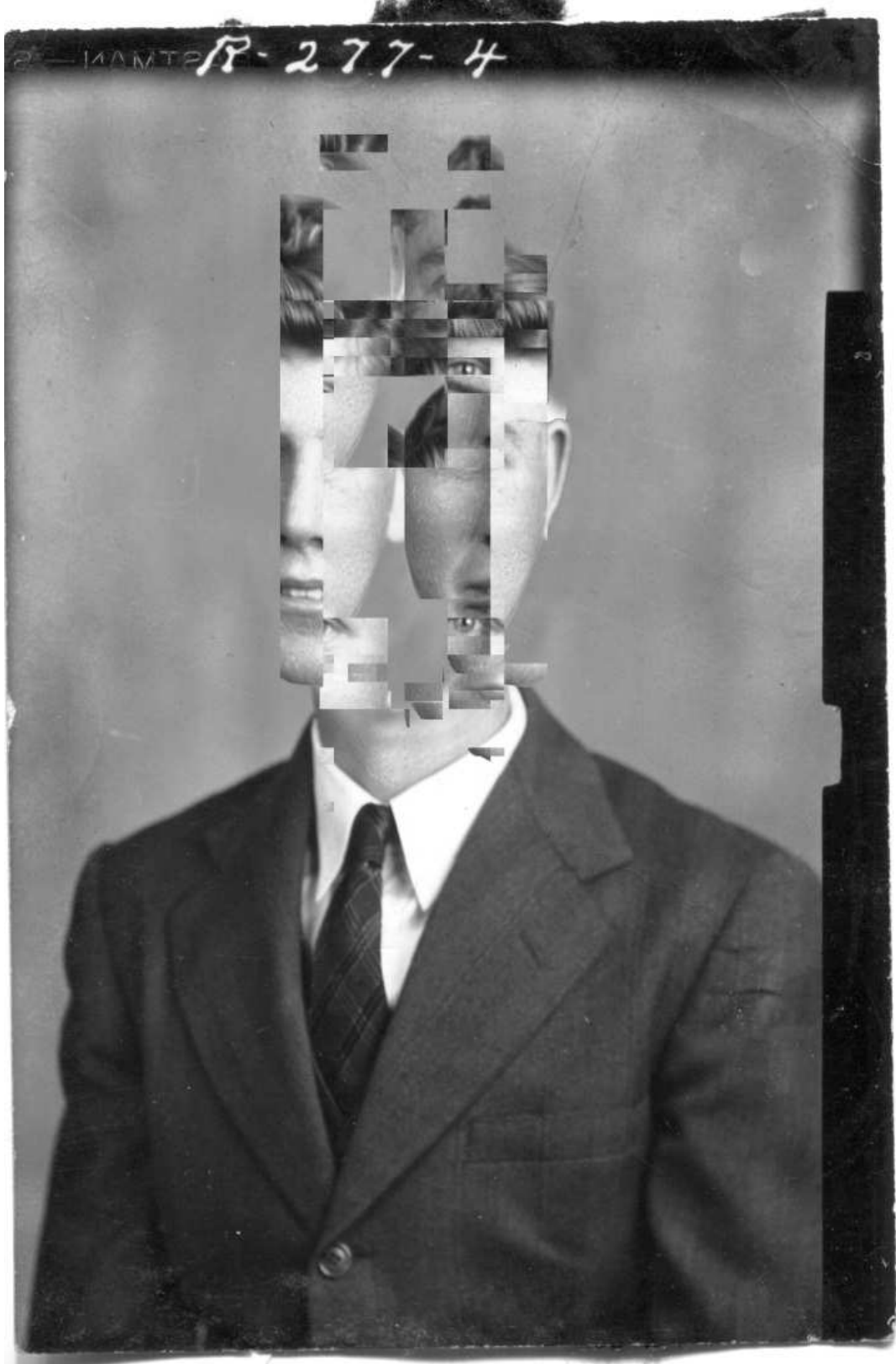
Günümüz sanatçıları kendi yorumlarını bu alanda geliştirerek ansal arızaları, kusurları tasarımsal bir mekanizmaya çevirmişlerdir.

“Ben bu görüntülerle "zaman yetersizliği" kavramını fenomenleştirdim. Benim niyetim görüntülerin içine 'Başarısız deneyimleri' bir dizi haline getirerek zaman kavramını görüntüye dâhil etmek oldu. Bellek mekanizmalarında zaman faktörünü basitleştirerek görselleştirmeyi denedim. Ben görüntüsünün içinde algoritma oluşturarak zamanı değiştirmek istedim. Daha doğrusu, bellek (görüntü) içinde zamanın geçiş izleri görülebilir”¹³⁵. Bellek özellikleri, görsel elemanlarla doğrusal yaratma şeklinde veya erime süreciyle gerçekten benzer olduğunu geribildirimle kazandırılmaya çalışılmaktadır. Bu geçen zaman içinde hafızaya yapılan operasyonda tahmin gücünü arttırmaktadır. Elbette bazı 'klasik başarısız' kompozisyonlar üzerindeki çalışmalardan aşağıda küçük bir ön izlemesi verilmiştir.(Bkz. Görsel 50, 51, 52)

¹³³ <http://thecreatorsproject.com/blog/chicagos-glitch-fest-disrupts-the-traditional-gallery-space> [07.11.2014]

¹³⁴ Avcılık, Serin (2011) <http://www.coolhunting.com/culture/glitch.php> [07.11.2014]

¹³⁵ <http://pixelnoizz.wordpress.com/tag/glitch/> [07.11.2014]



Görsel 50: Fotoğraf Üzerinde Bozulma

<http://pixelnoizz.files.wordpress.com/2013/11/murphy2.jpg> 07.11.2014



Görsel 51: Fotoğraf Üzerinde Bozulma

<http://pixelnoizz.files.wordpress.com/2013/07/cheng.png> 07.11.2014

Denemede başarısız “touch.gl” anılar iş olarak yerleştirilmiş. Bu görüntü hatalarını yerleştirmek için kendi parmaklarınızı kullanabilirsiniz, yani bilgisayar tuşuna basarak bu işleri yapabilirsiniz. Kodda birçok rastgele parametreler kullanılır, bu yüzden bu bileşimler, geri alma ve tekrar aynı dönüşümü oluşturmak için tek seçenek vardır. Bu “touch.gl” lam kompozisyonunda çalışmak için daha fazla zaman harcamak en iyi araçtır¹³⁶.



Görsel 52:Aşamalı Bozulma

<http://qubodup.deviantart.com/art/Glitch-Art-Spider-347231541> 07.11.2014

Başka bir yerde tasarımcı ya da sanatçı, sanattaki bu aksaklığı, “fotoğrafının içindeki dijital sürrealizm” olarak ifade etmektedir.

Yaptığım çalışmalarda gerçeküstücülük uygulamaları seviyorum. Bir müzik üretimi söz konusu olduğunda, örneğin, beni gafil yakalayan, ansızın olan gürültüler, mırıltılar atmayı seviyorum. Ben konuşma sesini değiştirerek ve farklı sesler ile deneme çalışmaları ile eğlenmeyi de bu süreçte seviyorum. Sonrasında bunları dijital

¹³⁶ <http://pixelnoizz.wordpress.com/tag/glitch/> [07.11.2014]

ortamda ses bozuklukları ve görsellerle bütünleştirerek yeni biçemlerle anlam katılmaktadır.

Benzer şekilde, sürrealizmin bu formunda, aynı kusur anlayışıyla fotoğrafçılık alanında deneysel uygulamalar gerçekleştirilmektedir. Bu fotoğraflara aksaklıklarla, karmaşa eğiliminde bozulmalar verilmektedir. Bu "aksaklık sanat" olarak anılacaktır. Dijital fotoğrafçılık popüler halde başladı ve aksaklık sanatla milenyumun başından beri popüleritesini kazandı. Bir JPG piksellerinde, yüklenen bir mp4, ya da uyumsuz bir biçimine dönüştürülmüş bir video için yapılan tam kaos sıkıştırma - dijital çağda artık kusurların kendine özgü bir formu vardır.

Aşağıda Ghost Town Park'ın kayıtlarında, A Thousand Suns çalışmaları yapılarak sanat formu uygulaması gösterilmiştir.(Bkz. Görsel 53, 54)



Görsel 53: Fotoğraf Üzerinde Bozulma

<http://www.diyphotography.net/wordpress/wp-content/uploads/2014/06/ChesterDust6.png>

[07.11.2014]

Yapılan çalışmada aksaklık sanatı bir kusur etrafında karışık ama eğlenceli bir uygulamadır. Özellikle günümüzde akıllı telefon android uygulamalarla, Mobilize fotoğrafçılık uygulamaları göz önüne alındığında, sonuç sizin lehinize çıkıyor. Bir akıllı telefon kamera kalitesi ile bozulma mükemmel geliyor ve ilham kıvılcımları oluşturmaktadır. Burada hatalar ve bozulmalar işin kendisinin, bileşimin bir parçasıdır¹³⁷.



Görsel 54: Fotoğraf üzerinde Bozulma

http://www.diyphotography.net/wordpress/wp-content/uploads/2014/06/1383011_10151958694251694_299479_n.jpg [07.11.2014]

¹³⁷ <http://www.diyphotography.net/an-introduction-to-glitch-art-implementing-digital-surrealism-into-your-photography/> [07.11.2014]

Bu Glitch sanatında ön koşul olarak bir aksaklık ilişkisi kurulur. Bu teknik arıza temelde, bir medya pratiğinde kurtarmadır. “Mekanik teknik arızalar/kesintiler, dijital ortamda ses veya görüntüde elektronik olarak istihdam edilmiştir. Nam June Paik'in video işleme etkileri başlangıçta 1950'lerde RCA tarafından üretilen televizyon alıcıları için teknik onarım kılavuzları görünür”¹³⁸.

Glitch sanatı, dijitalin ayrılık aurasında telaffuz edilir. Bu teknolojik teknik arızalar, kusurlar; kullanıcı ve izleyicide fiziksel boyutlarda hataları fonksiyonel anlık(geçici) başarısızlık olarak yansır. Medya aracılığıyla / içinde üretilen dijital kapitalizm ve onun ideolojisi ile daha çağdaş endişeleri ile daha önceki modernist estetik ve teorik önceliklerin kesiştiği bir göstergesi olarak medya sanat işlevinde 'glitches' kuramlaştırılmıştır. Bu analiz ve nesnel aksaklık, altta yatan temel sorunsalları bir dizi analiz eder. Formalist aksaklık anlayışları ve potansiyeli yarattığı eleştirel medya pratikleri ile görselliğe dönüştürür, yani uygular.

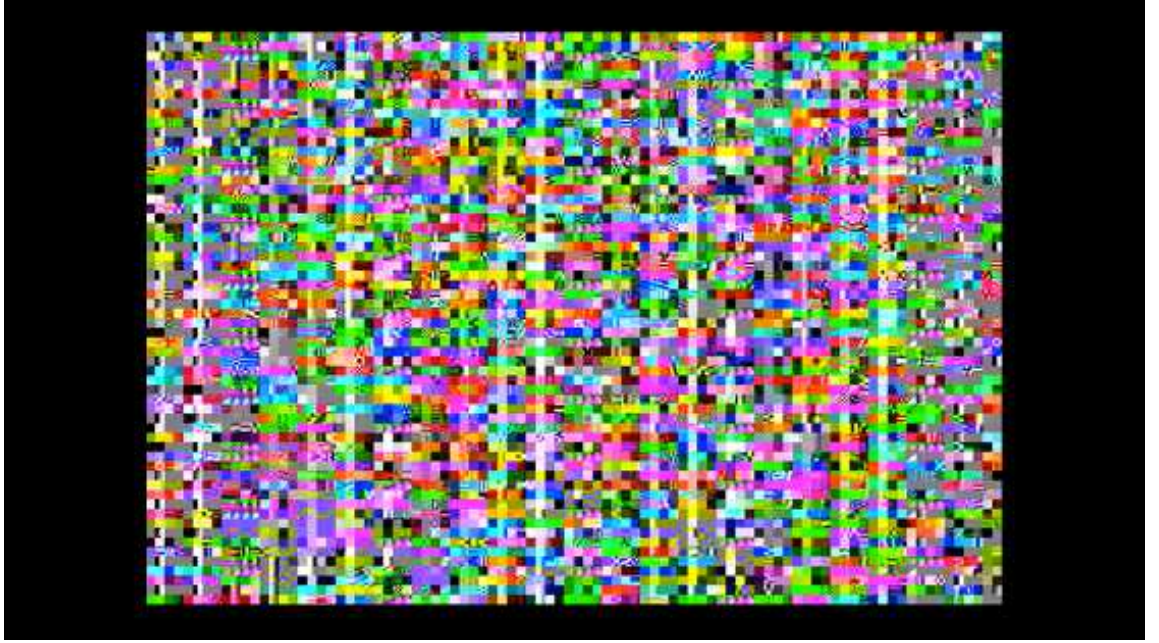
Dijital teknolojinin teknik arıza Iman Morandinin tezinde (*Acil Durum Estetik*) hatalar olarak teorize edilmiş (2004). Ayrıca Rosa Menkman *Acil Durum Moment (um)* bu dijital teknolojinin maddi temeline dikkat çekiyor (2011). 'Aksaklık sanat' eleştirel bir etkinlik yanında modernist estetikte Theodor Adorno'nun ölümünden sonra yayınlanan kitabı *Estetik Teorisi* de Aksaklık sanatını vurguluyor (1970), özellikle de burjuva sanatının fonksiyonel taleplerini ihlal ettiğinden, toplum, öyle doğal aksaklıkları ve dijital medya süreçlerini, bu boyutları ile kabullenmektedir.

Formalist ve kritik yorumlar dijital medyada sezgisel yeteneği amaçlayarak medya pratiğini temelleştirip etkin hale getiriyor. Kısacası izleyiciye aktif ve pasif bir misyon yükler. Bunu yaparken de bir yandan Dijital kapitalizm ve dijital ideoloji ile kritik estetik yorumlamalar, modernist teoriler geliştirir. Eleştirme ve örnekleme faaliyeti ile dijital çeşitli eserler (çeşitli pürüzler: sıkıştırma, sinyal arızası, anlık kusurlar, hatalar) olarak natürel biçimde dijital şeritler bilinçli teknik arızaları, aurayı meydana getirir. (Bkz. Görsel 55)

Bilgi aurası bir izleyici tarafından angaje edilerek özel halde her görgüsel karşılaşma yeniden üretilmiş olan bir göstergeler sistemi, dijital teknolojinin doğasını

¹³⁸ Meagher, John R. RCA Televizyon Pict-O-Kılavuz üç cilt, (Harrison: Amerika Radyo Şirketi, 1949). <http://www.hz-journal.org/n19/betancourt.html> [07.11.2014]

yansıtır. Özellikle dijital başarısızlıklar nedeniyle kitle iletişim aracı olarak 1990'larda internetin yükselişi ile kısmen yerini kazandı ve istihdam oluşturdu. Dijital nesnelerdeki bu teknik kusurlar, yeniden ve tekrarlar yoluyla yorumlanarak kendiliğinden eserlerde Glitches olarak kavramsallaşıp sanatta yerini alıyor.



Görsel 55: Bir Video Aksaklık Ekran Yakalama

<http://www.hz-journal.org/n19/betancourt.html> 07.11.2014

Morandi ve Menkman'a göre bu "aksaklık sanatı" diğer tabirle "kusurluluk" dijital medya teknolojisinde, özel Modernist ve formalist bir yaklaşımdır. Hataları, kusurları içselleştirip eser üzerinde dramatize eder ve insanlara sunar"¹³⁹.

Dijital örneklerde formlar temelde farklı bir olgudur. Süreklilik içerisinde deneyim tam kaybolur. Dijital olarak üretilen nesneler, maskelenmiş bu örneklerle insanlarca okunabilir. Menkman kitabında, *Acil Durum Moment (um)* hataları, dijital medyadaki bu parçalanmışlığı teorize ederek, önemlilik derecesine göre bilincine sokmaya çalışır.

Glitches, dijital medya aracılığı ile kasıtlı olarak malzemeyi, eseri disfonksiyon (aksaklık) ortamdan, fonksiyonunu (kullanım değeri) dönüştürür. Menkman, fiziksel "teknolojik başarısızlık" ile sanat işlerini, doğal kritik formülasyon halinde aksaklığa

¹³⁹ Menkman, Rosa. "Dosya Biçimleri Yöresel," Ağ Defterler 4: Acil Durum Moment (um) (Ağ Kültürleri Enstitüsü, Amsterdam: 2011). <http://www.hz-journal.org/n19/betancourt.html> [07.11.2014]

dönüştürür. Aslında bu reformasyon sayesinde eserin özündeki karmaşıklığı ve kusurluluğu yeni biçimsel tasarım kalıpları ile formüle eder. Bu süreçte dijital göstergeler veya görseller "mükemmel", yeni bir örneğin oluşturulmasını mümkün kılar. Bu dijital teknolojik işler, idealize edilmiş "orijinal işleri" mümkün kılarsa da, karşılaşılan iş, kusurlu olduğundan, kusurlu karakteri dijital aura tarafından bilinçte ve zihinde bir şeyler eksik olur. Aksaklığı yorumlamak ve açıklamak zor değil tanımlamak zorlaşmakta, hatta dijitalleşmenin mistikleşmesi olarak söylenebilir.

Theodor Adorno'nun Estetik Teorisi kitabında sanatın seyirciye bir farkındalık getirdiğini, gerçek sanat üretiminde formalist medya için "doğal kritik" iddiasıyla, hataları dijital yapay bir ilham olduğu teorisiyle boyutlandırır; Menkman'ı bu argümanının içinde onaylar ve destekler¹⁴⁰. Menkman, aksaklığı/kusurluluğu işlem sonrası(eseri ürettikten sonra) muhafaza edemez, sanatçı veya tasarımcı içselinde değişik taahhütlerle rastgele ve pastoral kopuşlarla ütopyik(hayali) potansiyelini ortaya koyar demektedir¹⁴¹.

Eserin, üretim sonrası korunması veya farklı gözlerle yeniden bakışıp değiştirilmesi söz konusu olabilir. Genelde tasarımcılar ve sanat üreticileri bu kaygıyla yaşamaktadırlar.

Marcel Duchamp'ın "Çeşmesi (1917) forma içsel bir kritikliğinin varsayarak bir ilham gibi ortada sadece geçici bir olgudur. Pisuar bir estetik nesne olarak bağımsız işlev görebilir ama kritik modlarıyla olumsuzluğunu ve belirsizliğini gösterir ve seyirci aracılığıyla işlevini ortaya koymaktadır"¹⁴².

Sonuçta tasarımcılar kendilerine verilmiş düşünsel gücü görselleştirirken bunun ilahi bir vergi olduğunu düşünür. Tasarımcı eserin de kutsallığının korunmasını ister. Ama genelde kendinden çıkmış eserler, tasarımlar farklı yorumlarla tekrar biçimlere bürünür. Ve yeni sanat mecralarına yürürler.

2.7. Tasarımda Kusur ve Mükemmellik Algısına Estetiksel Bakış

Geçmişten günümüze kadar felsefeden sosyolojiye, bilimden sanata kadar pek çok alanda sağlanan bilgi birikimleri dünyayı, evreni ve insanı anlamaya yönelik

¹⁴⁰ Adorno, Theodor. Estetik Teorisi, s.225-227 (Minneapolis Minnesota Üniversitesi Press, 1998). <http://www.hz-journal.org/n19/betancourt.html> [07.11.2014]

¹⁴¹ Menkman, Rosa. Ağ Defterler 4: Acil Durum Moment (um) (Amsterdam: Ağ Kültürleri Enstitüsü, 2011), s. 38. <http://www.hz-journal.org/n19/betancourt.html> [08.11.2014]

¹⁴² Betancourt, Michael (2013), Kritik aksamalar ve Acil Durum Sanat, michaelbetancourt.com [09.11.2014]

düşünsel çabaların sonucunda oluşmuştur. Bilginin görsele evrilmesi veya çevrilmesi zorunluluğu doğmuştur. İster bir bilim adamı, ister bir felsefeci ya da bir sanatçı olsun, her biri bir düşünür(tasarıcı) ve bir tasarımcıdır. Bu kişilerin çabaları aslında hayata ilişkin bir ‘problemi’ çözmeye yönelik çalışmalardır. Tasarımı da bir problem çözme disiplini kabul edersek, bu adımda felsefe disiplininin faydalanarak ya da etkilenecek düşünce dünyasına yansımaktadır.

Kusurluluk ve mükemmellik kulvarında karşılaşılan helezonlardan ya da dar geçitlerde felsefe alanı devreye girerek çözüm sürecine farklı bir bakış açısı oluşturmaktadır. Felsefe ürünün altyapısını oluşturur. Aslında felsefik düşüncede biçim üzerinden ziyade içerikte, öz ’de kusur ve mükemmellik kavramlarının düşünce yoğunluğu yatmaktadır.

Mükemmellik bir yandan estetik beğeniyi, nesneyi çirkin-güzel ayrımını yaptıktan sonra onu estetiksel tanımayı sonra içselleştirerek haz alma yoluna gitmeyi gerektirir.

Sanat ve doğa nesnelerinden haz alma yeteneği olarak beğeni tanımı daha çok David Hume ile Emanuel Kant’ın yapıtlarında karşımıza çıkmaktadır.

Hume’a göre bu yetenek yalnızca birisinin “bu çiçek güzel” diye iddia edebilmesinin nedenini vermekle kalmayıp “beğeni ölçütü” diye adlandırılan şeyin deneysel temellerini de sağlar. Başka bir yerde de “sanat ve doğa nesnelerini oluşturan öğeleri saptama yeteneği” diye tanımlamaktadır. Evrensel bir beğeni ölçütünün söz konusu olup olmayacağı çok sık tartışılmış ve halen de tartışılan bir konudur. Söz gelimi çağrışımçı felsefeciler güzellik kaynaklarının çok boyutlu doğasından ötürü böyle bir ölçüt için herhangi bir gerçek evrenselliğin söz konusu olamayacağını ileri sürerlerken, idealist düşünürler güzelliğin (yani mükemmel olma hali) evrenselliğin savunarak evrensel bir ölçünün bulunduğu ısrar etmektedirler. Aslında estetiğin bilgi alanı her çağda farklı anlam kazanmaktadır¹⁴³.

Gün geçtikçe her alanda olduğu gibi sanat ve tasarım dünyasında da nesneler ve üretilmiş nesneler arttığından görsellik düzeyinde saptamalar da ola gelmiştir. Yeri gelmiş biçim ön planda iken yeri gelmiş öz, asıl, anlam, iç boyut konuları devreye girerek kompleks bir yapıya bürünmüştür. Sadece gıda tüketimi değil görsel tüketimi de artmıştır. Görgü kültürü artarken ortaya konan eser, ürün üzerinden gösterilmeye çalışılan alanlar ortaya konmuştur.

¹⁴³ Aygöl Aykut. **Sanat Eğitiminde Estetik**. 1. Bs İstanbul, Hayalperest yay., 2012 .s.38-39

Gitgide hızlanan gösterge tüketimiyle işleyen toplumda göstergelerin okunma protokollerinin anlamını askıya almaktan ibaret¹⁴⁴. Anlamın askıya alınması, görselin bir süreliğine kendisini karşı tarafa göstermemesi de denilebilir. Yani anlamın iletilmemesinin bir sorun olduğunu, olabileceğini anımsatır.

“Yapıtların görüntü ve içerik sorunu içinde Disgno Interno (İç Desen / Düzen) ve Disegno Externo (Dış Desen / Düzen) kavramları revaçtadır. Disgno Interno fikir, kavram ve anlam demektir. Her şeyden önce sanatçının ya da tasarımcının düşüncesinde bulunur ve soylu bir nitelik taşır. Maddi olguların tamamen dışında kalır. Disegno Externo Maddi bağlamdaki görüntü demektir. Fikren belirlenen bir olgunun cismen canlandırılması demektir. Maddi olduğu için soyluluktan uzaktır. Anlam maddi değerlerin ötesinde varlık bulan sonsuzluğa eş değerdedir. Özünde mistik bir bütünleşme gösteren bu düşünce anlık olanla sonsuz arasında bir kolay algılanabilir basit ve sıradan gerçekçi görüntü ile algılanması imkansız moral açıdan etkin mistik oluşum arasında köprü oluşturur ve bağ kurar. Gerçekçi görüntü metafizik olanın aldatıcı maddi kisveler altında soylu ve ilahi olana açılan kapısıdır. Anlam genelde didaktik bir biçimde ele alınarak propagandist bir dışa vurum eylemi oluşturur. Anlam yaşama yapıt yoluyla aktarılan bir iç özdür. Bu öz de dışa vurumun kaynağıdır. Bu metafizik boyutun materyal boyutunu tamamlayacak tamamen materyalist bir tutumda ortaya çıkmış bulunmaktadır. Bu kaba materyalist eğilim iç gerçeğe ulaşmak için araştırılan ve sorgulanan maddi olanın kullanılmasıdır. Bu nedenle 17. Yüzyıl felsefesi ve ideolojisi dualistik bir oluşum gösterir ve tüm eğilimlerindeki ayrışımara rağmen bir bütünleşme ve dışa vurum kaynağına ihtiyaç duyar. Buna da anlam dönüştürmelerine olanak tanıyan allegoriler, amblemler, semboller kullanarak ulaşır. Bu öğeler anlatım ve ifade için özel olarak kurgulanmış şemalarıyla ard anlamlara açılan bir üst dil oluştururlar. Geçici, hızlı, dinamik, dönüşümlere açık, renk ve ışığa önem veren tarzıyla Barok Sanat ruhlarına ulaşmak ve ruhun derinliklerine girebilmek ve onları manevi anlamda kazanmayı hedeflemiştir. Görüntü ve anlam farklıdır ama bir bütünlük oluşturur”¹⁴⁵.

Burada görüntü dediğimiz bizzat yapılan çalışmayı tasarımı görmek, içerik denildiğinde ise yaptığımız görselin konusu olarak anlaşılmalıdır. Yani konu ve eser bütünlüğü olarak düşünülmelidir. Eğer bu bütünlük yakalanmamışsa sorunlar sarmalına girmişiz denilebilir. İfade etme yetimizin gücünde; problem, eksiklik, kusur var diyebiliriz.

Dünya gerçekte sanat yapıtında görüldüğü gibidir. Yani biçimde olgusalılık yüceltilirken, içerikte biçim ile uyum yeniden şekillenir. Bu biçim giderek tasarımda somut bir gereksinim çağrışımı yaparak uzlaşılı halinde tasarım bileşenini estetiksel

¹⁴⁴ Jacques, Ranciere, **Estetiğin Huzursuzluğu**, 1. Bs. İstanbul, İletişim yayınları, 2012. s.57

¹⁴⁵ <http://www.sanatteorisi.com/sanatteorisi.asp?sayfa=Makaleler&icerik=Goster&id=2583>
[05.03.2014]

olarak yüceltir. Estetik biçimdeki başarı kurgusal tasarımda gerçek olgusal olarak görünür. Aslında bu olgusalılık toplumsal ilişkileri belirleyen yasalardır. Yani kurallar, kriterler de denilebilir.

“Adorno’ya karşı Goldmann, yapıta içkin olan ve kendi başına bir estetik bütünlük yapan somutluk üzerinde diretir: “Sanat yapıtı bir renkler, sesler ve sözcükler, somut karakterler evrenidir. Estetik biçimlenme güzelin yasası altında ilerler ve olumlama, olumsuzlama avunç ve üzüntü eytişimi güzelin eytişimidir. Güzelin yansızlığı eğer neyi bastırdığı ya da gizlediği tanınacak olursa, kendini aldatmaca olarak gösterir. Görsel sunuşun doğrudanlığı ya da dolaysızlığı bu tanımayı engeller: imgelemi baskılayabilir. Güzelin veya mükemmelin kendisi kurtuluş imgeleri arasına düşer. Burada güzelin tözü estetik yüceltmede saklanır”¹⁴⁶.

Kuralların ya da kriterlerin olması veya konulması estetikleşme de yasa koyma da denilebilir. Tasarıma böyle bir dayatma konulmazsa tasarım üzerindeki görüntüler yalnızlaşır. Görgü uzlaşmayı zorlar ama imgesel yücelme olmadığı için tasarım kendini gizler. Aslında tasarım eksik kalır.

Sanatın güzel çirkin karşıtlığını aşır, etik düşüncesiyle yapılan uygulamaların ya da tasarımların, değer yargılarını aşmalıdır. Değerler yargılarına dayandığı takdirde, içerikli değer yargıları arasında, etiksel bir köprü kurulmasını sağlar. Estetik (veya mükemmel güzel) temel, yapıtın kendisinde, sanat nesnesinde bulan değerlerin bir bilimi olacaktır.

“Aslında estetik alan dediğimizde görsel düşünce biçiminin artığı olan duygusalılık ve çağın ruhsuzlaşması sonucu, sanatın yüzeysel olanla derin olan etkilerinin karıştırılmasıdır. Bu insanın kendi içine dönerek yoğunlaşma (concentration) amatörlüğüdür. Yapıt yaşama uygunluğu bir değer ve ölçüttür, araçtır. Etki anlayışına göre her şey yaşama üzerine kurulmuştur. Estetik yaşam, nesnenin (sanat yapıtının veya tasarımın)duygulara etkisidir, edilgendir(pasif). Düşünmeye önem verirken kavramayı karıştırdılar ve sorunlar oluştu. İç yönelim yoğunlaşması yaşanırken teorik temel geride bırakıldı. Deneyim sorunsalı yaşandı”¹⁴⁷.

Çağdaş dönemde sanatta beğeni ve ölçüt problematiğinin en iyi örnekleme Duchamp’tan gelmiştir aslında. O şöyle der: sanatı yaratan en önemli şey, yine insan aklı ya da yargısıdır, yargılama gücüdür, onu seçebilme gücüdür.” Başka bir söyleşi de sanatı anlatmada kavramsal bir neden sunmaz. Ona göre bizim dışımızda, insanın dışında kesin bir ölçüt yoktur. Mükemmel olma veya oranlar mükemmellikleriyle

¹⁴⁶ Marcuse, Herbert. **Estetik Boyut**. Çev: Aziz Yardımlı, İdea yay. Ankara, 1997. s.18-22

¹⁴⁷ Geiger, Moritz. **Estetik Anlayış**. Çev: Tomris Mengüşoğlu, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1985. s.11

ancak zihinsel olarak vardılar. Tasarım bugün biçimleriyle tamamen azaltılarak her şeye uyarlanabilir hale getirilmesinde yatıyor¹⁴⁸.

Estetik, Kant'tan beri, sanat eserlerinin bu yeni statüsünü düşünmeye çabaladı: Eserlerin, doğanın eserleri olarak, yani yaratıcının iradesine tabi olmayan, insan dışı bir doğanın işlemi olarak algılanmalarını sağlayan bir statüdür. “Sanatçının benzersizliğinin kutsanmasıyla ilişkilendirilmek istenen deha kavramı, şimdi tam aksine, sanatların mükemmel ölçütlerinin enkazı üstünde yükseliyor ve sanat eserlerinin kabul ve takdir görmesini sağlayan, iradi olan ile olmayanın eşdeğerliği fikrini ifade ediyordu”¹⁴⁹. Yani Kant, estetik eserin insan dışı bir doğanın işleri olarak algılanması olayını benzersiz bir kutsanma gibi iradi olmayanın eşdeğerliliği fikriyle ifade edilmesinden rahatsızlığını belirtmektedir. Ve devamında Kant şöyle demektedir;

Yazılı olan ile görsel olanın, saf sanat ile uygulamalı sanatın, sanat formları ile kamusal ya da gündelik ve ticari hayatın formlarının estetik sanat rejimini tanımlayan ilişkilerinin yeniden şekillenmesini onlar icat etmedi. Sanat ürünlerinin algılandığı ve düşünüldüğü tanımlama rejimin kırılmasını, mimesis'in normlarının poiesis ile aisthesis arasında sağladığı uygunluk modelinden kopuşu kavradılar ve kavramlaştırdılar. Estetik, nesnesi “duyarlılık” olan bir düşünce alanı değildir. Bundan böyle sanata ait şeyleri tanımlamayı mümkün kılan paradoksal sensorium'un(bireyin alımladığı duyu, anlam) düşüncesidir. Temsil düzeninde insan doğası, sanatın kurallarını duyarlılığın yasalarına, duyguları da sanatın kusursuzluğuna göre hizalıyordu. Ama bu hizalamaya karşılık düşen bir de paylaşım vardı: bu paylaşım sanat eserlerini dünyevi saygınlığın yüceltilmesine bağlıyor, sanat eserlerinin formlarının saygınlığını konularının saygınlığıyla ilintilendiriyor ve farklı konumlardaki kişilere farklı duyarlık yetileri atfediyordu. Estetik, yeni düzensizliğin düşüncesidir. O zaman çağdaş “anti-estetik”, Modernizmin savunmacı biçimidir: sanatı kendisine mahsus kılan estetik rejime aidiyetinin kefareti için çırpınır¹⁵⁰.

Yeni görsel sanat bütün formlarıyla güncellendi. Yeri geldi kavramsallaşarak kopuş yaşadı. Temsil ettiği anlamda kişilere göre saygınlık karmaşası yaşadı, sorunlar, kusurlar ortaya çıktı. Düzensizlik biçimiyle estetiksel çırpınma, devinim içerisine girdi.

Jean-François Lyotard son söz olarak, “Bir yüzyıldır sanatların öncelikli meselesi güzel değil, yüceye ilişkin bir şeydir.” Diyerek, yüce-estetiği, sanatın duyulur

¹⁴⁸ Erzen, Jale Nejdet. **Çoğul Estetik**. Metis yay. 1.Basım, Nisan, İstanbul, 2011. s.159

¹⁴⁹ Jacques, Ranciere, **Estetiğin Huzursuzluğu**, 1. Bs. İstanbul, İletişim yayınları, 2012. s.15

¹⁵⁰ age. s.16-17-71

maddiliği kavramın yasası arasındaki kopuşu kayda geçirmiştir. Sanatın bu olumsuz görevinin karşısına yıkıntıya dönüşmüş idealleri yüce ve sanat arasındaki mücadele ile biçimsel kaos ortamına sürüklendiğini belirtir. Kant bunu sorun olarak ifade eder ve sanatsal pratiğin ürünleri yüce-sanatı tarif etmez der. İmgelem karşı karşıya kaldığı istisnai form ya da duyulur yüce hâkim olamıyordu. Akla, talep ettiği bütünün temsilini sunamıyordu. Schillerin “estetik hal’in” askıya alınması diyerek, duyulur ve görünen arasındaki uyumsuzluk veya uyumun bozulması, estetik uyuşmanın dinginsizliği tasarımda kendini gösteriyordu¹⁵¹. Bu bozulma tabii ki uzun sürmeyecek, sonradan uzlaş(Consensus) ile tekrar dinginlik mesafesine çıkacaktır.

Estetik biliminin konusunun gelişip büyümesine gelince; bunun nedeni, estetik etkinlikte yeni biçimlerin (sözgelimi, dizayn) yeni sanatların (fotoğrafçılık, sinema, televizyon vb.) ortaya çıkışı ve bu bilimin karşısına dikilen sorunların ve estetik etkinlikteki amaçların değişiklik geçirmesidir. Ziss’e göre, “estetik, özel bir bilim olamaz; çünkü özgül bir çalışma alanı yoktur ve gerçeklikle ilintili kesinleşmiş yasaları da incelemeyiz... Estetik, genel felsefi disiplinlerden biridir” diyerek sözünü bağlıyor¹⁵². Uğraşılan bütün sanatsal çabalarda, estetik, kendini misafir ettirmek zorunda bırakmıştır. O duygu yönelimi bütün faaliyetlerde göz önünde bulundurulmuştur. Ayrılmaz bir bütün oluşturmuştur.

Öte yandan bir sanat yapıtıyla karşı karşıya kaldığımızda, onun hangi kurallara uyduğunu anlamaya çalışırız: nasıl yapıldığını anladığımız ölçüde bu yapıtı daha iyi anladığımızı düşünürüz. Oysa bu yapıtı ortaya koyan sanatçı onu ancak, yapıta özgü zorunlulukları keşfettikten sonra yaratabildiğini ileri sürer. “Sanat yapıtı her şeyden önce tasarlanmış bir şeydir. Sanatçı, kendini insanların beğenisine sunulmak üzere sanatsal parçalar öneren bir kültür girişimine adanmış kişidir”¹⁵³. Yapıt zorunlu olarak kendine referanslar aramış, sonucunda ise yine sanatçı veya tasarımcı tarafından kurallar bütünü oluşturulmuştur. Aslında bu Leonardo’ya göre “olanaklı ile olanaksız birbirinden ayırarak” yararlı olmasını sağlayacaktır. Böylece biçimler ve hareketler içinde bilginin modellenmesi ve görsel hale getirilmesi gerçekleşecektir.

Tasarı olarak her zaman zengin olan tutkunun, hoş gitme ya da şaşırtma isteği yüzünden sanatçıyı kendi yolundan saptırdı düşüncesi sürekli olarak

¹⁵¹ Jacques, Ranciere, **Estetiğin Huzursuzluğu**, 1. Bs. İstanbul, İletişim yayınları, 2012. s. 90-93

¹⁵² Avner, Ziss. **Estetik**. Çev: Yakup Şahan, 1. Bs. İstanbul, Hayalbaz Kitap, 2009. s.5-6

¹⁵³ Beatrice, Lenoir. **Sanat Yapıtı**. Çev: Aykut Derman, 3.bs. İstanbul, YKY, 2004. s. 9-13

yadsınmaktadır¹⁵⁴. Ama şu bir gerçektir ki tasarım üretme esnasında ki bu saptırma düşüncesi, mükemmelliğe gidişteki sorunu ortaya çıkarma kaygısı hep güdülmüştür. Bu merkezden kayma özne ile yapıt arasında devam etmiş, yapıt karşısında gören ve görsel olarak tüketen insan, varlığıyla hep dünyada yetkin bir yerde olmuştur.

Pacteau, “güzellik gerçekten açıklanamaz, her ayrıntının kusursuzluğunu kanıtlamak ve gerisini her güzelliği kuran düzğüye göndermek kalıyor: bu düzgü sanattır demektedir¹⁵⁵. Nesneler dünyasının mutlak kalıcılığı başka hiçbir şeyde böylesine açık seçik ortaya çıkmaz, dolayısıyla da söz konusu nesneler dünyası, ölümlü varlıkların ölümsüz vatanı olarak olanca görkemiyle kendini gösterir¹⁵⁶.

Bu bizim özümüzdeki varoluşumuzun imgesel göstergelerin anlamlandırmalardan oluşan kendi dünyamızın ortaya konulmasıdır. Estetik olan ise güzelin özgül bir alanıdır. Yaşamdaki güzeli ileri sürerek gerçeklikteki yapılan tasarıma yansması ve onun kendince yorumlanmasıdır. Böylece tasarımların görüngülerdeki özellikler ortaya konulur, kavrama yetisi artırılıp, haz duyma gerekliliği oluşturulmuş olur.

Bu güzellik biçimle içeriğin birliğinde değil uygun ve derin tasarımını veren, aynı zamanda kendisine denk yetkin biçimlerde somutlaşan bir içeriktir¹⁵⁷. Bu içeriğin dışa yansması güzelliğin ve mükemmelin ya da kusursuzluğun değerlendirilmesi haline gelmesidir. Max Scheler ve Nicolai Hartman'da bu yönde bir görüş görülür. Onlara göre değerler biçimsel ve içeriksel yönden ikiye ayrılırlar. Değer kavramı hem nesne alanında hem de mantıksal alanda yani ahlaksal ve estetik alanda ortaya çıkar¹⁵⁸.

Biz tasarımcı ve sanatçılara düşen, bu kadar değerler(veya değerli yapıtlar) arasında, üretilmiş eserlere karşı estetiksel köprü kurarak, insan ve estetiksel nesne, eser, ürün arasındaki bağı sağlamlaştırmak olmalıdır.

2.8. Tasarımda Toplumsal Yapı Ve Biçim-Anlam Üzerine Söylemler

Sanat ve tasarımın toplumları bir ilke, bir amaç uğruna birleştirici özelliği, toplumlar üzerindeki fikirsel ve duygusal etkisi tartışılmaz. Bu etki primitif dönemlerden günümüze değin bazen bilinçli bazen de bilinçsiz olarak sanatın tüm alanlarında

¹⁵⁴ Beatrice, Lenoir. **Sanat Yapıtı**. Çev: Aykut Derman, 3.bs. (İstanbul, YKY, 2004. s. 103

¹⁵⁵ Francette, Pacteau. **Güzellik Semptomu**, Çev: Banu Erol, 1. Bs. İstanbul, Ayrıntı y. 2005. s. 27

¹⁵⁶ Beatrice, Lenoir. **Sanat Yapıtı**. Çev: Aykut Derman, 3.bs. (İstanbul, YKY, 2004. s. 115

¹⁵⁷ Avner, Ziss. **Estetik**. Çev: Yakup Şahan, 1. Bs. İstanbul, Hayalbaz Kitap, 2009. s.173

¹⁵⁸ Aygöl Aykut. **Sanat Eğitiminde Estetik**. 1. Bs İstanbul, Hayalperest yay., 2012. s.38-39

kullanılmıştır. Yapılan bütün ürün tasarımlarında toplum yararı düşünülmüş ve bu yönde tasarım argümanları kullanılmıştır.

Öz olarak yapılan bir çalışmanın ikinci boyutunda fikirsel destekler gelişimde sınırlar konularak onu biçimlendirmiştir. Bu yapı nosyonunun(kavrayış) hem görgül hem de soyut nitelikleri vardır. Bunlar beğeni, değer, etki, görenek gibi biçimlendirici bir yapı ile anlaşılabilir. Öz(ne)sel tasarım eser algısı ve anlayışı anlamsal yapılarla biçimsel bağlantılar kurar. Bunda bazı tasarımsal argümanlarla(delil) yeni biçimsel elemanlar olarak görülür. Özne yapı içerisinde görgül ve soyut elemanların birleşimini kusursuz biçimde gösterir. (Bkz. Görsel 56) Yapı bütün içerisinde bazen vazgeçilmez bir fikir olabilir. Ve bu fikre anlam-değerler yüklenmiştir. Bir anlamda bu fikir, onun işleyiş konusunda görgül ve olgusal bilgi düzeninin kavramsallaştırılmasına olanak sağlar¹⁵⁹.



Görsel 56: Jackson Pollock, Detail of "Lilac Mist" surface, 1950

<http://newartinthestudio.blogspot.com.tr/2014/08/road-trip-part-2-clark-williamstown.html> 14.04.2015

¹⁵⁹ Harris, Jonathan, Yeni Sanat Tarihi Eleştirel Bir Giriş, 1. Bs. Sel yayıncılık, Şubat, 2013

Tasarım üzerinde biçimsel yapı, karakteristik özellikler belirli anlamlandırma kipleri ile varlığını sürdürecektir. Tasarım pratikleri ile bu sürdürülebilirlik devam edecek, primitivist (ilkel) kimliğinden sıyrılacaktır. Bu toplumu bütüncül bir dil içerisinde tasarımların biçimselliği meşgul olmanın karşılığı ile aynı görülmemelidir. Sanat ve tasarımsal görenek, kitle, özne- biçimlenmesi, ideoloji, bir bütün olarak toplum olarak anlaşılan-yapının çeşitli yerel anlamlarını görece istikrarsız ve karşılıklı bağlantılı halde koruma girişiminde bulunmuşlardır. Tasarımda benzer özelliklerin bir nesne üzerinde farklılıklardan sıyrılıp kavram olarak anlaşıldığı bir durumda Sturart Hall'ın deyimiyle "kuramsal evreni" oluşturmaktadır. Entelektüel irdeleme sonucu tasarımsal uygulama alanları yeniden kavramlaştırma olanağı sunmaktadır. Burada ki kusur ise sayısız tasarımcı edimlerinin ve üretimlerinin yeniden sil baştan düzenlenmesi söz konusudur. Tasarım üzerindeki belirli gösterme sistemlerinde anlam üretimi ve biçimsel doğası, süreç içerisinde tasarım analizlerini etkilemektedir. Anlamanın temsil yerine metinsel ilişkilendirme sorunu, bütünüyle yerini alma ve onu tamamıyla geçersiz kılma tehdidini doğurur. Bunu yapmayı öneren çalışmalarda biçimci yaftasını üzerine çeker. Tasarım ilintili bir takım analitik kipler kombinasyonuna dayanan bir dizi farklı argüman ve bakış açısı benimsenmiştir. Gerçekten de Schapiro ve Fuller'in inandığı şeyin, estetiğin maddesel temeli olduğu ve sanatın biçimsel anlatımcılığına yönelik girift bir materyalist anlayış içerisinde temellendirmek konusunda denk bir girişimde bulunduğu söylenebilir¹⁶⁰.

Schapiro en dikkate değer iki sorundan bahseder. İlki taklide dayalı imgeseller roller, diğeri ise taklide dayalı temsili öykünmedir. Görsel gösterme kipleri yani göstergeler ve gerçeklik arasındaki ilişkiyi irdelenmektedir. Sanat eserlerinin maddi gereçler ve biçimler hususunda indirgenemez bir özel oluş niteliğine sahip olmalarına karşın, var olan durumların etkinliklerin gösteren olabilecekleri(anlamlı hale gelebilecekleri) ilkesidir. (Bkz. Görsel 57)

Tasarım nesnesinin görgüsel boyutları ne kadar irdelenirse biçimsel açıdan yordanabilmesine o kadar olanak sağlar. Görseller ve atıfta bulunduğu gerçeklik yansıttıkları ya da atıfta bulunduğu inanılan gerçeklik arasındaki ilişki meselesine işaret eder. Marksist gerçeklik nosyonunda (kavrayışında) yerleşik olan gerçeğin dünyaya yansıttıkları ve ayna tuttıkları varsayımdan hareket eder. Bunu yaparken de

¹⁶⁰ Schapiro, Meyer. "On Some Problems in the Semiotics of Visual Art: Field and Vehicle in Image-Signs." *Semiotica*, I, 1969, 223-242 annotation by Mary Hall (Theories of Media, Winter 2004) <http://csmt.uchicago.edu/annotations/schapiro.htm> [14.04.2015]

indirgemeci bir biçimde eser ve izleyicinin davranışları, değerleri ve toplumsal kimlikleri üzerindeki rolün hakkını vermez. Aslında buradaki kusur olan, görselin role girip toplumu değiştirme çabasının ters bir devinim hareketi sunmasıdır. İzleyici de davranış ve değer mesajlarının ters tepmesi diyebiliriz.



Görsel 57: Claire Pajczkowska, extreme tension

<http://backdoorbroadcasting.net/2011/12/claire-pajczkowska-schmutter-a-letter-to-rosie/> 14.04.2015

Schapiro iki ilkedden söz eder. Birincisi; tasarımlardaki maddi gereçler ve biçimler hususunda indirgenemez bir özel oluş niteliğine sahip olmalarına karşın belirli bir tarihsel anda mevcut olan olgu içinde gösteren olabilecekleri (anamlı hale gelebilecekleri) ilkesidir. İkincisi ise tasarımların kendi içlerinde maddi ve toplumsal fenomenler olmaları ilkesidir. Aslında bütün bunlar estetiğin psikobiyolojik evrensel kalıcılığıdır. İmge alanının sol ve sağ tarafları içkin olarak farklı niteliklere mi sahiptirler? Görsel temsilde sol profilin egemenliği diye iddia eder Schapiro, sağlak üreticilerin çizim yaparken, tıpkı serbest daire çizminde olduğu gibi el ve bileğin içe doğru yani sola doğru daha kolay hareket etme kabiliyeti nedeniyledir¹⁶¹.

¹⁶¹ Schapiro, Meyer. "On Some Problems in the Semiotics of Visual Art: Field and Vehicle in Image-Signs." *Semiotica*, I, 1969, 223-242 annotation by Mary Hall (Theories of Media, Winter 2004) <http://csmt.uchicago.edu/annotations/schapiro.htm> [14.04.2015]

Tasarımın diğ er bir husus ise kusursuz kopyanın yaratılmasına y onelik olan itki, aynı zamanda anlamaya ve sabit bir gerçekliğin yaratılmasına y onelik bir itkidir ve sanatı(tasarımı da denilebilir) toplumun oluşturucu inanç ve ideolojilerine d ahil eder.

İnsanın d unyayı tamamen ele geçirme d  rt s n kural tanımazlığı beraberinde getirir. Sonuçta estetik duygunun serbest kalmasına ve imge tasarımının oluşumunda her türlü engelle karşı çıkar. Aslında bu, tasarım ilhamının uygulama esnasında kendini arındırma isteğidir. Burada sabit ve anlamlı kararlar kadar görsel imgelerin nasıl anlaşılacağını denetim altında tutma hacmine sahip oldukları kanaatidir. Yani yeni üretilen bir tasarım, daha önce görücüye çıkmışsa ve ondan alınan mesajın devamlılığı konusunda kusur oluşuyorsa tasarımda denetimsizlik söz konusu olabilir. Bu denetimsizlik görsel imajlarda, renkte, tipografide ve backgroundunda da olabilir. Estetik görsel duygu, bu düşünce yoğunluğundan arındırılırsa serbest alana girmiş demektir.(Bkz. Görsel 58)



Görsel 58: John Heartfield, The Peaceful Fish of Prey, (1937)

Tamamen siyah beyaz olan bu tasarımda, girift ögeler söz konusudur. En alt yapıda renk kontrastları gözüktse de iç içe geçmiş biçimsel bir olgu vardır. Vurgulanmak istenen öğede İnsan ve hayvan imgelerin birleşmesinde komik ve absürt sonuçlar çıkmaktadır. Bunun yanında balık ve askeri üniforma haliyle ilgi çekmekte ve izleyicileri diğer yazıları okumaya yöneltmektedir. Brysonun tam da burada demek istediği imgenin toplumsal düzende rolünün kusursuzlaştırmaya yardımcı olduğu dayanağını oluşturur.



Görsel 59: Klaus Staeck, Building Tycoon (1975)

Steack afiş'in üst kısmındaki slogan "Ve köpek balığının dişleri vardır." anlamına gelmektedir. Çalışmada iyi giyimli zengin görünen birinin yüz yapısı, kepçenin dişleriyle yer değiştirilmiştir. Çalışmaya ismini veren "Building Tycoon" ise "zenginliğin inşası" olarak çevirebiliriz. Sanatçı dönemin zenginlerini eleştirmektedir. Steack bu imgede, bir insan vücudunu balık yerine inşaat için kullanılan kepçenin ağzını kullanarak iki imgeden bir mana çıkarmıştır. Bir birinden farklı fotoğrafları bir amaç içinde fikre dönüştürmüştür.

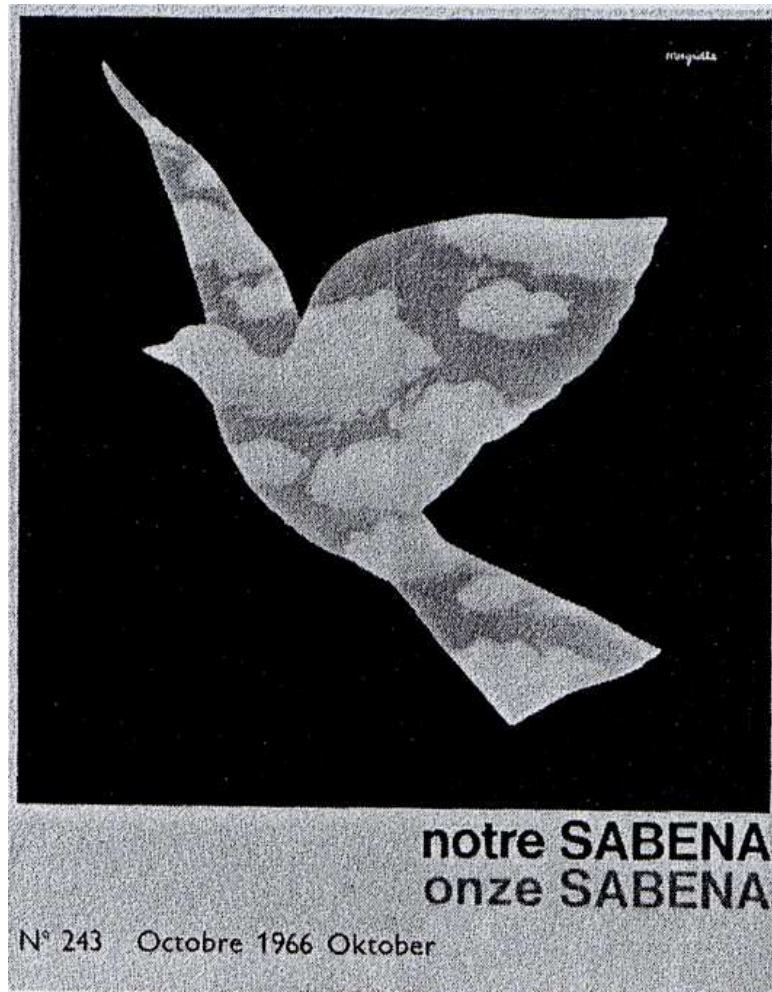
David Sylvester Magritte'nin çalışmalarında fantastik bulgulardan daha çok saçmalık ve zıtlık unsurların olduğunu, mantığa ters olan bir şeylerin bu çalışmaların merkezinde yer aldığını ve bu haliyle Magritte'nin çalışmalarının problematik olduğunu söyler. Marcel Marien, Magritte'in çalışmalarındaki sorunsal ve problematik durumlarından dolayı "yağlı boya sanatçısından ziyade bir felsefeci" olarak nitelendirir. Ayrıca zamanın Fransız filozofu Michel Foucault, Magritte'nin çalışmalarına özel ilgisi olduğunu sanat tarihçilerinden öğreniyoruz. Magritte'yi yakında tanıma fırsatı bulmuş ve sanatçı hakkında kitap yazmış sanat tarihçi Suzi Gablik, Magritte' nin sanat yapma çıkışı "düşünce ve fikir" merkezli olduğunu, kendisinin bir düşünür olduğunu ve yağlıboya çalışmalarıyla bu düşüncelerini görselleştirdiğini belirtir.¹⁶²



Görsel 60: Magritte, Büyük Aile (1963)

¹⁶² Arslan, Doğan(2015), ? , posterland.org. 2015

Jacques Meuris, Magritte'nin kariyerinin ilk yıllarında kardeşi ile "Studio Döngo" isimli bir reklam şirketi kurduğundan bahseder. Georges Rogue'da, Magritte'nin para kazanmak için ilk yıllarda reklam şirketlerinde çalışırken, yine bazı moda evlerine davet kartları, reklam, ve diğer tasarım meteryalleri hazırladığından bildirir. Richard Colvocoressi, Magritte'nin 1923 yıllarında serbest olarak afiş tasarımları yapıp piyasaya tasarımlar yaptığı konusunda hemfikirdir. Magritte, aşağıdaki çalışmasında (Bkz. Görsel 60, 61) daha önce yaptığı "Büyük Aile" çalışmasının bir benzerini bu kez "Notre SABENA" (Bizim Sabena) sloganıyla Belçika hava yolları reklamına dönüştürmüştür.



Görsel 61: Notre Sabena (1940), Magritte

Milton Glaser ise, Temple Üniversitesinde yaptığı afiş çalışmasında güvercin imajının içini renkli çiçekler illustre etmiştir.(Bkz. Şekil 61) Müzik festivali olduğu sebebiyle barış, mutluluk ve eğlence gibi kavramları güvercin, renkler ve çiçeklerle

sembolleştirmiştir. İmajın arka zeminine ise nota çizgileri ekleyerek bu algıyı daha da grafiklendirmiştir.



Görsel 62: Milton Glaser, Temple University Music Festival and Institute (1968)

Bryson'un, kusursuz kopyanın yaratılmasına yönelik olan itki, insanın dünyayı tamamen ele geçirme, sahip olma dürtüsünün kural tanımazlığı ve estetik duygunun serbest kalmasına engel olan her türlü özellikten arındırma isteği bu şekilde kendini göstermektedir. (Bkz. Görsel 62) Walter'a göre, bize yol gösteren prensip, tasarım sadece entelektüel ya da sadece fiziksel bir uğraş olmadığıdır. Tasarım, medeni bir toplumda herkese lazım olan, hayatın ayrılmaz bir parçasıdır" demektir. Laszlo ise

“tasarım bir meslek değil bir tavidır” demektedir¹⁶³. Tasarım fikrinin işlevsel yeni konumuna özgün ve uygun yaratımını bir araya getirme olduğunu vurgulamaktadır.

Tasarım açısından düşündüğümüzde sanat tasarım ikileminin sorunsal karşılaştırmaları ile karşılaşılır. Tasarımın insana yaptığı vurgu sanat üretimi olarak mı çıkmıştır? Veya ortaya çıkan eser nasıl belirlenmiştir? Fikri buluş gerçekleşmeden önceki süreç nasıl işlemiştir? Üretilen tasarım, hangi bilgi üzerine inşa edilmiştir? Diğer bir sorun ise sanatı veya tasarımı izleyen öznenin nasıl anlaşıldığıdır. Manet karşısında Charles Baudelaire, Jackson Pollock karşısında Clement Greenberg gibi düşünür ve sanatçılar yapıtlarıyla ve sözcükleriyle karşı karşıya gelmişlerdir. Clark bu olguyu sosyo-tarihsel bir güç olarak görür. Seyirci veya kitle sorunu, görgül ve soyut elemanların bir birleşimidir demektedir. Seyirci ya da kitle, bu sanatın (tasarımın da denilebilir) üretimi ve anlaşılma biçimi üzerinde doğrudan etkili olanlar da dahil olmak üzere, ekonomik, siyasi ve ideolojik yaşamın maddi yapılarını örgütleyen ve onlar tarafından örgütlenen gruplar ve kuvvetler toplamı olarak anlaşılan toplumdur.

Locke bilginin olanaklılık koşulunun deneyimle gösterilmesine bağlar. Bu deneyim bilginin somutlaştırılması olarak da düşünebiliriz. Tasarımcılar tarafından belki de en çok sorunlu olan durum; “bilgi ve görselleştirme” burada karşımıza çıkmaktadır. Duyularda bulunmayan hiçbir ilkenin zihinde bulunamayacağını, deneyimle elde edilen dış dünyaya dair malûmatların, şeylerin –kendinde varlıklar olarak– doğasına ya da özüne değil yalnızca *varoluşuna* tekabül eden bir bilgi olduğu argümanına dayanır¹⁶⁴. Bilgi görseller sayesinde duyulara hitap eder. Yapılan bu tasarımlar zihinde şablonlar oluşturarak içinde bulunduğumuz dünyadan çağrışımlar yapar. Böylece bilgi, deneyimle gösterilen bir biçime bürünür.

Sosyolojik, psikolojik, antropolojik, dini, politik, iklimsel gibi etkenlerin mekan-biçim algısı ve biçimin oluşturulması sürecinde oldukça etkili olduğu gözlemlenmektedir. Çeşitli kuramcılar, çeşitli dönemlerde ortaya çıkan biçimlerin toplumlar üzerinde egemen olan politikanın bir uzantısı olduğunu savunmaktadır. Örneğin kare demokrasiyi simgelerken, piramit oligarşiyi ya da merkezi plan

¹⁶³ Hodge, Susie, Gerçekten Bilmemiz Gereken 50 Sanat Fikri, 2.bs, Domingo yay. Ocak 2014, İstanbul

¹⁶⁴ Magee, Bryan, Büyük Filozoflar: Platon’dan Wittgenstein’a Batı Felsefesi (Türkçesi: Ahmet Cevizci), Paradigma yay., İst., Kasım 2000. S.121

merkezi idareyi simgelemektedir. Materyalist bir bakış açısıyla tümel biçimi belirleyen çevre koşulları, iklim, coğrafi ve jeolojik özelliklerdir. Örneğin kare soğuk iklimlerde ısı kaybını minimuma indirmek için, dikdörtgen ısı kazancını azaltmak için sıcak ve nemli iklimlerde, iç avlulu planlar ise ısı kaybını sağlamak için sıcak ve kuru iklimlerde kullanılmaktadır. Biçim, antropolojik bakış açısıyla bütünün ve/veya bütünü oluşturan elemanların insan fizyolojisi, postürü, vücut oranları gibi etmenlerle oluşturulması şeklinde yorumlanmaktadır. Algı üzerine yapılan çeşitli çalışmalarda ise; yatay çizginin devamlılık, rasyonellik, durağanlık; düşey çizginin sonsuzluk; düz hatların rijitlik, kuvvet; eğri hatların esneklik, yumuşaklık; spiralin dünyadan kopma ve yükselme; küpün bütünlük, eşitlik; daire merkezilik; elips hareket hissi uyandırmakta ve tasarımcı bu psikolojik yorumlardan biçime ulaşabilmektedir¹⁶⁵.

Biçimi etkileyen başka bir faktör ise temsil ve temsil biçimlerindeki değişikliklerdir. Ortaya çıkan yeni teknolojilerin ve tekniklerdeki değişimlerin, tasarım kavrayışında ya da biçim anlayışında değişimler yarattığı açıktır. Birçok tasarımcı için geliştirilen sayısal grafik tasarım program tekniği, 15. yüzyılda Rönesans ile birlikte perspektifi, 18. yüzyılda tasarı geometriyi ve 20. Yüzyıl başlarında ve günümüzde tasarım geliştirmede eşik dönemler olarak tarif etmektedir. Bilgisayar teknolojisinin tasarım ve görselleştirme için sunduğu imkanlar mimarlıkta tasarım-biçim-görselleştirme- anlayışı ilişkisinde yeni bir eşik döneme gelindiğinin sinyallerini vermektedir. Bilgisayar tabanlı görselleştirme ve tasarım teknolojilerinin mekan anlayışını nasıl etkileyeceğini bugünden söylemek zordur, çünkü bu teknolojilerin tasarım sürecinde kullanılması yeni sayılabilecek ve tartışmalı bir alandır.

¹⁶⁵ Bülent Onur Turan, 21. Yüzyıl tasarım ortamında süreç, biçim ve temsil ilişkisi, İstanbul, 2011, megaronjournal.com [15.04.2015]

3.YÖNTEM

Bu bölümde araştırma modeli, araştırmanın evren ve örnekleme, verilerin toplanması ve verilerin analizi alt bölümlerine yer verilmiştir.

3.1.Araştırmanın Modeli

Araştırma modeli, araştırma amacına uygun ve ekonomik olarak verilerin toplanması ve çözümlenebilmesi için gerekli koşulların düzenlenebilmesidir¹⁶⁶. Bu koşulların düzenlenmesinde tarama ve deneme olmak üzere iki temel yaklaşım vardır. Tarama modelleri geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan bir yaklaşımdır.

Bu çalışmanın amacı, grafik tasarım alan uzmanlarının ve adaylarının; afiş tasarım uygulama sürecinde, estetiksel ve tasarım kriterlerine uygunluğu konusunda algılarını belirlemektir. Bu ölçme aracını gerçekleştirmek için betimsel yöntemlerden alan taraması (survey) tipi araştırma modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır¹⁶⁷. Demokrasi Şöleni Çalıştayı için yapılmış afişlerden 15 tanesi seçilip bu afişlere yönelik öğrenci ve alan uzman görüşleri betimlenmeye çalışılmış, bu afişlere yönelik verilen cevaplar; öğrenci ve uzman görüşlerine dayanan veriler üzerinde yürütülmüştür.

3.2. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini MEB Ortaöğretim Genel Müdürlüğü'ne bağlı Kütahya ilindeki Ortaöğretim kurumlarından, Kütahya Merkez Kız ve Teknik-Anadolu Kız Meslek Lisesi/Grafik ve Fotoğraf Alanı 4.sınıf öğrencileri ve derslerine giren branş alan öğretmenleri, Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı/Grafik ASD 3. ve 4. sınıf öğrencileri ve Teknik Bilimler Meslek

¹⁶⁶ Niyazi Karasar. **Bilimsel Araştırma Yöntemi**. Nobel yay. Ankara. 2005. S.76

¹⁶⁷ Niyazi Karasar. **Bilimsel Araştırma Yöntemi**. Nobel yay. Ankara. 2005. S. 77

Yüksekokulu Tasarım Bölümü Grafik Tasarım alanı 2. Sınıf öğrencileri ve Öğretim Elemanı alan uzmanları oluşturmaktadır. Örneklem yöntemlerinden, tabakalama örneklem yöntemi ile seçilmiştir. Çalışma grubu olarak son sınıf öğrencilerinin seçilme nedeni, tasarım bilgisi yönünden, yeterlik algılarının alt sınıflarına göre daha iyi geliştiği ve tasarım alanında kendilerini daha iyi ifade edebilecek olgunluğa sahip oldukları düşüncesidir. Bundan dolayı araştırmanın anketi bu ortaöğretim ve üniversitede öğrenim gören öğrencilere uygulanmıştır.

Örneklem almada, tesadüfî (random) örneklem yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın öğrenci ve alan uzmanına yönelik örneklem grupları **Tablo 2**'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Araştırmaya katılan öğrenci ve alan uzman grupları

Öğretim Kurumu	Öğrenci	Alan Uzmanı
DPÜ Güzel Sanatlar Fakültesi/Grafik ASD	70	13
DPÜ TBMYO-Tasarım Bölümü/Grafik	30	3
Kütahya Kız Meslek Lisesi-Grafik/Fotoğraf	40	4
TOPLAM	140	20

3.3. Verilerin Toplama Yolları ve Araçları

Bu araştırmada veriler, EK 1'de örneği bulunan veri toplama formu ile araştırmacının kendisi tarafından toplanmıştır. Bilgi toplama formunun hazırlanmasında, kavramsal çerçeve kapsamındaki literatür taramasından ve alanında uzman kişilerin görüşlerinden yararlanılmıştır. 22 maddelik hazırlanan bilgi toplama formu uzman görüşleri sonucunda 14 maddeye indirilmiştir. Bu durum ortaya koyulurken, çıkarılması gereken fazla kriterlerin olup olmadığı, durumu aktarabilecek nitelikte olup olmadığı, değilse hangilerinin eksik olduğu bu kişilere sorulmuş ve görüşleri alınmıştır. Elde edilen verilere dayanarak form üzerinde gerekli düzeltmeler yapılmış ve aynı kişilerin görüşlerine tekrar başvurulmuştur. Grafik tasarım eğitimi ve tasarım alanında uzmanlarla iletişim kurularak bilgi formuna son biçimi verilmiştir.

Bilgi toplama formu 5'li likert ölçeği formunda hazırlanmıştır. Geliştirilen bilgi toplama formunda; Kesinlikle Katılıyorum (5), Katılıyorum (4), Kararsızım (3), Katılmıyorum (2) ve Kesinlikle Katılmıyorum (1) gibi dereceler ve sayılar kullanılmıştır.

Bilgi formu örneklem sayısı kadar çoğaltılmıştır. Bu form öğrenci ve alan uzman görüşlerine uygulanmadan önce, Demokrasi Şöleni konulu Sanat Çalıştayında tasarımcılar tarafından yapılan 93 afişten 15'i, araştırmanın geçerlik ve güvenirliği düşünülerek uzmanlar tarafından örneklem olarak seçilmiştir. Afişler Ek'lerde verilmiştir.

Belirlenen 15 afiş, öğrenci, öğretmen ve uzmanların görüşlerine göre değerlendirilmiştir. Veri toplama formu her afiş için öğrenci ve alan uzmanlarına araştırmacı tarafından bizzat uygulanmıştır. Araştırmacı afişlerin bir örneğini yanında bulundurarak; öğrenci ve alan uzmanlara göstermiş ve soruları bu doğrultuda yanıtlamalarını sağlamıştır. Her afiş için ayrı ayrı toplanan veriler sıralamaya uygun olarak tablolaştırılmıştır. Uygulanan formu Cronbach Alfa güvenirlik katsayısı $\alpha=0,90$ olarak hesaplanmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizi aşamasında, Sosyal Bilimler İstatistik Programından IBM SPSS Statistics 20 (SPSS- Statistical Package for Social Science Program) yararlanılarak bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Verilerin kategorilere ayrılmasını takiben, SPSS ile frekans ve yüzdeler bulunup, veriler tablolar, grafikler halinde sunulmuştur. Verilerin analizinde yer alan istatistiksel işlemler araştırmanın amacı doğrultusunda seçilmiştir.

Her afiş için Uzman ve öğrenciler (GSF-MYO-KML) arasındaki bağımsız t-testi, Dört grubun birbiriyle karşılaştırılması için ise one-way Anova testi uygulanmıştır. Uygulanan varyans analizi sonuçlarının anlamlı fark gösterdiği durumlarda farkın kaynağını bulmak için Tukey testinden yararlanılmıştır. İstatistiklerin manidar olup olmadığını saptamada .05 düzeyleri benimsenmiştir.

4.BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde ilgili veriler uygun ölçme araçları ile toplanmış, gerekli istatistiksel teknikler kullanılarak analiz edilmiş ve tablolar haline getirilerek açıklanıp yorumlanmıştır.

Elde edilen verilerin analizinde kullanılacak testleri belirlemek için verilere normallik testi uygulanmıştır. Afişler için Kolmogorow-Smirow testi sonuçlarına göre verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir ($p < .05$).

Normal dağılımından dolayı gruplar arası t-testi uygulanmıştır. Her afiş için Uzman ve öğrenciler (GSF-MYO-KML) arasındaki bağımsız t-testi sonuçları tablolar (1-15 tablo) halinde aşağıda verilmiştir.

4.1. Demokrasi ve İnsan Hakları Eğitimi Amacıyla “Demokrasi Şöleni Konulu” Sosyal İçerikli Olarak Hazırlanmış Afiş Tasarımlarına İlişkin Betimsel Sonuçlar

4.1.1.Katılımcılara Ait Betimsel Sonuçları

Tablo 3: Katılımcılara ait afişlerin betimsel sonuçları

Item Statistics			
Afişler	Ort.	Std. Sapma	N
AFS1	47,9813	11,45814	160
AFS2	50,8563	10,94747	160
AFS3	51,5750	10,55179	160
AFS4	51,4500	11,57899	160
AFS5	54,4688	12,62468	160
AFS6	49,6875	11,98489	160
AFS7	51,4750	13,10478	160
AFS8	51,8250	12,72375	160
AFS9	55,3750	10,92902	160
AFS10	53,2125	11,97292	160
AFS11	56,4250	11,90558	160
AFS12	56,7688	11,26090	160
AFS13	47,9000	12,07221	160
AFS14	47,0438	14,32302	160
AFS15	41,7375	14,35729	160

Tablo 3. incelendiğinde katılımcıların görüşlerinin ortalamalarına göre, 12. Afiş: 56,7688 ortalama ile en fazla değer görülen afiş olduğu anlaşılmaktadır. 15. Afiş: 41,7375 ortalama ile en az değer gören afiş olduğu görülmüştür. Bu anlamlı fark, afişler arasındaki tasarım farkı yanında izleyicide bulduğu iletişimsel karşılığın olup olmamasından kaynaklandığı söylenebilir. Mercin'e göre bir afiş tasarlanırken mesajın algılanabilir olduğuna, düz anlam yanında yan anlamları da içermesine, mesaj-imge bütünlüğü göstermesine, görsel- sözel hiyerarşiye ve beyaz-renkli boşluklara, fark edilir olduğuna, tipografik karakterlerin biçim veya imge ile uyumlu bir şekilde düzenlenmesine; çağın kültürel, sosyal ve ekonomik değerlerini en iyi şekilde ifade etmesine dikkat edildiği zaman afiş çok etkili bir iletişim aracı olmaktadır¹⁶⁸. Çivit'e göre ise sözsüz iletişimde algılama, iletilerin izleyiciler tarafından duyu organları aracılığıyla farkına varılma sürecidir¹⁶⁹.

Rand'a göre, tasarımda uzun ömürlü olabilmenin sırrı basitliktir. Tasarımcının en büyük sorunu yeni veya eski içerikle ilgili bir şeyler yapmaktır¹⁷⁰.

Sonuç olarak elde edilen bu saptama göre, tasarım sürecinde mesajı en kısa zamanda ileten veya en hızlı ulaştıran tasarım daha fazla dikkat çekici ve değerlendirme sürecinde öncelikli olduğu belirtilebilir.

4.1.2. Uzmanlara ait Afişlerin betimsel Sonuçları

Uzman verileri betimsel tarama sonucuna göre afişler hakkındaki anket kriterlerine göre gruplar arasındaki ortalamalar aşağıdaki gibidir.

¹⁶⁸ Mercin, Levent. "Afiş Yarışmalarının Öğretici Yönü", **Basım Dünyası Dergisi**. Sayı: 89, Kasım Aralık, s.56, 2014. s.56

¹⁶⁹ Şule Çivitçi. "Sözsüz İletişim Aracı Olarak Tasarım", **İletişimde Tasarım-Tasarımda İletişim Bildiri Kitabı**, DPÜ Yay. Kütahya, Ekim 2013. S.40

¹⁷⁰ Paul Rand. "Modern Tasarımcı, Dedi ki", **GMK**, 2002, s.6

Tablo 4:Uzmanlara ait afişlerin betimsel sonuçları

Descriptive Statistics						
UZMAN	f (N)	Min.	Max.	ORT.	Std.Sapma	Varyans
UA1	20	26,00	60,00	45,4500	9,96560	99,313
UA2	20	29,00	63,00	49,0000	8,94427	80,000
UA3	20	27,00	65,00	46,2500	10,33072	106,724
UA4	20	26,00	70,00	49,0000	10,37710	107,684
UA5	20	32,00	70,00	54,7000	11,17846	124,958
UA6	20	14,00	66,00	45,9000	12,30704	151,463
UA7	20	14,00	70,00	51,0000	12,66574	160,421
UA8	20	16,00	70,00	52,1000	11,95562	142,937
UA9	20	14,00	70,00	53,6500	12,86478	165,503
UA10	20	14,00	67,00	47,9000	11,84949	140,411
UA11	20	42,00	70,00	58,1500	9,49390	90,134
UA12	20	41,00	70,00	56,1000	10,47252	109,674
UA13	20	24,00	61,00	45,6000	11,13269	123,937
UA14	20	14,00	69,00	46,4500	13,58976	184,682
UA15	20	24,00	70,00	42,6000	12,42832	154,463
Valid N (listwise)	20					

Tablo 4. İncelendiğinde uzmanların görüşlerinin ortalamalarına göre, 11. Afiş: 58,15 ortalama ile en fazla değer görülen afiş olduğu anlaşılmaktadır. 15. Afiş: 42,60 ortalama ile en az değer gören afiş olduğu görülmüştür. Bu anlamlı fark, afişler arasındaki tasarım farkı yanında izleyicide bulduğu iletişimsel karşılığın olup olmamasından kaynaklandığı söylenebilir.

Grafik ürünlerinin çoğunluğunda görsel öğeler ve tipografik öğeler yani yazı ile birlikte kullanılırsalar da tasarımın odak noktası kimi zaman “görsel” kimi zamanda “yazı” olabilmektedir. Bu görsel sanatların aksine herkesin aynı mesajı almasını kolaylaştıran bir durum olarak değerlendirilebilir. Görsel iletişimde yazının görselden ya da görselin yazıdan daha iyi olduğunu söylemek mümkün değildir. Güçlü ve etkili grafik ürünler görsel ya da görsel merkezli grafik ürünler olarak çarpıcı özelliklere sahiptirler¹⁷¹.

Sonuçta uzmanlara göre etkili ve güçlü ifade eden grafik ürünü tabloda da belirtilmiştir.

¹⁷¹ İşler Ahmet Şinasi. “Grafik Ürünlerde Yazı ve Görsel İlişkisi Bağlamında Üç Temel Yaklaşım”. **İletişimde Tasarım-Tasarımda İletişim Bildiri Kitabı**, DPÜ Yay. Kütahya Ekim 2013. S.1

Bu da şunu gösteriyor ki, sadece görselle hazırlanan ya da sadece tipografik özellikteki afişler görsel algıya göre farklılık gösterebiliyor sonucuna ulaşılabilir.

4.1.3. Güzel Sanatlar Fakültesi Lisans Öğrencilere ait Afişlerin betimsel Sonuçları

Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Grafik ASD Lisans Öğrenci verileri betimsel tarama sonucuna göre afişler hakkındaki anket kriterlerine göre gruplar arasındaki ortalamalar aşağıdaki gibidir.

Tablo 5: GSF öğrencilere ait afişlerin betimsel sonuçları

UZMAN	f (N)	Descriptive Statistics				
		Min.	Max.	ORT.	Std.Sapma	Varyans
GSFA1	70	23,00	70,00	51,4000	11,15036	124,330
GSFA2	70	19,00	70,00	53,0286	11,10552	123,333
GSFA3	70	28,00	70,00	52,2571	9,78121	95,672
GSFA4	70	25,00	70,00	52,8714	11,25195	126,606
GSFA5	70	27,00	70,00	57,3571	11,16157	124,581
GSFA6	70	15,00	70,00	48,2429	12,46262	155,317
GSFA7	70	16,00	70,00	51,8143	11,98464	143,632
GSFA8	70	14,00	70,00	53,9286	12,67466	160,647
GSFA9	70	28,00	70,00	56,3143	10,58101	111,958
GSFA10	70	14,00	70,00	56,2714	12,53392	157,099
GSFA11	70	18,00	70,00	56,3429	11,79276	139,069
GSFA12	70	30,00	70,00	57,6286	10,87501	118,266
GSFA13	70	22,00	70,00	51,2714	11,07147	122,577
GSFA14	70	24,00	70,00	48,2000	12,71037	161,554
GSFA15	70	14,00	70,00	43,5571	13,74998	189,062
Valid N (listwise)	70					

Tablo 5. incelendiğinde GSF Öğrencileri görüşlerinin ortalamaları göre, 12. Afiş: 57,62 en fazla değer görülen afiş olduğu anlaşılmaktadır. 15. Afiş: 43,55 ortalama ile en az değer gören afiş olduğu görülmüştür. Bu anlamlı fark, afişler arasındaki tasarım farkı yanında izleyicide bulduğu iletişimsel karşılığın olup olmamasından kaynaklandığı söylenebilir.

Arslan'a göre, tasarım sürecinde önemli olan öğrenilen bilgiyi farklı bağlamlara taşıyabilmek; bunun için ise sorgulayan, bütüncül bir bakış açısı ile bakabilmektir.

Bu noktada her durum birbiriyle ilişkilendirilmeli ve içinde bulunduğu koşullar ile bağlantısı kurulmalıdır¹⁷².

Sonuçta öğrencilere göre bilginin tasarımsal boyutu tabloya göre belirlenmiştir.

4.1.4. Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu Ön Lisans Öğrencilere ait Afişlerin betimsel Sonuçları

Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu Tasarım Bölümü Grafik Tasarım Alanı Öğrenci verileri betimsel tarama sonucuna göre afişler hakkındaki anket kriterlerine göre gruplar arasındaki ortalamalar aşağıdaki gibidir.

Tablo 6: MYO öğrencilere ait afişlerin betimsel sonuçları

Descriptive Statistics						
Meslek Yüksek Okulu	f (N)	Min.	Max.	ORT.	Std.Sapma	Varyans
MYOA1	30	23,00	67,00	39,9000	11,28731	127,403
MYOA2	30	22,00	68,00	45,2667	11,58159	134,133
MYOA3	30	22,00	68,00	47,0667	10,23494	104,754
MYOA4	30	16,00	68,00	46,0000	9,63471	92,828
MYOA5	30	14,00	68,00	44,9333	15,49846	240,202
MYOA6	30	31,00	70,00	51,2000	8,54764	73,062
MYOA7	30	22,00	67,00	45,0333	11,36080	129,068
MYOA8	30	28,00	69,00	46,0333	10,93707	119,620
MYOA9	30	32,00	70,00	51,8667	9,50402	90,326
MYOA10	30	38,00	70,00	50,7333	8,30427	68,961
MYOA11	30	41,00	70,00	50,8333	9,08991	82,626
MYOA12	30	42,00	70,00	54,6667	8,31838	69,195
MYOA13	30	14,00	64,00	45,0000	11,47411	131,655
MYOA14	30	14,00	70,00	44,2333	14,51440	210,668
MYOA15	30	14,00	68,00	42,8667	13,14831	172,878
Valid N (listwise)	30					

Tablo 6. incelendiğinde MYO öğrencileri görüşlerinin ortalamaları göre, 12. Afiş: 54,66 en fazla değer görülen afiş olduğu anlaşılmaktadır. 1. Afiş: 39,90 ortalama ile en az değer gören afiş olduğu görülmüştür. Bu anlamlı fark, afişler arasındaki

¹⁷² Arslan, Asuman Aypek. **Tasarım sürecinde Eleştirel Düşünce**, İletişimde Tasarım-Tasarımda İletişim Bildiri Kitabı, DPÜ Yay. Kütahya Ekim 2013, S.110

tasarım farkı yanında izleyicide bulduğu iletişimsel karşılığın olup olmamasından kaynaklandığı söylenebilir.

Ketizmen'e göre, bir görsel iletişim tasarımcısının kullanacağı birçok yöntem vardır. Ancak bunlardan en önemlisi bir mesajı en etkili bir şekilde en kısa sürede verebilme yeteneğidir. Hedef kitlenin dikkat ve algısı, tasarımcının vazgeçilmez malzemesi olmuştur¹⁷³.

12. afişte soğuk renk hâkimdir. Kılıçkan'a göre, sadece soğuk renklerin ya da sadece sıcak renklerin bulunması iyi bir etki bırakmayacağını, soğuk renklerin hakimiyetinde yapılan bir resimde sıcak renklerle, bir denge kurulması gerektiğini belirtmiştir¹⁷⁴.

Sonuç olarak MYO öğrencileri uzman ve GSF öğrencilerine göre farklı afişlerle değerlendirmelerini belirtmişlerdir.

4.1.5. Kız Meslek Lisesi Ortaöğretim Öğrencilerine ait Afişlerin betimsel Sonuçları

Kız Meslek Lisesi Grafik /Fotoğraf Grafik Alanı Ortaöğretim Öğrenci verileri betimsel tarama sonucuna göre afişler hakkındaki anket kriterlerine göre gruplar arasındaki ortalamalar aşağıdaki gibidir.

¹⁷³ Ketizmen, Abbas. **Grafik Tasarım Ve İletişimde Görsel Algı**, İletişimde Tasarım-Tasarımda İletişim Bildiri Kitabı, DPÜ Yay. Kütahya Ekim 2013, S.67

¹⁷⁴ Kılıçkan, Hüseyin. **Resim Bilgisi**. İstanbul: Anka Basım, 2002.

Tablo 7: KML öğrencilere ait afişlerin betimsel sonuçları

Descriptive Statistics						
Kız Meslek Lisesi	f (N)	Min.	Max.	ORT.	Std.Sapma	Varyans
KMLA1	40	24,00	69,00	49,3250	9,78850	95,815
KMLA2	40	26,00	70,00	52,1750	9,77933	95,635
KMLA3	40	26,00	70,00	56,4250	9,98175	99,635
KMLA4	40	22,00	70,00	54,2750	12,78217	163,384
KMLA5	40	30,00	70,00	56,4500	10,04592	100,921
KMLA6	40	26,00	70,00	52,9750	12,59932	158,743
KMLA7	40	15,00	70,00	55,9500	14,80289	219,126
KMLA8	40	21,00	70,00	52,3500	13,53353	183,156
KMLA9	40	32,00	70,00	57,2250	11,18031	124,999
KMLA10	40	22,00	70,00	52,3750	12,25098	150,087
KMLA11	40	14,00	70,00	59,9000	13,72962	188,503
KMLA12	40	21,00	70,00	57,1750	14,06193	197,738
KMLA13	40	17,00	70,00	45,3250	13,51426	182,635
KMLA14	40	14,00	70,00	47,4250	17,17913	295,122
KMLA15	40	14,00	70,00	37,2750	16,56377	274,358
Valid N (listwise)	40					

Tablo 7. İncelendiğinde KML öğrencilerin görüşlerinin ortalamaları göre, 11. Afiş: 59,90 en fazla değer görülen afiş olduğu anlaşılmaktadır. 15. Afiş: 37,27 ortalama ile en az değer gören afiş olduğu görülmüştür. Bu anlamlı fark, afişler arasındaki tasarım farkı yanında izleyicide bulduğu iletişimsel karşılığın olup olmamasından kaynaklandığı söylenebilir.

Tomak'a göre, Modernist grafik tasarım uygulamaları yalın ve anlaşılır, akılcı ve kuramsal, bütüncül ve minimalist, imgesel ve estetik, düzenli ve neden-sonuç ilişkisi içinde, hedef kitle için biçimin işlevi izlediği şekilde rasyonalist olarak tasarlanırken; postmodern grafik tasarım uygulamalarında nedensiz, simgesel ve estetik olmayan bir şekilde iç içe geçmiş, üst üste binmiş ve birbirine karışmış imajlarla parçalanmış bir etki yaratılır¹⁷⁵.

Sonuç olarak görülebilen ile kişinin kendi gördüğü arasında mutlaka bir bağ vardır. Uzman ve KML öğrencileri aynı değerlendirme sonucuna ulaşılabilir.

¹⁷⁵ Tomak, Ali. **Görsel İletişim Tasarımı Eğitiminde Gelenekçi Anlayışlar İle Gelecekçi Yaklaşımların Temsili**, İletişimde Tasarım-Tasarımda İletişim Bildiri Kitabı, DPÜ Yay. Kütahya Ekim 2013, S.91

4.1.6.Uzman Ve Öğrenciler Bağımsız T-Testi Sonuçları

Barnard’ göre, “görsel olan” ı tanımlarken, “görülebilene her şey” ile “insan tarafından üretilen her şey” ayrımını yapmaktadır. Bu ayrımında görsel tasarımın bilinçli yapıldığına dikkat çekmektedir¹⁷⁶. Yapılan tasarımlar, belirli konular için yapılır ve topluma sunulur. Toplum bu tasarımlarla kendini ve kişileri yönlendirir. Bu afişler gerek küçük yaş grupları gerekse yetişkinler için hazırlanmıştır. Aşağıda bağımsız iki gruba uygulanan anketlerin t-testi değerlendirmeleri verilmiştir.

Tablo 8: Afiş 1 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	45,45	9,96	158	1,05	,29
Öğrenci	140	48,34	11,20			

Tablo 8’ de görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 45,45 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 48,34 dür. Ortalamalar arasında bir fark görülmektedir ancak Afiş 1. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki farkın anlamlı olmadığı belirlenmiştir ($t_{(158)}=1,05$, $p>0.05$).

Yani afiş 1 için uzman ve öğrenci aynı değerlendirmeyi yapmışlardır. Becer’e göre, bir tasarımda vurgulayıcı unsurun ne olacağını ve tasarımın neresinde kullanılacağını saptanması gerekir¹⁷⁷. Vurgulayıcı unsur, konuya, müşterinin tutumuna ve hedef kitlenin özelliklerine göre değişebilir. Vurgulama; ön plana çıkması gereken unsur ile ikinci planda kalması gereken unsur arasında gerçekleştirilecek bir yön, boyut, biçim, doku, renk, ton ya da çizgi kontrastı ile sağlanabilir.

Tablo 9: Afiş 2 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	49,00	8,94	158	0,81	,41
Öğrenci	140	51,12	11,64			

Tablo 9 da görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 49.00 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 51,12 dir. Ortalamalar arasında bir fark görülmektedir ancak Afiş 2. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki farkın anlamlı olmadığı belirlenmiştir ($t_{(158)}=0,81$, $p>0.05$).

¹⁷⁶ Barnard, M. (2002). **Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür**. Ütopya Yayınları, Ankara, 2002. . S. 30

¹⁷⁷ Becer, Emre. **İletişim ve Grafik Tasarım**, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları. 1999. S. 74

Lucienne'ye göre, tasarımcılar yaptıkları işin sadece estetik değerlerine değil belki daha da önemli bir oranda içerik ve uygulamasına da karışmalı¹⁷⁸. Toplumu sosyal bir varlık olan insanlar oluşturuyor. Yapılan uygulamalar yaşadığımız dünyaya bir artı değer katmaktadır. Bu değer hem estetik açıdan hem de içerik açıdan toplumun beklentisini karşılamalıdır. Grafik tasarımı sosyal değeri olmayan bir dekorasyon olarak görmek onun gücünü azaltır. Bu gücü azaltmamak için tasarımlarımızda daha dikkatli ve dik bir duruş sergilemeliyiz.

Afiş 2 için uzman ve öğrenci aynı değerlendirmeyi yapmışlardır.

Tablo 10: Afiş 3 için Uzman- Öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	46,25	10,33	158	2,45	,01
Öğrenci	140	52,33	11,34			

Tablo 10 da görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 46.25 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 52,33 dür. Ortalamalar arasında bir fark görülmektedir. Afiş 3. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki anlamlı farkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($t_{(158)}=2,45$, $p>0.05$).

Vurman, “bir şeyi iyi göstermekle iyi yapmak farklıdır. Doğru bir şey yapıp hoş görünmesini de sağlayabilirsin. Ama sadece hoş, farklı, stilize bir şeyle yola çıkıp, sonunda nasıl olsa anlaşılacağını varsayamazsın. Benim temel vurgum anlama üzerine. Vurman’a göre iletişimcilerin asıl görevi bilgiyi anlaşılır kılmaktır. Önce tasarımda işlev sonra biçim gelir.” demektedir¹⁷⁹. Burada bir tasarım yaparken bilgi vereceğim kaygısıyla, afiş üzerinde çokça yoğunlaşmanın da görsel üzerinde yıpranmaya sebebiyet verir. Farklı olacağım derken konu ile görsel arasını iyice açmak gözü tasarımdan uzaklaştırabilir.

Yani afiş 3 için uzman ve öğrenci anlamlı farkla farklı değerlendirmeyi yapmışlardır.

Tablo 11: Afiş 4 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	49,00	10,37	158	1,01	,31
Öğrenci	140	51,80	11,73			

Tablo 11 de görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 49,00 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 51,80 dir. Ortalamalar arasında bir fark görülmektedir

¹⁷⁸ Lucienne Roberts. “Dedi ki”, **GMK**, 2012, s.3

¹⁷⁹ Wurman, Richard Saul. Bilgi Mimarlığı, Dedi ki, **GMK**, 2002, s.5

ancak Afiş 4. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki farkın anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. ($t_{(158)}=1,01$, $p>0.05$).

Tepecik'e göre, Sadelik kavramı grafik tasarım içerisinde renk, çizgi ve kompozisyon öğelerinin ilişkileriyle ortaya konulan önemli bir unsurdur. Tasarımcı mal ve hizmet tüketicilerine afiş tasarımıyla hitap ederken karmaşıklığı ortadan kaldırıp afişteki yalınlık ve estetiği bir arada vermeye çalışmalıdır. Çizgi renk ve tipografik ilişkilerin birlik içerisinde olması afişteki uyumu artırır ve izleyici ile afiş arasında anlamlı bir iletişim kurulacaktır¹⁸⁰.

Afiş 4 için uzman ve öğrenci aynı değerlendirmeyi yapmışlardır.

Tablo 12: Afiş 5 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	54,70	11,17	158	0,08	,93
Öğrenci	140	54,43	12,85			

Tablo 12 de görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 54,70 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 54,43 dür. Ortalamalar arasında bir fark görülmektedir ancak Afiş 5. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki farkın anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. ($t_{(158)}=0,08$, $p>0.05$).

Tepecik'e göre, afiş tasarımında grafik sanatçısını ilgilendiren önemli bir konu biçim kompozisyonudur. Dünya sanat tarihinde tüm biçimlendirmeler altın kesit oranı denilen hesaplama göre tasarlanmıştır. Küçük parçanın büyük parçaya, büyük parçaların tüme oranlanması biçimindedir. Bu formülle ideal geometrik formu yakalamak mümkündür¹⁸¹.

Biçim-kompozisyon arasındaki fark kaldırıldığında, karşı tarafa aynı sürede verilen mesajda aynı etkiyi verecektir. Afiş 5 için uzman ve öğrenci aynı değerlendirmeyi yapmışlardır.

Tablo 13: Afiş 6 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	45,90	12,30	158	1,51	,13
Öğrenci	140	50,22	11,88			

¹⁸⁰ Tepecik, Adnan. Grafik Tasarlama İlkelerine Dayalı Tasarım Yöntem ve Teknikleri. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Doktora Tezi). 1994. S. 92

¹⁸¹ A.g.e. S. 94

Tablo 13 de görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 45,90 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 50,22 dir. Ortalamalar arasında anlamlı bir fark görülmektedir ancak Afiş 6. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki farkın anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. ($t_{(158)}=1,51$, $p>0.05$).

Afişte iki farklı zemin renk kullanılmıştır. Mavi ve kahverengi renklerle arka planda iki alan elde edilmiştir. İki adet beyaz renkli güvercin birbirine simetri olarak yerleştirilmiştir. Barışı simgeleyen zeytin dalı kullanılmıştır. Slogan sağ tarafta, yukarıya doğru yönlendirilerek yazılmıştır. Güvercin ve zeytin dalı sembollerinin kullanılması afiş 6 için uzman ve öğrenci aynı değerlendirmeyi yapmış olabilirler. Çünkü istatistiksel olarak farklı anlam olmadığı sonucuna varılmıştır.

Tablo 14: Afiş 7 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	51,00	8,94	158	0,17	,86
Öğrenci	140	51.54	11,64			

Tablo 14 de görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 51.00 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 51,54 dür. Ortalamalar arasında bir fark görülmektedir ancak Afiş 7. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki farkın anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. ($t_{(158)}=0,17$, $p>0.05$).

Afiş 7'nin arka fonunda kalabalık bir insan topluluğu ve siyah-beyaz renklerde kuş topluluğu görülmektedir. Çizgisel yarım daire helezonları ile bir boşluk oluşturulmuştur. Demokrasi vurgusu insan ve kuşların bir arada yaşaması vurgusu ile yansıtılmış olabilir. Topluluk vurgusu insana kalabalığı ve kuş topluluğu ile yapılmış olması afiş 7 için uzman ve öğrenci aynı değerlendirmeyi yapmış olabilir. Çünkü istatistiksel olarak farklı anlam olmadığı sonucuna varılmıştır.

Tablo 15: Afiş 8 için Uzman- Öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	52,10	11,95	158	0,10	,91
Öğrenci	140	51,78	12,87			

Tablo 15 de görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 52,10 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 51,78 dir. Ortalamalar arasında bir fark görülmektedir ancak Afiş 8. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki farkın anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. ($t_{(158)}=0,10$, $p>0.05$).

Afiş 8’de siyah zemin üzerinde tipografik “racism” yazısı ile afiş yapılmıştır. Tasarımcı burada günümüz olaylarını yansıtır bir tavır sergilemiştir denebilir. Shakespeare, Hamlet oyununda “sanatçı zamanın olaylarını yansıtan kimsedir” diyerek böyle vurgu yapmıştır¹⁸². Sade bir üslupla hazırlanmış bu Afiş 8 için, uzman ve öğrenci aynı değerlendirmeyi yapmışlardır.

Tablo 16: Afiş 9 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	53,65	12,86	158	0,75	,45
Öğrenci	140	55,62	10,65			

Tablo 16 da görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 53,65 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 55,62 dir. Ortalamalar arasında bir fark görülmektedir ancak Afiş 9. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki farkın anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. ($t_{(158)}=0,75$, $p>0.05$).

Afiş 9’da gri zemin üzerinde zafer işareti ile ortalananmış, çapraz “no racism” tipografisi ile ırkçılığa hayır sloganı kullanılmıştır. İki el figürü kullanılmış, bir tanesi siyah renkte diğeri kontur çizgilerle yansıtılmıştır. Zafer işaretinin grafiksel olarak çok kullanılması afiş 9 için, uzman ve öğrenci aynı değerlendirmeyi yapmış olabilirler.

Tablo 17: Afiş 10 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	47,90	11,84	158	2,14	,03
Öğrenci	140	53,97	11,83			

Tablo 17 de görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 47,90 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 53,97 dir. Ortalamalar arasında bir fark görülmektedir. Afiş 10. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki anlamlı farkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($t_{(158)}=2,14$, $p>0.05$).

¹⁸² Bozkurt, Nejat, **Sanat ve Estetik Kuramları**, Ankara, Sentez yayınları, 2013, s.15

Afiş 10’da gri zemin üzerinde tipografik “demokrasi” ye evet vurgusu kullanılmıştır. Güzellik sözcüğü, sizin ondan anladığınız bizim anlamadığımızdan farklı bile olsa güzellik anlamına gelir. Altını da çizseniz, harflerin arasını da açsanız, yarı-bold da dizseniz daha kesin bir anlam kazandırmazsınız ona. Bir cümle ya anlaşılır ya da anlaşılmaz. Onun anlaşılmasını sağlamak grafik tasarımcının değil yazarın işidir. Oysa mesajın görünümü, sunumu, yani okunmadan önce görülen hali temel olarak grafik tasarımın konusudur. İnsanların çoğu yazılanı gerçek mesaj olduğunu düşünür. Oysa gerçek bunun tam tersidir. Kamunun ilk gördüğü, mesajın görünüm ve sunumudur ki, mesajı gönderen hakkındaki fikrinin biçimlendiren de budur. Grafik tasarımın asıl amacı duyguları uyandırmaktır. Herhangi bir sonuç çıkarmadan önce biçim ve yapıları algılayınız ve bunlarda tabii ki pek çok farklı şekillerde görülebilir gözümüze. İşte bu yüzden tasarımcılar görüntülerin, yazarlarsa sözcüklerin gücüne inanırlar¹⁸³.

Sonuç olarak afiş 10 için uzman ve öğrenci anlamlı farkla farklı değerlendirmeyi yapmışlardır. Çünkü farklı duygulardan yola çıkarak görsel değerlendirmeye gidilmiştir.

Tablo 18: Afiş 11 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	58,15	9,49	158	0,69	,49
Öğrenci	140	56,17	12,21			

Tablo 18 de görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 58,15 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 56,17 dir. Ortalamalar arasında bir fark görülmektedir ancak Afiş 11. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki farkın anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. ($t_{(158)}=0,69$, $p>0.05$).

Afiş 11’de güvercin ve kartal figürü kullanılmıştır. Beyaz renkle güvercin, siyah renkle kartal vurgusu yapılmış, güvercinin gagasında zeytin dalı, kartalın gagasında ise kılıç vardır. Biri güç, savaşı diğeri ise barışı sembolize etmektedir. Tasarım dünyasında kullanılan bu öğelerde, afiş 11 için, uzman ve öğrenci aynı değerlendirmeyi yapmışlardır.

¹⁸³ Judith M. Grieshaber, Manfred Kröplien. **Yeni Grafik Tasarımın Felsefesi**. Çev: Hakan Öneş, İstanbul: İletişim Yayınevi, 1990. s. 130

Tablo 19: Afiş 12 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	56,10	10,47	158	0,28	,77
Öğrenci	140	56,86	11,40			

Tablo 19 da görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 56,10 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 56,86'dır. Ortalamalar arasında bir fark görülmektedir ancak Afiş 12. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki farkın anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. ($t_{(158)}=0,28$, $p>0.05$).

Afiş 12'de mavi zemin üzerinde fermuar formu kullanılmıştır. Fermuarın dişlilerini insan figürleri oluşturmaktadır. Figürler siyah ve beyaz renklidir. Fermuar ile toplum hangi renkten olurlarsa olsunlar birleştirici bir güç beraber yaşamayı kolaylaştıracağı vurgusu yapılmıştır. Mavi rengin psikolojik "bağlılık" anlamı çağrıştırması ile vurgu desteklenmiştir. Afiş 12 için uzman ve öğrenci aynı değerlendirmeyi yapmışlardır.

Tablo 20: Afiş 13 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	45,60	11,13	158	0,91	,36
Öğrenci	140	48,22	12,20			

Tablo 20 de görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 45,60 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 48,22'dir. Ortalamalar arasında bir fark görülmektedir ancak Afiş 13. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki farkın anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. ($t_{(158)}=0,91$, $p>0.05$).

Afiş 13'te, kırmızı zemin üzerinde erkek ve kadın figürü beyaz renkte kullanılmıştır. Anlamlı farkın olmadığı bu afişte tasarım kriterleri açısından aynı görüş ve fikre ortak bir akılla veya gözle bakıldığı görülmektedir. Yani afiş 13 için uzman ve öğrenci aynı değerlendirmeyi yapmışlardır.

Tablo 21: Afiş 14 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	46,45	13,58	158	0,19	,84
Öğrenci	140	47,12	14,46			

Tablo 21 de görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 46,45 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 47,12’dir. Ortalamalar arasında bir fark görülmektedir ancak Afiş 14. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki farkın anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. ($t_{(158)}=0,19$, $p>0.05$).

Afiş 14’de beyaz zemin üzerinde tipografik “demokrasi” kelimesi kullanılmıştır. Topluluk karıncalar figürü ile sembolize edilmiştir. Demokrasi kelimesinin inşasında karıncaların birlik beraberlik içinde demokrasi kavramının güçlenmesi vurgusu yapılmıştır. Afiş 14 için uzman ve öğrenci aynı değerlendirmeyi yapmışlardır.

Tablo 22: Afiş 15 için uzman- öğrenci bağımsız t-testi sonuçları

Gruplar	N	X	S	Sd	t	p
Uzman	20	42,60	12,42	158	0,28	,77
Öğrenci	140	41,61	14,64			

Tablo 22 de görüldüğü gibi uzmanların ortalamaları 42,60 iken öğrencilerin değerlendirme ortalamaları 41,61’dir. Ortalamalar arasında bir fark görülmektedir ancak Afiş 15. İçin yapılan bağımsız t-testi sonucunda uzmanlar ile öğrenciler arasındaki farkın anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. ($t_{(158)}=0,28$, $p>0.05$).

Yani afiş 15 için uzman ve öğrenci aynı değerlendirmeyi yapmışlardır.

Gümüş’e göre, tasarım sürecinde genel bilgi birikimi, araştırma ve gözleme ek olarak tasarım metotları ve görselleştirme becerileri de önemli bir rol oynar¹⁸⁴. Buradaki afişler arasındaki farkların sebebi de bilgi birikimi, araştırma, gözlem yeteneği, görselleştirme becerilerinin farklı kişiler tarafından yapılmış olmasıdır.

4.1.7.Gruplar Arası One –Way Anova Testi Sonuçları

Bu varyans analizinde iki ya da daha fazla ortalama arasında gruplar arasında fark olup olmadığı ile ilgili hipotezi test etmek için kullanılmıştır.

Tablo 22’den Tablo 36’ya kadar, iki ya da daha fazla ortalama arasında, Gruplar Arası One –Way Anova Testi değerlendirmeleri Yapılmıştır.

İki ya da daha fazla ortalama arasında, gruplar Arası One –Way Anova Testi değerlendirmelerinde afişler arasında anlamlı bir farkın olmadığı afişler; 6. ve 14 Afişlerdir. Diğerlerinde anlamlı bir farkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

¹⁸⁴ Gümüş, E. Bilgisayar destekli tasarım, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İç Mimari ve Dekorasyon, iç Mimarlık Anasanat Dalı, Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi. 2007

Tablo 23: Afiş 1 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	2977,719	4	992,573	8,652	,00	GSF-MYO
Gruplar içi	17897,225	156	114,726			KML-MYO
Toplam	20874,944	160				

Tablo 23 de, Afiş 1 için, grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması ($x=45,45$), GSF öğrencilerinin ortalaması($x=51,40$), MYO öğrencilerinin ortalaması($x=39,90$), KML öğrencilerinin ortalaması($x=49,12$), en az iki grup arasında anlamlı fark olduğu belirlenmiştir ($F_{(3-156)}=8.65$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın GSF-MYO ve KML –MYO arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Mau, 1998'te Amsterdam'da yapılan Doors of Perception (Algılama Kapıları) konferansında “Gelişme için Tamamlanmamış Manifesto’da” 43 tavsiye ve öğütten oluşan bir konuşmasının içinde “Daha hızlı hata yapın, Olayların sizi değiştirmesine izin verin” demektedir¹⁸⁵.

Afiş 1 için gruplar arasında anlamlı bir farkın olması tabakalı gruplar olmasından kaynaklı olabilir. Her grubun almış olduğu tasarım eğitimi ve gruplar arası hazır bulunuşluk hali bu farkı ortaya çıkarmış olabilir. Bu fark tasarım eğitim konusunda her grubun farklı seviyede olduğunu da göstermektedir.

Tablo 24: Afiş 2 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	1406,109	4	468,703	4,143	,00	GSF-MYO
Gruplar içi	17649,585	156	113,138			KML-MYO
Toplam	19055,694	160				

Tablo 24, Afiş 2 için grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması ($x=49,00$), GSF öğrencilerinin ortalaması($x=53,02$), MYO öğrencilerinin ortalaması($x=45,26$), KML öğrencilerinin ortalaması($x=52,17$), en az iki grup

¹⁸⁵ Bruce Mau. Gelişme için Tamamlanmamış Manifesto, Dedi ki, **GMK**, 2002 s.4

arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($F_{(3-156)}=4,14$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın GSF-MYO ve KML –MYO arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Afiş 2 için gruplar arasında anlamlı bir farkın olması tabakalı gruplar olmasından kaynaklı olabilir. Her alanda olduğu gibi afiş tasarımı da coşkunun ve özgürlüğün hâkim olduğu tasarımlarda, yeniden üretirken içeriğine uygun üretilen her ürünün işlevselliği, ayırt edilebilirliği ve yeterliliğini gruplar arası ya da kişilere göre farklılığı, dolayısıyla bir üslup disiplinine dayatmış olabilir.

Tablo 25: Afiş 3 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	2150,337	4	716,779	7,190	,00	UZM-KML
Gruplar içi	15552,763	156	99,697			MYO-KML
Toplam	17703,100	160				

Tablo 25, Afiş 3 için grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması ($x=46,25$), GSF öğrencilerinin ortalaması ($x=52,25$), MYO öğrencilerinin ortalaması ($x=47,06$), KML öğrencilerinin ortalaması ($x=56,42$), en az iki grup arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($F_{(3-156)}=7,19$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın UZM-KML ve MYO-KML arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Burada, paradigma değişimi gruplar arası farklı modifikasyondan kaynaklanmaktadır. Paradigma değişimi, algılama, düşünme, değer verme ve davranış biçimimizin radikal olarak değişmesini sağlayacak yeni değerler dizgesinin doğması demektir. Saruhan ve Özdemir'e göre paradigma değişimleri, olayların ve olguların bireyin bilincinde ve/veya bilinçaltındaki yansımaları değiştirir. Algılanan veriler paradigma değişiminden öncekiyle aynı olsa dahi bu verilerin anlamlandırılması farklılaşacağından bireyin hayatındaki her olgu da öncekinden farklı olacaktır¹⁸⁶.

¹⁸⁶ Saruhan Şadi Can ve Özdemirci Ata, **Bilim, Felsefe ve Metodoloji**, Araştırmada Yöntem Problemi (SPSS Uygulamalı), 2005, İstanbul.

Afiş 3 için uzman ve KML arasında anlamlı fark vardır. MYO ve KML arasında da anlamlı fark vardır. Ama UZM ve MYO arasında anlamlı fark yoktur.

Tablo 26: Afiş 4 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	1471,782	4	490,594	3,856	,011	GSF-MYO
Gruplar içi	19845,818	156	127,217			KML-MYO
Toplam	21317,600	160				

Tablo 26, Afiş 4 için grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması ($x=49,00$), GSF öğrencilerinin ortalaması ($x=52,87$), MYO öğrencilerinin ortalaması ($x=46,00$), KML öğrencilerinin ortalaması ($x=54,27$), en az iki grup arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($F_{(3-156)}=3,85$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın GSF-MYO ve KML-MYO arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Afiş 4’te sarı zemin üzerinde beyaz konuşma balonu ve siyah renkle dolmakalem ucu bulunmaktadır. Burada konteksti farklılığı her afiş tasarımın görüntüsel hem de tasarımcıdaki psikolojik içerik vurgusunun bütünlüğü olabilir. Morinin “yanılsama” kavramı bu gruplar arası farklılığın dışa vurmuş hali denilebilir¹⁸⁷.

Tablo 27: Afiş 5 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	3469,806	4	1156,602	8,249	,000	UZM-MYO GSF-MYO
Gruplar içi	21872,038	156	140,205			KML-MYO
Toplam	25341,844	160				

¹⁸⁷ Morin, Edgar, **Gelecek Eğitimi İçin Gerekli Yedi Bilgi**, 2006, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.

Tablo 27, Afiş 5 için grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması ($x=54,70$), GSF öğrencilerinin ortalaması ($x=57,35$), MYO öğrencilerinin ortalaması ($x=44,93$), KML öğrencilerinin ortalaması ($x=56,45$), en az iki grup arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($F_{(3-156)}=8,24$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın UZM-MYO, GSF-MYO ve KML-MYO arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Afiş 5'te gri zemin üzerinde siyah renkte dişiliği ve erkekliği sembolize eden imgeler kullanılmıştır. Mesajın açıklanmasında görev piktografik unsurlara kalmıştır. Slogan kullanılmamıştır. Afişe bakıldığında ilk göze çarpan görsel unsur, sayfanın ortasında yer alan bir erkek ve dişi imgesidir. Hedef kitlenin dikkatini çekmeye yönelik olarak, tanınmış bu imgenin kullanıldığı düşünülmektedir. Kullanılan görsellerin anlaşılır bir biçimde tasarımda yer aldığı görülmektedir. Dört farklı grup eşleştirmelerinde gruplar arası anlamlı fark ortaya çıkmıştır.

Tablo 28: Afiş 6 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	933,929	4	311,310	2,217	,088	FARK YOK
Gruplar içi	21904,446	156	140,413			
Toplam	22838,375	160				

Tablo 28, Afiş 6 için grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması ($x=45,90$), GSF öğrencilerinin ortalaması ($x=48,24$), MYO öğrencilerinin ortalaması ($x=51,20$), KML öğrencilerinin ortalaması ($x=52,97$), en az iki grup arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($F_{(3-156)}=2,21$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Afiş 6'ya bakıldığında ilk göze çarpan görsel unsur, sayfanın ortasında yer alan güvercin imgeleridir. Mesajın açıklanmasında görev bu yalın güvercini sembolize eden imgesel unsurlara kalmıştır. Gruplar arası anlamlı bir fark yoktur. Her grup puantajları arasında yakın değerler olduğu görülmektedir.

Tablo 29: Afiş 7 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	2058,448	4	686,149	4,240	,007	MYO-KML
Gruplar içi	25247,452	156	161,843			
Toplam	27305,900	160				

Tablo 29, Afiş 7 için grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması ($x=51,00$), GSF öğrencilerinin ortalaması ($x=51,81$), MYO öğrencilerinin ortalaması ($x=45,03$), KML öğrencilerinin ortalaması ($x=55,95$), en az iki grup arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($F_{(3-156)}=4,24$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın MYO ve KML arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Afiş 7'ye bakıldığında sadece MYO ve KML arasında anlamlı fark vardır. Kullanılan imgeler anlaşılardır. Yine kullanılan imgelerin mesajın vurgusunun kuvvetlendirilmesi için kurgusal, daha açıklayıcı ve dikkat çekici imgeler de kullanılabilirdi. Kullanılan imgeler büyüklükleri ile dikkat çekicidir. Ama üzerinde daha çok düşündüren, etkileyici görüntüler kullanılarak da dikkat çekilebilirdi.

Tablo 30: Afiş 8 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	1328,590	4	442,863	2,830	,040	GSF-MYO
Gruplar içi	24412,510	156	156,490			
Toplam	25741,100	160				

Tablo 30, Afiş 8 için grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması ($x=52,10$), GSF öğrencilerinin ortalaması ($x=53,92$), MYO öğrencilerinin ortalaması ($x=46,03$), KML öğrencilerinin ortalaması ($x=52,35$), en az iki grup

arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($F_{(3-156)}=2,83$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın GSF ve MYO arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Afiş 8'e bakıldığında sadece GSF ve MYO arasında anlamlı fark vardır. Genel anlamda afişin tasarımıyla ve kullanılan tipografi unsurla güçlü olduğu görülmektedir. Basit, karmaşadan uzak imgelerle de dikkat çekici tasarımlar yapılabilir. Elde edilen veriler ve anket formuyla yapılan incelemelerde imgelerin kullanımında GSF ve MYO arasında anlamlı fark olduğu belirtilmiştir.

Tablo 31: Afiş 9 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	627,423	4	209,141	1,777	,154	FARK YOK
Gruplar içi	18364,077	156	117,718			
Toplam	18991,500	160				

Tablo 31, Afiş 9 için grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması ($x=53,65$), GSF öğrencilerinin ortalaması ($x=56,31$), MYO öğrencilerinin ortalaması ($x=51,86$), KML öğrencilerinin ortalaması ($x=57,22$), en az iki grup arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($F_{(3-156)}=1,77$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Afiş 9'a bakıldığında zafer işareti imgesi ortalanmış gözükmemektedir. İletişim, etken, dinamik ve sürekli bir süreç olarak, değiştirici ve dönüştürücü, düşünce ve eylemi hedefleyen iletilerle gerçekleşir¹⁸⁸. Bu iletiler daha çok göze hitap ederse etkisi ve paylaşımcı gücü daha fazla olabilir. Bu düşünceden hareketle gruplar arası fark yoktur. Hazırlanan 9. Afiş yakın puantaj da değerler alarak farkı kapatmıştır.

¹⁸⁸ Burton, G. **Görünenden Fazlası**. Çev: Nefin Dinç. İstanbul: Alan Yay. 1998. S.33-36

Tablo 32: Afiş 10 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	1431,890	4	477,297	3,486	,017	UZM-GSF GSF-MYO
Gruplar içi	21360,885	156	136,929			
Toplam	22792,775	160				

Tablo 32, Afiş 10 için grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması ($x=47,90$), GSF öğrencilerinin ortalaması ($x=56,27$), MYO öğrencilerinin ortalaması ($x=50,73$), KML öğrencilerinin ortalaması ($x=52,37$), en az iki grup arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($F_{(3-156)}=3,48$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın UZM-GSF ve GSF-MYO arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Afiş 10' a bakıldığında gri zemin üzerinde demokrasiye evet sloganı kullanılmıştır. Hedef, 'hedeflenen' kitlenin zihinleridir. Le Bon'un işaret ettiği gibi olayları değil, özellikle onların ortaya çıkış biçimlerini, duyguları eklemleyerek, birbiri üzerine yıkılan ve biriken biçimde zihni dolduran ve zapt eden heyecan verici hayallere dönüştürür¹⁸⁹. Bu hayaller bir nesne olan afişlerle yapılırsa duyuşsal bir bağla olguları temsil ederek dikkat çekici ve akılda kalıcı olabilir.

Gruplar arası anlamlı fark ortaya çıkmıştır. Sayısal veriler doğrultusunda 10. Afişin İmgesel yapısının etkileyici olmasında sorunlar olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 33: Afiş 11 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	1481,012	4	493,671	3,657	,014	MYO-KML
Gruplar içi	21056,088	156	134,975			
Toplam	22537,100	160				

¹⁸⁹ Le Bon, G. **Kitleler Psikolojisi**. İstanbul: Hayat Yay. 2001. S. 51

Tablo 33, Afiş 11 için grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması ($x=58,15$), GSF öğrencilerinin ortalaması ($x=56,34$), MYO öğrencilerinin ortalaması ($x=50,83$), KML öğrencilerinin ortalaması ($x=59,90$), en az iki grup arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($F_{(3-156)}=3,48$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın MYO-KML arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Afiş 11'in görsel düzenlemeleri incelendiğinde; afişin sağ tarafında yer alan güvercin figürü ile sol tarafta yer alan kartal figürü öğelerle dengelenerek simetrik bir denge oluşturmuştur. Zeminin siyah ve beyaz renkte olması tasarımı ferahlatmıştır. Görsel öğeler birbirlerinden ayrı tasarım elamanları olmasına rağmen farklı büyüklükleri ve renkleri ile bir bütünlük oluşturmuştur. Bu elemanlar arasında bir kopukluk oluşmamıştır. Tasarım bir bütün olarak incelendiğinde hiyerarşik düzen içerisinde ilk olarak görüntü öğeleri dikkat çekmektedir. Afişin kullanılan görüntü öğeleri ile ilgi çekmeye çalıştığı görülmektedir. Bundan dolayıdır ki sadece MYO ve KML arasında anlamlı fark vardır.

Tablo 34: Afiş 12 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	199,859	4	66,620	,521	,669	FARK YOK
Gruplar içi	19962,585	156	127,965			
Toplam	20162,444	160				

Tablo 34, Afiş 12 için grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması ($x=56,10$), GSF öğrencilerinin ortalaması ($x=57,62$), MYO öğrencilerinin ortalaması ($x=54,66$), KML öğrencilerinin ortalaması ($x=57,17$), en az iki grup arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($F_{(3-156)}=0,52$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Afiş 12'de imgesel öğeler bir simetrik denge ve bir bütünlük oluşturmuştur. Göz bir noktadan başlayarak düzgün bir yol izleyerek hareket etmektedir. Tasarımda dikkati

çeken ilk nokta tasarım yüzeyinin ortasında yer alan görüntüdür. Görüntü büyüklüğü ile dikkat çekmektedir. Afişi tüm tasarım elemanları ile birlikte gözlemlediğimizde ilgi çektiğini görmekteyiz. Kullanılan imgenin bir kurgusunun olduğu, izleyici kitlesinin üzerinde düşündüren bir etki bıraktığı görülmektedir. Bazen tek bir imge slogan kullanılmadan tüm mesajı ileterek hedef kitlesini etkileyebilmektedir. Genel olarak afişin estetik duyarlılıkta olduğu görülmektedir. Bu yüzden gruplar arası fark yoktur.

Ekici'ye göre, grafik ürünün ham maddelerinden ve grafik tasarım ilkelerinden yola çıkarak oluşturulan sözel ve görsel unsurların görsel yoldan en dikkat çekici ve en iyi algılandıkları ürünler grafik uygulama alanında yer alan afiş tasarımlarıdır¹⁹⁰. Ben buradayım beni hala anlamadın mı diyen bir afiş, tasarımın algılama süreci olarak tanımlanabilir. Görsel ve zihinsel mekanizma örgütlenip, anlamlı şekle dönüşmesi olarak yorumlanabilir.

Tablo 35: Afiş 13 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	1418,982	4	472,994	3,392	,020	FARK YOK
Gruplar içi	21753,418	156	139,445			
Toplam	23172,400	160				

Tablo 35, Afiş 13 için grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması (x=45,60), GSF öğrencilerinin ortalaması (x=51,27), MYO öğrencilerinin ortalaması(x=45,00), KML öğrencilerinin ortalaması(x=45,32), en az iki grup arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($F_{(3-156)}=3,39$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Afiş 13'te görsel öğeler dengeli bir şekilde kullanılmıştır ve simetrik denge hâkimdir. Tasarım elemanları yani hem görsel öğeler hem tipografik öğeler hem de diğer tasarım öğeleri farklı büyüklükte kullanılmasına rağmen tam bir bütünlük vardır denilmektedir. Hiyerarşik düzene baktığımızda ilk dikkati çeken erkek ve dişi

¹⁹⁰ Nur, Ekici. Grafik Eğitiminde Öğrencilerin Görsel Algı Ve Algılama Farklılıklarının Afiş Tasarımları Yoluyla Saptanması, Gazi Üniversitesi Eğitim bilimler Enstitüsü Uygulamalı Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Grafik Eğitimi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2004. s.4

figürler dikkati çekmektedir. Gruplar arası puantajlara bakıldığında anlamlı bir fark yoktur.

Tom’a göre, başarılı bir tasarım işletmecisinin en önemli parçası ‘kullanılabilirlik’ ve kullanıcı merkezli tasarım’ demektir. İnsanların bilgiyi nasıl tükettiklerini ve dönüştürdüklerini bilmek önemli değil, sadece neyin iyi görüldüğünü bilmek önemli. Tasarım; karışık insan ilişkilerini bayağılaştırmadan basitleştirir. Gerçekten iyi bir tasarım, neler olabileceği konusunda bize hayal gördürür. Geleceğe yatırım yaptığını anlamasını sağlar. İyi tasarımcılar olmadan önce iyi düşünürler olmamız gerekiyor¹⁹¹. Tasarımcılara düşen görev de herkesin baktığında aynı mesajı ulaştırabilen aynı hayali gördüren tasarımlar olmalarıdır.

Tablo 36: Afiş 14 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	343,402	4	114,467	,553	,647	FARK YOK
Gruplar içi	32275,292	156	206,893			
Toplam	32618,694	160				

Tablo 36, Afiş 14 için grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması ($x=46,45$), GSF öğrencilerinin ortalaması ($x=48,20$), MYO öğrencilerinin ortalaması ($x=44,23$), KML öğrencilerinin ortalaması ($x=47,42$), en az iki grup arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($F_{(3-156)}=0,55$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Afiş 14’de baktığımızda dengeli olduğunu ve bu dengenin simetrik denge ile sağlandığı görülmektedir. Tasarımın hiyerarşik düzenine baktığımızda öncelikle baskın olarak kullanılmış olan karınca figürlerinin daha sonra ise büyük ebatlarda kullanılmış olan demokrasi tipografik öğelerin dikkat çektiği görülür. Tasarım beyaz renk ile vurgulanmıştır.

¹⁹¹ Tom Klınkøwstein. Dedi ki, **GMK**, 2003. s.12

Sanattan farklı olarak tasarımda bu uzlaşmanın sağlanması çoğu zaman ön koşuldur. Ortada duyurulması şart koşulan bir mesaj olduğunda duygusal bir tasarım yaklaşımında bile bu uzlaşmanın gerekliliği göz ardı edilemez¹⁹².

Sonuç olarak afiş 14 içinde görsel hem fikirlik söz konusudur. Genel olarak baktığımızda ilgi çekici bir tasarımdır. Analiz puantajına göre gruplar arası anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 37: Afiş 15 için Gruplar arası One –Way Anova testi sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Gruplar arası	1081,462	4	360,487	1,774	,154	FARK YOK
Gruplar içi	31693,513	156	203,164			
Toplam	32774,975	160				

Tablo 37, Afiş 15 için grubu oluşturan uzmanların değerlendirme ortalaması (x=42,60), GSF öğrencilerinin ortalaması(x=43,55), MYO öğrencilerinin ortalaması(x=42,86), KML öğrencilerinin ortalaması(x=37,27), en az iki grup arasında anlamlı fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($F_{(3-156)}=1,77$, $P<0.05$). Yapılan Tukey çoklu karşılaştırma sonucunda, anlamlı farkın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Afiş 15’e baktığımızda, tasarımda dikkati çeken ilk nokta tasarım yüzeyinin ortasında yer alan fotoğrafik görüntüdür. Fakat görüntü büyüklüğü ile dikkat çekmektedir. Afişi tüm tasarım elemanları ile birlikte gözlemlediğimizde ilgi çektiğini görmekteyiz. Kullanılan fotoğrafın bir kurgusunun olduğu, izleyici kitlesinin üzerinde düşündüren bir etki bıraktığı görülmektedir. Ayrıca fotoğraf yanında sloganda kullanılmıştır. Fakat fotoğraf ile bütünleşememiştir. Yine de veri puantajına bakıldığında gruplar arası anlamlı bir fark yoktur.

Sonuç olarak afişler arasındaki bu anlamlı farkın olmadığı bazen görselin ve tasarımın aynı düzeyde karşı tarafa etkisinin olduğunu gösterir. Becer’ göre “Tasarımcı; afiş aracılığıyla vereceği mesajı açıklığa kavuşturmalı, verilmek istenen

¹⁹² Nail Özlüsoylu. 21. Yüzyıl afiş tasarımlarında Görsel Öğelerin İncelenmesi ve Yeni Öneriler, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek lisan Tezi, İzmir, 2004. s. 31

bilgiyi mümkün olduğunca dolaysız bir biçimde aktaracak görsel bir sistem oluşturmalıdır”¹⁹³. Yani herkese göre orijinal kalması farklılaştırmıyor denebilir. Man Ray estetikten ideolojiye kadar bütün kısıtlamalara karşı bağımsızlığını güçlü kişiliği ile korumayı başarır. Man Ray’ın sanata bakışını belki de şu cümlesi ile özetlemek olanaklıdır: "Eğer mükemmeliyet ya da orijinallik arasında bir seçim yapmak zorunda kalsaydım, orijinali seçerdim”¹⁹⁴. Bu cümleden de anlaşıldığı gibi; mükemmele ulaşmadaki arayış bazen öz’den ya da orijinallikten uzaklaştırabilir. Onun için grafik tasarımcı afişin tüm özelliklerine özen gösterirken, tasarımın bütün öğelerini ve estetik unsurları her zaman ön planda tutmak zorundadır.

Grafik sanatçısı alışlagelmiş biçimlerin dışına çıkarsa hazırlanan afiş tasarımı daha fazla dikkat çekecektir. Hedef kitlenin okuma yazma oranı, kültürel düzeyi ve sanatsal zevkleri de tasarımcıya afişin biçiminin belirlenmesinde yardımcı olacaktır¹⁹⁵. Tasarımcıya düşen görev ise kendisini donanımlı hale getirerek, düzeyli estetiksel ürünler ortamı hazırlayarak, sunarak, mükemmeli kazanma davranışını kazandırma çabası olmalıdır.

¹⁹³ Becer, Emre. **İletişim ve grafik Tasarım**. Ankara: Dost Kitabevi.2002. S. 202

¹⁹⁴ Ray, Man. <http://www.formatd.net/metafor/galeri/20204manray.htm> [02.03. 2012]

¹⁹⁵ Tepecik, Adnan. Grafik Tasarlama İlkelerine Dayalı Tasarım Yöntem ve Teknikleri. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Doktora Tezi). 1994. S. 94

5-SONUÇ

Afişler toplumsal yapının içinde var olan ve görsel kültürün toplum yapısında üretimleriyle devamı sağlayan yardımcı elemanlardır. Afişler bu süreçte dönüşüm yaşayarak insanlık tarihine katkı sağlarlar. Toplumun dinamiğini değiştirerek kendimize yeni yaratımlar ve kullanım alanları oluştururlar. Afişler, popülerliğiyle ve yaşam tarzları ile hayata eş anlam katarlar.

Sanatsal kaygı güdülerek yapılan afişlerde mükemmel olma yoluna gidilirken değişik kusur veya sorunlarla da karşı karşıya gelinebilir. Bunun tam tersi olan, bu tasarım kusurlu olmuş diyebiliriz fakat farklı kişi ve izleyiciler tarafından değerlendirildiğinde ise mükemmel kavramı ile karşılaşabiliriz. Ancak belirli kriterler konulduğunda o kriterler çerçevesinde kusurlu veya mükemmel değerlendirmesi yapılabilir.

Bunun yanında tasarım alanında belirli bir alt yapı oluşturulmalıdır. Tasarımcı kendisini bilgi donanımı olarak yeterli düzeye çıkarma çabasına girebilir. Bunun için sanat tarihi, mitoloji, tasarım felsefesi, sanat sosyolojisi hatta farklı disiplinler kaynaklardan yararlanabilir ve bu yönde yönlendirmeler yapılabilir. Konu alan uzmanları ve tasarımcıların röportajlarını, söyleyişlerini takip edebilir varsa makalelerini okuyabilirler.

Kitlelerin beğenileri farklı da olsa afiş bir duyguyu, düşünceyi ya da bir ürünü direk izleyiciye ileten enstrümanlardan biridir. İzleyicinin gerek sosyal, gerek siyasi gerekse kültürel alanlarda da başvuru en güçlü iletişim aracıdır.¹⁹⁶ Bu sebepten bu afişlerde de farklı insan grupları olması, beğeni çeşitliğini ortaya koymuştur. Bunun göstergesi ise yapılan bu çalışma ile incelenen sosyal içerikli afişlerde, istatistiksel analizlerle tekrar matematiksel okuma yapılmıştır.

¹⁹⁶ Yayla, Hüseyin. Afiş Sanatının Görsel İletişim Sanatlarındaki Yeri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul, 2014

“Demokrasi Şöleni Uluslararası Sanat çalıştayı” etkinliğinden yola çıkılarak çalışmanın konusu belirlenmiştir. Çalışma, Uluslararası boyutta yapılan afişlerin dönem içerisinde nasıl bir evrimsel süreçten geçtiğini ve içeriğinde ne gibi dilsel ve biçimsel değişikliklere uğradığını bugünkü anlamda güncelliğiyle gözlemlenerek bu amaç ile başlatılmıştır.

Çalışma öncesinde, demokrasi şöleni afişleri ön bir araştırma ile incelenmiş, doksana yakın afiş arasından seçilen afişler, tasarımların hangi değerlendirme kriterleri doğrultusunda analiz edileceğine karar verilmiş, çalışmayı oluşturan içerikler ve çözümleme yöntemi belirlenmiştir. Bu bağlamda etkinliğin on beş afişi, belirlenen kriterler üzerinden değerlendirilmiştir.

Tasarımcıların yaptığı veya ortaya koyduğu bu afişler estetiksel biçim açısından incelenmiştir. Mutlak kusurlu veya mutlak güzel-mükemmel eser yoktur denilebilir. Ancak belirli ölçütler ve yardımcı unsurlarla değerlendirmeye sunulursa iyi veya alt seviyede(vasat) yorumuna gidilebilir. Dolayısıyla çalışma kapsamında varılan istatistiksel sonuçlar çalışmaların bir parçası biçiminde ve öneri niteliğinde olduğu düşünülmelidir. Çalışmalarda grafik sanatların bir disiplin olarak afiş konusunda ulaştığı genel teknik ilkelere bağlı kalınmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın bulgularına ve yorumlarına dayalı olarak ulaşılan sonuçlar ve bu sonuçlara bağlı olarak geliştirilen öneriler yer almaktadır. Bu sonuç ve öneriler, araştırmanın problemi çerçevesinde genel durum değerlendirmesine tâbi tutulmuştur.

Tüm Katılımcıların görüşlerinin ortalamalarına göre, 12. Afiş: 56,7688 ortalama ile en fazla değer görülen afiş olduğu anlaşılmaktadır. 15. Afiş: 41,7375 ortalama ile en az değer gören afiş olduğu sonucuna ulaşılmıştır

Uzmanların görüşlerinin ortalamalarına göre, 11. Afiş: 58,15 ortalama ile en fazla değer görülen afiş olduğu anlaşılmaktadır. 15. Afiş: 42,60 ortalama ile en az değer gören afiş olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

GSF Öğrencileri görüşlerinin ortalamalarına göre, 12. Afiş: 57,62 en fazla değer görülen afiş olduğu anlaşılmaktadır. 15. Afiş: 43,55 ortalama ile en az değer gören afiş olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

MYO öğrencileri görüşlerinin ortalamalarına göre, 12. Afiş: 54,66 en fazla değer görülen afiş olduğu anlaşılmaktadır. 1. Afiş: 39,90 ortalama ile en az değer gören afiş olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

KML öğrencilerin görüşlerinin ortalamalarına göre, 11. Afiş: 59,90 en fazla değer görülen afiş olduğu anlaşılmaktadır. 15. Afiş: 37,27 ortalama ile en az değer gören afiş olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

GSF ve MYO öğrencilerine göre 12. Afiş, Uzman ve KML öğrencilerine göre ise 11. Afiş belirlenmiştir. En az değerlendirme ile Uzman, GSF ve KML'ye göre 15. Afiş, MYO göre 1.afiş olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak elde edilen bu sonuçlara göre, tasarım sürecinde mesajı en kısa zamanda ileten veya en hızlı ulaştıran tasarım daha fazla dikkat çekici ve değerlendirme sürecinde öncelikli olduğu belirtilebilir.

Bütün bu analizler sonucunda en yüksek oranda değerlendirilip, seçilen afişlere baktığımızda; tasarımda denge, alanda boşluk kullanımı, özgünlük, sadelik, dikkat çekicilik, mesaj-İmge bütünlüğü, bireyi düşünmeye ve sorgulamaya teşvik edici, verilmek istenen mesaj, renk kullanımı, görsellik gibi özellikler bulunmaktadır. En az oranla değerlendirilen afişlerde ise yukarıda sayılan özellikler eksik veya az kullanıldığı için seçilmemiş olabilir.

İletişim kurmanın değeri her geçen gün daha da arttığından ve bu ihtiyacı karşılamak için, eğer “tasarlanırken mesajın algılanabilir olduğuna, düz anlam yanında yan anlamları da içermesine, mesaj-imge bütünlüğü göstermesine, görsel-sözel hiyerarşiye, beyaz renkli boşluklara, fark edilir olduğuna, tipografik karakterlerin biçim veya imge ile uyumlu bir şekilde düzenlenmesine; çağın kültürel, sosyal ve ekonomik değerlerini en iyi şekilde ifade etmesine dikkat edildiği zaman, afiş çok etkili bir iletişim aracı olmaktadır.¹⁹⁷

Afişler tasarlanırken tasarım kriterleri göz önünde bulundurulmalı, tasarım alanında uzman kişilere danışmalı, sonucunda bu kriterler çerçevesinde bir ürün ortaya konulmalıdır.

Uygulamaya Yönelik Öneriler

1. Sosyal içerikli ve Eğitsel afişler Yüksek Öğretim Kurumu, Milli Eğitim Bakanlığı ve diğer kamu kurumlarında tanıtım kitapları, broşür, afiş vb. grafik ürünlerini hazırlayan, grafik tasarım uzmanları ile eğitim bilimcilerden oluşan komisyona

¹⁹⁷ Mercin, Levent. “Afiş Yarışmalarının Öğretici Yönü”, **Basım Dünyası Dergisi**. Sayı: 89, Kasım Aralık, 2014. s.56

benzer bir komisyon oluşturularak, afişin konusu, görsel ve metinsel öğelerin yerleşimi, yazı biçimi ve rengi üzerinde çalışılmalıdır. Afişler; mesaj iletimi, davranış ve tutum değişimi ve tasarımının ilgi çekiciliği açısından değerlendirilerek ve gözden geçirilerek hazırlanmalı ve asılmalıdır.

2. Özellikle sosyal, eğitsel afişlerin, görsel tasarımcıların, öğrencilerin, sanatçıların, alana ilgisi olan veya olmayan kişilerin dikkatlerini çekebilecek alanlarda sergilenmesi konusunda panolar oluşturulup, görsel görgü kültürü ve estetiği kazandırılmalıdır. Afiş panoları;

- Alışveriş merkezi, hastane, üniversite, fakülte, Okul gibi insan topluluklarının yoğun olduğu mekanlarda, ortak kullanım alanlarında, koridorlarda mevcut panolar ile duyuru panoları karıştırılmamalıdır. Afiş panolarının amacı, hedef kitle olan insanlara sosyal, eğitsel konulara dikkati çekerek konudan haberdar etmek ve onları konu hakkında bilgilendirmek ve sorumluluk sahibi bireyler haline getirmek olmalıdır.

- Afişler; insanların ortak kullandığı, dinlenme aralarını kullandığı, vakit geçirdiği ve afişlerle sıklıkla karşılaşabileceği alanlar olmalıdır.

- Afişlerin renk, boyut ve biçimlerine göre değişebilecek esneklikte ve insanların dikkatlerini çekebilecek özelliklere göre oluşturulmalıdır.

3. Grafik tasarım alanlarında öğrenim gören tasarımcılara, öğrencilere eğitsel ve sosyal afişlere yönelik ilgilerini arttırmak için araştırma ve inceleme uygulamaları verebilirler. Öğrencileri afiş konusunda bireysel ya da ekiple proje çalışmaları yapmaya teşvik edebilirler. Böylece öğrencilerin afişleri fark etmeleri onlar üzerinde eleştirel değerlendirmeler yapabilmeleri için bir fırsat oluşmuş olacaktır.

4. Tasarımcılar afişlerdeki görsel ve tipografik öğeleri göz önünde bulundurarak; tasarımsal açıdan afiş tasarımında kriterleri de dikkate alarak afişlerini tasarlamalıdır.

5. Alışıla gelmiş değil farkındalık yaratılabilen deneysel ve araştırma geliştirme prensibiyle izleyicinin dikkatini çeken, akılda kalıcılığı da ön plana alan afiş tasarımlarına yönlendirilmelidir.

6. Tasarımcının ortaya koyduğu afişler, sadece biçimsel olarak değil bu tasarımı ortaya koyan kişinin yaşamı, duyguları, tutum, ilgi ve davranışlarıyla tanımlanmalıdır.

7. Kusurluluk ve mükemmellik konusunun afiş tasarımları üzerindeki etkisi hakkında yeterli araştırma yoktur. Tasarımcılara, alan uzmanlarına, öğrenciler gelecekte bu alanda yardımcı olma, kapı aralama ve araştırma yapmaları için bu araştırma yapılmıştır ve geliştirebilir.

Araştırmaya Yönelik Öneriler

Araştırma sonuçlarına göre belirlenen öneriler aşağıda sıralanmıştır:

Tasarım öğrencilerinin özellikle bir tasarım öğretimi konusunda istekleri göz önüne alınarak, ilgili birimler ve öğretim elemanları danışmanlığında üniversite bünyesinde ortak grafik öğretimi atölye workshopları açılabilir.

Ortak seçmeli grafik tasarım dersleri, içerik ve yöntem olarak zengin, çok yönlü ve uygulama ağırlıklı olarak işlenebilecek hale getirilebilir.

Üniversitelerde öğrencilerin tasarım alışkanlıklarını yönlendirmek, bir bilinç oluşturmak ve onlara bu anlamda rehber olmak adına, ders dışı faaliyetler de düzenlenmelidir. Sergiler, yarışmalar, çalıştaylar vb. yönlendirilebilir.

Ortak grafik tasarım derslerinin içerik ve uygulanmasında, sadece geleneksel ve güncel türlerinin değil, yabancı kültürlerin sanatsal tasarım türlerinin de tanıtılmasına önem verilmelidir.

Ortak grafik tasarım dersleri, dört yıllık lisans ve iki yıllık ön lisans programlarının hepsinde ve her sınıfta hatta meslek lisesi alanı grafik olan ortaöğretim kurumlarında seçilebilen kredili bir ders olarak yaygınlaştırılmalıdır.

Grafik tasarım tarihinde afiş tasarımlarını dönem dönem ele alıp öğrencilerle görsel ve teknik açıdan değerlendirmesi yapılabilir.

Sosyal, kültürel ve sanatsal bir olgu olan tasarımın, daha iyi algılanabilmesi için, üniversite ve fakülte bünyesinde kurulacak topluluk veya birimlerle, grafik tasarım dersleri içselleştirilmeli ve işlevselleştirilmelidir.

Tasarım derslerini yürüten ğretim elemanlarının derslerini daha verimli işlemeleri için gerekli fiziksel ortam ve malzemeler ilgili birimlerce tekrardan revizyon yapıp hazırlanmalıdır.

Öğrencilerin seçmeli derslerde kontenjan doluluğu gibi sorunlar yaşamaması için, mevzuatta gerekli düzenlemeler yapılarak danışmanlara konu ile ilgili yetkilerin verilmesi gerekmektedir.

Bu araştırmada Kütahya ili evreninde, araştırmaya katılan grafik tasarım alanı alan uzmanları ve grafik tasarım öğrencilerinden sağlanmışır. Benzer bir araştırma diğer bölgelerde, şehirlerde, örnekleme daha geniş alınarak gerçekleştirilmeli ve tespit edilen sonuçlar karşılaştırılabilir.

Araştırmada grafik tasarım alan uzmanları ve grafik tasarım öğrencilerini afiş tasarımı açısından ölçmek için geliştirilen anket formu farklı afiş görsellerini ölçmek için nitel araştırma yöntemi olarak kullanılabilir.

Araştırmaya katılan afişleri; biçimsel ve içerik açısından olduğu gibi, mesaj iletimi, davranış ve tutum değişimi ve tasarımın ilgi çekiciliği, grafik tasarım ilkeleri açısından öğrenci, öğretmen ve uzman görüşleri alınmak üzere tekrardan geliştirilebilir. Hedef kitle olan tasarımcı, öğrenci ve uzmanlara, geliştirilen bu ölçekle benzer bir araştırma da uygulanabilir.

EKLER

Ek-1

SANAT-TASARIM KAYGISI İLE ÜRETİLMİŞ AFİŞ TASARIMLARINDA KUSURLULUK VE MÜKEMMELLİK OLGUSUNUN UZMAN VE ÖĞRENCİ GÖRÜŞLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ

ANKET FORMU

Değerli Uzman,

Bu Anket Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalında yürütülmekte olan “**Sanatsal Kaygılarla üretilmiş Afiş Tasarımlarında Kusurluluk Ve Mükemmellik Olgusunun İncelenmesi**” konulu Sanatta Yeterlik araştırması için gerekli verilerin elde edilmesi amacıyla, Uluslararası “**Demokrasi Şöleni Çalıştayı**”adlı projenin görselleri olan afişler kullanılacaktır.

15 Ağustos 2013 tarihinde başlayan ve 15 ay süren “Demokrasi Şöleni” adlı proje “Demokratik Vatandaşlık ve İnsan Hakları Eğitimi” (DVİHE) ile ilgili Milli Eğitim Bakanlığı ve DVİHE alanındaki farkındalık düzeyini arttırmak ve Demokrasi ve İnsan Hakları Eğitimi Dersini yürüten öğretmenlere derslerinde yararlanabilecekleri eğitim materyali hazırlamak hedeflenmiştir. Eserler 30 Nisan 7 Mayıs 2014 tarihleri arasında Kütahya’da, 9-16 Mayıs 2014 tarihleri arasında Konya’da, 20-27 Mayıs 2014 tarihleri arasında Ankara’da, 30 Mayıs-6 Haziran 2014 tarihleri arasında Samsun’da, 10-17 Haziran 2014 tarihleri arasında Erzurum’da, 22-28 Eylül 2014 ile 23-28 Eylül 2014 tarihleri arasında Gaziantep’de, 30 Eylül 6 Ekim 2014 tarihleri arasında Mersin’de, 8-15 Ekim 2014 tarihleri arasında Manisa’da ve 17- 24 Ekim 2014 tarihleri arasında İstanbul’da iki farklı yerde olmak üzere Türkiye’nin yedi bölgesini kapsayacak şekilde sergilenmiştir.

Bu çalışmada, tasarımcı adaylarının belirli bir amaç için yapılmış afişleri tasarım kriterlerine göre görüşleri değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu nedenle vereceğiniz yanıtlar bu araştırmanın doğru verilerle sonuca ulaşmasında önemli bir yer tutacaktır. Anketle ilgili vereceğiniz bilgiler bu sanatta yeterlik araştırması dışında hiçbir yerde kesinlikle kullanılmayacaktır.

Değerli katkılarınız için teşekkür eder saygılar sunarım.

Yaşar USLU

Yıldız Teknik Üniversitesi
Sosyal Bilimleri Enstitüsü
Sanat Ve Tasarım Ana Bilim Dalı
Sanatta Yeterlik Öğrencisi

KİŞİSEL BİLGİLER

1. Kurumunuz Belirtiniz :

2. Cinsiyet : Erkek () Kız ()

Tablo 1. 1 No’lu Afişe Yönelik Uzman Görüşleri

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	AFİŞ TASARIM KRİTERLERİ					
1	Tasarımda yazı karakteri kullanımı uygundur.					
2	Tasarımda denge kullanımı uygundur.					
3	Alanda boşluk kullanımı yeterlidir.					
4	İmge kullanım(illüstrasyon, fotoğraf vb.) uygundur.					
5	Uygulamada teknik başarı yeterlidir.					
6	Tasarım özgündür.					
7	Tasarım hedef kitleye mesajı iletebilecek düzeydedir.					
8	Tasarım dikkat çekicidir.					
10	Tasarımda mesaj-İmge bütünlüğü vardır.					
11	Tasarım bireyi düşünmeye ve sorgulamaya teşvik edici özelliği vardır.					
12	Tasarım yenilikçi bir yaklaşımla tasarlanmıştır.					
13	Tasarımda verilmek istenen mesaj açıktır.					
14	Tasarımın eğitici-öğretici yönü vardır.					
15	Renk kullanımı uygundur.					

EKLER

Ek-2

SANAT-TASARIM KAYGISI İLE ÜRETİLMİŞ AFİŞ TASARIMLARINDA KUSURLULUK VE MÜKEMMELLİK OLGUSUNUN UZMAN VE ÖĞRENCİ GÖRÜŞLERİNE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ

ANKET FORMU

Değerli Öğrenci,

Bu Anket Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalında yürütülmekte olan “**Sanatsal Kaygılarla üretilmiş Afiş Tasarımlarında Kusurluluk Ve Mükemmellik Olgusunun İncelenmesi**” konulu Sanatta Yeterlik araştırması için gerekli verilerin elde edilmesi amacıyla, Uluslararası “**Demokrasi Şöleni Çalıştayı**”adlı projenin görselleri olan afişler kullanılacaktır.

15 Ağustos 2013 tarihinde başlayan ve 15 ay süren “Demokrasi Şöleni” adlı proje “Demokratik Vatandaşlık ve İnsan Hakları Eğitimi” (DVİHE) ile ilgili Milli Eğitim Bakanlığı ve DVİHE alanındaki farkındalık düzeyini arttırmak ve Demokrasi ve İnsan Hakları Eğitimi Dersini yürüten öğretmenlere derslerinde yararlanabilecekleri eğitim materyali hazırlamak hedeflenmiştir. Eserler 30 Nisan 7 Mayıs 2014 tarihleri arasında Kütahya’da, 9-16 Mayıs 2014 tarihleri arasında Konya’da, 20-27 Mayıs 2014 tarihleri arasında Ankara’da, 30 Mayıs-6 Haziran 2014 tarihleri arasında Samsun’da, 10-17 Haziran 2014 tarihleri arasında Erzurum’da, 22-28 Eylül 2014 ile 23-28 Eylül 2014 tarihleri arasında Gaziantep’de, 30 Eylül 6 Ekim 2014 tarihleri arasında Mersin’de, 8-15 Ekim 2014 tarihleri arasında Manisa’da ve 17- 24 Ekim 2014 tarihleri arasında İstanbul’da iki farklı yerde olmak üzere Türkiye’nin yedi bölgesini kapsayacak şekilde sergilenmiştir.

Bu çalışmada, tasarımcı adaylarının belirli bir amaç için yapılmış afişleri tasarım kriterlerine göre görüşleri değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu nedenle vereceğiniz yanıtlar bu araştırmanın doğru verilerle sonuca ulaşmasında önemli bir yer tutacaktır. Anketle ilgili vereceğiniz bilgiler bu sanatta yeterlik araştırması dışında hiçbir yerde kesinlikle kullanılmayacaktır.

Değerli katkılarınız için teşekkür eder saygılar sunarım.

Yaşar USLU

Yıldız Teknik Üniversitesi
Sosyal Bilimleri Enstitüsü
Sanat Ve Tasarım Ana Bilim Dalı
Sanatta Yeterlik Öğrencisi

KİŞİSEL BİLGİLER

1. Okulunuzu belirtiniz :

2. Sınıfınızı belirtiniz :

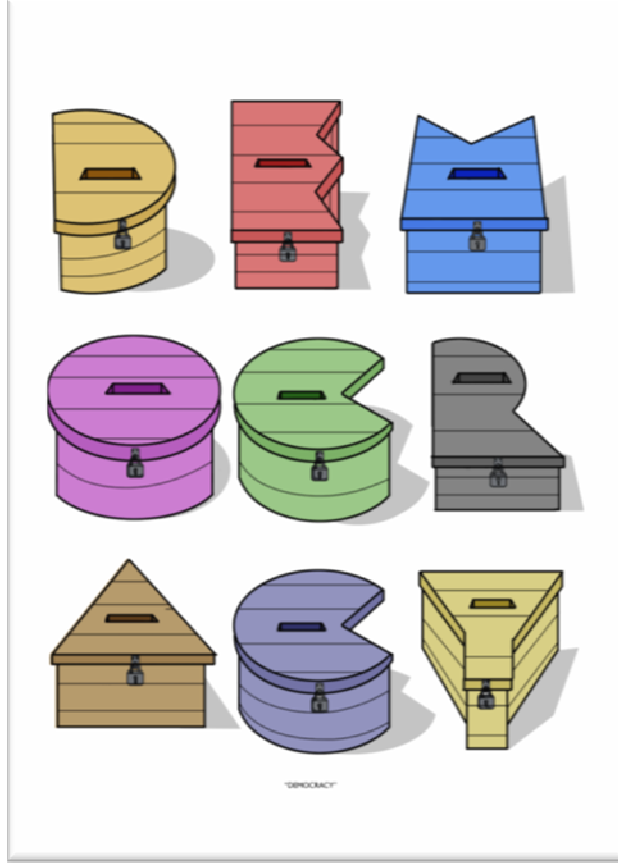
3. Cinsiyet : Erkek () Kız ()

Tablo 1. 1 No’lu Afişe Yönelik Öğrenci Görüşleri

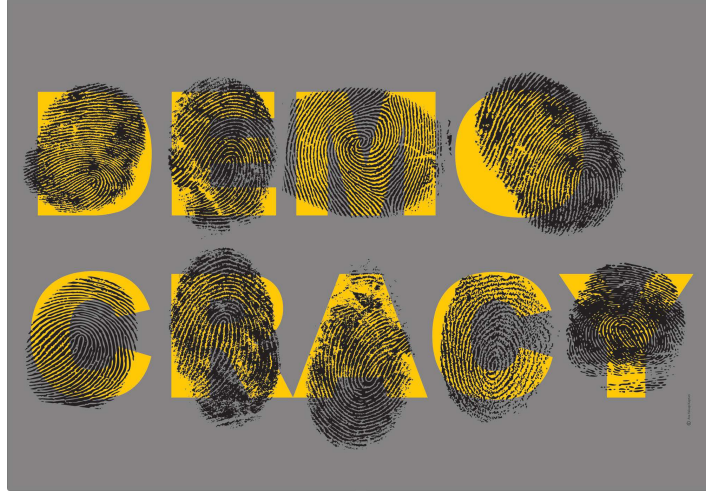
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	AFİŞ TASARIM KRİTERLERİ					
1	Tasarımda yazı karakteri kullanımı uygundur.					
2	Tasarımda denge kullanımı uygundur.					
3	Alanda boşluk kullanımı yeterlidir.					
4	İmge kullanım(illüstrasyon, fotoğraf vb.) uygundur.					
5	Uygulamada teknik başarı yeterlidir.					
6	Tasarım özgündür.					
7	Tasarım hedef kitleye mesajı iletebilecek düzeydedir.					
8	Tasarım dikkat çekicidir.					
10	Tasarımda mesaj-İmge bütünlüğü vardır.					
11	Tasarım bireyi düşünmeye ve sorgulamaya teşvik edici özelliği vardır.					
12	Tasarım yenilikçi bir yaklaşımla tasarlanmıştır.					
13	Tasarımda verilmek istenen mesaj açıktır.					
14	Tasarımın eğitici-öğretici yönü vardır.					
15	Renk kullanımı uygundur.					

Ek-3 Ankette Kullanılan Afişler

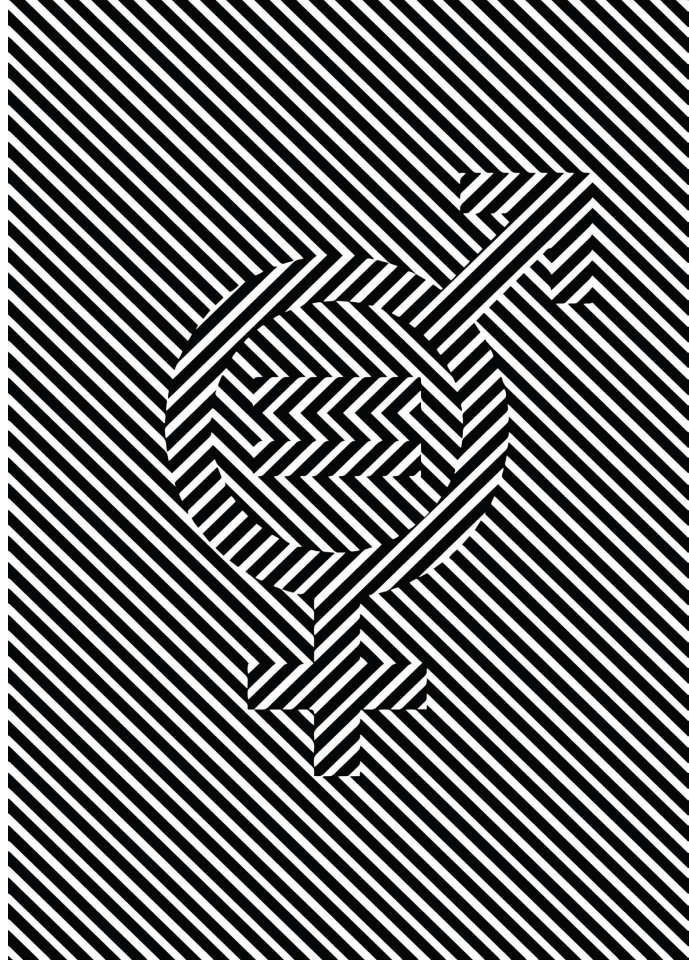
1 no'lu Afiş



2 no'lu Afiş



3 no'lu Afiş



4 no'lu Afiş



5 no'lu Afiş



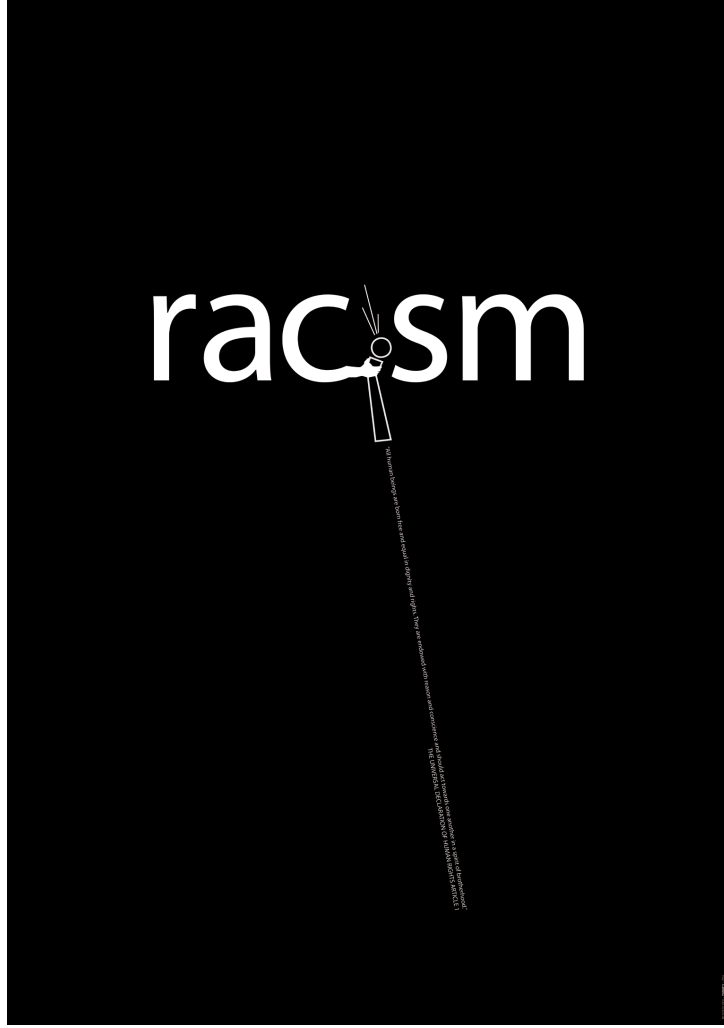
6 no'lu Afiş



7 no'lu Afiş



8 no'lu Afiş



9 no'lu Afiş



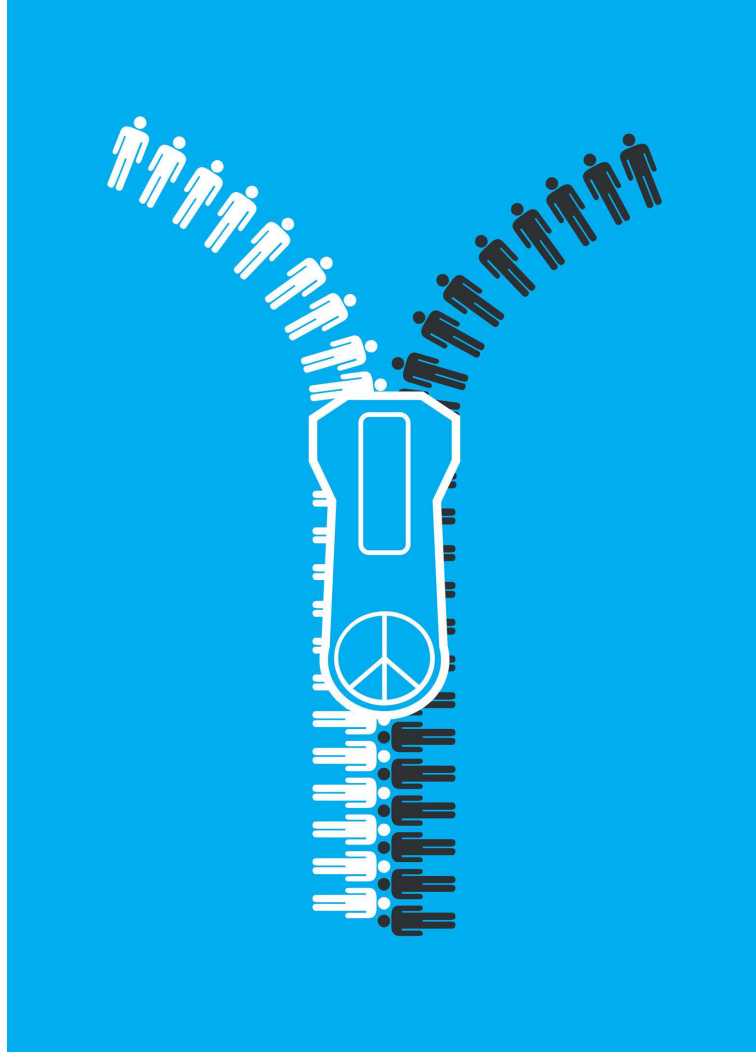
10 no'lu Afiş



11 no'lu Afiş



SAUL



13 no'lu Afiş





15 no'lu Afif



KAYNAKÇA

- Adorno, Theodor. **Estetik Teorisi**, Minneapolis Minnesota Üniversitesi Press, 1998.
<http://www.hz-journal.org/n19/betancourt.html>, [07.11.2014].
- Anıl, G. Siyasi Afişlerin Göstergebilimsel Açından İncelenmesi Cumhuriyetçi Türk Partisi İçin Siyasi Afiş Çalışması. Yüksek Lisans Sanat Eseri Çalışması Raporu. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2003.
- Arslan, Asuman Aypek. **Tasarım sürecinde Eleştirel Düşünce**, İletişimde Tasarım-Tasarımda İletişim Bildiri Kitabı, DPÜ Yay. Kütahya Ekim 2013, S.110
- Arslan, Doğan(2015), ? , posterland.org. 2015
- Atan, Ahmet. (2014), Medya ve Estetik, <http://www.ahaber.com.tr/webtv/videoizle/medya-dunyasi--06012014>, [06.01.2014].
- Atan, Ahmet. Sanatta Özgürlük ve Özgünlük. [http://www.ahmetatan.com/\[11.03.2014\]](http://www.ahmetatan.com/[11.03.2014])
- Atan, Uğur, Polat, A. Atıf, Görsel İletişimci Nasıl Olmalıdır? 1. Uluslararası Sanat Sempozyumu, Gazi Üniversitesi, 2011
- Avcılık, Serin. <http://www.coolhunting.com/culture/glitch.php> [07.11.2014].
- Avner, Ziss. **Estetik**. Çev: Yakup Şahan, 1. Bs. İstanbul, Hayalbaz Kitap, 2009.
- Aygül Aykut. **Sanat Eğitiminde Estetik**. 1. Bs İstanbul, Hayalperest yay., 2012.
- Barnard, M. (2002). **Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür**. Ütopya Yayınları, Ankara, 2002.

Baudrillard, Jean. **Sanat Komplosu**. Çev. Elçin Gen, Işık Ergüden, 2. Basım. İletişim yay, İstanbul, 2010.

Beatrice, Lenoir. **Sanat Yapıtı**. Çev: Aykut Derman, 3.bs. (İstanbul, YKY, 2004.

Becer, Emre. **İletişim ve Grafik Tasarım**, 5.Baskı; Ankara, Dost yay. 2006.

Becer, Emre. **İletişim ve Grafik Tasarım**. Ankara: Dost Kitabevi.2002.

Becer, Emre. **İletişim ve Grafik Tasarım**, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları. 1999.

Benjamin, Walter. **Pasajlar**, Yapı Kredi Yayınları, çev. Ahmet Cemal, İkinci Basım, İstanbul, 1995.

Berger, John. (1995). **Görme Biçimleri**. Çeviren: Y. Salman. İstanbul: Metis Yayınları, 1995.

Berger, John. **Görünüre Dair Küçük Bir Teoriye Doğru Adımlar**, Metis Yay., İstanbul, 1998.

Betancourt, Michael. Kritik aksamalar ve Acil Durum Sanat, michaelbetancourt.com [09.11.2014].

Bhagwan, Shree, Rajneesh – Osho. **Yaratıcılık**. Ganj Kitap, 2006.

Bielefeld, Bert, vd., **Adım Adım Tasarım Fikirleri**. Çev: Volkan Atmaca, Yem yay. 1.Baskı, Mayıs İstanbul, 2010.

Bourriaud, Nicolas. **Postprodüksiyon**, Çev: Nermin Saybaşı, Bağlam Yay., 1. Basım, 2004.

Bozkurt, Nejat, **Sanat ve Estetik Kuramları**, Ankara, Sentez yayınları, 2013, s.15

Bruce Mau. Gelişme için Tamamlanmamış Manifesto, Dedi ki, **GMK**, 2002 s.4

Burton, G. **Görünenden Fazlası**. Çev: Nefin Dinç. İstanbul: Alan Yay. 1998. S.33-36

Bülent Onur Turan, 21. Yüzyıl tasarım ortamında süreç, biçim ve temsil ilişkisi, İstanbul, 2011, megaronjournal.com [15.04.2015]

Candemir, Tülin, “Kent İletişimde Sanatsal Bir Aykırılık: Grafiti”, I. Sanat ve Tasarım Sempozyumu, YTÜ Sanat ve Tasarım Fakültesi, s.387- 396, 22-24 Aralık, İstanbul, 2008

Cengiz Han, Tasarım ve Hiçliğin Dayanılmaz Boşluğu, <http://www.belief.com/>, [07.10.2014]

Chan, Peter. Bonsai Usta Sınıfı. New York: Sterling,.<http://www.hermitary.com/solitude/aesthetics.html> [10.12.2013]

Charles, Juliet. **Samuel Beckett ile Görüşmeler**, Om yay. 2000

Çetin, İ. Sanat Eğitiminde Afiş, Y. Lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı. 2005

Çetin, Ufuk, <http://dspace.trakya.edu.tr/jspui/bitstream/1/743/1/UFUK%20%C3%87ET%C4%B0N.pdf> [10.11.2014]

Çitçi, Erol, Görsel Kültür Elemanı Olarak 20. Yy’ da Afişin Toplumsal Süreçlere Etkisi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek lisans tezi, Adana. 2009

Dalen, J.V., Gubbels, H., Engel, C., Mfenyana, K. **Effective Poster Design**. 2002

Demir, Yeşim. **Grafik Tasarım Var mı?**, Radikal Tasarım Gazetesi, Sayı:1, S.11, Ocak, 2009

Demirkalp, Mümtaz. Gündelik Yaşamda Tüketilen Nesne ve Çevrenin Plastik Kaygılarla Sanatsal Olana Dönüşüm Denemeleri, H.Ü Ankara S.Y.Tezi 1993.

Deveci, Cem. **Kaygı ve Tarihsellik**, Doğu Batı Yay. Yıl:2, Sayı:6, Nisan 1999,

Dündar, B. **Babylon İçin Afişler**. GRAFİST XV. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, 2011.

- Drange, Theodore M. **"Incompatible-Properties Arguments- A Survey,"** Philo 1, no.2 ss.49-60; Martin ve Monnier, The Impossibility of God, 1998 ss. 185-197. <http://alfa-sorgulama.blogspot.com.tr/2013/06/felsefe-ve-tanrnn-yoklugu.html> [06.06.2014]
- E. Zeynep Gunal. **Dostoyevski'nin "kapitali",** tsa / yıl: 16 s: 1, Nisan 2012. S.17. http://www.tsadergisi.org/makaleler/1347406927_m1.pdf [27.03.2015]
- Eriñç, M. Sıtkı. **Sanat Sosyolojisine Giriş,** Ütopya Yay.1. Baskı, Ocak 2009, Ankara. 2009
- Eriñç, Sıtkı M. **Yaşamı GÜdüleyici Bir Etken Olarak Estetik Kaygı,** Sanat Yazıları IV. H.Ü. Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları. 1994
- Erişim, Kayıhan, Man Ray, <http://www.formatd.net/metafor/galeri/20204manray.htm> [02 Mart, 2012]
- Erkmen, Nazan. “Öğrenci, İlköğretimden Başlayarak, Orta ve Lise Eğitimi Sonuna Kadar Grafik Sanatlar Konusunda Nasıl Bilgilendirilir?” **Çağdaş Eğitimde Kültür ve Sanat,** Birinci Baskı, ÇYDD yayınları, İstanbul, 2001.
- Eroğlu, Özkan. **Resim Sanatı Sözlüğü.** İkinci Baskı, Nelli Sanat Evi yayınları, Bursa. 2006
- Erzen, Jale Nejdet. **Çoğul Estetik.** Metis yay. 1.Basım, Nisan, İstanbul, 2011.
- Freud, Sigmund, **Ruh Çözümlemesine Giriş Konferansları,** Payel Yay, 1998, İstanbul
- Foster, Hal. **Tasarım ve Suç.** İletişim yay. Çev: Elçin Gen, 1. Baskı, İstanbul, 2004.
- Francette, Pacteau. **Güzellik Semptomu,** Çev: Banu Erol, 1. Bs. İstanbul, Ayrıntı y. 2005.
- Geiger, Moritz. **Estetik Anlayış.** Çev: Tomris Mengüşoğlu, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1985.
- Giaccardi, Elisa, Fischer, Gerhard., “Creativity and Evolution: a Metadesign Perspective”, **Digital Creativity,** 2008: 19-32.

Gombrich, E. H. **Sanatın Öyküsü**. Çev.: Bedrettin Cömert, Remzi Kitap Evi, 3. Basım, İstanbul, 1986.

Grima, Joseph. **Program Kitapçığı**. 1.İstanbul Tasarım Bienali, Ofset Yayınevi, İstanbul, 2012. s.16

Greimas, Algirdas-Julian. **Kusur Konusunda**. çev: Ayşe kıran, YKY, 1.Baskı, Kasım, İstanbul, 1995.

Güler, Semra. **Grafist14**. Mimar Sinan Üniversitesi Yay. İstanbul, 2010.

Gümüş, E. Bilgisayar destekli tasarım, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İç Mimari ve Dekorasyon, iç Mimarlık Anasanat Dalı, Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi. 2007

Harris, Jonathan, Yeni Sanat Tarihi Eleştirel Bir Giriş, 1. Bs. Sel yayıncılık, Şubat, 2013

Hasip Pektaş. “Grafik Tasarımcının Eğitimi İçin Bazı Öneriler”, **Erzurum Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi**, 2000, Sayı: 2, Sayfa: 7 – 9

Helfand, Jessica; Çeviri: Burcu Dicle Yıldız <http://elmaaltshift.blogspot.com/2005/07/grafik-tasarm-nedir.html> [10.11.2014].

Helmer, Sahron (1993), Graphic Design: A Career Guide and Education Directory, TheAmericanInstitute of GraphicArts, <http://www.aiga.org/guide-whatisgraphicdesign/> [10.10.2014].

Hodge, Susie, Gerçekten Bilmemiz Gereken 50 Sanat Fikri, 2.bs, Domingo yay. Ocak 2014, İstanbul

Hollis, R. **Graphic Design A Concise History**. London: Thames& Hudson, 2005.

Işingör, Mümtaz, vd., **Resim-1, Temel Sanat Eğitimi Resim Teknikleri**, Grafik Resim, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara. 1986.

İnci Deniz Ilgın. Her güzelin bir kusuru var,<http://haber.marmara.edu.tr/her-guzelin-bir-kusuru-var/> [05.11.2014].

İpek Duran. **Türk Resmi ve Eleştirisi**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 1.Baskı, 2007.

İşler Ahmet Şinasi. “Grafik Ürünlerde Yazı ve Görsel İlişkisi Bağlamında Üç Temel Yaklaşım”. **İletişimde Tasarım-Tasarımda İletişim Bildiri Kitabı**, DPÜ Yay. Kütahya Ekim 2013.

Jacques, Ranciere. **Estetiğin Huzursuzluğu**, 1. bs İstanbul, İletişim Yayınları, 2012.

Judith M. Grieshaber, Manfred Kröplien. **Yeni Grafik Tasarımın Felsefesi**. Çev: Hakan Öneş, İstanbul: İletişim Yayınevi, 1990.

Juniper, Andrew. Wabi-sabi: Geçiciliğin Japon Sanatı, Boston: Tuttle, 2003<http://mervedeniz.wordpress.com/2013/03/13/wabi-sabi-yalnizligin-estetigi/> [07.06.2013]

Kandisky, Wassily. **Sanatta Ruhsallık Üzerine**. Altı kırkbeş yay. Çev: Gülin Ekinci, Şubat, İstanbul, 2013.

Karabulut, Necmettin. “Sanat Eğitiminde Bir Alt Disiplin Olarak Sanat Eleştirisi ve Bir Akademik Eleştiri Örneği”, **Atatürk Üniversitesi G.S.E. Dergisi**, 2008, S.20.

Kart, Umut. “Tasarımcı Sürekli Hata Yapar”. **Radikal Tasarım Gazetesi**. Sayı:1, S.8, Ocak, 2009.

Ketizmen, Abbas. **Grafik Tasarım Ve İletişimde Görsel Algı**, İletişimde Tasarım-Tasarımda İletişim Bildiri Kitabı, DPÜ Yay. Kütahya Ekim 2013, S.67

Kılıç, Levent, Öztürk, Ali. **Müzik ve Görsel Sanatlar Öğretimi**, Anadolu Üniversitesi, 2. Basım, Eskişehir, 2011.

Kılıçkan, Hüseyin. **Resim Bilgisi**. İstanbul: Anka Basım, 2002.

Kırıçoğlu, Olcay Tekin. **Sanat, Kültür**, Yaratıcılık, Pegem Akademi, 1.Baskı, Eylül, Ankara, 2009.

Klee, Paul. **Modern Sanat Üzerine**, Çev: Kaan Çaydamalı, Altıkırkbeş yay. 4.Baskı, İstanbul, 2011.

Koren, Leonard. **Sanatçılar, Tasarımcılar, Şairler ve Filozoflar için Wabi-sabi**, Berkeley, Stone Bridge Yayınları, 1994

Köksap, <http://rhizome.org/editorial/2010/oct/13/code-eroded-at-glitch/#c63266>, [15.12.2010].

Le Bon, G. **Kitleler Psikolojisi**. İstanbul: Hayat Yay., 2001.

Lenz, Anette. **Grafist14**. Mimar Sinan Üniversitesi Yay. İstanbul, 2010.

Lucienne Roberts. "Dedi ki", **GMK**, 2012, s.3

Lunn, Eugene. **Marxizm ve Modernizm**. çev. Yavuz Alogan, Alan yay, İstanbul. 1995.

Mağdule, Demircioğlu. Etik ve Estetik, <http://sakattavir.blogspot.com.tr/2009/03/etik-ve-estetik.html> [05.06.2014]

Marcuse, Herbert. **Estetik Boyut**. Çev: Aziz Yardımlı, İdea yay. Ankara, 1997.

Martin, Heidegger. **Sanat Eserinin Kökeni**, 2.bs Ankara, De ki Basım Yayın, 2007.

Meagher, John R. RCA Televizyon Pict-O-Kılavuz üç cilt, Harrison: Amerika Radyo Şirketi, <http://www.hz-journal.org/n19/betancourt.html> [07.11.2014]

MEGEP, **Reklam ve Tasarım**. Ankara: M.E. B. Yayınları. 2007.

Mehmet, Doğan. Tasarım ve Hiçliğin Dayanılmaz Boşluğu, <http://www.newstoday.com/cinema/film.php?id=17> .06. 2014]

Menkman, Rosa. "Acil Durum Çalışmaları Manifesto" **LOVINK, Geert içinde; Somers-Miles, Rachel, video Vortex Okuyucu II: YouTube ötesinde Görüntüleri Hareketli**, Amsterdam:. Ağ Kültürleri, pp Enstitüsü 336-347, ISBN 978-90-78146-12-4, 2011.

Menkman, Rosa. "Dosya Biçimleri Yöresel," Ağ Defterler 4: Acil Durum Moment (um) (Ağ Kùltürleri Enstitüsü, Amsterdam:). <http://www.hz-journal.org/n19/betancourt.html> [07.11.2014].

Menkman, Rosa. Ağ Defterler 4: Acil Durum Moment (um) (Amsterdam: Ağ Kùltürleri Enstitüsü), s. 38. <http://www.hz-journal.org/n19/betancourt.html> [08.11.2014]

Meral B. Wabi sabi felsefesi nedir? <http://www.merakname.com/wabi-sabi-felsefesi-nedir/> [07.06.2013]

Mercin, Levent – Alakuş, Ali Osman. **Sanat Eğitimi Ve Görsel Sanatlar Öğretimi**. Birinci Baskı, Pegem yayınları, Ankara, 2009.

Mercin, Levent. “Afiş Yarışmalarının Öğretici Yönü”, **Basım Dünyası Dergisi**. Sayı: 89, Kasım Aralık, 2014.

Mercin, Levent. **Çevre ve Kent Estetiği Açısından Grafik Tasarımın Önemi**. ULAKBİLGE, 2013, Cilt 1, Sayı 1, s.5

Mercin, Levent. **Demokrasi Şöleni Uluslararası Sanat Çalıştayı Sergi Kataloğu**, DPÜ yay. Nisan 2014.

Merve Deniz. 82003), wabi-sabi-yalnizligin-estetigi, <http://mervedeniz.wordpress.com/2013/03/13/wabi-sabi-yalnizligin-estetigi/> [07.06.2013]

Mitchell, William. **Computer Aided Architectural Design**. Mason/Charter Publishers, New York, 1977.

Moradi, Iman. Acil Durum estetik, http://www.oculasm.org/glitch/download/Glitch_dissertation_print_with_pics.pdf, [07.06.2014]

Morin, Edgar, **Gelecek Eğitimi İçin Gerekli Yedi Bilgi**, 2006, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.

Nail, Özlüsoylu. 21. Yüzyıl afiş tasarımlarında Görsel Öğelerin İncelenmesi ve Yeni Öneriler, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek lisan Tezi, İzmir, 2014.

Nazan, Düz. Kitap Kapağı’nda Grafik tasarım Öğelerine ve İlkelerine Kuramsal bir yaklaşım, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, 2001.

Nemoianu, Virgil. **İmperfection And Defeat The Role Of Aesthetic Imagination In Human Society**. Central European University (Ceu) Press, Budapeste, Printed in Hungary by Akaprint Kft, Feb.–March 2006.

Niyazi Karasar. **Bilimsel Araştırma Yöntemi**. Nobel yay. Ankara. 2005.

Noble, Lan. **Grafist14**. Mimar Sinan Üniversitesi Yay. İstanbul, 2010.

Nur Ekici. Grafik Eğitiminde Öğrencilerin Görsel Algı Ve Algılama Farklılıklarının Afiş Tasarımları Yoluyla Saptanması, Gazi Üniversitesi Eğitim bilimler Enstitüsü Uygulamalı Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Grafik Eğitimi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2004.

Odabaşı, A, Hatice. **Grafikte Temel Tasarım**. İstanbul: Yorum Sanat Yayınları, 2002.

Özlem, Doğan. **Kaygı ve Tarihsellik**. Doğu Batı Yay. Yıl:2, Sayı:6, Nisan 1999, 2.Basım.

Öztuna, H. Yakup. **Görsel İletişimde Temel Tasarım**. Tibyan Yay. Kasım 2007.

Özturan, Mahmut. **Bir Sanat Yapıtında Estetik Kaygı Zorlamaları**. Ağustos, 2002, İzmir

Paul Rand. "Modern Tasarımcı, Dedi ki", **GMK**, 2002, s.6

Peter de Bolla. **Sanat ve Estetik**, 1.bs, İstanbul, Ayrıntı yayınları, 2006.

Ray, Man. <http://www.formatd.net/metafor/galeri/20204manray.htm> [02.03. 2012]

Richard Saul Wurman. "Bilgi Mimarlığı, Dedi ki", **GMK**, 2002, s.5

Rosema, Rogier. **Grafist14**. Mimar Sinan Üniversitesi yay. İstanbul, 2010.

Sadık Karamustafa, "Kurum Olmadan Kurumsal Kimlik Olmaz." Açılış Konuşmasından., **A.V.C. Kurumsal Kimlik Konferansı Movenpick**. İstanbul, 23 Mart 1994.

Saruhan Şadi Can ve Özdemirci Ata, **Bilim, Felsefe ve Metodoloji**, Araştırmada Yöntem Problemi (SPSS Uygulamalı), 2005, İstanbul.

Schapiro, Meyer. "On Some Problems in the Semiotics of Visual Art: Field and Vehicle in Image-Signs." *Semiotica*, I, 1969, 223-242 annotation by Mary Hall (Theories of Media, Winter 2004) <http://csmt.uchicago.edu/annotations/schapiro.htm> [14.04.2015]

Shiner, Larry. **Sanatın İcadı –Bir Kültür Tarihi**. çev. İsmail Türkmen, Ayrıntı yay. İstanbul, 2004.

Sözen Metin, Tanyeli Uğur. **Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü**. Remzi Kitabevi, İstanbul. 1992.

Sudjid, Deyan. **Program Kitapçığı**. 1.İstanbul Tasarım Bienali, Ofset Yayınevi, İstanbul, 2012.

Sungur, Şahika. **Paradoks Kusur ve Kusursuzlukta**. Altın Kitaplar Yayınevi, 1.Basım, İstanbul, 1995.

Şentürer, Ayşe. <https://mimaritasarimveelestiri.wordpress.com/2012/02/25/ele-s-tir-il-mek-yavas-ve-huzursuz-edici-ve-elestirmek-bir-cirpida-ve-kolay/> [18.11.2014]

Şentürk, Rıdvan, **İletişim Teorilerinde Temel Sorunu**, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl: 11 Sayı: 21 Bahar 2012 / 1 S.493-518

Şule Çivitçi. "Sözsüz İletişim Aracı Olarak Tasarım", **İletişimde Tasarım-Tasarımda İletişim Bildiri Kitabı**, DPÜ Yay. Kütahya, Ekim 2013.

Teker, Ulufer. **Grafik Tasarım ve Reklam**. İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi. 2009.

Tepecik, Adnan. **Grafik Sanatlar, Tarih-Tasarım-Teknoloji**. Birinci Baskı, Detay Sistem Ofset, Ankara, 2002

Tepecik, Adnan. Grafik Tasarlama İlkelerine Dayalı Tasarım Yöntem ve Teknikleri. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Doktora Tezi). 1994.

Tom Klinkowstein. “Dedi ki”, **GMK**, 2003, s.12

Tomak, Ali. **Görsel İletişim Tasarımı Eğitiminde Gelenekçi Anlayışlar İle Gelecekçi Yaklaşımların Temsili**, İletişimde Tasarım-Tasarımda İletişim Bildiri Kitabı, DPÜ Yay. Kütahya Ekim 2013, S.91

Topuz, H. **Seçimlerde İletişim Politikaları**. İstanbul: TÜSES Yay. 1991 S.55

Twemlow, Alice. “Grafik Tasarım Ne İçindir?”. **Tasarımcının El Kitabı**, 1.Baskı; İstanbul, Eylül, Yem Yayınları, 2008, S.6

Uçar, Tefvik Fikret. **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**. İnkılap Kitabevi, İstanbul, 2004.

Vedat Özsoy. “Toplumsal Yenilikçilik (Sosyal İnovasyon) ve Tasarım”, **İletişimde Tasarım-Tasarımda İletişim Bildiri Kitabı**, DPÜ Yay. Kütahya Ekim 2013, S.48

Weill, Alan. **Grafik Tasarım**. Birinci Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2007.

Wurman, Richard Saul. Bilgi Mimarlığı, Dedi ki, **GMK**, 2002, s.5

Yayla, Hüseyin. Afiş Sanatının Görsel İletişim Sanatlarındaki Yeri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul, 2014

Yenişehirlioğlu, Şahin. **Düşünce Kozmosu**. Alkım Yay. 1. Basım, Mayıs 1992, İstanbul.

İnternet Kaynakları:

<http://abs.mehmetakif.edu.tr/earabaci> [05.03.2015]

<http://bizimkahve.gazetevatan.com/haberdetay.asp?hkat=1&hid=20047> [17.06.2013]

http://fotografya.fotografya.gen.tr/issue-14/Sanat_ve_Felsefe_14.htm [17.06.2014]

<http://ieu-cd.blogspot.com/2008/05/bigilendirme-tasarm-semineri.html> [28.07.09]

<http://impression.savasozay.com> [06.07.2013]

<http://meren.org/blog/2009/02/wabi-sabi-ve-fotograf-uzerine/> [10.07.2014]

<http://photoshopum.com/afis-tasarimi.html> [03.11.2014]

<http://pixelnoizz.wordpress.com/tag/glitch/> [07.11.2014]

http://sixrevisions.com/web_design/wabi-sabi/ [10.07.2014]

<http://stabildiskotopu.tumblr.com/post/1097337688/kayg-nesneleri> [17.06.2014]

<http://thecreatorsproject.com/blog/chicagos-glitch-fest-disrupts-the-traditional-gallery-space> [07.11.2014]

http://tr.wikiquote.org/wiki/Henry_Ford [09.10.2014]

http://tr.wikiquote.org/wiki/Johann_Wolfgang_von_Goethe [09.10.2014]

<http://whoisdanfonseca.com/2011/07/13/embracing-imperfection/#more-1196>
[08.10.2014]

<http://www.arkitera.com/haber/21286/polonyada-yuzyillik-afis-tasarimi> [12.11.2014]

<http://www.ayvakti.net/ayvakti-gezi/item/sanat-ve-estetik-uezerine> [26.06.2014]

<http://www.bursaport.com/makaleler/ilhan-ozar/bir-kent-gelenegi-afis-670.html>
[04.06.2013]

<http://www.diyphotography.net/an-introduction-to-glitch-art-implementing-digital-surrealism-into-your-photography/> [07.11.2014]

<http://www.edebiyatdergisi.hacettepe.edu.tr/index.php/EFD/article/view/5/6>
[26.06.2014]

<http://www.edebiyatdergisi.hacettepe.edu.tr/index.php/EFD/article/view/5/6>
[16.06.2014]

<http://www.hermitary.com/solitude/aesthetics.html> [07.06.2013]

<http://www.hurriyet.com.tr/kultur-sanat/26272969.asp> [27.06.2014]

<http://www.hurriyet.com.tr/pasaj/23251831.asp> [01.06.2013]

<http://www.hurriyet.com.tr/pasaj/23251831.asp> [01.06.2013]

<http://www.istapin.com/arzu-kaprolde-mukemmel-kusurluluk-felsefesiyle-2013-ilkbahar-yaz-koleksiyonu/> [06.06.2014]

<http://www.liveart.org/motherboard/> 10.10.2014

<http://www.merakname.com/wabi-sabi-felsefesi-nedir/> [07.06.2013]

<http://www.neokur.com/alintilar/&t=188&m=kaygi> [10.11.2014]

<http://www.newstoday.com/cinema/film.php?id=> [17.12.2005]

http://www.presentationzen.com/presentationzen/2005/07/wabisabi_and_pr.html
[10.07.2014]

<http://www.sanatteorisi.com/sanatteorisi.asp?sayfa=Makaleler&icerik=Goster&id=2583> [05.03.2014]

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=KUSUR [08.10.2014]

<http://www.tdk.gov.tr/tdksozluk/sozbul.asp> [13.10.2014]

<http://www.treefrog.ca/what-is-graphic-design> [10.10.2014]

<http://www.uludagsozluk.com/k/glitch/> [06.11.2014]

<http://www.vaybee.de/forum/showthread.php?t=9227> [09.10.2014]

<https://mimaritasarimveelestiri.wordpress.com/2012/02/25/ele-s-tir-il-mek-yavas-ve-huzursuz-edici-ve-elestirmek-bir-cirpida-ve-kolay/> [18.11.2014]

ÖZ GEÇMİŞ

YAŞAR USLU

ressam43@hotmail.com

1978 / Kütahya

Eğitim:

Yıldız Teknik Üniversitesi

2013 / 2015

Sanat Tasarım Fakültesi

Sanatta Yeterlik Programı

Dumlupınar Üniversitesi

2008 / 2010

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Grafik Bölümü Yüksek Lisans Programı

Uludağ Üniversitesi

2000 / 2004

Eğitim Fakültesi

Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü

Resim iş Öğretmenliği Grafik ASD Programı

Deneyim:

Dumlupınar Üniversitesi

2013 /

Güzel Sanatlar Fakültesi

Görsel İletişim Tasarımı Çizgi Film Animasyon Anasanat Dalı Öğretim Görevlisi

Yaşar Uslu yurtiçinde çeşitli sergiler açmış, birçok yarışmalı ve karma sergilere katılmış, ödüller almıştır. Sanatçı, Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat Tasarım Fakültesi Sanatta Yeterlik / Doktora Programına devam etmekte, akademik ve sanatsal çalışmalarını sürdürmektedir.