

Grafik Tasarım Alanında Postmodern Dönemle Değişen Tasarımda İçerik Yaklaşımı

Doç. Dr. Mithat Yılmaz
Arş. Gör. Mert Serkan Benek

Makale Geliş Tarihi: 02.05.2019
Yayına Kabul Tarihi: 05.09.2019

Özet

Her tasarım ürünü, insana özgü olarak bir bilinç dâhilinde ortaya konulur. Günümüzde bir tasarımı değerlendirirken, onu içeriğine ve biçimsel yapısına bakarak nitelendiririz. İçerik bir tasarımın kendi içerisinde bir araya getirdiği öğeleri, tasarımın içerisinde yer alan mesajı ve tüm tasarım sürecini kapsayan, tasarımı diğer insan yapımı şeylerden ayıran belirleyici unsurlardan biridir. Tasarımcılar, Postmodern dönemle birlikte tasarımcılar tasarımların içeriği hakkında daha çok düşünmeye başlamış, günümüze kadar devam eden bu dönemde tasarımcı, tasarımlarında biçimi ya da işlevi üzerinde değil aynı zamanda içerik ilişkisi üzerinde de durmuş, içeriğin inşa edilebilir yapısını keşfetmiştir. Bu çalışmada Postmodern dönemde yaşanan önemli noktalar tasarımcı üzerinden ele alınarak içerik inşası ile ilişkilendirilerek incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Grafik Tasarım, İçerik İnşası, Postmodern Dönem

CONTENT APPROACH IN POSTMODERN REPLACEMENT DESIGN IN GRAPHIC DESIGN

Abstract

Each design product is presented in a consciousness that is unique to human. Today, when evaluating a design, we characterize it by looking at its content and formal structure. Content is one of the determinants of a design that distinguishes itself from other man-made things, encompassing elements within a design, the message within the design and the entire design process. Designers began to think more about the content of the designs with the postmodern era, and in this period, which continued until today, the designer not only focused on the form or function of the designs but also on the content relationship and discovered the constructable structure of the content. In this study, important points experienced in postmodern period are examined through designer and related with content construction.

Keywords: : Graphic Design, Content Construction, Postmodern Era

1. Giriş

Modern dönemden, içerisinde bulunduğumuz Postmodern döneme geçiş sürecinde hemen her alanda insanlık değişime uğramıştır. Sanat, dilbilim, göstergebilim, felsefe, toplum yapısı gibi pek çok alanda ortaya çıkan yeni görüşler tıpkı, çeşitli sanatsal akımların kendinden önceki akımlardan etkilenmesi ve kendinden sonra çıkan akımları etkilemesi gibi bir domino etkisi yaratmıştır. Özellikle grafik tasarım alanı Postmodern dönemde ortaya çıkmış hemen her gelişmeyi kendi içerisinde özümseyerek "tasarım" ve "tasarımcı" tanımını yeniden oluşturmuştur. Bu dönemde grafik tasarım alanında sadece grafik tasarımcı tanımının içeriği değil aynı zamanda tasarımların içeriği ve grafik tasarım eğitimi prensipleri de değişime uğramıştır. "Günümüzde grafik tasarım, tasarım eğitimi programlarının popüler hale geldiği 1950'li yıllarda olduğundan çok daha karmaşık bir alandır. O dönemde eğitim programları hedef kitleyle iletişim konusundaki semantik sorunlar yerine taslak ve tipografi gibi biçimsel özelliklere odaklanırdı" (Margolin, 2012, s1). Dolayısıyla o dönemde tasarımcıların almış oldukları tasarım eğitiminde, içeriğin üzerinde durulması gereken bir tasarım ögesi olduğu konusu henüz yer almadığından, grafik tasarımcılar içerik yerine biçim üzerine durmuşlardır. Biçim üzerinde durulmasının bir diğer sebebi ise 50'li yıllarda grafik tasarım alanının tanıtım sektörü ile hala çok yakın ilişkilerinin olmasıdır. Günümüzde ise bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile grafik tasarımcının çalışma alanları giderek artmaktadır (Çeken ve Ersan, 2016:468). Grafik tasarımcılar artık sadece tanıtım sektörü içerisinde değil aynı zamanda mobil uygulamaların ve internet sitelerinin arayüz tasarımında, izleyici ile iletişime girebildiği interaktif tasarımlarda da tasarımlarını oluşturabilmektedir. Grafik tasarım alanında yaşanan değişimler, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmeye başlamasından önce, özellikle ekonomide yaşanan değişikliklere bağlı olarak gerçekleşmiş ve grafik tasarımcılar yaşanan doğal süreçte ekonomiyi doğrudan etkileyebilen tanıtım sektöründe önemli bir yere sahip olmuşlardır. Grafik tasarımcının tanıtım sektörü içerisindeki yeni konumu ona bazı sorumluluklar eklemiş, artık yaptığı tasarımlar ve sonuçları üzerine daha çok düşünmesi gereken bir profesyonelleşme sürecine girmiştir.

Grafik tasarımın bahsedilen profesyonelleşme süreci 1950'li yılların sonlarına doğru başlamış ve Postmodern dönem içerisinde artık bir meslek grubu olarak kabul görmüştür. Tasarımcılar, yaptıkları işin meslek olarak kabul edilmesinden çok kısa sayılabilecek bir sürede, 1960'ların başlarında kendi kendini sorgulamaya ve grafik tasarımın içsel anlamları üzerinde çalışmalar yapılması gerekliliğini tartışmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra bu yıllarda grafik tasarım açısından görsel kimliğin önemi ortaya çıkmaya

başlamış ve bu alanda kapsamlı çalışmalar yapılmıştır.

Yalnızca şirketler için değil organizasyonlar için de görsel kimlik sistemlerinin oluşturulmasının gerekli olduğu kavranmıştır. Uluslararası izleyici ve katılımcının bilgilendirilmesi ve yönlendirilmesinin gerektiği Dünya fuarları ve olimpiyat oyunları, organizasyonların görsel kimliği tasarımında ilk örnekleri oluşturmaktadır. 1964 yılında Tokyo'nun ev sahipliğini yaptığı 18. Olimpiyat oyunları, kapsamlı bir kimlik sistemine sahip ilk organizasyondur (Çeken ve Ersan, 2016:466).

Grafik tasarımcının önceliklerini sorguladığı bu döneme paralel olarak, göstergebilim alanı Charles Pierce, Ferdinand de Saussure gibi dilbilimci öncü düşünürlerin yapmış olduğu çalışmalarla yeni bir "bilim" dalı olarak olgunlaşmaya başlamış ve grafik tasarım ürünlerinin analizi göstergebilim ile ilişkilendirilmiştir. Bu dönemde yapılan reklam çalışmaları ise artık yapılan tüketici analizleri ve araştırmaları göz önünde bulundurularak meydana getiriliyor ve grafik tasarım ürünleri bu çalışmalar doğrultusunda temellendiriliyorlardı. Andrew Cracknell "Gerçek Mad Men Madison Bulvarı'nın Altın Çağının Olağanüstü Öyküsü" kitabında aktardığı tanınmış ajansların değişim süreçlerinde, bu değişimlerden bahsetmektedir (Cracknell, 2013). 1950'lerin çarpıcı sloganlarının ve etkileyici görsellerinin yerini 1960'larda daha bilimsel temellere dayandırılarak oluşturulan tasarım ürünleri almıştır.

Grafik tasarımda içerik ile ilgili dikkat çeken bir diğer önemli gelişme ise "yazar" kavramının tasarımcıya atfedilmesi olmuştur. Ancak bu yeni tanımlama fikir ayrılıklarına da neden olmuştur. Anne Burdick'in 1993 yılında "Eye Magazine" dergisinde yayınlamış olduğu; "Yazının Tasarımla Ne Alakası Var?" (What Has Writing Got to Do with Design?) başlıklı makalesinde grafik tasarım hem görsel hem de tipografik olarak var olduğunu belirterek tasarımcıların yazar tanımı üzerinden yapılan tartışmalara değinmiştir. 1996 yılında ise Michael Rock "Yazar Olarak Tasarımcı" (The Designer as Author) başlıklı makalesinde grafik tasarımcının neden ve nasıl yazar tanımı aldığı ile ilgili konulara değinmiş ve Budrick gibi O da grafik tasarım alanında yazar tanımı üzerinden yaşanan fikir ayrılıklarından bahsetmiştir. Rock makalesinde içerik konusuna da değinerek yazar tanımının tasarımda oluşturulan içerikten kaynaklandığını söylemiştir. Ancak yazar tanımı üzerinde hala bir fikir birliği oluşmamış olması ve grafik tasarımcının yazar olup olmaması tartışmasına içeriğin de dâhil olması üzerine 2009 yılında "Fuck Content" (İçeriği Boşver) başlıklı makalesini hazırlamış ve 1996 yılında yazmış olduğu makalenin yanlış yorumlandığını dile getirmiştir. Bu son makalesinde Rock grafik tasarımcının yazar tanımının sadece içerikle değil bir bütün olarak biçim-içerik birlikteliği ile olabileceğini yazmıştır.

Grafik tasarımcı artık sadece görsel kurgucu değil, aynı zamanda tasarımını tıpkı bir yazıyı inşa eden yazar gibi tasarımının içeriğine dâhil olduğu kabul edilerek yazar tanımını alması üzerine yapılan bu tartışmalar da yine Postmodern dönem içerisinde başlamıştır. Yakın gelecekte de süren bu tartışma grafik tasarım alanında içerik konusunu gündemde tutarak grafik tasarımın mesleki gelişimine katkı sağlamıştır.

Postmodern dönem içerisinde yaşanan tüm bu gelişmeler grafik tasarım alanında içeriğe olan yaklaşımı değiştirmesine sebep olmuş ve grafik tasarım alanı artık yüzeysel yaklaşımların aksine içsel olarak da üzerinde düşünülmesi gereken bir hal almıştır. Bu çalışmada belirlenen dönem içerisinde yaşanan değişimlerin grafik tasarım alanı ile bağlantılarının iyi kurulabilmesi için Postmodern dönemde yaşanan gelişmelerin kronolojik olarak incelenerek içerik ile ilişkilendirilecek ve paralel olarak grafik tasarımda olan etkileri değerlendirilerek içerik konusunun grafik tasarım alanındaki yerinin daha net anlaşılmasının sağlanması amaçlanmıştır.

2. Postmodern Dönemde Grafik Tasarımı Etkileyen Gelişmeler

Postmodern dönemde yaşanan değişimler üzerine yapılacak incelemelerin toplum üzerinden başlatılması grafik tasarımda yaşanan değişimlerin yerine oturması bakımından daha doğru olacaktır. Toplum üzerinden yapılan inceleme hem erken Postmodern dönemden itibaren gelişen sürecin analizi bakımından hem de Postmodern dönemde özellikle 1960'lardan sonra birçok önemli çalışmanın toplumun analizi, toplum ve yapısının eleştirisi, yeni toplum yapısının tanımlanması gibi daha çok birey ve toplum üzerinden yapılmış olması bakımından önemlidir. "Postmodern sözcüğünü ilk kez 19. yüzyılda İngiliz ressam ve eleştirmen John Watkins Chapman'ın kullandığı kabul edilmektedir. Chapman, bugün bizim post-empresyonizm kapsamında değerlendirdiğimiz Cézanne, Seurat, Signac, Van Goh ve Gauguin gibi sanatçıların biçimlerine topluca Postmodern demişti" (Yılmaz, 2013:203). Chapman'ın Postmodern tanımı sanatçıların eserlerini değerlendirmekte kullanmasının ardından felsefe, sanat ve edebiyat alanlarında da Postmodern tanımı kullanılmıştır. Dönemsel bağlamda Postmodern tanımı, 1939 yılında İngiliz tarihçi Arnold Toynbee tarafından A Study of History (Tarih Çalışması) adlı çalışmasında kullanılmıştır. Toynbee, bu çalışmasında modern dönemin biterek Postmodern döneme geçişin 1918 I. Dünya Savaşı'ndan sonra gerçekleştiğini dile getirmiştir (Yılmaz, 2013:203-204). Toynbee modern dönemin sınırını I. Dünya Savaşı'ndan başlatmasının sebebi; Postmodern insan üzerinde en büyük etkiyi Dünya Savaşları'nın gerçekleştirmiş olmasıdır. II. Dünya Savaşı sırasında günümüzdeki marka promosyon ürünleri gibi el ilanları, kartpostallar,

kibritler gibi propaganda ürünleri kullanılmıştır. Dünya Savaşları sırasında kullanılan propaganda araçları ve medya ilk kitlesel manipülasyon araçları olmuştur. 1960'lı yıllarda Marshall McLuhan'ın Global Köy kavramıyla medyanın küresel etkisine dikkat çekmesinden çok daha önce II. Dünya Savaşı sırasında gerçekleşen bu durum Postmodern dönemde medya ve kitle iletişim araçlarının insan ve toplum yapısı üzerine etki gücünün görülmesi bakımından önemli noktalardan biridir.



Görsel 1. II. Dünya Savaşı Nazi Propaganda araçları

Savaşın bir diğer önemli etkisi ise Avrupa'dan Amerika'ya göç eden sanatçı ve tasarımcıların Postmodernizmi Amerika'ya taşımasıdır. Grafik tasarım alanında Herbert Matter, Walter Gropius, Laszlo Moholy-Nagy gibi Amerika'ya göç eden isimler, Saul Bass, Paul Rand gibi önemli Amerikan grafik tasarımcılarının çalışmalarına etki etmişlerdir. Özellikle Moholy-Nagy'nin çalışmalarında yenilikçi yapı içinde oluşturduğu modüler grid yapısı ve saf kompozisyonlar grafik tasarımcılara yeni ufuklar açmıştır (Mazlum, 2017: 236-237). O dönem için birleşik olan tanıtım sektörü ve grafik tasarım alanı Amerika'ya göç eden sanatçı ve tasarımcılar sayesinde gelişmeye başlamıştır. 20. yüzyılın ikinci yarısına girildiğinde dünyada, iki büyük savaşın yaraları artık sarılmış, Amerika'da ve Avrupa'da satın alma gücü artmıştı. Bu güç artışı toplumun tüm kesimlerine yayılarak, insanların artık üretimdeki başarılarından çok, ne giydikleri, nasıl bir arabaya sahip oldukları gibi, tüketimdeki başarıları üzerinden değerlendirilmeye başlamasına neden olacaktır (Erkman-Akerson, 2005:77-78). Savaş sonrası ekonominin ayakta durması için tüketici toplumunun ortaya çıkışı Postmodern dönem-

de böylece gerçekleşmiştir. Tüketici toplumu, tasarım alanında 1950 ve 60'lı yıllarda önemli konu başlıklarından biri olarak tasarımcıların üzerinde tartıştıkları konu başlıklarından biri olmuştur. Bunun en büyük sebeplerinden biri ise reklamcılık alanında adeta bir lokomotif olan Amerika'da 1949-1959 arası reklam harcamalarının iki katından fazla artarak 5,21 milyar dolardan 11,27 milyar dolara ulaşmasıdır (Cracknell, 2013:15). Bu aşamada tasarımcı mesleki olarak artık profesyonelleşmiş ve reklamcılık (tanıtım sektörü) ile ayrılmaya başlamıştır. Postmodern dönemin henüz başlarında gerçekleşen bu ayrılma grafik tasarımcıların reklam sektörü içerisinde, şuan için operatör diyebileceğimiz işlevini terk ederek çok daha ayrıntılı ama aynı zamanda kısıtlı bir uygulamaya evrilmiştir (Weil, 2015:134). Ancak bu profesyonelleşme toplumun tüketici yönünü beslemiş, tasarımın içeriğinin ve etki alanlarının toplum adına tekrardan gözden geçirilmesi gerekliliğini doğurmuştur. Bu arayış grafik tasarımcının, mesleğinin tanımının yanı sıra grafik ortaya koyduğu tasarım ürünlerinin de üzerine düşünmeye itmiştir. Savaş sonrası ekonomik kalkınma daha çok üretime bağlı olarak tüketime dayanmaktadır. Her ne kadar bu tablo ilk başlarda savaş sonrası refah ve gelişmişliği temsil ediyor olsa da, daha önce değindiğimiz gibi tablo değişerek üretimden çok tüketim ön plana çıkmış sadece grafik tasarım alanında değil genel olarak tüm tasarım alanlarında işlevin geri plana atıldığı tasarımlar ortaya çıkmaya başlamıştır.

Tasarım alanında tasarımların niteliğine, biçim ve işlev ilişkisine ilk dikkat çeken çalışmalardan biri 1971 yılında Victor Papanek'in yazmış olduğu *Design for the Real World, Human Ecology and Social Change* (Gerçek Dünya için Tasarım, İnsan Ekolojisi ve Sosyal Değişim) kitabıdır. Papanek Endüstri tasarımı üzerinden tasarımın biçim-estetik yönünün ötesinde işlevsel ve kavramsal yönünün de ele alınmasının gerektiğini savunduğu kitabında tasarımcının toplumun her kesimini göz önünde bulundurarak tasarımını gerçekleştirmesi gerektiğine dikkat çekmektedir (Papanek, 1973:52-95). 1980'lerde endüstri ürünü tasarımı alanında ki tasarımcılar tasarımın işlevsel yapısından çok anlamsal yapısı üzerinde yoğunlaştıkları kavramsal tasarımlar yapmaya başlamışlardır. Bu tasarımlar Postmodernist tasarımlar başlığı altında değerlendirilerek tasarımın duygusal anlamının, yani kavramsal olarak içeriğinin dikkate alındığı tasarım örnekleridir (Hesket, 2002:60-61).

1980'li yıllara gelindiğinde tasarım alanını etkileyen toplumsal çalışmalar da yapılmıştır. Toplum üzerine çalışmalar genel olarak toplumsal yapının eleştirisi olarak ortaya konulmuştur. "Özellikle 1980'li yıllarda, Postmodern kuramların yaygınlık kazanmaya başladığı yıllarda dikkat çekmeye başlayan Postmodern Yeni Kavramsalcılık, sanatsal alanlardan çok toplumsal



Görsel 2. Ettore Sottsass ve David Kelly, *Enorme Telephone*, 1986

anlama odaklanan, cinsiyet ayrımcılığından ırk ayrımcılığına, medya eleştirisinden sanat kurumlarının eleştirisine uzanan, özünde belli güç ilişkilerinin şekillendirdiği toplumsal kodları irdeleyen sanatçıların pratikleriyle şekillenmiştir" (Antmen, 2008:277). Postmodern dönemde, toplum yapısı sadece içerisinde yaşanan ırkçı ya da ayrımcı yaklaşımlar üzerinden değil aynı zamanda daha önce bahsettiğimiz tüketim gibi değişen alışkanlıkları ve medya araçlarıyla manipüle edilebilen algısı üzerinde de incelemelerde bulunulmuştur. Marshall McLuhan, Jean Baudrillard gibi Postmodern dönemde medya ve toplum üzerine çalışmalar yapmış olan düşünürler konunun tasarım ve sanat camiasında da dikkat çekmesini sağlamış böylece sanatçı ve tasarımcıların topluma olan sorumluluklarını ve dolayısıyla ortaya çıkan eser ya da tasarımın içeriği ve izleyene olan etkisi üzerinde yeni görüşler ortaya çıkmıştır. Marshall McLuhan ve Bruce R. Powers'ın(2001) özellikle medya araçlarının toplumsal ve küresel etkilerinin anlaşılması amacıyla kaleme aldıkları "Global Köy" kitabında basın, radyo, televizyon gibi grafik tasarımla bağlantılı görsel ve işitsel medya araçlarının toplum üzerindeki gücüne değinmişlerdir. Tasarımcılar artık ortaya koydukları tasarımın içeriğine müdahale etmeye başlamış ve tasarımın sadece biçim-işlev ikilisinden oluşmadığının farkına varılmıştır. İçeriğine müdahale edilen tasarımların topluma olan etkilerinin de sorgulanmaya başlandığı Postmodern dönem grafik tasarımcıların kendilerini ve tasarımlarını yeniden tanımlamaya başlamalarına neden olmuştur.

3. Grafik Tasarımı Etkileyen Göstergebilim ile İlgili Gelişmeler

Grafik tasarımcının içeriğe olan yaklaşımı, sadece grafik tasarım ürünlerinin toplum ve topluma olan etkileri üzerine şekillenmemiştir. Postmodern dönem içerisinde meydana gelen çeşitli gelişmeler de grafik tasarımcının içeriğe olan yaklaşımını değiştirmiştir. Özellikle göstergebilimin, dilbilim ve edebiyattan kendini ayırarak yeni bir bilim dalı olmayı başarması ve tüm yaşam alanları üstüne tıpkı dilbilime olduğu yaklaşabileceğini tartışmaya başlaması tasarım alanları için ortaya çıkarılan tasarımların yapısı üzerine etki etmiştir. Grafik tasarımın profesyonel meslek haline geldiği ilk dönemlerde Umberto Eco 1962 yılında dilimize "Açık Yapıt" olarak çevrilen "Opera Aperta" isimli kitabını yayınlamıştır. Eco kitabı yayınlama amacının; sadece disiplinler arası ortak bir çalışma ile belki cevabına ulaşılacak soru dağarcığı yaratmak ve bu kitabın bir araştırma çağrısı olarak aynı sorunun farklı disiplinlerle aynı paydada olduğunu göstermeyi umduğu bir deneme olduğunu ifade etmiştir (Eco, 1992:7). Eco, devam eden süreçte göstergebilim üzerine yaptığı çalışmalarda tasarım ürünü olan her nesnenin bir gösterge olduğu düşüncesini savunmuş ve tasarım ürünlerinin içeriksel boyutlarıyla göstergebilime dâhil olabileceğini göstererek tüm tasarım alanlarını kapsayan "içerik" araştırmalarını başlatmıştır (Dervişcemaloğlu, 2008; Erkmán-Akerson, 2005). Eco'nun göstergebilim üzerinde yaptığı bu çalışmaları ve yeni tespitleri hem grafik tasarımı hem de diğer tasarım alanlarını etkilemiş ve tasarımların içeriksel boyutları üzerinde düşünülmesini sağlamıştır.

Tasarım alanında, göstergebilimi ve tasarımların içeriğini ilk ilişkilendiren isimlerden biri Grafik Tasarımcı Clive Ashwin olmuştur. Ashwin 1984 yılında yazdığı "Drawing, Design and Semiotics" (Çizim, Tasarım ve Göstergebilim) makalesinde grafik tasarım ve diğer tasarım alanlarında göstergebilim ile içeriği birleştiren ilk isim olmuştur. Ashwin, Charles Sandres Pierce'in ortaya koymuş olduğu; ikon, sembol ve simge den oluşan göstergebilimin üç ana başlığını çeşitli tasarım dalları ile ilişkilendirerek değerlendirmelerde bulunmuştur. Grafik tasarım, mekanik tasarım, mimari gibi tasarım alanları üzerinde yaptığı incelemelerle, göstergebilim kodlarının tasarım alanları ve tasarımların içerikleriyle olan ilişkilerini ortaya çıkarmıştır. Ashwin, tasarımın içeriği ve işlevini altı ana fonksiyon üzerinden değerlendirmiştir (Ashwin, 1984). Bu fonksiyonlar sırayla şu şekildedir;

1. Referans Fonksiyon: Bir tasarımı oluşturan öğelerin çoğu tasarım içerisinde bir referans oluşturur, bu yüzden alıcıya kesin ve açık bir şekilde iletilmek istenen mesajı iletmesi gerekmektedir. Tasarımda referans oluşturulan öğeler dikkatli seçilmeli ve içeriğe dâhil edilmelidir.

2. Duygusal Fonksiyon: Bu fonksiyon özellikle grafik tasarım alanında daha sık kullanılmaktadır. Grafik tasarım ürünlerinin içeriği çoğu zaman bilinçli bir şekilde duygusal bir işlevle kurgulanır. Burada fonksiyonun amacı alıcının empati kurma, heyecanlanma, mutlu olma gibi duygularını ortaya çıkararak iletilmek istenen mesajı alıcının almasını sağlamaktır.

3. İkna Fonksiyonu: İkna Fonksiyonu da duygusal fonksiyonda olduğu gibi grafik tasarım alanında, tanıtım sektöründe ve propaganda kampanyalarında sıkça başvurulan bir fonksiyondur. Alıcının belli bir doğrultuda kanalize olması, belli bir ürünü almaya ikna olması gibi yönlendirmede bulunan fonksiyon tipidir.

4. Estetik Fonksiyonu: Tüm tasarım alanlarında işlev göz önünde bulundurularak kullanılan fonksiyon tipidir. Bu fonksiyon dönemsel olarak değişen estetik, moda, toplumsal beğeni değerlerine göre değişiklik gösterebilir. İçerik bakımından tasarıma en az etki eden, genel olarak tasarımın daha çok sanata yaklaştığı tasarımlarda kullanılır.

5. İlişki Fonksiyonu: Tasarımın içeriğini oluştururken dikkat edilmesi gereken fonksiyonlardan biri ilişki fonksiyonudur. Konuşma dilinde kullanılan "şaşırtma, onaylama, reddetme" gibi ifadelerin göstergebilimsel karşılığıdır. Tasarımın içeriğinde daha çok karmaşık ifadelerin anlaşılmasında sinyal görevi görerek alıcın rahat bir şekilde mesajı alabilmesi için onu yönlendirme amacıyla kullanılır.

6. Metalinguistik Fonksiyon: Metalinguistik Fonksiyonun amacı yazı dilindeki tırnak işaretine yakındır. Tasarım içerisindeki mesajı netleştirmek veya nitelendirmek amacıyla tasarımda kullanılan fonksiyon çeşididir. Tasarım alanında dilbilimsel bir gösterge olarak kabul edilebilir. Grafik tasarım alanında en iyi örnekleri meslek kuruluşlarının ya da kollarının belli standart kalıplara göre hazırlanan kartvizit ve tabela tasarımları gösterilebilir.

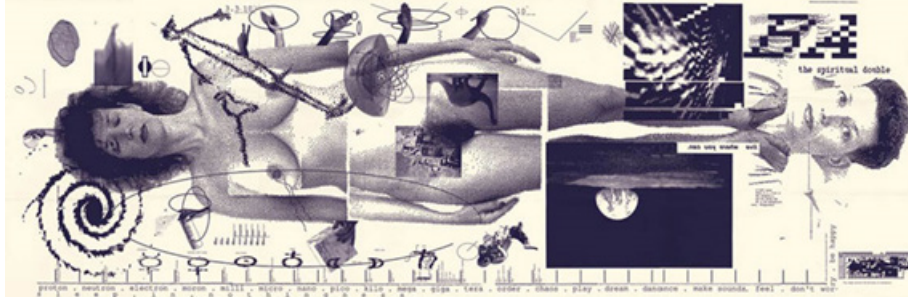
Ashwin göstergebilim üzerinden yapmış olduğu bu öncü çalışma ile tasarımda kullanılan öğeleri göstergebilim üzerinden fonksiyonlar halinde karşılıklarını oluşturmuş ve tasarım alanında tasarımın içeriği hakkında öncü çalışmalardan birini oluşturmuştur. Ashwin'in yapmış olduğu bu çalışmanın yanı sıra göstergebilimin grafik tasarım eğitimine dâhil olması da göstergebilimin grafik tasarım alanını etkilediği noktalardan biridir. Ayrıca grafik tasarım alanında ortaya konan tasarımların akademik olarak analizinin göstergebilim üzerinden; semantik(tasarımdaki anlamsal ilişkileri) bakımdan, sentaktik(tasarımdaki imgelerin bir araya getirilişi)

bakımdan ve pragmatik(tasarımdaki işaretlerin hedef kitleyle olan ilişkisi) bakımından, incelenmesi de kişisel yorumların önüne geçerek analizlerin bilimsel tabanda yapılmasına katkı sağlamıştır.

4. Grafik Tasarım Alanında İçeriği Etkileyen Diğer Gelişmeler

Grafik tasarımın 1930'larda artık tam olarak tanıtım sektörüne dâhil olması ve Postmodernizm ile değişen toplum alışkanlıkları dışında göstergebilim gibi farklı disiplinlerdeki gelişimlerden etkilenmesinin yanı sıra kendi alanı içinde yaşanan tartışmalar ve teknolojik gelişmelerden de etkilenmiştir. Günümüz grafik tasarım içerik anlayışına etki eden belki de en önemli iki gelişme bilgisayarların tasarıma dâhil olması ve grafik tasarımcının yazar olarak atfedilmesidir.

1980'lerin sonlarına doğru artık yaygın olarak evlere girmeye başlayan bilgisayar, tasarımcılar tarafından da kullanılmaya başlamıştır. Bilgisayarla yapılmış ilk basılı tasarım April Greiman tarafından yapılmıştır. 1986 yılında Design Quaterly dergisinin özel sayısı için hazırlanmış olduğu iki metre yüksekliğindeki katlanmış afiş hem boyutları bakımından hem de bilgisayar aracılığı ile kullandığı tasarım dili açısından oldukça ses getirmiştir (Weil, 2015:120-121).



Görsel 3. April Greiman, Design Quaterly Dergisi için Afiş Tasarımı, 1986

Karmaşık yapısı ve birbiriyle bağlantısız görünen tasarım öğeleri sayesinde anlamsız gibi duran tasarımı hakkında Greiman; "Ona bir anlam kazandırırsanız bir anlamı olur" şeklinde cevap vermiştir (Weil, 2015:120). Bilgisayarların grafik tasarımda giderek yaygınlaşan kullanımı ve yeni tasarımcıların bilindik formları ve kuralları yıkmaları "içerik" tartışmalarının başlamasına neden olmuş artık tasarımların görsel yapısından çok içerik boyutu, grafik tasarım alanında tartışmaların başlıca konusunu oluşturmaktadır. Bu yeni tasarım anlayışını en çok benimseyenler ise Cranbrook Sanat Akademisi'nde üretilen çalışmalarda olduğu gibi "yeni dalga" akımıdır. Post-yapısalcılıkta olduğu gibi teorik analizlerden yola çıkarak

grafik tasarım ürünlerinde temsil ve anlam problemleri üzerinde araştırma yapmaya yönelmişlerdir. Yeni dalgacıların bu yaklaşımı grafik tasarımda içeriğe bakış açısının değişmesine neden ilk dalga olarak değerlendirilebilir.

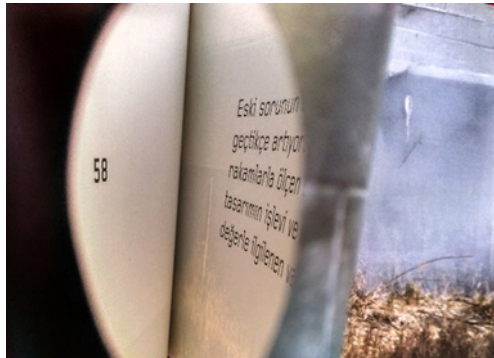
Bilgisayarların tasarım araçlarından birine dönüşmesiyle yakın zamanlarda yani 1990'larda Anne Burdick, Michael Rock gibi grafik tasarımcıların yayınlamış olduğu makalelerle tasarımcılar yazar kavramı üzerinde düşünmeye başlamışlardır. "1990 yılında Michigan Cranbrook Sanat Akademisi, 2D Tasarım'ın yöneticisiyken yazdığı 'American Design Expression' metninde, McCoy müşterilerinin mesajlarını itaatkarca iletmekten hoşnut olmayan tasarımcılardan ve 'sorun çözme geleneği' nin ötesinde 'yorumcu' rolünü incelediklerinden bahsetmişti" (Twemlow, 2011:34). Bu yazısında McCoy Cranbrook ile bağlantılı hocalara ve öğrencilere gönderme yaparak hem sanatla hem de edebiyatla bağlantılı bir rol oynadıklarını savunmuştur (Twemlow, 2011:34). Tasarımcının problemin çözümünde oluşturduğu içeriğe müdahale edebildiği ve bu doğrultuda tasarımı oluşturan problemi daha genişleterek yeniden şekillendirebilmesi fikri üzerinden ortaya çıkmıştır. Bu yeni tasarımcı tanımı temel olarak, görsel yönden zengin yeni dalga çalışmalarını da teknoloji aracılığı ile yapılan deneysel çalışmaları da reddetmemektedir. Yazar tasarımcı tasarımı oluşturan görsel dil, semboller ve imgelerin tasarımdaki anlamının araştırılması yerine bunların nasıl bir araya gelerek tasarımı oluşturduğunun anlaşılmasına yönelmenin gerekli olduğunu savunmuşlardır (Burdick, 1993, Rock, 2009). Otto von Busch'a göre tasarımcının probleme yoğunlaşmasının yanı sıra çözüm sürecinde oluşturduğu içerikle birlikte özellikle sosyal konularda mevcut problemin kapsadığı alanın ötesinde ki sorunlara da çözüm önerisi sunabilirler (Busch, 2015:109). Busch'un bahsetmiş olduğu "sosyal konular" grafik tasarım alanında tartışılan bir başka konu başlığı olarak karşımıza çıkmaktadır. Grafik tasarımda sosyal konular başlı başına ayrı bir araştırma konusu olması bakımından sadece içerik ile ilgili kısımlarından burada kısaca bahsetmek doğru olacaktır. Grafik tasarım alanında sorumluluk, toplumsal ve mesleki başlıkları altında 21. Yüzyıla girilmesiyle birlikte dikkat çeken konular olmuştur. Hatta yazar olarak grafik tasarımcı ve içeriğin tasarlanabilmesine örnek oluşturabilecek manifesto kitaplar yazılmıştır. Bu kitaplara örnek olarak ülkemizde Faruk Ulay tarafından 2005 yılında yayınlanan "Sürekli Bir Yenilginin Gölgesinde Grafik Tasarım Manifestosu" kitabıdır. Kitap sadece düz metinlerin sayfalara artarda sıralanması şeklinde basılmak yerine tasarımı kitabın bütününe yaymıştır.



Görsel 4. Faruk Ulay, Sürekli Bir Yenilginin Gölgesinde Grafik Tasarım Manifestosu, 2005



Görsel 5. Faruk Ulay, Sürekli Bir Yenilginin Gölgesinde Grafik Tasarım Manifestosu Kitap Sayfa Tasarımı, 2005



Görsel 6. Faruk Ulay, Sürekli Bir Yenilginin Gölgesinde Grafik Tasarım Manifestosu Kitap Detay, 2005

Akın Nalça Kitap evinde tasarımı tamamlanıp basılan kitapta Ulay'ın çekmiş olduğu fotoğraflar tasarımda kullanılmıştır. Kitap ilk bakışta fotoğraf kataloğu gibi dursa da, sayfaların yan kısımlarında özel bıçakla kesilen yarım daire alanlardan birbiri ile birleşik basılan sayfaların içerisindeki metinlere ulaşılmaktadır. Böylece grafik tasarım alanında belki de görülmek istenmeyen gerçeklerin oluşturduğu içerik okuyucuya tıpkı bir mikroskop veya teleskop bakıcından bakıyormuş gibi gerçekleri sunmaktadır. Ulay'ın bu manifesto kitabı tasarımcının tasarımını içerikle birleşerek oluşturmasına güzel bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sonuç

Grafik tasarım, gerek etkilemesi, gerekse etkilenmesi bakımından çevresinde yaşanan gelişmelere hızlı bir şekilde reaksiyon veren bir alandır. Postmodern dönemin başlangıcı kabul edilen I. Dünya Savaşı'ndan itibaren yaşanan gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda grafik tasarım alanının içerik anlayışına da etki eden değişimi kaçınılmazdır. Avrupalı tasarımcı ve sanatçıların Postmodern yaklaşımı Amerika'ya taşınması ile başlayan tasarım alanındaki değişim grafik tasarımı günümüz meslek tanımına ulaşmasını sağlayarak profesyonel bir meslek haline getirmiştir. Erken Postmodern dönemde dil, medya ve göstergebilim üzerinde yapılan çalışmalarında etkisi ile grafik tasarım reklam sektöründen bağımsız olarak da varlığını sürdürebileceğini görmüş, tasarımcı ve tasarımları hakkında tartışma konuları oluşturarak mesleki olgunluğa ulaşmıştır.

Grafik tasarımcının tanımına atfedilen yazar kavramıyla daha da üzerinde durulmaya başlanan tasarımın içeriği konu başlığı, tasarımcının içeriğe müdahale etmesiyle birlikte genişlemiştir. Artık tasarımcı karşısına çıkan problemin etki alanın ötesine geçebilmekte ve çözüme yönelik yeni alternatifler sunabilmekte, sosyal konular ve toplum için tasarımlarda içerik ile ilgili yeni oluşan yaklaşımlardan faydalanabilmektedir. Grafik tasarım eğitiminde yeni yetişen tasarımcıların tasarımın içeriksel boyutunu üzerinde durulması ve yeni tasarımcıların sadece toplum için yaptıkları tasarımlarında değil aynı zamanda ajanslarda yaptıkları tasarımlarında mesleki ve toplumsal sorumluluklarını yerine getirebilmeleri bakımından önemlidir. Tanıtım sektörünün grafik tasarım ve toplumsal yapı içerisindeki yeri inkâr edilemez. İçerik hakkında tam bilgi sahibi olmayan tasarımcılar yanlış oluşturdukları içerik inşası ile toplumu yanlış bilgilendirebilir ve yönlendirebilirler. Bu yüzden, bu çalışmanın sonucu olarak; içerik konusunun, eğitimden, toplumsal sorumluluğa kadar grafik tasarım alanının her noktasında önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir.

Kaynakça

Antmen, A. (2008). *Sanatçılardan Yazılar ve Açıklamalarla 20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar*. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Ashwin, C. (1984, Autumn). "Drawing, Design and Semiotics". *Design Issues*, 01 (2). Web: <http://www.jstor.org/stable/1511498>, Erişim tarihi: 13.11.2018.

Burdick, A. (1993). What has writing got to do with design?. *Eye Magazine*, 9 (3). Web: <http://www.eyemagazine.com/opinion/article/what-has-writing-got-to-do-with-design>, Erişim tarihi: 15.01.2019

Busch, O. (2015). *Tasarlanacak Ne Kaldı? Sosyal Tasarım Üzerine Acil Sorular*. İstanbul: Puna Yayın.

Çeken, B. ve Şenoymak Ersan, M. (2016). Kişiyi Özel Organizasyonlarda Grafik Tasarımın Yeri. *idil*, 5 (21), s.461-475

Cracknell, A. (2013). *Gerçek Mad Men Madison Bulvarı'nın Altın Çağının Olağanüstü Öyküsü*. İstanbul: MediaCat Kitapları.

Dervişcemaloğlu, B. (2008). Göstergebilimin Tanımı ve Dalları. Web: <http://www.ege-edebiyat.org/docs/493.pdf>, Erişim tarihi: 22.12.2018.

Eco, U. (1992). *Açık Yapıt*. (çev. Y. Şahan). İstanbul: Kabalcı Yayınevi

Erkman-Akerson, F. (2005). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Multilingual Yayınları.

Hesket, J. (2002). *Tasarım*. Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.

Margolin, V. (2012). *Grafik Tasarım Eğitimi ve Toplumsal Değişimin Getirdiği Zorluklar*. *GMK Yazılar*, Sayı 123, 1-2.

Mazlum, H. (2017). "Modernizm Sürecinde Yeni Tipografi'nin Doğuşu ve Jan Tschichold." *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 18, Sayı 1, 226-247.

McLuhan, M. ve Powers, B. R. (2001). *Global Köy*. (çev.B. Ö. Düzgören). İstanbul: Scala Yayıncılık.

Papanek, V. (1973). *Design for the Real World, Human Ecology and Social Change*. New York: Bantam Books.

Rock, M. (2009). *Fuck Content*. Web: <https://2x4.org/deas/2/fuck-content/>, Erişim tarihi: 01.02.2019.

Twemlow, A. (2011). *Grafik Tasarım Ne İçindir?* İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.

Weil, A. (2015). *Grafik Tasarım*. (çev. O. Türkay). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Yılmaz, M. (2013). *Modernden Postmoderne Sanat*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Görsel Kaynakları

Görsel 1. II. Dünya Savaşı Nazi Propaganda araçları. https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/lot-images.atgmedia.com/SR/34230/2889116/113-2013913131810_540x360.jpg, Erişim tarihi: 10.02.2019.

Görsel 2. Ettore Sottsass ve David Kelly, "Enorme Telephone", 1986 https://en.wikipedia.org/wiki/File:Enorme_Telephone,_Ettore_Sottsass_and_David_Kelly.jpg, Erişim Tarihi: 12.02.2019.

Görsel 3. April Greiman, "Design Quaterly Dergisi için Afiş Tasarımı", 1986 <http://www.designishistory.com/1980/april-greiman/>, Erişim tarihi: 08.02.2019.

Görsel 4. . Faruk Ulay, "Sürekli Bir Yenilginin Gölgesinde Grafik Tasarım Manifestosu" 2005 <http://akinnalcakitaplari.com/images/content/2005/1.jpg> Erişim tarihi: 03.09.2019

Görsel 5. Faruk Ulay, "Sürekli Bir Yenilginin Gölgesinde Grafik Tasarım Manifestosu Kitap Sayfa Tasarımı", 2005 <http://akinnalcakitaplari.com/images/content/2005/2.jpg> Erişim tarihi: 03.09.2019

Görsel 6. Faruk Ulay, "Sürekli Bir Yenilginin Gölgesinde Grafik Tasarım Manifestosu Kitap Detay", 2005. Kişisel Arşiv.