

DETERMINATION OF THE METAPHORIC PERCEPTIONS OF FASHION AND GRAPHIC DESIGN STUDENTS REGARDING THE CONCEPT OF "DESIGN"¹

Hüseyin Uysal*
Çiğdem Özdemir**2

*Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Resim-İş Eğitimi Anabilim Dalı

**Öğr. Gör. Dr., Giresun Üniversitesi, Teknik Bilimler MYO, Tasarım Bölümü

Abstract

The aim of this study is to determine the metaphorical perceptions of students who studies in the field of fashion design and graphic design towards the concept of "Design" and to reveal the similarities and differences between the metaphorical perceptions of these two departments students. The research was carried out with 100 students studying at Giresun University Technical Sciences Vocational School Design Department. These 100 students consist of 50 Fashion Design and 50 Graphic Design students. The data of the study were obtained by completing the blanks in the students' sentence "Design is like because". In the study, in which the phenomenology design was used, one of the qualitative research methods, the data obtained were analyzed by content analysis and explained the support of the literature with expert opinions. As a result of the research, total of 44 different metaphors for the concept of "Design" were obtained from Graphic and Fashion Design students, and they were discussed in 5 different categories as "Individual, Spirituality, Life, Object and Aesthetics" with expert opinions. It was concluded that there were both similarities and differences between the metaphors of the two groups. The research is considered important in terms of contributing to researches to be conducted on the subject and setting an example for researchers in the relevant field.

Keywords: Design, metaphor, fashion design, graphic design

“TASARIM” KAVRAMINA YÖNELİK MODA VE GRAFİK TASARIM ÖĞRENCİLERİNİN METAFORİK ALGILARININ BELİRLENMESİ

Özet

Bu araştırmanın amacı moda tasarım ve grafik tasarım alanlarında öğrenim gören öğrencilerin “Tasarım” kavramına yönelik metaforik algılarını belirlemek ve bu iki bölüm öğrencilerinin metaforik algıları arasındaki benzerlik ile farklılıkları ortaya koymaktır. Araştırma, Giresun Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Tasarım Bölümü’nde okuyan 100 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Bu 100 öğrenci 50 Moda Tasarım ve 50 Grafik Tasarım öğrencisinden oluşmaktadır. Araştırmanın verileri öğrencilerin “Tasarım..... gibidir, çünkü.....” cümlesindeki boşlukların tamamlanmasıyla elde edilmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden olgu bilim deseni kullanılan çalışmada, elde edilen veriler içerik analizine tabi tutularak incelenmiş ve uzman görüşleriyle birlikte literatür desteklenerek açıklanmıştır. Araştırma sonucunda Grafik ve Moda Tasarım öğrencilerinden “Tasarım” kavramı için toplam 44 farklı metafor elde edilmiş, uzman görüşleri ile “Birey, Maneviyat, Yaşam, Nesne ve Estetik” olmak üzere 5 farklı kategoride ele alınmıştır. İki grubun metaforları arasında hem benzerlik hem de farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma konu ile ilgili yapılacak araştırmalara katkı sağlaması ve ilgili alandaki araştırmacılara örnek teşkil etmesi yönünden önemli görülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Tasarım, metafor, moda tasarımı, grafik tasarımı

¹ Bu çalışma 10-13 Ekim 2018 tarihlerinde Giresun Üniversitesi’nde düzenlenen III. Uluslararası Felsefe, Eğitim, Sanat ve Bilim Tarihi Sempozyumu’nda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

² Sorumlu Yazar E-mail: cigdem.ozdemir@giresun.edu.tr / Doi: 10.22252/ijca.904454

1. Giriş

Tasarım, çevremizi doğada bulunmayan yollarla biçimlendirip oluşturmak için gereksinimlerimize hizmet etmeye ve yaşamlarımıza anlam katmaya yarayan insana özgü bir yetenektir (Hesket, 2017: 15). Tasarım eylemi, insanoğlunun yaşamı boyunca var olmuş ve insanoğlunun ihtiyaçları doğada bulabildikleri malzemeler vasıtasıyla zaman içinde zevk ve beğeniyle şekillenmiş, estetik unsurlar çerçevesinde değişime uğrayıp malzeme ile de gelişme göstermiştir (Tepecik & Tokdaş, 2014: 18). Dolayısıyla tasarımın, imkânlar dâhilinde estetik kaygı temeline dayanan yaratıcı bir süreç olduğu söylenebilmektedir.

San (2017: 105), yaratıcılığı daha önce kurulmamış ilişkiler arasında ilişkiler kurabilme, dolayısıyla yeni düşünce şeması, fikir, yaşantı, deneyim ve evreni anlamlandırma olarak tanımlamaktadır. Bu etkileşimler birbirlerine kolaylaştırıp yeni yapılanmalara olanak sağlamaktadır. Örneğin duygular, hisler hayal gücünü beslemekte, hayal gücü de kaynağından beslenerek yaratıcılığa hizmet etmektedir. Tasarımların bir faydaya, bir amaca hizmet etmesi ve düşüncenin ürünü olması gerekir. Bir düşünce, bilinçli olarak ve aynı zamanda daha önce yapılandan farklı bir biçimde ortaya çıkmamışsa o çalışmalara tasarım dememiz doğru olmayacaktır (Gökaydın, 2010: 45).

Tasarım; bir model, kalıp ya da süsleme yapmak değildir. Bir tasarım kendince bir yapıya ve bu yapı arkasında bir planlamaya sahip olmalıdır (Becer, 2015: 32). Planlama ile sistematik sürece ulaşmak mümkündür. Becer (2015: 39)'e göre; tasarım süreci problemi tanıma, bilgi toplama, yaratıcılık ve buluş süreci, çözüm bulma ve uygulama basamaklarından oluşmaktadır. Problemi tanıma ile başlayıp uygulama ile son bulan bu süreç, tasarımın iki önemli kolu; moda tasarımı ve grafik tasarımı örnek verilebilmektedir. Moda tasarımı, "bir yandan biçim malzeme ve renkleri, diğer yandan konum, meşguliyet, durum ve mizaçları; daha basit ifadeyle, bir yanda giysileri diğer yanda dünyayı" düzenleyen birleşimdir (Waquet & Laporte, 2011: 8). Grafik tasarımı ise, bir kaynaktan karşı tarafa iletilmek istenilen mesajın, geliştirilen yaratıcı bir konsept çerçevesinde, anlamlı, zekice göndermeler ve tasarım ilkelerine uygun biçimde aktarılmasıdır (Ertan & Sansarcı, 2016: 132).

Gerek moda gerekse grafik tasarımı programlarında ortak olan temel sanat eğitimi, temel tasarım gibi derslerle tasarım olgusu verilmekte ve bu olgudan yola çıkarak program niteliklerinin gerektirdiği alanlarla ilişkili tasarımlar yapılmaktadır. Grafik tasarımında; afiş, ambalaj, logo; moda tasarımında ise giysi, aksesuar gibi tasarımlar ön plandadır. Her iki programdaki tasarım olgusuna hizmet eden yaklaşımlar prensipte aynı olmasına rağmen, çıkan ürün bazında bakıldığında, biçimsel ve işlevsel farklılıklar görülebilmektedir.

Yaratıcılık temelli hedeflerin kesiştiği tasarım programlarında farklı bakış açılarıyla bezeli zengin anlatım yolları elde etmemize olanak sağlayan uygulama faaliyetlerinden biri de metaforlardır. Metafor özgün olarak bir şeyi ifade etme biçimi olup benzetme yoluyla tekrar anlamlandıran bir kavramdır. Metafor kelimesi Grekçe'de "metaherein" kelimesinden gelmektedir. Taşımak, transfer, aktarım gibi anlamları ihtiva etmektedir. Metafor kelimesi etimolojik olarak (meta+phora) olarak izah edilen "metaphora"ya dayanmaktadır (Güneş & Tezcan, 2019: 1). Bir şeyi ya da bir fikri ona çok benzeyen niteliklere sahip başka bir şey ile "gibi", "benzer" sözcüklerini kullanmaksızın istenen tanımlamayı yapmak, anlatıma üslup güzelliği ve kolaylığı sağlamak amacıyla kullanılan sözcük ya da sözcüklere metafor denir. Başka bir anlatımla metafor; bir kavramı, kelimeyi, terimi, olguyu daha güzel ve etkili anlatmak amacıyla, farklı anlamda olan bir sözcükle, ilgi kurularak benzetme yoluyla kullanılmasıdır (Aydın, 2004; akt. Güneş & Tezcan, 2019: 3).

Metaforlar algıda benzerlik oluşturan bir objenin diğer objeye anlamsal aktarımda transfer görevi görmektedir (Semerci, 2007: 126). Dolayısıyla metaforlar insan zihnindeki somut, soyut, olumlu, olumsuz gibi özelliklerin tam açıklığa kavuşturulamamış konular hususunda kavranmasında fayda sağlamaktadır (Karaçanta, 2013; akt. Altun & Uzuner, 2017: 61).

Bu araştırmada bir şeyi bir şeye benzetme ilkesinden yola çıkılarak, moda ve grafik tasarımı öğrencilerinin, zihinlerindeki anlamsal aktarmaların çeşitliliğini ve zenginliğini ortaya çıkarmak hedeflenmektedir.

1.1.Araştırmanın Amacı, Problem Durumu ve Alt Problemler

Bu araştırmanın amacı, tasarım öğrencilerinin "tasarım" kavramı için metafor algılarının belirlenmesidir. Araştırmanın problem cümlesi "Tasarım öğrencilerinin tasarım için metafor algıları nelerdir?" şeklindedir. Bu problem cümlesi ile temellendirilen araştırmanın alt problemleri aşağıdaki gibidir;

1. Moda ve Grafik Tasarım öğrencilerinin tasarım kavramına yönelik geliştirdikleri metaforlar nelerdir?
2. Moda ve Grafik Tasarım öğrencilerinin oluşturdukları metaforlar öğrenim gördükleri tasarım alanına göre nasıl dağılım göstermiştir?

3. Moda ve Grafik Tasarım öğrencilerinin oluşturdukları metaforlar hangi kavramsal kategoriler altında toplanabilir?
4. Moda ve Grafik Tasarımda öğrencilerinin oluşturdukları metaforların birbiriyle olan benzerlik ve farklılıkları nelerdir?

2.Yöntem

Bu bölümde sırasıyla araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama aracı ve verilerin analizi ile ilgili bilgilere yer verilmektedir.

2.1.Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada tasarım öğrencilerinin tasarım kavramına yönelik algılarının metaforlar aracılığıyla incelendiği, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan olgubilim (fenomoloji) deseni kullanılmaktadır.

Olgu bilim, olgunun altında yatan ortak anlamları keşfetmek için bireyler tarafından deneyimlenmiş dünyayı tanımlamaya ve yaşanmış deneyimlerin özünü açıklamaya çalışan bir yöntemdir (Baker vd. 1992; akt. Kocabıyık, 2016: 55).

2.2.Çalışma Grubu

Olgubilim deseni kullanılan araştırmalarda, araştırmanın odaklandığı olguyu yaşayan ve bu olguyu dışa vurabilecek bireyler, gruplar araştırmanın çalışma grubunu ve veri kaynağını oluşturmaktadırlar (Büyüköztürk vd., 2018: 22). Bu araştırmanın çalışma grubunu 2017-2018 Eğitim Öğretim yılında Giresun Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Tasarım Bölümünde okuyan 100 öğrenci oluşturmaktadır. Tasarım bölümünde moda tasarımı ve grafik tasarımı olmak üzere iki farklı program bulunmaktadır. Çalışma grubunda yer alan 100 öğrencinin 50' si Moda Tasarımı programı öğrencisi diğer 50' si ise Grafik Tasarımı programı öğrencisidir.

2.3.Veritoplama Aracı

Metaforlar, bir sisteme ait resmi, bütüncül olarak aktarırken küçük farklılıkları öne çıkarmaz böyle bir durumda ortamı tanımlamak için binlerce sözcüğün yerini karşılayacak bir resim ortaya çıkmaktadır. Bu da metaforların görsel gücünü ortaya koymakta ve karmaşık bir durum, bir imaj kullanılarak aktarılmakta böylece metaforlar etkili ve güçlü birer iletişim araçlarına dönüşmektedir (Sackman, 1989; akt. Yıldırım & Şimşek, 2013: 238). Bu araştırmada tasarım öğrencilerinin tasarım kavramına yönelik metaforlarını belirlemek için "Tasarım.....gibidir, çünkü....." şeklinde bir form verilmiştir. Bu formdaki "gibi" ifadesi ile metaforun ortaya çıkması, "çünkü" ifadesinden sonra ise metaforun mantıklı bir sebebe dayandırılması amaçlanmıştır (Saban, 2008).

2.4.Verilerin Analizi

Elde edilen nitel veriler içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Yıldırım & Şimşek (2013)' e göre içerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde organize ederek yorumlamaktır. Bu süreçte Saban' ın (2008) uyguladığı 5 aşamadan yararlanılmıştır. Bu aşamalar; kodlama ve ayıklama, örnek metafor imgesi derleme, kategori geliştirme, geçerlik ve güvenilirliği sağlama daha sonra verilerin nicel sonuçlarının elde edilmesidir. Bu araştırmada 100 farklı tasarım öğrencisinden alınan toplam 44 farklı metafor, gerekçeleri ile içerik uygunluğu dikkate alınarak 5 kategoride ele alınmıştır. Oluşturulan bu kategoriler; "birey, maneviyat, yaşam, nesne ve estetik" başlıkları altında toplanmıştır. Bütün metaforlar bir kategori ile eşleştirildikten sonra güvenilirliğin sağlanması için iki farklı alan uzmandan destek alınmıştır. Uzmanların metaforlar ile kategorileri eşleştirmeleri istenmiş sonuçları Miles & Huberman (1994)' in formülü olan "Güvenirlik = görüş birliği / görüş birliği + görüş ayrılığı" ile çalışmanın güvenilirliği 0,92 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç ile çalışmanın güvenilir olduğu yargısına varılabilmektedir. Elde edilen 44 metafor, 5 farklı kategoride frekans verilerek tablolaştırılmıştır.

3.Bulgular

Bu bölümde toplam 100 Moda ve Grafik Tasarım öğrencisinin "tasarım" kavramına yönelik metaforları, bunların içerisinde yer alan 50 Moda ve 50 Grafik tasarım öğrencisinin metaforlarının benzerlik ile farklılıkları tablolar halinde gösterilerek yorumlanmıştır. Moda ve Grafik Tasarım öğrencilerinin tasarım kavramına ilişkin metaforik algılarının göstergesi olarak oluşturdukları metaforlar tablo 1 de sunulmuştur.

Tablo 1. Moda ve Grafik Tasarım Öğrencilerinin “Tasarım” Kavramına İlişkin Metaforları

Metafor	f	%	Metafor	f	%	Metafor	f	%	Metafor	f	%
Hayal	9	9	Beyin	3	3	Gezgin	1	1	Dal	1	1
Hayat	7	7	İnsan	3	3	Pasta	1	1	Büyü	1	1
Resim	7	7	Karakter	2	2	Bilgi Birikimi	1	1	Mevsim	1	1
Yaratıcılık	6	6	Ayna	2	2	Sonsuzluk	1	1	Evrensellik	1	1
Aşk	5	5	Kuş	2	2	Ruh	1	1	Hedef	1	1
Evren	5	5	Elbise	2	2	Rüya	1	1	Merdiven	1	1
Çiçek	4	4	İhtiyaç	2	2	Giresun	1	1	Varoluş	1	1
Güneş	3	3	Sanat	2	2	Suluboya	1	1	Lunapark	1	1
Dünya	3	3	Özgürlük	2	2	Bilgi	1	1	Su	1	1
Okyanus	3	3	Haz	2	2	Dert	1	1	Aile	1	1
Doğa	3	3	Arı	1	1	Lamba	1	1	Ağaç	1	1

Tablo 1’ de görüldüğü üzere, Moda ve Grafik Tasarım öğrencileri, tasarım kavramı için toplam 44 farklı metafor üretmişlerdir. 9 kişi tarafından üretilen “hayal” metaforu en çok belirtilen metafor olarak belirlenirken, birbirinden farklı sadece 1’ er kişi tarafından üretilen “arı, gezgin, pasta, bilgi birikimi, sonsuzluk, ruh, rüya, Giresun, suluboya, bilgi, dert, lamba, dal, büyü, mevsim, evrensellik, hedef, merdiven, varoluş, lunapark, su, aile ve ağaç” olmak üzere toplam 23 farklı metafor en az belirtilen metafor olarak belirlenmiştir. Bu metaforların gerekçeleri ile desteklenmiş açıklamaları, Moda ve Grafik Tasarım öğrencileri için ayrı ayrı olacak şekilde tablo 2’ de gösterilmiştir.

Tablo 2. Moda ve Grafik Tasarım Öğrencilerinin “Tasarım” Kavramına İlişkin Metaforlarının Açıklamaları

Metafor	Moda Tasarım Öğrencilerinin Açıklamaları	Grafik Tasarım Öğrencilerinin Açıklamaları
Tasarım hayal gibidir,	*çünkü olmazsa insan güzellikleri keşfedemez. *çünkü duygu, düşünce ve güzellikler içerir. *çünkü insan hayallerinde özgürdür. *çünkü ilham gelince gerisi güzel duygular akar gider.	*çünkü hayal gücüyle elde edilir. *çünkü hayalimizde istediğimizi yapabiliyoruz. *çünkü zihnimizdekileri somutlaştırmaya yarar. *çünkü yapmadan önce planlarız. *çünkü kurguladıklarımızdan yola çıkarız.
Tasarım hayat gibidir,	*çünkü olmazsa olmazdır *çünkü sürekli bir döngü içindedir. *çünkü sürekli yeni bir yönünü keşfedersin.	*çünkü acı tatlı anlar içerir. *çünkü her an sürprizlerle karşılaşırın. *çünkü içinde uyum vardır. *çünkü insan tasarımlar ile yaşar ve olgunlaşır.
Tasarım resim gibidir,	*çünkü özgürlüğün ve aşkın renkler ve çizgiler ile somutlaştırılmasıdır. *çünkü baktıkça için açılır. *çünkü çizgi ile başlanır ve renkler devreye girer. *çünkü içinde her renk vardır. *çünkü en sevdiğim renk ve biçimleri onda bulurum.	*çünkü çizdikçe başka dünyalara açılırız. *çünkü içerisinde birçok renk barındırır.
Tasarım yaratıcılık gibidir,	*çünkü farklılıklarla büyür. *çünkü olmayan bir şeyi yapmaktır.	*çünkü birçok hayal ürünü barındırır. *çünkü var olmayan bir yeniliği ortaya çıkararak onu evrenselleştirir. *çünkü farklı olanı bulmaya çalışırın. *çünkü kişinin en özgün yorumunu yansıtır.
Tasarım aşk gibidir,	*çünkü isteyerek ve umut ederek oluşur. *çünkü tutku verir.	*çünkü sevgi ve mutluluk ile doludur. *çünkü aşkla yapınca güzel işler çıkıyor. *çünkü sevdiğim bağımlılık yapar ve hiç kopamazsın.

Tasarım evren gibidir,	*çünkü içinde her şey vardır. *çünkü sonsuzluğa açılır.	*çünkü birçok malzeme ve bilgiyi barındırır. *çünkü içerisinde harika uyum vardır. *çünkü içerisinde bir sürü canlı barındırır.
Tasarım çiçek gibidir,	*çünkü renkli ve farklı boyutlardadır. *çünkü çok güzeldir.	*çünkü rengarenk ve güzel görünür.
Tasarım güneş gibidir,	*çünkü yeşerdikçe güzelleşir. *çünkü ilerisi aydınlıktır.	*çünkü tasarım yaptığımızda aydınlanırsınız. *çünkü yıldızlar gibi parlaktır ve iyi tasarımlar her zaman parlaklar.
Tasarım dünya gibidir,	*çünkü içinde birçok düşünce barındırır. *çünkü farklı kültürleri barındıran hayattır.	*çünkü içerisinde birçok farklılığı barındırır.
Tasarım okyanus gibidir,	*çünkü derinliklere inersin.	*çünkü sonsuz düşünce biçimi barındırır.
Tasarım doğa gibidir,	*çünkü içinde çok çeşitli tür barındırır. *çünkü kendi içinde yaşar. *çünkü içinden ne çıkacağı belli olmaz. *çünkü yaşamı yansıtır.	-
Tasarım beyin gibidir,	-	*çünkü büyük güzelliklerin temeli tasarım ile atılır. *çünkü beynimizle düşünür ve güzelliği şekillendiririz. *çünkü bütün estetik beğenilerimizi o yönlendirir.
Tasarım insan gibidir,	-	*çünkü kendi benliğini fikrini yansıtır. *çünkü ilgilenirsen gelişir. *çünkü gün geçtikçe farklı yönlerini görürsün.
Tasarım karakter gibidir,	*çünkü neysen onu ortaya koyarsın.	*çünkü tamamen bireyin kendine özgüdür.
Tasarım ayna gibidir,	*çünkü içimizi yansıtır.	*çünkü görüneni ve hallerdekini bire bir yansıtır.
Tasarım kuş gibidir,	*çünkü özgürdür. *çünkü sınırları yoktur.	-
Tasarım elbise gibidir,	*çünkü insanı kuşatır. *çünkü çok renklidir.	-
Tasarım ihtiyaç gibidir,	*çünkü hayat devam ettikçe devam edecektir. *çünkü yaşamın her anında olsun istersin.	-
Tasarım sanat gibidir,	-	*çünkü içerisinde her türlü estetik değeri barındırır. *çünkü insanın en güzel kendini ifade etme biçimidir.
Tasarım özgürlük gibidir,	-	*çünkü istediğimiz şekilde tasarlarız. *çünkü ucu bucağı yoktur ve uygularken kimseye bağlı kalmayız. *çünkü sevilerek yapılan aktiviteler içerir. *çünkü doğru uygulayınca mutlu olursun.
Tasarım arı gibidir,	*çünkü her çiçekten bal alır.	-
Tasarım gezgin gibidir,	*çünkü keşiflerle doludur.	-
Tasarım pasta gibidir,	-	*çünkü çok sever ve zevk alırsın.
Tasarım bilgi birikimi gibidir,	-	*çünkü ne kadar bilgi ve tecrübe biriktirirsen o kadar büyür.
Tasarım sonsuzluk gibidir,	-	*çünkü içinde kaybolup gidersen.
Tasarım ruh gibidir,	-	*çünkü insanın aslıdır.
Tasarım rüya gibidir,	-	*çünkü düşledikçe güzelleşir.
Tasarım Giresun gibidir,	-	*çünkü yaşadığım şehir renkleri ve çizgileri gibi etkileyici olabilmektedir.

Tasarım suluboya gibidir,	-	*çünkü kendiliğinden ilerler ve eğer iyi konsantre olmazsan bozulabilir.
Tasarım bilgi gibidir,	-	*çünkü gelişime açıktır.
Tasarım dert gibidir,	-	*çünkü doğru ve güzel yapamayınca üzülürsün.
Tasarım lamba gibidir,	-	*çünkü ışığını yansıtır.
Tasarım dal gibidir,	*çünkü tasarladıkça çiçek verir.	-
Tasarım büyü gibidir,	*çünkü görenleri etkisi altına alır.	-
Tasarım mevsim gibidir,	*çünkü zamanı geldikçe değişir.	-
Tasarım evrensellik gibidir,	*çünkü dili aynıdır.	-
Tasarım hedef gibidir,	*çünkü ne yapacağını bilirsin.	-
Tasarım merdiven gibidir,	*çünkü başardıkça yükselirsin.	-
Tasarım varoluş gibidir,	*çünkü kendine has kuralları savunur.	-
Tasarım lunapark gibidir,	*çünkü eğlencelidir.	-
Tasarım su gibidir,	*çünkü şeffaflığı ve güzelliği vardır.	-
Tasarım aile gibidir,	*çünkü ayrı görünen bir bütünlüktür.	-
Tasarım ağaç gibidir,	*çünkü yeşerdikçe güzelleşir.	-

Moda ve Grafik Tasarım öğrencilerinin “Tasarım” kavramına ilişkin metaforlarının açıklamalarını gösteren tablo 2 incelendiğinde, her bir metaforun açıklamasının farklı olduğu ve aynı metaforu belirtse bile açıklamalarında tasarımın farklı yönlerine değindikleri görülmüştür. Hiçbir metaforun açıklaması aynı değildir, her biri sübjektif bir tavır ile varlıklarını ortaya koymaktadır. Bu metaforların uzman görüşleri ile şekillendirilen kategorileri ve metaforların kategorilere göre dağılımı Tablo 3’ te sunulmuştur.

Tablo 3. Tasarım Kavramına İlişkin Geliştirilen Metaforların Kategorilere Göre Dağılımı

Kategoriler	Metaforlar
Birey	Hayal, Yaratıcılık, İnsan, Beyin, Ruh, Karakter, Bilgi Birikimi, Rüya, Bilgi, İhtiyaç, Gezin, Hedef, Aile
Maneviyat	Aşk, Özgürlük, Haz, Dert, Büyü
Yaşam	Hayat, Evren, Güneş, Sonsuzluk, Dünya, Giresun, Okyanus, Doğa, Kuş, Arı, Mevsim, Evrensellik, Varoluş, Su, Ağaç
Nesne	Pasta, Ayna, Lamba, Elbise, Dal, Merdiven, Lunapark
Estetik	Sanat, Resim, Çiçek, Suluboya

Tablo 3 incelendiğinde öğrencilerinin tasarım kavramına ilişkin toplam 44 metaforu, “Birey, Maneviyat, Yaşam, Nesne ve Estetik” olmak üzere 5 farklı kategoride ele alınmıştır. Bu kategorilerin içerisindeki metaforlar detaylandırılacak olursa; “Birey” kategorisinde “hayal, yaratıcılık, insan, beyin, ruh, karakter, bilgi birikimi, rüya, bilgi, ihtiyaç, gezgin, hedef ve aile” olmak üzere toplam 13, “Maneviyat” kategorisinde “aşk, özgürlük, haz, dert ve büyü” olmak üzere 5, “Yaşam” kategorisinde “hayat, evren, güneş, sonsuzluk, dünya, Giresun, okyanus, doğa, kuş, arı, mevsim, evrensellik, varoluş, su ve ağaç” olmak üzere 15, “Nesne” kategorisinde “pasta, ayna, lamba, elbise, dal, merdiven ve lunapark” olmak üzere 7, “Estetik” kategorisinde ise “sanat, resim, çiçek ve suluboya” olmak üzere 4 farklı metafor bulunmaktadır. Bu kategorilerin içerisinde, 15 farklı metafor ile en çok “Yaşam” kategorisinden, 4 farklı metafor ile de en az “Estetik” kategorisinden metafor elde edilmiştir.

Araştırmanın çalışma grubunda yer alan 50 Moda Tasarım öğrencisi ile 50 Grafik Tasarım öğrencisinin “tasarım” kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforlar ve kategorilere göre dağılımları, birbirinden bağımsız bir şekilde ele alınarak sunulmuştur. Tablo 4 ile 5 Moda Tasarım öğrencilerinin metaforları, Tablo 6 ile 7 ise Grafik Tasarım öğrencilerinin metaforlarıyla ilgili bilgileri içermektedir.

Tablo 4. Moda Tasarım Öğrencilerinin “Tasarım” Kavramına İlişkin Metaforları

Metafor	f	%	Metafor	f	%	Metafor	f	%
Resim	5	10	Aşk	2	4	Evrensellik	1	2
Hayal	4	8	Evren	2	4	Hedef	1	2
Hayat	3	6	İhtiyaç	2	4	Karakter	1	2
Doğa	3	6	Arı	1	2	Merdiven	1	2
Çiçek	3	6	Ayna	1	2	Varoluş	1	2
Dünya	2	4	Gezgin	1	2	Lunapark	1	2
Kuş	2	4	Güneş	1	2	Su	1	2
Yaratıcılık	2	4	Dal	1	2	Aile	1	2
Okyanus	2	4	Büyü	1	2	Ağaç	1	2
Elbise	2	4	Mevsim	1	2	Toplam	50	100

Tablo 4’ te görüldüğü üzere moda tasarım öğrencileri tasarım kavramı için toplam 29 farklı metafor üretmişleridir. Bu metaforlar “resim, hayal, hayat, doğa, çiçek, dünya, kuş, yaratıcılık, okyanus, elbise, aşk evren, ihtiyaç, arı, ayna, gezgin, güneş, dal, büyü, mevsim, evrensellik, hedef, karakter, merdiven, varoluş, lunapark, su, aile ve ağaç” şeklindedir. Metaforlardan toplam 5 kişi tarafından belirtilen “resim” metaforu, en çok belirtilen metafordur. En az belirtilen metaforlar ise, birbirinden farklı, sadece 1’ er kişi tarafından üretilen toplam 16 farklı metaforlardan oluşmaktadır. Bunlar; “arı, ayna, gezgin, güneş, dal, büyü, mevsim, evrensellik, hedef, karakter, merdiven, varoluş, lunapark, su, aile ve ağaç” metaforlarıdır.

Tablo 5. Moda Tasarım Öğrencilerinin “Tasarım” Kavramına İlişkin Geliştirdikleri Metaforların Kategorilere Göre Dağılımı

Birey			Maneviyat			Yaşam			Nesne			Estetik		
Metafor	f	%	Metafor	f	%	Metafor	f	%	Metafor	f	%	Metafor	f	%
Hayal	4	8	Aşk	2	4	Hayat	3	6	Elbise	2	4	Resim	5	10
Yaratıcılık	2	4	Büyü	1	2	Doğa	3	6	Ayna	1	2	Çiçek	3	6
İhtiyaç	2	4	-	-	-	Dünya	2	4	Dal	1	2	-	-	-
Gezgin	1	2	-	-	-	Kuş	2	4	Merdiven	1	2	-	-	-
Hedef	1	2	-	-	-	Okyanus	2	4	Lunapark	1	2	-	-	-
Karakter	1	2	-	-	-	Evren	2	4	-	-	-	-	-	-
Aile	1	2	-	-	-	Arı	1	2	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	Güneş	1	2	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	Mevsim	1	2	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	Evrensellik	1	2	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	Varoluş	1	2	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	Su	1	2	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	Ağaç	1	2	-	-	-	-	-	-
Toplam	12	24	Toplam	3	6	Toplam	21	42	Toplam	6	12	Toplam	8	16

Tablo 5’ te, moda tasarım öğrencilerinin, tasarım kavramına ilişkin “resim, hayal, hayat, doğa, çiçek, dünya, kuş, yaratıcılık, okyanus, elbise, aşk evren, ihtiyaç, arı, ayna, gezgin, güneş, dal, büyü, mevsim, evrensellik, hedef, karakter, merdiven, varoluş, lunapark, su, aile ve ağaç” olmak üzere toplam 29 metaforu, birey, maneviyat, yaşam, nesne ve estetik olmak üzere 5 farklı kategoride ele alınmıştır. “Birey” kategorisinde “hayal, yaratıcılık, ihtiyaç, gezgin, hedef, karakter ve aile” olmak üzere toplam 7, “Maneviyat” kategorisinde “aşk ve büyü” olmak üzere 2, “Yaşam” kategorisinde “hayat, doğa, dünya, kuş, okyanus, evren, arı, güneş, mevsim, evrensellik, varoluş, su ve ağaç” olmak üzere 13, “Nesne” kategorisinde “elbise, ayna, dal, merdiven ve lunapark” olmak üzere 5 ve “Estetik” kategorisinde ise “resim ve çiçek” olmak üzere 2 farklı metafor bulunmaktadır. Bunların içerisinde en çok “Yaşam” kategorisinden, en az ise “Estetik” kategorisinden metafor elde edilmiştir.

Tablo 6. Grafik Tasarım Öğrencilerinin “Tasarım” Kavramına İlişkin Metaforları

Metafor	f	%	Metafor	f	%	Metafor	f	%
Hayal	5	10	Resim	2	4	Karakter	1	2
Hayat	4	8	Haz	2	4	Suluboya	1	2
Yaratıcılık	4	8	Pasta	1	2	Çiçek	1	2
İnsan	3	6	Bilgi Birikimi	1	2	Bilgi	1	2
Aşk	3	6	Sonsuzluk	1	2	Okyanus	1	2
Evren	3	6	Ruh	1	2	Dert	1	2
Beyin	3	6	Rüya	1	2	Lamba	1	2
Sanat	2	4	Dünya	1	2	Toplam	50	100
Güneş	2	4	Giresun	1	2	-	-	-
Özgürlük	2	4	Ayna	1	2	-	-	-

Grafik Tasarım öğrencilerinin “tasarım” kavramına ilişkin metaforlarını gösteren 6. tablo incelendiğinde, Grafik Tasarım öğrencileri tasarım kavramı için toplam 27 farklı metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar “hayal, hayat, yaratıcılık, insan, aşk, evren, beyin, sanat, güneş, özgürlük, resim, haz, pasta, bilgi birikimi, sonsuzluk, ruh, rüya, dünya, Giresun, ayna, karakter, suluboya, çiçek, bilgi, okyanus, dert ve lamba” şeklindedir. Metaforlardan toplam 5 kişi tarafından belirtilen “hayal” metaforu, en çok belirtilen metafordur. En az belirtilen metaforlar ise, birbirinden farklı, sadece 1’ er kişi tarafından üretilen toplam 15 farklı metafor bulunmaktadır. Bunlar; “pasta, bilgi birikimi, sonsuzluk, ruh, rüya, dünya, Giresun, ayna, karakter, suluboya, çiçek, bilgi, okyanus, dert ve lamba” metaforlarıdır.

Tablo 7. Grafik Tasarım Öğrencilerinin “Tasarım” Kavramına İlişkin Geliştirdikleri Metaforların Kategorilere Göre Dağılımı

Birey			Maneviyat			Yaşam			Nesne			Estetik		
Metafor	f	%	Metafor	f	%	Metafor	f	%	Metafor	f	%	Metafor	f	%
Hayal	5	10	Aşk	3	6	Hayat	4	8	Pasta	1	2	Sanat	2	4
Yaratıcılık	4	8	Özgürlük	2	4	Evren	3	6	Ayna	1	2	Resim	2	4
İnsan	3	6	Haz	2	4	Güneş	2	4	Lamba	1	2	Çiçek	1	2
Beyin	3	6	Dert	1	2	Sonsuzluk	1	2	-	-	-	Suluboya	1	2
Ruh	1	2	-	-	-	Dünya	1	2	-	-	-	-	-	-
Karakter	1	2	-	-	-	Giresun	1	2	-	-	-	-	-	-
Bilgi	1	2	-	-	-	Okyanus	1	2	-	-	-	-	-	-
Birikimi														
Rüya	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bilgi	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Toplam	20	40	Toplam	8	16	Toplam	1	26	Toplam	3	6	Toplam	6	12
							3						2	

Tablo 7’ de Grafik Tasarım öğrencilerinin, tasarım kavramına ilişkin toplam 27 metaforu, birey, maneviyat, yaşam, nesne ve estetik olmak üzere 5 farklı kategoride ele alınmıştır. “Birey” kategorisinde “hayal, yaratıcılık, insan, beyin, ruh, karakter, bilgi birikimi, rüya ve bilgi” olmak üzere toplam 10, “Maneviyat” kategorisinde “aşk, özgürlük, haz ve dert” olmak üzere 4, “Yaşam” kategorisinde “hayat, evren, güneş, sonsuzluk, dünya, Giresun ve okyanus” olmak üzere 7, “Nesne” kategorisinde “pasta, ayna ve lamba” olmak üzere 3 ve “Estetik” kategorisinde ise “sanat, resim, çiçek ve suluboya” olmak üzere 4 farklı metafor bulunmaktadır. Bunların içerisinde en çok “Birey” kategorisinden, en az ise “Nesne” kategorisinden metafor elde edilmiştir.

50 Moda Tasarım öğrencisi ile 50 Grafik Tasarım öğrencisinin, “tasarım” kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforların birbirleriyle olan benzerlik ve farklılıkları, kategorilere göre dağılımları göz önünde bulundurularak tablo 8 ile 9’ da karşılaştırmalı olarak sunulmuştur.

Tablo 8. Moda ve Grafik Tasarım Öğrencilerinin “Tasarım” Kavramına İlişkin Geliştirdikleri Metaforlar Arasındaki Benzerlikler

Kategori	Metafor	Moda Tasarımı (f)	Grafik Tasarımı (f)	Toplam (f)
Birey	Hayal	4	5	9
	Yaratıcılık	2	4	6
	Karakter	1	1	2
Maneviyat	Aşk	2	3	5
	Hayat	3	4	7
Yaşam	Evren	2	3	5
	Güneş	1	2	3
	Dünya	2	1	3
Nesne	Okyanus	2	1	3
	Ayna	1	1	2
Estetik	Resim	5	2	7
	Çiçek	3	1	4

Moda ve Grafik Tasarım öğrencilerinin tasarım kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforlar arasındaki benzerlikleri gösteren tablo 8’ de görüldüğü üzere, toplam 12 farklı metafor hem Moda, hem de Grafik Tasarım öğrencilerinde ortak belirtilmiş metaforlardır. Birey kategorisinde “hayal, yaratıcılık ve karakter” olmak üzere toplam 3, Maneviyat kategorisinde “aşk” olmak üzere 1, Yaşam kategorisinde “hayat, evren, güneş, dünya ve okyanus” olmak üzere 5, Nesne kategorisinde “ayna” olmak üzere 1 ve estetik kategorisinde “resim ve çiçek” olmak üzere toplam 2 farklı metafor, ortak belirtilen metaforlardır. Birey kategorisinde yer alan 4 Moda Tasarım ile 5 Grafik Tasarım öğrencisinin belirttiği “hayal” metaforu, en çok belirtilen ortak metafordur. Nesne kategorisinde yer alan 1 Moda Tasarım ile 1 Grafik Tasarım öğrencisinin belirttiği “ayna” metaforu ise en az belirtilen ortak metafordur. Kategoriler kendi içerisinde incelendiğinde, içerisinde yer alan 5 farklı metafor ile “yaşam” kategorisi en çok ortak metaforun bulunduğu kategori olarak belirlenirken, içerisinde 1’ er metafor yer alan “maneviyat ve nesne” kategorileri, en az ortak metaforun bulunduğu kategoriler olarak belirlenmiştir.

Tablo 9. Moda ve Grafik Tasarım Öğrencilerinin “Tasarım” Kavramına İlişkin Geliştirdikleri Metaforlar Arasındaki Farklılıklar

Kategori	Moda Tasarımı Metafor	f	Grafik Tasarımı Metafor	f
Birey	İhtiyaç	2	İnsan	3
	Gezgin	1	Beyin	3
	Hedef	1	Ruh	1
	Aile	1	Bilgi Birikimi	1
Maneviyat	-	-	Rüya	1
	-	-	Bilgi	1
	Büyü	1	Özgürlük	2
	-	-	Haz	2
	-	-	Dert	1
	Doğa	3	Sonsuzluk	1
Yaşam	Kuş	2	Giresun	1
	Arı	1	-	-
	Mevsim	1	-	-
	Evrensellik	1	-	-
	Varoluş	1	-	-
	Su	1	-	-
Nesne	Ağaç	1	-	-
	Elbise	2	Pasta	1
	Dal	1	Lamba	1
	Merdiven	1	-	-
Lunapark	1	-	-	

Estetik	-	-	Sanat	1
	-	-	Suluboya	1

Tablo 9' da görüldüğü üzere Moda ve Grafik Tasarım öğrencilerinin tasarım kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforlar arasında farklılıklar bulunmaktadır. Moda tasarım öğrencilerinin 17, Grafik tasarım öğrencilerinin ise 15 farklı metaforu bulunmaktadır. Bu metaforlar arasında diğer gruba göre en çok farklı belirtilenler 3' er öğrencinin ifade ettiği, Moda tasarım öğrencilerinden Yaşam kategorisinde yer alan "doğa" ile Grafik tasarım öğrencilerinden Birey kategorisinde yer alan "insan ve beyin" metaforlarıdır. Diğer gruba göre en az farklı belirtilen metaforlar ise 1' er öğrencinin ifade ettiği, Moda tasarım öğrencilerinden "Birey" kategorisinde yer alan "gezgin, hedef ve aile", "Maneviyat" kategorisinden "büyü", "Yaşam" kategorisinden "arı, mevsim, evrensellik, varoluş, su ve ağaç", "Nesne" kategorisinden "dal, merdiven ve lunapark" metaforları ile Grafik tasarım öğrencilerinden "Birey" kategorisinde yer alan "ruh, bilgi birikimi, rüya ve bilgi", "Maneviyat" kategorisinden "dert", "Yaşam" kategorisinden "sonsuzluk ve Giresun", "Nesne" kategorisinden "pasta ve lamba" ve "Estetik" kategorisinden "sanat ve suluboya" metaforlarıdır. Tüm kategoriler kendi içerisinde karşılaştırıldığında diğer gruba göre en çok belirtilen farklı metaforlar, Moda tasarım öğrencilerinin 8 farklı metafordan oluşan "Yaşam" kategorisi, en az belirtilen farklı metaforlar ise yine Moda tasarım öğrencilerinin 1 farklı metafordan oluşan "Maneviyat" kategorisidir. Moda tasarım öğrencilerinin "Estetik" kategorisinde, diğer gruba göre farklı hiç metaforun belirtilmediği ile karşılaşılmıştır.

4.Sonuç

Bu araştırmada tasarım öğrencilerinin "tasarım" kavramı için metafor algılarının belirlenmesi üzerine çalışılmıştır. Metafor, olayların oluşumu ve işleyişiyle ilgili fikirleri yapılandıran yönlendiren ve kontrol eden en güçlü zihinsel araçlardır (Saban, 2004: 131). Buradan yola çıkılarak tasarım kavramına yönelik fikirlerin nasıl yapılandırıldığını belirlemek amacıyla Giresun Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Tasarım Bölümünde okuyan 100 öğrenci araştırmanın çalışma grubunu oluşturmuştur. Bu öğrencilerin 50' si moda tasarım, 50' si ise grafik tasarım öğrencisidir. Araştırma sonucunda toplam 44 farklı metafor ortaya çıkmıştır. Bunlardan 29' u moda tasarım öğrencilerinden, 27' si ise grafik tasarım öğrencilerinden elde edilmiştir. İki grubun ortak 12 metafor olduğu için toplam 44 farklı metafor, alan uzmanları tarafından kategorize edilmiş ve 5 farklı kategori elde edilmiştir. Bu kategoriler "Birey, Maneviyat, Yaşam, Nesne ve Estetik" kategorileridir. "Birey" kategorisinde yer alan metaforlar "hayal, yaratıcılık, insan, beyin, ruh, karakter, bilgi birikimi, rüya, bilgi, ihtiyaç, gezgin, hedef ve aile", "Maneviyat" kategorisinde yer alan metaforlar "aşk, özgürlük, haz, dert ve büyü", "Yaşam" kategorisinde "hayat, evren, güneş, sonsuzluk, dünya, Giresun, okyanus, doğa, kuş, arı, mevsim, evrensellik, varoluş, su ve ağaç", "Nesne" kategorisinde "pasta, ayna, lamba, elbise, dal, merdiven ve lunapark" ve "Estetik" kategorisinde yer alan metaforlar "sanat, resim, çiçek ve suluboya" metaforlarıdır. En çok metafor "Yaşam" kategorisinde, en az ise "Estetik" kategorisinde bulunmaktadır. En çok metaforun "Yaşam" kategorisinde bulunmasına karşın, en fazla belirtilen metafor "Birey" kategorisinde yer alan 9 kişinin belirttiği "hayal" metaforudur. Daha sonra 7' şer kişi ile "hayat, resim", 6 kişi ile "yaratıcılık", 5' er kişi ile "evren", 4 kişi ile "çiçek", 3' er kişi ile "güneş, dünya, okyanus, doğa, beyin, insan", 2' şer kişi ile "karakter, ayna, kuş, elbise, ihtiyaç, sanat, özgürlük ve haz" metaforları gelmektedir. En az belirlenen metaforlar ise 1' er kişinin belirttiği "arı, gezgin, pasta, bilgi birikimi, sonsuzluk, ruh, rüya, Giresun, suluboya, bilgi, dert, lamba, dal, büyü, mevsim, evrensellik, hedef, merdiven, varoluş, lunapark, su, aile ve ağaç" metaforlarıdır.

Moda Tasarımı ve Grafik Tasarım öğrencilerinin metaforları grup olarak kendi içerisinde incelenmiştir. Moda Tasarım öğrencilerinde "resim" metaforunun 5 kişi ile en çok belirtilen metafor olduğu, ikinci sırada ise 4 kişi ile "hayal" metaforunun en çok belirtilen metafor olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Uzman görüşleri ile oluşturulan kategoriler incelendiğinde, en çok metaforun "Yaşam" kategorisinde, en az metaforun ise "Maneviyat ve Estetik" kategorilerinde yer aldığı ortaya çıkmıştır. Grafik Tasarım öğrencilerinde ise "hayal" metaforunun 5 kişi ile en çok belirtilen metafor olduğu, ikinci sırada ise 4' er kişi ile "hayat ve yaratıcılık" metaforlarının en çok belirtilen metaforlar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kategoriler incelendiğinde ise, en çok metaforun "Birey" kategorisinde, en az metaforun ise "Nesne" kategorisinde yer aldığı ortaya çıkmıştır. Moda Tasarımı ve Grafik Tasarım öğrencilerinin metaforları birbirleri ile grup olarak karşılaştırmalı incelenmiştir. Bu karşılaştırma içerisinde benzerlikler ve farklılıklara dikkat edilmiştir. Hem Moda hem de Grafik Tasarım öğrencilerinde belirtilen benzer metaforların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunlar; "hayal, yaratıcılık, karakter, aşk, hayat, evren, güneş, dünya okyanus, ayna, resim ve çiçek" metaforlarıdır. Metaforların bulunduğu kategoriler incelendiğinde 5 farklı metafor ile "Yaşam" kategorisinin en çok benzer metaforun bulunduğu kategori olduğu ve 1' er metafor

ile “Maneviyat ve Nesne” kategorilerinin en az benzer metaforun bulunduğu kategoriler olduğu tespit edilmiştir. Buna karşılık Moda ve Grafik Tasarım öğrencilerinin belirttikleri metaforlar arasında farklılıklar olduğu sonucu da ortaya çıkmıştır. Moda Tasarım öğrencilerinin belirttiği ancak Grafik Tasarım öğrencilerinde yer almayan metaforlar “ihtiyaç, gezgin, hedef, aile, büyü, doğa, kuş, arı, mevsim, evrensellik, varoluş, su, ağaç, elbise, dal, merdiven ve lunapark” olarak tespit edilmiştir. Grafik Tasarım öğrencilerinin belirttiği ancak Moda Tasarım öğrencilerinde yer almayan metaforlar ise “insan, beyin, ruh, bilgi birikimi, rüya, bilgi, özgürlük, haz, dert, sonsuzluk, Giresun, pasta, lamba, sanat ve suluboya” olarak tespit edilmiştir. Moda Tasarımı ve Grafik Tasarım öğrencilerinin metaforları birbirleri ile grup olarak karşılaştırmalı incelendiğinde hem benzerliklerin hem de farklılıkların olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

4.1.Tartışma

Metaforlar açıklanması istenen olguya ilişkin özelliklerin daha somut biçimde ifade edilmesidir (Yıldırım & Şimşek, 2013: 238). Metaforların somut bir şekilde algılanmasını sağlamak amacıyla Moda ve Grafik Tasarım öğrencilerinin “Tasarım.....gibidir, çünkü.....” cümlesiyle elde edilen verilerde Grafik Tasarım öğrencilerinde en fazla “Birey” (%20), en az ise “Nesne” (%3) kategorisinde metaforlar belirtilirken, Moda Tasarım öğrencilerinde en fazla “Yaşam” (%21), en az ise “Maneviyat” (%3) kategorisinde metaforlar belirtilmiştir. Bu bilgilerden hareketle Grafik Tasarımında birey, Moda Tasarımında ise yaşam temalarının ön planda olduğu belirlenmiştir.

Moda tasarımı dinamik bir yapıda seyretmektedir. Bazen geçmişi tekrar etse de sürekli bir devinim söz konusudur. Bu doğrultuda modanın sonsuz bir yeniden doğuş olduğu söylenebilmektedir. Moda, geçmişten beslenerek, bugünde yaşamakta ve geleceğe yön vermektedir. Geçmiş, bugün ve gelecek bütünselindeki en genel olgu yaşamdır. Dolayısıyla “Yaşam” kategorisindeki metaforların burada anlam bulunduğunu söylenebilmektedir.

Grafik tasarımı ise görsel bir iletişim aracı olup, bireye mesaj iletme ve bir ürünü tanıtmaya gibi hedefler içermektedir. Birey teması ile de bu hedeflerin örtüştüğü söylenebilmektedir. Bireysellik benzersizlik, farklı düşünme, kalabalıktan arınma ve yaratıcılık kavramlarına işaret etmektedir. Grafik sanatında tasarımcı bir iletinin hedef kitleye yansıtılmasında görsel öğelere alışılmış etkileri dışında yalın, algılanabilir, özgün bir dil kullanmaktadır (Turgut, 2013: 17). Böylece özgünlüğün bireyselliği vurgulamada önemli etken olduğu söylenebilmektedir.

Metaforlar bu zenginlikler ve farklılıklar ile anlamlandırmalara katkı sağlayıp çoklu bakış açılarını geliştirmektedir. Sadece Moda ve Grafik Tasarım alanlarında değil, nitelikli genel bir sanat eğitimi için, alana yönelik metaforlar ile olgunlaştırılmış bir farkındalığın önemli olduğu bilinmektedir. Bu tür metafor analizlerinin diğer plastik sanatlar bölümlerinde de uygulanması, sonuçlarının sanat eğitimi ile ilişkilendirilerek eğitime yeni ufuklar açmasının önemli olduğu ön görülmektedir.

4.2. Öneriler

Yapılan bu araştırma sonucunda şu önerilerde bulunulabilir;

1. Tasarım algılarına yönelik metaforlar farklı kademedeki öğrenci gruplarına uygulanabilir.
2. Plastik sanat dalları arası metaforik algıların karşılaştırılması yapılabilir.
3. Alanla ilgili temel kavramların algılanmasına yönelik metaforik durumlar belirlenebilir.
4. Farklı coğrafi bölgelerde aynı alanda okuyan üniversite öğrencilerinin belirlenen bir kavrama dair metaforik algılarının karşılaştırması yapılabilir.

5.Kaynakça

- Altun, D. Z. & Uzuner, F. G. (2017). Güzel Sanatlar Lisesi Öğrencilerinin Üniversite Kavramına Yönelik Metaforik Algıları. Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori ve Uygulama, 8(16), 60-83.
- Becer, E. (2015). İletişim ve Grafik Tasarım. Ankara: Dost Kitapevi.
- Büyüköztürk Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2018). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Pegem Akademi.
- Ertan, G. & Sansarcı, E. (2016). Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı. İstanbul: Alternatif Yayıncılık.
- Gökaydın, N. (2010). Temel Sanat Eğitimi. İstanbul: Moss Eğitim.

- Güneş, C. & Tezcan, R. (2019). Metafor Nedir, Ne Değildir? Kılcan, B. (Ed.). Metafor ve Eğitiminde Metaforik Çalışmalar İçin Bir Uygulama Rehberi İçinde. (S.1). Ankara: Pegem Akademi.
- Hesket, J. (2017). Tasarım. Ankara: Dost Kitapevi.
- Kocabıyık, O. (2016). Olgubilim ve Gömülü Kuram: Bazı Özellikler Açısından Karşılaştırma. Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 6 (1), 55-66
- Miles. M. B. & Huberman, A. M. (1994). Qualitative Data Analysis. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Saban, A. (2004). Giriş Düzeyindeki Sınıf Öğretmeni Adaylarının “Öğretmen” Kavramına İlişkin İleri Sürdükleri Metaforlar. Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 2(2), 131-155.
- Saban, A. (2008). “Okula İlişkin Metaforlar” Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi. 14 (55), 459-496.
- San, İ. (2017). Çocuk ve Sanat. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Semerci, Ç. (2007). “Program Geliştirme” Kavramına İlişkin Metaforlarla Yeni İlköğretim Programlarına Farklı Bir Bakış. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 31(1), 139-154.
- Tepecik A., Toktaş P. (2014). Güzel Sanatlar Fakültelerinde Temel Sanat Eğitimi. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Turgut, E. (2013). Grafik Dil ve Anlatım Biçimleri. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Waquet, D., & Laporte, M. (2011). Moda. Ankara: Dost Kitapevi.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.