

Makale Türü:	Başvuru Tarihi:	Kabul Tarihi:
Tez Özeti	08/05/2025	28/07/2025

GÖSTERGEBİLİM BAĞLAMINDA GRAFİK TASARIM VE KAVRAMSAL FOTOĞRAF İLİŞKİSİ¹

Duygu KIZILDEMİR²

Özet

Grafik tasarım ve fotoğraf, güçlü göstergelere dayalı görsel iletişim alanlarıdır. Bu iki alanın birleşimi, mesajların daha derinlikli ve akılda kalıcı bir biçimde iletilmesini mümkün kılmaktadır. Göstergebilim açısından, fotoğraf ve grafik tasarımda düz anlam, kompozisyonda kullanılan görsellerin nesnel ve doğrudan algılanan boyutunu sunarken; yan anlam ise anlatıların kurgusal, kültürel ve çağrışımsal yönlerini açığa çıkarmaktadır. Özellikle düz anlam ve yan anlam katmanlarıyla kurgulanan kavramsal fotoğrafların tasarıma uygun şekilde kullanımı, tasarımın çoklu okumalara açık olmasını ve izleyiciyle özgün, yaratıcı bir iletişim kurulmasını sağlamaktadır.

Kavramsal fotoğraflar, yalnızca bir görsel değil; aynı zamanda düşünceyi ifade eden bir araçtır. Başarılı kurgulanmış, estetik ve kavramsal açıdan güçlü fotoğraflar, izleyicinin dikkatini çekerken aynı zamanda mesaj üzerinde düşünmesini sağlayabilmektedir. Bu durum, tasarımın izlenme süresini artırabilmekte, görsel ile izleyici arasındaki etkileşimi güçlendirebilmekte ve iletişim kanallarını açık tutabilmektedir. Böylece izleyicinin etkileşim kurma becerileri harekete geçirilebilmekte, tasarımın anlamı derinleşmekte ve mesaj daha güçlü bir şekilde karşı tarafa ulaşabilmektedir. Kavramsal ve görsel bütünlük taşıyan bu fotoğraf türü anlatının etkisini artırmak için yoğun olarak grafik tasarım ürünlerinde kullanılmaktadır.

Bu çalışmada, literatür taraması yöntemiyle hazırlanmış, konuyla ilgili göstergebilim, fotoğraf ve grafik tasarım alanındaki akademik kaynaklar değerlendirilmiş, göstergebilim, grafik tasarım ve kavramsal fotoğraf ilişkisi incelenmiştir. Çalışmada kavramsal fotoğrafın grafik tasarımdaki rolünü ve katkılarını ortaya koymak, bu iki disiplin arasındaki etkileşimin görsel iletişimde nasıl bir güç yarattığını açıklamak amaçlanmıştır. Sonucunda yan anlam ve düz anlamın bilinçli kullanımıyla üretilen kavramsal fotoğrafların grafik tasarım ürünlerinde anlamı derinleştirdiği, iletişimi daha güçlü hale getirdiği ve izleyici üzerinde daha kalıcı bir etki bıraktığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Göstergebilim, Fotoğraf, Kavramsal Fotoğraf, Görsel İletişim Tasarımı, Grafik Tasarım.

Graphic Design and Conceptual Photography in the Context of Semiotics

¹ Bu çalışma 2021 yılında yayınlanmış 682176 numaralı “Grafik Tasarımda Kavramsal Fotoğraf; Sosyal Sorumluluk Afişleri Üzerine Bir İnceleme” isimli Sanatta Yeterlik tezinden üretilmiştir.

² Arş. Gör. Dr., Batman Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü,
Batman/duygu.kizildemir@batman.edu.tr/ ORCID: 0000-0003-1687-8179

Abstract

Graphic design and photography are fields of visual communication based on strong indicators. The combination of these two fields makes it possible to convey messages in a more in-depth and memorable way. In terms of semiotics, the plain meaning in photography and graphic design presents the objective and directly perceived dimension of the visuals used in the composition, while the connotative meaning reveals the fictional, cultural and connotative aspects of the narratives. In particular, the appropriate use of conceptual photographs, which are constructed with layers of plain meaning and connotative meaning, enables the design to be open to multiple readings and to establish a unique and creative communication with the audience.

Conceptual photographs are not only a visual; they are also a tool that expresses thought. Successfully constructed, aesthetically and conceptually strong photographs can attract the viewer's attention and make them think about the message at the same time. This can increase the viewing time of the design, strengthen the interaction between the visual and the viewer and keep the communication channels open. Thus, the audience's interaction skills can be activated, the meaning of the design deepens and the message can reach the other party more powerfully. This type of photography, which carries conceptual and visual integrity, is used extensively in graphic design products to increase the impact of narrative.

This study is based on a literature review, evaluating academic sources in the fields of semiotics, photography and graphic design, and examining the relationship between semiotics, graphic design and conceptual photography. The study also aims to reveal the role and contributions of conceptual photography in graphic design and to explain how the interaction between these two disciplines creates a power in visual communication. As a result, it was seen that conceptual photographs produced with the conscious use of connotation and plain meaning deepen the meaning in graphic design products, make communication stronger and leave a more lasting effect on the audience.

Keywords: *Semiotics, photography, conceptual photography, visual communication design, graphic design.*

1. Giriş

Sanat nesnesi, varlık kazandığı ilk andan itibaren sürekli bir dönüşüm içerisindedir. Sanat tarihi boyunca birçok farklı düşünsel yaklaşım ortaya çıkmış, bu yaklaşımlar dönemlerinin sanatçıları ve toplumlarını derinden etkilemiştir. Fotoğraf sanatı da bu düşünsel ve estetik yönelimlerden payını almış; her dönemde hâkim olan sanat anlayışını yansıtmıştır. Bu çalışmanın konusu olan kavramsal fotoğraf ise, kavramsal sanat döneminin ardından kendi adını ve anlamını daha belirgin bir biçimde kazanmış; bu alanda üretimde bulunan sanatçılar aracılığıyla yaygınlık ve görünürlük kazanmıştır.

Kavramsal sanat döneminin öncülüğünü yapan Dada hareketi, sanatın tüm alanlarında kalıcı etkiler yaratmıştır. Geleneksel, yalnızca nesnesiyle var olan sanat anlayışını reddeden Dada akımı, fikri nesnenin önüne alan eserlerin üretilmesiyle adeta bir devrim başlatmıştır. Bu düşünsel dönüşüm süreciyle birlikte sanat, nesneden bağımsızlaşarak fikre yönelmiş ve kavramsal sanat süreci resmen başlamıştır. Kavramsal sanat, yalnızca fikrin nesneden daha önemli olduğunu savunmamış; aynı zamanda sanatın, maddi bir nesneye bağlı kalmaksızın var olabileceğini tüm dünyaya kanıtlamıştır.

Bu çalışmanın temel başlıklarından biri olan kavramsal fotoğrafın tarihsel süreci incelendiğinde, henüz bu adla anılmasa da erken dönem fotoğraf örneklerinde kavramsal ve sembolik düşüncenin izlerine rastlamak mümkündür. Kavramsal fotoğraf, kavramsal sanatla ilişkilendirildiğinde yalnızca adı değil, anlamı da belirginlik kazanmaktadır. Bu bağlamda

kavramsal fotoğraf; fikrin nesne üzerindeki önceliğini savunan, makineyi, baskı yüzeyini ve yansıtma alanlarını yalnızca düşüncenin görünür kılınmasına hizmet eden araçlar olarak kullanan bir sanat anlayışı olarak nitelendirilebilir. Bu yaklaşımda, bir anın ışığa duyarlı alan üzerine aktarılmasıyla elde edilen fotoğraf, çoğunlukla hem kavramsal hem de sembolik anlam katmanları taşır. Kavramsal fotoğraflar, iletilmek istenen mesaja uygun bir şekilde bütünleştirilmekte ve yapılandırılmaktadır. Özellikle grafik tasarım uygulamalarında kullanılan kavramsal fotoğraflar, çoğunlukla aktarılmak istenen mesaja uygun biçimde kurgulanarak ya da çekimden sonra teknik müdahalelerle yeniden inşa edilmektedir.

Grafik tasarım, mesaj iletmeyi temel amaç olarak benimseyen ve göstergelerle, kavramlarla çalışan bir mekanizmadır. Bu alanda kullanılan en güçlü iletişim araçlarından biri olan fotoğraf, izleyiciyle doğrudan bir bağ kurarak tasarımın etkisini artırmaktadır. Fotoğrafın grafik tasarım içindeki önemi, yalnızca estetik bir öge olmasından değil, aynı zamanda güçlü bir anlatım aracı olarak mesajı daha inandırıcı ve etkili hale getirmesinden kaynaklanır. Fotoğraflar, kavramsal yapının aracısı olarak fikirlerin görünürlüğünü sağlarken; dinamik hisler uyandırma ve güçlü duygusal bağlar kurma yeteneği ile tasarımın izleyici üzerindeki etkisini derinleştirebilmektedir. Yapılan tüm kurgular ve değişiklikler bilinmesine rağmen fotoğrafların inandırıcılığını koruması, onların grafik tasarımda vazgeçilmez bir unsur olmasını sağlar. Fotoğrafın nesnel gerçeklikle doğrudan bağı, izleyicinin mesajları daha kolay algılamasına ve kendi yaşamıyla bağlantılar kurmasına yardımcı olur. Fotoğrafın gördüğünü yansıttığına olan inanç, empatiyi güçlendirerek görsel tasarımların daha etkileyici, akılda kalıcı ve değerli olmasını sağlar. Bu nedenle, fotoğraf grafik tasarımın yalnızca bir tamamlayıcısı değil, aynı zamanda etkisini artıran temel bir unsuru olarak düşünülmelidir.

2. Göstergebilim

Göstergebilim, dilsel ya da görsel göstergelerden oluşan dizgeleri; bu dizgelerin iletişim süreçlerindeki işlevlerini, yapılarını ve işleyiş biçimlerini inceleyen bir bilim dalı olarak tanımlanmaktadır. Fikirlerin ifade edilmesinde kullanılan temel göstergeler ile bu göstergelerden türeyen ilişkili anlatım yapıları, göstergebilim disiplininin inceleme alanını oluşturmaktadır. Yine bu bağlamda, dil temelli anlatılar ile bu anlatıların meydana getirebileceği tüm anlamsal yapı ve ilişkiler ağı da göstergebilimin araştırma alanına dâhil edilmektedir. Hazır görüntülerde var olan anlamların çözümlemesi ile görsel bir kurgu oluşturulurken kullanılan öğelerin nedenleri, örüntüleri, mesajları ve sonuçları da bu alanın konusu olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca sanatçının ve izleyicinin düşünce yapısıyla bütünleşen kodsallı bağlantıların analizi de göstergebilimin ilgi alanına dahil edilmektedir. İletilerde düz anlam ve yan anlam değerlerinin oluşturulması ile görsel, dilsel ve işitsel iletişime yönelik bütün tasarım süreçleri bu bilim dalı kapsamında ele alınmaktadır.

Göstergebilim ilk kez John Locke tarafından (1690) “nesnelerin anlaşılmasını ve bilgilerin iletişimini sağlayan göstergeler öğretisi” olarak belirlenmiştir. 19. yüzyılın son döneminde bir Amerikalı, 20. Yüzyılın ilk dönemlerinde bir İsviçreli farklı biçimlerde ve neredeyse aynı dönemlerde göstergebilimin zorunluluğu üzerinde durmuşlar, sonraları birçok göstergebilimsel çalışmada benimsenecek genel çerçeveler sunmuşlardır: “Mantıkçı Charles Sanders Peirce (1839-1914) ile çağcıl dilbilimin kurucusu Ferdinand de Saussure (1857-1913)” (Barthes, 1979).

İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure dili göstergelerden oluşan bir dizge olarak tanımlamaktadır. Ona göre dilsel göstergeler “gösteren” (ses imgesi) ve “gösterilen” (kavram) olmak üzere iki temel bileşenden oluşmaktadır. Bu iki öge birbirinden ayrılamaz; Saussure bu bağlantıyı bir kâğıdın iki yüzüne benzetmektedir. Kâğıt ne kadar inceltirse inceltilsin, daima iki yüzü bulunur. Kavram olmadan sözcük, sözcük olmadan da kavram düşünülemez. Dil, bu karşılıklı ilişki üzerine inşa edilmiş bir göstergeler sistemi olarak işlemektedir. Saussure, dilin toplumsal bir sözleşme niteliğinde olduğunu ve anlamın, bireylerin rastlantısal seçimlerinden çok, bu göstergeler arasındaki ilişkilerle oluştuğunu ileri sürer. Ayrıca iletişimin gösterge dizgelerine dayandığını belirtir; alfabeleri, gemici haberleşme yöntemlerini, nezaket kalıplarını, işaret dilini ve hatta edebiyat gibi pek çok dizgeyi göstergebilim kapsamına alır. (Erkman Akerson, 2005). ABD’li felsefeci, mantıkçı ve matematikçi Charles Sanders Peirce ise göstergebilimin bağımsız bir bilim dalına dönüşmesini sağlamıştır. Hem dilsel hem de dil dışı göstergelerle ilgili bir kuram tasarlayarak “semiotic” adını vermiştir. Peirce göstergeyi “herhangi bir şeyin yerini, herhangi bir bakımdan ya da herhangi bir sıfatla tutan şey” biçiminde tanımlar. “Gösterge”, “yorumlayan” ve “nesne” Peirce’in göstergebilime dair sınıflandırmasını gösteren kavramlardır. “Gösterge”, kişinin zihninde eş değerli bir gösterge ya da üst bir gösterge yani ikincil bir gösterge yaratma yetisine sahip temeldir. Bu ikincil yaratılan gösterge birincinin “yorumlayan”ıdır ve bu gösterge “nesne”sinin yerini tutmaktadır (Rıfat, 2009).

1930’lu yıllarda göstergebilim üzerine çalışmalar yapan ABD’li mantıkçı Charles William Morris çalışmalarında bütün göstergelere dair genel bir kuram geliştirmeyi amaçlamıştır. Tasarladığı bu kuram da “sözdizim”, “anlambilim” ve “edimbilim” olmak üzere üç bileşenden bahsetmektedir. Sözdizimde göstergelerin birleşim kuralları ve ilişkileri araştırılmakta, bir anlatı oluşturabilmek için nasıl bir araya geldikleri incelenmektedir. Anlambilimde gösterge ve belirttiği şey arasındaki anlamsal ilişki ele alınmaktadır. Edimbilimde göstergelerin üretenler ve yorumlayanlar üzerindeki etkileri, kullanımsal ve davranışsal olarak incelenmektedir (Rıfat, 1998).

Barthes (1979) ise göstergebilimi göstergeleri ve gösterge dizgelerini inceleyen, çok değişik, bazen de çelişik durumları, yaklaşımları barındıran ve sürekli devinim halinde olan geniş bir dal olarak tanımlar. Ona göre kimi bilginler doğal dilleri göstergebilim kapsamına ele almış, kimi bilginler ise salt dil dışı gösterge dizgeleriyle sınırlandırmıştır. Yine göstergebilim bazen sadece bilinçli ve amaçlı bildirişim edinimlerine indirgenmiş bazen ise her türlü anlam aktarımı ve anlama süreci bu alan içinde algılanmaya çalışılmıştır. Bu nedenle araştırmalarda çokça çakışan ve çatışan görüşlere tanık olunmaktadır.

Anlam taşıyan tüm iletişim biçimleri, hatta ilk bakışta ilişkisiz gibi görünenler bile, belirli bir dizge yapısına dayanmaktadır. Bir düşünceyi iletmek amacıyla oluşturulan cümleler, harflerin, sözcüklerin ya da görsel öğelerin bir araya gelmesiyle düzenlenmekte ve bu öğeler her zaman sistemli bir yapı içerisinde varlık bulmaktadır. Eco (2016), göstergebilimdeki düzen fikrini basit bir örnekle açıklamaktadır: Üzerlerinde harfler bulunan birçok küp havaya atıldığında, yere düştüklerinde rastgele oluşan dizilimlerin büyük olasılıkla herhangi bir anlam taşımayacağı ve okuyucuda özel bir çağrışım yaratmayacağı görülmektedir. Ancak bu harfler, belirli bir dilin yazım kurallarına göre birleştirildiğinde veya önceden tanımlı bir sisteme göre düzenlendiğinde anlamlı bir bütün oluştururlar. Bu örnekten hareketle, göstergebilim; göstergelerin bir bütün oluşturacak şekilde yapılanma, bu yapıların mantıksal kurallarla düzenlenme ve kavramlarla anlamlı iletişim kurma yöntemlerini araştıran bir bilim dalı olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda, göstergeleri sistemli bir ağ içinde incelemesi nedeniyle “dizgeler bilimi” olarak da anılmaktadır.

Göstergeler, temel olarak iki bileşenden oluşur bunlar: Gösteren ve gösterilendir. Gösteren, anlatım düzlemini; gösterilen ise içerik düzlemini temsil etmektedir. Günlük yaşamda yalnızca dilsel göstergeler değil, aynı zamanda görsel göstergeler de yoğun şekilde kullanılmaktadır. Örneğin, trafik ışıklarında yer alan renkler birer görsel gösterge olarak işlev görür; belirli anlamlar taşır ve izleyiciye doğrudan mesaj iletir. Bu göstergeler, bir ulaşım düzenini sağlama işleviyle aynı zamanda toplumsal kuralların görsel kodlarıdır. El, kol veya baş hareketleri gibi beden dili sistemleri ile nesneler ve çeşitli imgeler de görsel göstergebilimsel dizgelere örnek olarak gösterilebilmektedir. Bu tür göstergeler, insanlar tarafından iletişim amacıyla üretilen, zamanla kültürel bağlam içinde anlam kazanmış sembolik tasarımlardır (Barthes, 1993).

Bir fikri iletmek amacıyla kurgulanan anlatılarda, ilk göstergeden yola çıkılarak geniş bir göstergeler ağı inşa edilebilmektedir. Göstergebilimsel yaklaşımda dil odaklı disiplinler ağırlıklı olarak dilsel göstergelerden faydalanırken, grafik tasarım gibi görsel odaklı disiplinler büyük ölçüde görsel göstergeleri kullanmaktadır. Bu nedenle, anlam üretiminde kullanılan göstergesel dizgelerin işleyiş biçimini kavramak kritik bir öneme sahiptir. Özellikle görsel tasarım ürünlerinin üretim sürecini algılayabilmek, tasarımın amacına ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda, göstergebilimin anlaşılması yalnızca mesajın doğru biçimde iletilmesine değil, aynı zamanda izleyiciyle güçlü bir etkileşim kurulmasına da olanak tanır. Kavramsal fotoğraflarda da iletilen mesajların etkili bir şekilde çözümlenebilmesi, göstergebilimin sunduğu çözümleme becerileriyle doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla, göstergebilim yalnızca kuramsal bir yaklaşım değildir, aynı zamanda görsel iletişim süreçlerini derinlemesine kavramak için vazgeçilemez bir araçtır.

2.1 Göstergebilimde Düz anlam ve Yan Anlam

Göstergebilim anlamlı ve tutarlı dizgeler üzerine çalışmaktadır ve göstergebilime göre dizge oluşturan birimlerde bir bağlantı, anlamlı ve kurallı devamlılık olması gerekmektedir. Yoğun anlam demetinden oluşan yazınsal ve görsel üretimler irdelenirken veya oluşturulurken bu dizgeleri oluşturan bağlantıların parçalarındaki anlamsal içeriğe ve birleştirildiğinde anlam kaybı yaşanmamasına dikkat edilmelidir. Yani tasarımlarda yer alan her kavram sonsuz anlam barındırıyor diye rastgele bir söylem seçilmemelidir, anlatı içinde var olan ve aralarında anlamsal bağlantılar bulunan demetler yine kendi içinde tutarlı bağlantılar oluşturan bağlantılarla ilişkiler ağı kurularak yapılandırılmaya çalışılmalıdır. Ayrıca göstergebilimsel yaklaşımda anlamın zıtlıklardan ortaya çıktığı düşüncesiyle hareket edilmektedir (Rıfat, 2009). Bir anlam dizgesi oluşturulurken bir kavramın karşıt yani zıt ögesi o kavramın asıl tanımlayıcısı olarak belirlemektedir; siyah beyazla beyaz siyahla birlikte esas anlamına kavuşmaktadır. Buna göre bir anlatı, ancak seçilen kavramların karşıtlıklarının, düz ve yan anlam ilişkilerinin doğru bir şekilde kurgulanmasıyla anlam ve değer kazanmaktadır.

Guiraud (1994) düz anlam ve yan anlamı tanımlarken, düz anlamın göstergenin olduğu gibi, nesnel biçimde kavranması sonucu, yan anlamın ise göstergenin formu ve işlevi aracılığıyla kazanılan ek anlamlarla meydana geldiğini ifade eder. Düz anlam ve yan anlam anlamlandırmanın iki temel karşıt türüdür. Hem yazınsal hem de görsel anlatılarda birçok kez birlikte kullanılmalarının yanı sıra düz anlam ya da yan anlam ağırlıklı olmalarına göre ayırt edilebilirler ve sınıflandırılabilirler. Düz anlam içerikleri kesin bir ifade barındırırlar, anlamsal sapma yapmazlar ve belirgin sonuçlar verirler. Bu bağlamda bilimsel yargılar düz anlam ürünleri olarak örneklendirilebilir. Yan anlam içerikleri ise çoklu okumalar ve çağrışımlar

yoluyla farklı ve yeni düşünceler meydana getirebilirler, anlamsal olarak sapabilirler. Bu bağlamda sanatsal ürünler yan anlamlı olarak değerlendirilirler.

Bir yan anlam dizgesinin oluşması bir düz anlam dizgesinin oluşması ile başlar. İlk aşamada önemli olan gerçekte bağı bulunan gösteren ve gösterilenlerin zihinde göstergeleri oluşturabilmesidir. Bu sistem hem görüntüsel hem de yazınsal göstergeler için aynı şekilde işlemektedir. Yan anlamsal göstergeler oluşturulurken gösterge dizgesinde kullanılan gösterenler düz anlam göstergelerinden oluşmaktadır. Düz anlama sahip bildirimler yan anlama sahip dizginin tek bir birimi olabilmektedir. Ancak bu yan anlam dizgisinin düz anlam dizgisini tükettiğini değil kapsadığını gösterir. “Her zaman düz anlamdan geriye bir şeyler kalır yan anlamlayıcılar da sonuç olarak hep kesintili düzensiz ve kendilerini taşıyan düz anlamlı bildiriler tarafından özümsemiş göstergelerdir.” Barthes insan zihinini durmak bilmeyen bir düşünsel sistemler bütünü olarak tanımlar ve yaşadığı sürece yeni kavramlar geliştirmeye yeni anlamlar yüklemeye, öğrenmeye devam edeceğini söyler. Ona göre gelecek yan anlam dilbilimine aittir. Çünkü toplumlar sürekli dillerinin oluşturabileceği bütün avantajları kullanacak bir dizgeden yola çıkarak ikinci anlam dizgeleri geliştirecektir (Barthes, 1993).

2.2 Grafik Tasarım ve Göstergebilim

Grafik tasarım, görseller aracılığıyla anlam üreten iletişim sanatıdır. Bu alanda ortaya konan çalışmaların, özellikle küresel ölçekte etkileyici bulunan ve geniş yankı uyandıran örneklerinin, kavramsal düşünce sistemine dayandığı; sembol, metafor ve metonimi gibi anlatım araçlarının önemli ölçüde kullanıldığı görülmektedir. Metafor, birbirinden farklı iki kavramın bir araya getirilerek, bu birliktelik aracılığıyla yeni ve çoğunlukla soyut bir anlamın elde edilmesi biçiminde tanımlanabilir. Lakoff ve Johnson da (2015) metaforun özünü bir tür şeyi başka bir tür şeye göre anlamak ve tecrübe etmek biçiminde yorumlamışlardır. Metonimi ise daha çok yazınsal çözümlemelerde kullanılan bir anlatım türü olarak aktarılmaktadır. Birbiriyle ilintili kavramlar birleştirilerek, kavramlardan biri değiştirilerek veya birleşik kavramlardan bazıları eksiltilerek kullanılabilir. Diğer bir isimle, “düz değişmece” olarak da bilinmektedir. Daşcıoğlu metonimi “benzerlik dışındaki bir ilgi sebebiyle yer değiştirme, sebep-sonuç, içlem-kapsam, cins-tür gibi yer değiştirmeler mürsel mecaz,” kelimeleriyle tanımlamaktadır. Göstergebilim ise bütün bu görsel ve dilsel anlatım türlerini kapsayan bir alan olarak öne çıkmaktadır.

Bir grafik tasarımcının, görsel dili oluşturan örtük anlam katmanlarını ayrıştırarak çözümleyip sonra yeniden bir bütün haline getirebilmesi için göstergebilimsel düşünme biçimini içselleştirmesi önemlidir. Tasarım sürecinde iletilmek istenen mesajın görsele dönüştürülmesinde; kavramların göstergelere, göstergelerin ise yapılandırılmış dizgelere dönüşmesi; ayrıca metaforik, metonimik ve sembolik anlatımların işlevsel kullanımı; düz ve yan anlam ilişkilerinin bilinçli bir şekilde kurulması, tasarımcının göstergeleri anlama ve anlamlandırma becerisiyle doğrudan bağlantılıdır. Bu noktada, göstergebilimin grafik tasarım uygulamalarındaki önemi daha da belirgin hâle gelmektedir.

Kaptan ve Sayın (2020) çalışmasında, tasarım sürecinde kullanılan fotoğraflar, işaretler, semboller, metinler gibi görüntüsel göstergelerin anlamın aktarım araçları olduğunu belirtmiş, grafik tasarımda anlamın görsel göstergeler yoluyla oluşturulduğunu vurgulamışlardır. Göstergeler, kodlanmış bilgilerden oluşmaktadır. Bu kodlar, bir toplumun yaşayış biçimi, kültürü ve dili gibi unsurların tecrübe edilmesi ve anlamlandırılması yoluyla bireylerin zihninde

şekillenmektedir. Her toplum, kendi özgün kod sistemini üretmekte ve bu sistemi toplumsal iletişim süreçlerinde etkin biçimde kullanmaktadır. Kodlar aracılığıyla toplumların iletişim sürecinde anlamlı dizgeler oluşturulmakta, mantıksal düşünme, davranma ve konuşma yöntemleri biçimlendirilmektedir. İletişimi temellendiren bu yapı, grafik tasarım uygulamaları yapılırken de kullanılmaktadır. Her insan grafik tasarım ürünlerindeki mesajları anlamlandırırken edindiği bilgiler ile gördüğü görseller arasındaki ortak bağlantıları bulmak için uğraşır. Tasarımda, aktarılacak mesaj ile kullanılacak göstergeler bütüncül bir yapı içerisinde düşünülmektedir. Bu bağlamda, tasarım sürecinde hedef kitleye ilişkin seçim ve onların sahip olduğu kodlanmış bilgi sistemine uygun göstergelerin kullanımı büyük bir öneme sahiptir.

Göstergelerin doğru algılanabilmesi, hedef kitlenin kültürel ve zihinsel altyapısının doğru analiz edilmesine bağlıdır. Göstergelerin kullanımı, iletişim ve tasarım süreçlerinde hem toplumun hem de tasarımcıların hayatını kolaylaştırmaktadır. Günlük yaşamda her alanda karşılaşılan görsel tasarımlar, esasen bir görsel göstergeler sistemine dayanmaktadır. Örneğin, işaret ve semboller, bireylerin sıkça karşılaştıkları temel görsel göstergelerdendir. Bir mesaj kaygısıyla tasarlanan görsel göstergeler, sözlü iletişime gerek kalmaksızın toplumsal düzeni kuran ve sürdüren iletişim araçları olarak işlev görmektedir.

2.3 Fotoğraf ve Göstergebilim

Göstergesel anlatım türünde etkin iletişim özelliğine sahip görsel göstergeler, nesneleri doğrudan temsil edebildiği gibi dolaylı olarak da çağrışımda bulunabilmektedir. Bu bağlamda, nesnenin dolayimli ya da dolayimsız biçimde anlam kazanabilmesi, yorumcunun öznelliği üzerinden değerlendirilebilmektedir (Tosun, 2016). Görsel bir gösterge dizgesine sahip olan ve 21. yüzyılda hem bireysel ifade aracı hem de görsel iletişimin temel unsurlarından biri hâline gelen fotoğraf alanı, taşıdığı göstergesel içerik ve sembolik anlatım olanaklarıyla mesaj aktarımı konusunda zamansal sınırlarını aştığı bir noktadadır.

Barthes (2014) fotoğrafa anlam yüklemenin gördüklerini ifade etmekten daha fazlası olduğunu söylemektedir. Fotoğrafi tutkuyla ele almakta ve ona ruhsal bir yön tanımlamaktadır. Bir fotoğraf anlatısını sadece görünenle değil hissedilenle de bağdaştırır. Ona göre bazı fotoğraflar kavramların ve fotoğrafçının niyetlerinin aynasıdır; sizi fotoğrafçının konuya bakış açısıyla karşı karşıya getirir ancak bazı fotoğraflar izleyenin bir parçasıdır ve izleyeni kendiyile yüzleştirir. Barthes fotoğrafın bu iki yönü için iki farklı terim belirlemiştir. Bu terimlerden ilkinde “Studium” ismini verir; ona göre studiumun etkisi ortalamadır, amacını var oluş nedenini ve içerdiği kavramları iletişimsel olarak aktarır, eğitimsel ve teknik bir okuma sunar; daha akılcı bir yaklaşımla incelenip analiz edilmek için var edilmiştir. Diğer terimi “Punctum” olarak adlandırır. Bu etki için terimin latince anlamına gönderme yapar. Punctum ile anlatılan fotoğraflar için keskin bir nesneyle yaralanma hissi verdiğini ve anlatının studiumu delip geçtiğini söyler. Bu durum sözlü bir anlatıma ihtiyaç duymaz; sadece hissedilir. Ona göre fotoğraflar izleyicisiyle konuşur, izleyiciyi hem biçimiyle hem de özyle hissetmeye, düşünmeye, anlamaya zorlar ve fotoğraf ancak kara kara düşündürdüğü zaman yıkıcı olur.

Sanatın biçimsel yönü, yapının görünen gerçekliğini; öz ise, düşünce yoluyla algılanabilen, kavranabilen ve yorumlanabilen içeriğini ifade etmektedir. Günümüz sanat eserlerinde, özün biçimin önüne geçtiği örnekler görülmekle birlikte, fotoğraf sanatında biçim ve özün çoğunlukla birbirini tamamlayan bir bütün olarak ele alındığı bilinmektedir. Bu

nedenle, fotoğrafta biçim ile öz arasındaki ilişkinin doğru ve dengeli bir şekilde kurgulanması kritik önem taşımaktadır.

Fotoğraf, görsel göstergeler içeren bir anlatı türü olarak, belirtisel, görüntüsel ve sembolik anlatım biçimleri aracılığıyla mesajlarını aktarabilmektedir. Bu çok katmanlı göstergebilimsel yapı sayesinde, fotoğrafın hem tasarım alanında hem de diğer sanat disiplinlerinde kullanımı yoğun biçimde tercih edilmektedir.

Toplumlar anlatılarıyla birlikte var olmakta, bulunduğu topluma ve sonraki nesillere kendilerini aktarmaktadırlar. Bu anlatılar insanın kendini ve dünyayı anlamlandırma sürecinin temelidir. Kişinin edindiği her bilgi sonraki düşünme aşamasının yolunu çizerek, yeni zihinsel kodlar ve bağlantılar oluşturmaya yardımcı olur. Bu durum, bir bilginin yok edilmesi ya da var olan yerine başka bir bilginin üretilmesi anlamına gelmez, bütün bilgilerin toplanmasının oluşturduğu bir sonuç biçiminde değerlendirilir. Fotoğraf da anlam üreten görsel bir ileti türüdür ve diğer anlatı türlerindeki gibi kurgusal bir yapıya sahiptir, gerçeği yansıtmamaktadır. Fotoğrafın her zaman gerçeğe doğrusal bir düzlemde olduğu düşünülmektedir ancak bu görüş sadece nesnelere en yakın görüntüyü saptaması nedeniyle kabul görebilir. Fotoğrafın gerçeğe olan bu ilişkisi iletişimde oynadığı büyük rolün sebeplerinden biridir (Parsa, 2016). Parsa (2016) fotoğrafın iletişim alanlarında bu kadar güçlü olmasını geçmiş zamanı saptamasına ve imgesinin nesnesine oranla daha kalıcı olmasına bağlamaktadır.

Fotoğraf, görsel göstergeler yoluyla çok katmanlı anlamlar üretebilen ve bu anlamların üst okuma yoluyla çözümlenebildiği etkili bir görsel iletişim aracıdır. Bu bağlamda fotoğrafın göstergebilim ile değerlendirilmesi doğru bir yaklaşım olacaktır. Fotoğrafta iletilen soyut ve somut mesaj kodlamalarının ancak görsel göstergelerin anlam bağlantılarının doğru analiz edilmesiyle anlamlandırılabilceği açıktır.

3. Kavramın Tanımı

Porphyrus “insan”ı bir tür olarak tanımlarken, üç temel unsurun gerekliliğine vurgu yapar, bunlar; bilgiye yatkınlık, akıllı ve ölümlü olmaktır (Bravo, 2006). Bu nitelikler, insanın duyu yoluyla çevresiyle etkileşime geçme, bilgi edinme ve edindiği bilgileri sonraki kuşaklara aktarma arzusunu doğurmuştur. Tüm bu iletişim süreçlerinin temellerini ise kavramların tanımlanması oluşturmaktadır.

İnsanın görme yoluyla öğrenmesi, çevresiyle iletişim kurma istemi ve edindiği bilgileri başkalarına aktarma çabası, insanlıkla yaşıt bir deneyimdir. İnsanın öğrenebilme yetisini keşfetmesiyle birlikte deneyimleyebilme, düşünebilme, anlayabilme, tanımlayabilme, tanımlananları isimlendirebilme, kavramlar oluşturabilme ve bu kavramları sınıflandırabilme keşfi de başlamıştır.

Çetin (2015) genel ifadelerle kavramı; birçok unsuru kapsayan, düşüncenin temel yapıtaşı olarak bilinen ve ortak kanı ya da düşünceye verilen ad şeklinde tanımlar. Kavramlar eklemlili bir yapıya sahiptir, iletişim sürecinde anlamsal devamlılık kurabilen diğer kavramlarla birleşmektedir. İletişimde kullanılan bu kavram bileşkeleri sayesinde neden-sonuç ilişkileri oluşturulabilmekte ve problemler çözülebilmektedir. Bu nedenle kavram bileşkeleri yaşamsal faaliyetleri ve iletişimsel süreçleri devam ettirebilmek için merkezi rol oynamaktadır (Lakoff ve Johnson, 2015).

İnsan, kavramsal bağlantılar yoluyla öğrenir; öğrenilen her yeni kelime bellekte daha önce edinilmiş kavramla bağlanır, biçimlendirilir, gruplandırılır. Bağlantı kurulamayan her bilgi zamanla unutulur. Düşünce sistemi kavramları oluştururken, edinilecek kavram ile ilgili bilgileri tanımlayarak daha önce edinilen benzer kavramlara eklemektedir. Bu süreçten sonra her yeni kavram benzer biçimde öğrenilmiş kavram ile bağlantılar kurabilmekte öğrenme sürecinin devamlılığını sağlayabilmektedir.

Kavramların kararlı olduğunu bildiren Amerikalı pragmatik filozof ve psikolog William James'e (1842-1990) göre dünya değişebilir, konularla ilgili fikirler değişebilir ancak kavramlar konunun algılanabilmesi için sabitliğini korumalıdır (Hjorland, 2009). Bu kararlılık kavramın özünden gelir ancak kavramlar eklemli yapısı sayesinde diğer kavramlarla birleşebilir, yeni çağrışımlara, anlamlara ulaşarak zenginleşebilir. Edinilen yeni kavramlar mevcut uyaran ağına takılan farklı kavramlarla etkileşime girerek kavramın anlamının genişleyebilmesine, zenginleşebilmesine ve sağlıklı iletişim kurulabilmesine katkı sağlamaktadır.

Kavram, düşünce sistemimizin temelini oluşturmanın yanı sıra yaşamın iletişimsel gerekliliklerini karşılamakta ve aynı zamanda görsel sanatların da kurucu unsuru olarak öne çıkmaktadır. Kavramsal sanat sonrasında sanat anlayışı, artık biçimsel estetikten çok, kavramlar yoluyla inşa edilen düşünsel mesajlara odaklanmaktadır. Bu dönem itibarıyla sanat yapısı, yalnızca görünen nesnenin ötesine geçmiş, düşüncenin ve dilin taşıyıcısına dönüşmüştür. Kavramların fikre evrildiği bu yaklaşım, eser üreten sanatçılarla izleyici arasında yeni bir anlam ilişkisi kurmuş; sanat, nesnenin değil, düşüncenin alanına taşınmıştır.

4. Kavramsal Sanat

Sanat alanlarında biçim ve düşünce bağlamında köklü dönüşümlerin yaşandığı dönem “dada” ismi ile bilinmektedir. Bu dönemin en tanınmış sanatçılarından Duchamp’a göre fikir sanat için yeterli bir kaynak oluşturur, bir sanatçı için eser biçimle değil, düşünce ile var olur. Bir eser bir fikri, mesajı olmadığı sürece kabuktan ibarettir. Duchamp bu düşünce ile gündelik nesneler ile düşünceyi birleştirmiş, süregelen biçimde kabul edilen ve mesaj kaygısına sahip olmayan çalışmalarla arasındaki sanatsal farkı ortadan kaldırmıştır. Dönemin sanatçıları eserleri ile deneysel türün yolunu açmış, sanatın araştırmacı tarafını açığa çıkarmıştır (Yılmaz, 2013).

1960’lı yıllarda sanatçılar tarafından benimsenmeye başlanan ve kökenleri Dada hareketine kadar uzanan kavramsal sanatı, ilk kez, Sol LeWitt bağımsız bir sanat akımı olarak tanıtır. LeWitt (1967) kavramsal sanatı tanımlarken fikri ya da kavramı öne çıkarır. Bu durum sanatçının çalışmaya dair bütün plana ve kararlara öncesinde sahip olduğu anlamına gelmektedir, biçim fikrin ardından gelir ve yüzeysel bir işlem olarak düşünülür. Ona göre fikir sanatı üreten bir makinedir. “Bu tür sanat ne teoriktir ne de teorilerin bir illüstrasyonu; sezgiseldir, her türlü zihinsel süreçle ilgilidir ve amaçsızdır”. Kavramsal sanat ürünleri biçimsel olarak mantıklı olmak zorunda değildir, önemli olan bir fikir ile yola çıkılmış olmasıdır. Sanatçının asıl ilgilendiği şey, kavram ve gerçekleştirme sürecidir. Üretilen esere fiziksel form kazandırıldığında, eser herkesin algısına açıktır. Bu anlayışa göre ise sanat eseri yalnızca tamamlandıktan sonra algılanabilmektedir.

Kavramsal sanatın temeli kavram ve fikir olarak nitelendirilmektedir. Kavramsal sanat alanında, geleneksel sanatın aksine, eserler üretmek için bir eseri nesnel olarak ele alma gereksinimi duyulmamaktadır. Ayrıca geleneksel sanatta estetik ve güzellik olguları öncelenirken, kavramsal sanat biçimi ise düşünceyi görünür kılma amacıyla üretilmektedir. Alışlagelmiş sanat anlayışına bir karşı duruş niteliği taşıyan bu akım; Kosuth, Huebler, Weiner, Beuys, Baldessari, Kruger, Kawara ve Cage gibi pek çok sanatçının ilgisini çekmiş, sanatçıların geleneksel sanatın sınırlarının ötesine geçerek özgün üretimler gerçekleştirmelerine olanak sağlamıştır.

Koca (2017) ise, 1960’larda sanatın anlatım dilini olağan yapısının dışına çıkaran bu sanat akımının, fetişleştirme amacıyla üretilen sanat nesnesini meta olmaktan kurtardığını, sanatın artık sadece düşünsel bir süreci yansıtabileceğini de söylemektedir. Ona göre nesnenin felsefe ve dille biçimlendirildiği kavramsal sanat, sıradan olana ilgiyi artırır ve hiçbir şeyin tamamen sıradan olmadığını düşündürmektedir. Bu çok yönlü ve çok dilli yaklaşım, sanatın düşünsel bir süreç olarak algılanmasını sağlamaktadır. İmgenin geri plana çekildiği, metnin belirginleştiği ve kavramların önceliklendirildiği bu üretim biçimi; farklı malzeme, form ve durumlarla kendini göstermektedir. Böylece sanat ile estetik arasındaki ilişki yeniden sorgulanmakta, estetik haz arayışı yerini kavramsal derinlik arayışına bırakmaktadır.

“Silinmiş De Kooning Çizimi” Robert Rauschenberg’in kavramsal sanat olarak değerlendirilebilecek erken tarihli eserlerinden biridir (Görsel 1). Rauschenberg bu eser ile yaratım sürecini çalışmanın parçası haline getirmiştir; ünlü bir sanatçının desen çalışmasını silmiş ve bu yöntemle yapıtını oluşturmuştur. Eserin özünde “yaratmak” ve “yıkamak” kavramları ele alınmaktadır. Sanatçı, kendi eserlerini yok etmenin yeterince güçlü bir anlam üretmeyeceğini; buna karşılık tanınmış bir sanatçının eserini imha etmenin, “yıkım” kavramını çok daha çarpıcı ve etkili bir biçimde görünür kılabileceğini düşünmüş, William de Kooning’e ait deseni sanatçısının izniyle silmiştir. Böylece “Silinmiş De Kooning Çizimi” isimli eser kavramsal yönüyle sanat tarihinin önemli bir parçası haline gelmiştir (Germaner, 1997).



Görsel 1. *Silinmiş de Kooning Deseni, Robert Rauschenberg, 1953.*

Kaynak: <https://www.sanatatak.com/william-de-kooningden-maurizio-cattelana-yapitin-imha-eylemi/>

On Kawara'nın kavramsal sanat alanında bilinen en önemli serilerden biri "Bir Gün" isimli projesidir. Çalışmaların içeriği, gerçekleştirildikleri gün, ay ve yılın metinsel ifadesinden oluşmaktadır. Serideki her çalışma, 24 saat içinde tamamlanmak zorundadır; aksi halde imha edilmektedir.

Neredeyse bütün ömrünü seyahat ederek geçiren sanatçı, ziyarette bulunduğu şehirlerde günün kaydını oluşturma amacıyla eserler üretmiştir. Ürettiği eserler kalabalık söylemlerden arındırılmış, insan, mekân ve zamanı tek renkli bir zeminde buluşturmuştur (Koca, 2017). Sanatçı, üretim sürecinde "ölüm", "yaşam" ve "an" kavramlarını temel odaklar olarak ele almış ve bu kavramlar üzerinden anlam katmanları oluşturmuştur (Görsel 2).



Görsel 2. *Today, On Kawara, 1965-2014.*

Kaynak: <https://th.wikipedia.org/wiki/>

Kavramsal dönemi en saf normlarda irdeleyen ve yansıtan önemli eserlerden biri de Kosut' a ait "Bir ve Üç Sandalye" adlı eserdir. Bu eser, fotoğraftan, sandalyeyi anlatan metinsel ifadeden ve bir objeden oluşmaktadır. Eser, hangi sandalyenin kim için gerçeği yansıttığı sorularının altı çizilerek hem dilsel hem de görsel bağlamda işlenmiş; bağlantıların ilişkili ve ilişkisiz noktaları ele alınmıştır. Bu eser, göstergebilimi üçlü yapı üzerinden açıklayan birçok göstergebilimcinin anlayışını vurgulayan bir sanat çalışması olarak nitelendirilebilir (Görsel 3).



Görsel 3. *One and Three Chairs*, Joseph Kosuth, 1965

Kaynak: <https://www.gorselsanatlaregitimi.com/modern-sanat-akimlari/>

1970'lerin sonlarına gelindiğinde, sanat nesnesinin yeniden önem kazanmasıyla, yalnızca fikrin sanat eseri olarak kabul edilebildiği kavramsal sanat anlayışında da nesneye yönelim başlamıştır. Ancak bu dönüş, sanatın kavramsal yaklaşıma verdiği önemi azaltmamıştır. Kavramsal sanat dönemi beden, psikoloji ve toplum gibi soyutlanarak işlenen konuları yeniden diriltmiş, hem yıllarca takip edilmiş sanatsal yönelimlerini hem de kavramsal sanat sonrası yenilikleri sürece dahil etmiştir; bu dönemden sonra her şey sanatın konusu olabilmektedir. Fotoğrafı temel alarak çalışan ressamalar, neo-ekspresyonist sanatçılar, tüketime yönelik çalışan neo-geo eğilimindekiler ve 1990'ların politik ve kişisel temalı sanatçıları bu yönelimin bir parçası olarak değerlendirilmektedir (Smith, 1999).

Kavramsal sanatın evrenselleşmiş yapısı kimlik, tarz ve biçim olmaksızın sürmeye devam etmiştir. Kavramsal sanat sonrası üretilen eserler zaman ve mekân kavramlarıyla ilgili bütün soruları amaçsız kılmıştır. Sanat anlamını, sanatçının iletmek istediği mesajda ve izleyicinin bu mesajı nasıl yorumladığında bulmuştur. Sanat içerikleri gerek sadece görselle gerekse görsel ve metin birlikte kurgulanarak bütün dünyanın anlayabileceği bir yapıya ulaşmıştır. Kavramsal sanat, görsel sanatları mesaj üretim ve iletişim odağı hâline getirmiş, tüm sanat disiplinlerini bütünleştirerek ve gelenekselliğin katı sınırlarını yıkarak, kavramsal bir mesaj içeren bütün sanatsal üretimleri kapsayabilen dönemin başlangıcı olmuştur.

Kavramsal fotoğraf anlayışı, kavramsal sanatın kaynağını düşünceden alan yapısıyla paralel olarak gelişmiş; sanatçılarının fotoğrafı bir ifade aracı olarak kullanmasıyla belirginlik kazanmıştır. Kavramsal sanatçılar, fikirlerini somutlaştırmak amacıyla fotoğrafı yalnızca belgeleyici bir araç olarak değil, aynı zamanda düşünsel bir iletinin taşıyıcısı olarak değerlendirmiştir. Bu yaklaşım doğrultusunda, fotoğraf estetik kaygıların ötesine geçerek, düşüncenin görsel bir temsiline dönüşmüştür ve kavramsal sanatın temel alanlarından biri hâline gelmiştir.

5. Kavramsal Fotoğraf

Fotoğrafçılığın erken dönem savunucuları, bu yeni teknolojik araca değer biçerken çoğunlukla bilim amaçlı keşif gezilerine ve coğrafi belgelemeye sağladığı katkılara vurgu yapmışlardır. Fotoğraf makinesi hem dünyanın hem de evrenin kayıt sürecinde ve keşfinde etkin bir araç olarak konumlandırılmıştır (Marien, 2015).

Niepce aldığı kayıtlarla bugün milyonlarca insan tarafından çekilebilen ve paylaşılabilen fotoğrafın ilk örneğini vermiştir. Talbot ve Daguerre'in fotoğrafa sağladığı teknik katkılar, endüstri devriminden sonra yaşanan gelişmeler, fotoğrafın dönemin sanat akımlarına hızla uyum sağlayabilmesi, amatör ve profesyonel fotoğrafçıların görsellerde detaylara ulaşma tutkusu ile teknolojik alanlardaki sınırsız ilerleyiş; bu aracın gelecekte hangi imkânlarla kapı aralayabileceğine dair önemli bir öngörü verebilmektedir.

Kavramsal fotoğrafçılık henüz tanınan bir tür hâline gelmemiş olsa da fotoğrafın erken dönemlerinde sanatsal kaygılarla üretilen çalışmalarda kavramsal mesaj üretme düşüncesinin izlerine rastlamak mümkündür. 1857 yılında otuz farklı fotoğrafla kurgulanan Oscar Rejlander'in "The Two Ways of Life" çalışması bu türün en önemli örneklerinden biridir. Raphael'in Alman Okulu Freski'nden uyarlanan eser, fotoğrafların Viktorya Dönemi'ne ait bir tablo oluşturacak biçimde montajlanmasından meydana gelmektedir (Price, 2004).

Fotoğraf alanının belgeleyici yönüyle tanınması ve değer kazanması, sanat alanındaki gelişiminin kabulünü başlangıçta zorlaştırmış, sanatsal kaygıyla eserler üreten fotoğrafçıları birçok soruyla baş başa bırakmıştır. Fotoğrafın sadece belge niteliğini taşıması gerekliliğine dair görüşe göre fotoğrafın önceliği gördüğünü yansıtmıştır, fikir ve anlam üretme ikinci sıradadır. 1960 sonrası dönemde ise bu görüş tamamen değişmiştir, toplumsal mesaj iletme kaygısıyla üretime başlayan sanatçılar fotoğraf sanatının dönüşümünün de öncüsü olmuştur.

Geleneksel sanat anlayışının estetik kaygılarından uzaklaşan kavramsal sanatçılar, fotoğrafı başlangıçta fikirlerini ve performanslarını belgeleyen bir araç olarak kullanmaya başlamışlardır. Nesneyle olan ilişkisini bilinçli olarak koparan bu sanat yaklaşımında fotoğraf, film gibi ucuz ve gündelik malzemeler aracılığıyla kavramsal düzeyde temsil edilmiştir. Çok geçmeden ise kavramsalcılar fotoğrafın gerçekte karmaşık ve çok katmanlı ilişkisini keşfetmişlerdir (Marien, 2015). Artık fotoğrafa değer katan sanatçısının, özgünlüğü ve yaratıcılığıdır; kavramsal yaklaşımlar belgeleyici tavrın yerini almıştır.

Dönemin sanatçılarından Dan Graham kavramsal fotoğraf alanında eserler üretmiştir. En bilinen serilerinden biri renkli fotoğraflardan oluşan "Homes for America"dır (Görsel 4).



Görsel 4. *Homes for America, Dan Graham, 1965.*

Kaynak: <https://www.e-skop.com/skopdergi/bir-arzu-nesnesi-olarak-ev/579>

Fotoğrafın kavramsal dönüşümü basın fotoğrafçılığında da etkisini göstermiştir. Tekdüze basın fotoğraflarının yarattığı etki alanından uzaklaşmayı amaçlayan bir grup fotoğrafçının liderliğinde, fotoğraf anlayışında önemli bir değişim yaşanmış ve dönemin hâkim görsel dilinden uzaklaşmaya başlanmıştır. Bu süreçte yeni biçimsel arayışlar ortaya çıkmış, 1960'lı yıllar haber fotoğrafçılığında köklü dönüşümlerin yaşandığı bir dönem olarak hafızalara kazınmıştır. Özellikle Vietnam Savaşı dehşetinin gerçekliği, fotoğraf sanatçılarının özgün tarzı ve özgür ifade tavrıyla birleşerek güçlü kareler aracılığıyla kamuoyuna aktarılmıştır. Bu dönemin belgesel tavrda önemli fotoğraf çalışmalarıyla toplum hafızasına katkıda bulunan sanatçılardan Larry Burrows, Eddie Adams, Don McCullin, Peter Brandt, Gilles Corron, Nick Ut, Eddie Adams, Ron Haeberle, Philip Jones Griffiths ve Marc Riboud (Görsel 5) adından en çok söz ettirenler arasındadır (Bajac, 2011). Bajac (2011), 1968 sonrası dönemde toplumda yaşanan dönüşümlerin, fotoğraf pratiği üzerinde önemli etkiler yarattığını ifade etmiştir. Bu süreçte, fotoğraflarda siyasi içeriklerin artmış, belgenin nesnelliğine dair ortaya atılan şüpheler fotoğrafçının konumunu tartışmaya açmıştır, bu durum geleneksel fotoğraf biçimlerinin sorgulanmasına neden olmuştur.



Görsel 5. *Young Girl Holding a Flower, Washington, Marc Riboud, 1967*

Kaynak: <https://www.thetimes.com/uk/article/marc-riboud-kphsm07xh>

Fotoğraf kurgusunda metnin kullanımı da yeni bir yaklaşım olarak değerlendirilmiştir; bu kullanım fotoğraf alanında farklı bir bakış açılarını gündeme getirmiş ve anlamların metinler yoluyla yönlendirilmesini olanaklı kılmıştır. Belgesel ve sanatsal tavırlarıyla dünyayı kadralarına sığdırmayı amaçlayan ve sanatta farklı yorumlama yollarını arayan fotoğraf sanatçılarından birkaçı görüntü ve metin ilişkisi ile ilgili soruları tekrardan tartışmaya açmış, fotoğraf ile metni bir arada kurgulamayı başarmışlardır. Raymond Depardon ve Philip Blenkinsop metinle fotoğrafı birleştirmeyi düşünen ve bu anlamda sanat dünyasında yer edilebilen iki ünlü sanatçıdır. Raymon Depardon'un Liberation'da yayınlanan "New-Yorkaises" serisi şehrin fotoğraf kesitlerinden ve fotoğraflara dair yorumlarından oluşmaktadır. Sanatçı bu seriyi 2017'de tekrar çalışmıştır (Görsel 6).

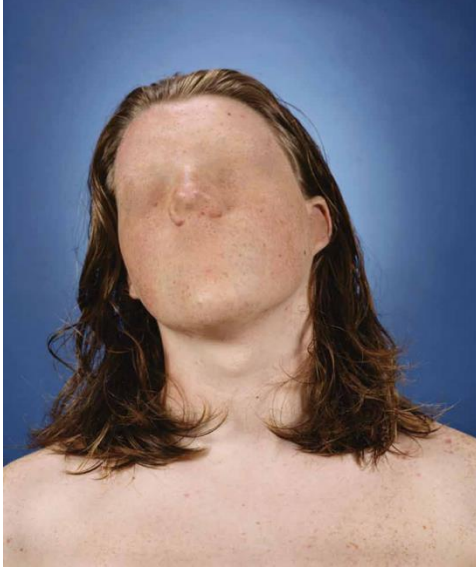


Görsel 6. *La Correspondance Yeni-Yorkaise, Raymond Depardon, 1981*

Kaynak: <https://www.etonnants-voyageurs.com/Raymond-Depardon-La-solitude-heureuse-du-voyageur.html>

Yine Antony Aziz ve Sammy Cucher kavramsal kurgularıyla öne çıkan iki İngiliz fotoğraf sanatçısıdır. Sanatçıların tanınmış "Distopya" serisi kavramsal fotoğrafçılık alanına

belirgin bir vurgu yapmaktadır. Seride insanın kişiliğini tanımlayan ağız, burun ve gözler silinmiştir (Görsel 7). Sanatçılar bu çalışmalarında kimlik kaybı kavramını görselleştirerek öne çıkarmış, kişiliği belirleyen unsurları ortadan kaldırmıştır.



Görsel 7. *Rick from the Dystopia series, Aziz ve Cucher, 1994–1995*

Kaynak: <https://ocula.com/art-galleries/gazelli-art-house/artworks/aziz-cucher/rick/>

Topçuoğlu'na (2000) göre, fotoğrafçılık bugünün teknolojik koşulları ele alındığında gerçekte bağından önemli ölçüde uzaklaşmıştır ve fotoğrafı artık bu açıdan değerlendirmek gerekmektedir. Ayrıca bu durumun fotoğrafçılığın özgünlüğünü ve yaratıcılığını ekilemediğini, fotoğrafa duyulan heyecanı da arttıracağını eklemiştir. Ona göre yeni teknolojiler, fotoğrafçılığın sınırlarını oldukça genişletmiştir, fotoğraf özellikle 20. yüzyılda modernistler tarafından oluşturulmaya çalışılan çerçevenin ötesine geçmiştir. Yaşanan gelişmeler, fotoğrafçılığın yeni teknolojiler sonrasında aynı geçmişte olduğu gibi yeniden tanımlanmasını gerektirecek gibi görünmektedir.

6. Grafik Tasarımda Kavramsal Fotoğraf

Grafik tasarım, kavramları görsel olarak işleyerek iletişim kurma ve mesaj iletme sanatıdır. Tasarımcı, bu süreci yürütürken dinleme, okuma, görme ve anlama becerilerini bir arada kullanır ve ortaya koyduğu tasarımları toplumla paylaşmayı amaçlar. Ortaya çıkan ürünler, genellikle fikirlerin ve kavramların dönüştürülerek yeni bir görsel düşünceye evrilmiş hâlini yansıtır. Uçar'a (2019) göre bir tasarımcı kavramların görselleştirilmesi konusunu iyi anlamış olmalıdır. Kavramlarla çalışmayı algılayabilen ve bu yöntemle tasarım çözümleri üretebilen tasarımcı karşılaştığı her problemin üstesinden kolaylıkla gelebilir. Grafik tasarımcı bir iletişim tasarımcısıdır; bir fikri kavramlarla düşünerek görsel elemanlarla estetik bir biçimde

kurgulayabilmeli, tasarladığı çalışmalarla mesajını hedef kitlesine uygun, anlaşılır ve güçlü çözümlerle iletebilmelidir.

Tasarımcı, bir konuyu kavramlar üzerinden değerlendirir; fikir geliştirme sürecinde önce bir problem tanımlar, ardından bu probleme yönelik çözüm yöntemleri geliştirir. Tasarımcıya göre amaca en uygun tasarım, problemin en etkili şekilde çözümlenmiş halidir. Bir problem çok farklı yöntemlerle çözülebilir, sonunda tasarımı amacına ulaştıran çözüm en doğru çözüm olacaktır. Bir tasarımı başarıya ulaştıran etmenlerin başında problemin doğru biçimde analiz edilmesi gelir, doğru analiz yapıldığında mesaja uygun görsel elemanları seçmek ve bu elemanları doğru kompozisyonla bir araya getirmek kolaylaşacaktır. Problem analizinde ve çözüm önerilerinde oluşacak bağlantısal kopukluklar ise tasarımı amaçtan ve başarıdan uzaklaştıracaktır.

Fotoğraf, grafik tasarımın görsel çözümler üretirken başvurduğu temel iletişim araçlarından biridir. Fotoğraf insan algısında gerçeklik etkisi yaratır ve fotoğrafta görünenin doğru olduğuna dair güveni artırır. “Kendine özgü saf bir anlatımı bulunan fotoğraf, insanlığın en temel duygusuna seslenir; ‘güven.’ Ona güveniriz, görüneni apaçık gösterir tüm çıplaklığıyla.” Fotoğraf, güven duygusu telkin ederek varlıkla ilgili karmaşayı sadeleştirebilir; duygusal aktarım yapabilme gücü ve sembolik öğeler yoluyla çağrışımlar üretme yetisi sayesinde izleyiciyi kendi iç dünyasına çekebilir. Doğrudan izleyicisiyle etkileşim kurabilir, olayın içinde bulunma hissini verebilir. İzleyici bir fotoğrafa baktığında, fotoğrafçının çekim anındaki gerçekliğinin bir temsilini görür; bu durum, görüntüye duyulan güvenle birlikte sorgulama ihtiyacını ortadan kaldırır. Hatta bu gerçeklik deneyimi çoğunlukla o kadar keskin yaşanır ki “... okuruyla konuşur adeta fotoğraflar. Fransız Marksist felsefe düşünürü Louis Althusser’in deyimiyse, ideolojilerin seslendiği gibi seslenir “Hey Sen Oradaki!” (Parsa, 2016, s.18).

Althusser’e göre ideolojik pratik, toplumu oluşturan üç pratikten biridir. Bu pratiği tanımlarken özneden ve bu öznenin kendi gerçek hayat koşullarıyla bağlantı kurma yolunun dönüşümünden bahseder. Bu pratikte yönetici bir ideoloji olduğunu vurgulayarak bu ideolojiyi temsiller ve düşünceler sistemi olarak anlatır. Bu ideoloji türünde sunulan, insan yaşamını etkileyen gerçek ilişkiler değil, bu insanların gerçek ilişkilerine dayalı hayali ilişkilerdir. Ona göre ideoloji insanların gerçek dünyayla ilişkisinin hayali ve temsili bir versiyonudur. Temsile olan inanç neyin gerçek olduğu fikrini bulanıklaştırır, hayallerin ve söylemlerin gerçeklerin yerini almasını sağlar. İdeolojik pratikler aracılığıyla bireyler, gerçek yaşamla kurdukları bağlar üzerinden yönlendirilir; gerçek sorunlar, sahte çözümler sunularak sorunların bu şekilde çözüleceğine inanç geliştirilir. İnsan üretimleri açısından değerlendirildiğinde önemli olan şey üretim ilişkilerinden daha çok insanların üretime bakışı haline gelir. “Althusser ideolojinin bireyleri özne yapmasını ve inandırmasını adlandırma ve seslenmeyle açıklar.” Bu fikre göre “bir öznenin inşası adlandırma veya seslenme yoluyla yapılır.” Adlandırma ve seslenme yoluyla dikkat çekilir, kişi anlam üretmeye, yönelmeye ve katılmaya zorlanır. Artık kişi ideolojinin üretmiş olduğu mesaja dahil olan onu onayan veya reddeden özne haline gelir; biçimlenmeye ve dönüşmeye başlar (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s. 319).

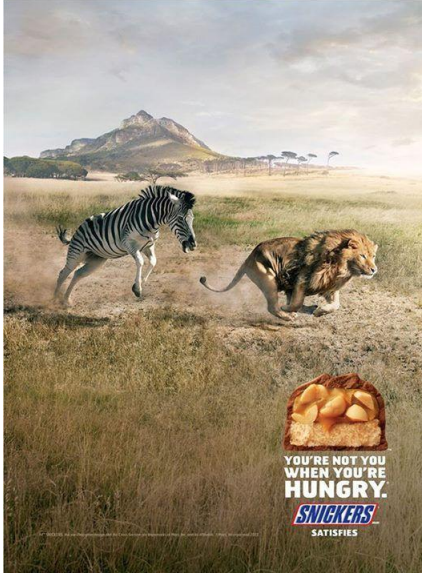
İnandırıcılık ve ikna ediciliğin grafik tasarımın temel unsurlarından biri olduğu göz önüne alındığında, fotoğraf, nesneye olan bağlılığı sayesinde en etkili araçlardan biri olarak nitelendirilmektedir. Fotoğrafın gerçekliğe olan yakınlığı, izleyicide güven duygusu oluşturarak mesajın daha kolay benimsenmesini sağlar. Kompozisyon, ışık kullanımı, renk paleti, bakış açısı ve anın yakalanma biçimi gibi unsurlar, hedef kitlenin dikkatini çekmekle kalmaz; aynı zamanda duygusal bağ kurmasına, mesajı içselleştirmesine ve harekete geçmesine

olanak tanır. Bu özellikler, fotoğrafı yalnızca bir görsel unsur değil, aynı zamanda güçlü bir ikna ve yönlendirme aracı hâline getirir. Böylece grafik tasarımda kullanılan fotoğraf, hedef kitlenin algı dünyasında güçlü bir iz bırakır ve iletişim sürecinin başarısını doğrudan etkiler. Böylece hem hazır müşteriye hem de potansiyel müşterilere ürün pazarlanabilir hatta hiç ihtiyacı olmayan müşterinin bile ürünle ilgilenmesi mümkün olabilir (Karadağ, 2016). Karadağ (2016) fotoğrafın izleyicinin zihninde bu kadar güçlü etkiler oluşturmamasının sebebini zihinde oluşturduğu çağrışımlara bağlamaktadır. Buna ek olarak görünenlerden bazılarını daha görünür kılmayı başaran yegâne kişinin bir fotoğrafçı olduğunu ifade etmektedir.

Tasarım sürecinde kullanılacak fotoğraflar belirlenirken, tasarımcının önceliği, iletilmek istenen duyguyu görsele yansıtabilmek ve izleyicide bu hissin karşılık bulmasını sağlayabilmektir. Çekilen veya kurgulanan kavramsal fotoğraflarla, verilecek mesaja özgü anlamsal bağlantılar korunarak, gerçek dışı bir dünya yaratılabilmektedir. Yaratılan bu dünya gerçek dünyanın temsilinden çok daha gerçek görünebilmekte ve hedef kitlesini o hayali yaşamaya ikna edebilmektedir. Short da (2015) çalışmasında, bazı fotoğrafların bilinçli olarak yapılandırıldığından bahseder. Bu fotoğraflar belli bir düşünceyi ya da kavramı iletmek için bağlamından koparılıp, dönüştürülerek ve salt gerçekliğe alternatif bir temsil üretilerek kurgulanırlar. Bu tür fotografik çalışmalar, iletilmek istenen fikri izleyiciye neredeyse fiziksel düzeyde duyumsatabilen etkili görseller üretmeleri bakımından önem taşımaktadır.

Grafik tasarımda için tercih edilen fotoğraflar çoğunlukla ilgi çekebilmek ve etkileşim sağlayabilmek için verilecek mesaja uygu biçimde kurgulanmış, göstergelerin yoğun olarak kullanıldığı anlam katmanları içeren, etkili görsel yapısıyla fıkırsel yönüyle dikkat çeken kavramsal fotoğraflardır. Tasarım sürecinde farklı mesajlara göre amaca uygun olarak oluşturulan bu fotoğraf kurguları, kitlesinin kendi hayatıyla bağdaştırabileceği oranda gerçek görüntülerden ulaşmak isteyecekleri hayatlar oranında hayallerden beslenerek inşa edilirler. Bazen bu fotoğraflar aktarılabilecek anlatıya göre düzenlenen set ortamında çekimler yapılarak, bazen ise post prodüksiyon aşamasında işlenerek oluşturulurlar ve bu fotoğraflar için tek sınır tasarımcının hayal dünyasıdır.

Örnek tasarımda “Açken sen, sen değilsin” sloganına sahip olan “Snickers” markası için yapılmış fotografik bir kurgu kullanılmıştır. Çalışma için oluşturulmuş fotoğrafta doğada normal şartlar altında görülemeyecek bir sahne yer almaktadır. Sayfayı kaplayan görselde vahşi doğada av olan bir hayvanın avcı bir hayvanı yakalamaya çalıştığı görülmektedir. Tasarımda, gündelik yaşamda açlığın duygusal veya davranışsal değişimlere neden olduğu fikri abartılı ve mizahi bir metafor üzerinden anlatılmıştır, slogan görselin mesajını tamamlamaktadır (Görsel 8).



Görsel 8. *Afiş Tasarımı, “Snickers”*

Kaynak: <https://medium.com/@pedrohportoalegre/getting-to-the-insight-005613309799>

Grafik tasarım, görsel elemanları kullanarak dikkat çekmeyi ve bu yolla ürün ya da hizmetin satışını artırmayı amaçlamaktadır. Teker’in (2009) aktardığı araştırma bulgularına göre, ilan yüzeyinin yaklaşık üçte birini kaplayan görseller, izleyicide en etkili algı düzeyini oluşturma potansiyeline sahiptir. Fotoğraf ekseninde şekillenen tasarımlar incelendiğinde, fotoğrafın tasarımın mesajını iletmede belirgin bir rol üstlendiği görülmektedir. Tasarımda kullanılan fotoğraflar, çalışmanın odak noktasını oluşturarak ve üretim amacına dair ipuçları sunmaktadır. Düzenlem ve yananlam düzeylerinde çok katmanlı bir iletişim sağlayan fotoğraflar, izleyiciyle etkili bir görsel bağ kurabilmektedir. Böylece bütünsel yapı içinde, iletilmek istenen mesaj ve sunulan ürünün tercih edilmesi için düzenlenen alt metin görünür hale gelebilmektedir.

Aşağıdaki örnekte görülen afiş çalışması “IKEA” markasına aittir. Hedef kitlesinin yaşam alanına dahil olmayı hedefleyen marka için tasarlanan afişte yer alan fotoğraf, ürüne sahip olan tüketicilerin istediği düzenli ortamı sağlayabileceği fikriyle kurgulanmıştır. Tasarım modern yaşamda fonksiyonellik ve estetik kavramlarının önemini de vurgulamaktadır. IKEA, ev dekorasyonunu basit ama etkili çözümlerle güzelleştiren bir marka olarak ele alınmıştır. Tasarımda işlenen kavramlar ise harika bir yaşamla özdeşleştirilmiştir. Yeni bir ürün için yapılan bu tasarımda kullanılan tam sayfa fotoğrafla ve “The Wonderful Everyday is Coming” (Harika Gündelik Hayat Geliyor) sloganıyla herhangi bir olumsuz düşünceye yer verilmeksizin harika günlerin bu ürün ile evlere geleceği mesajı izleyiciye aktarılmıştır (Görsel 9).



Görsel 9. Afiş Tasarımı, “IKEA”

Kaynak: <https://www.oliandanthony.com/ikea-sheffield-opening>

İyi bir fotoğraf, hem fotoğrafçının sanatsal ve düşünsel bakış açısını hem de hedef izleyicinin günlük yaşamına dair izleri barındırmaktadır. Fotoğrafçı, kendi estetik anlayışını ve yorumunu görsel dile aktarırken, izleyicide belirli çağrışımlar uyandıracaklarını öngördüğü unsurları bilinçli bir şekilde kadrajına dâhil etmektedir. Fotoğraflar, anlatsal bir yapı içerirken, geçmiş ve geleceği kesin sınırlarla tanımlamak yerine, izleyicinin zihninde yorumlanabilir ve tahmin edilebilir bir hikâye oluşturma potansiyeline sahiptir. Fotoğrafçı yalnızca bir kayıt yapan değil aynı zamanda yaratıcı olandır; maddi dünya ise aslında keşfedilmeyi bekleyen ruhsal bir dışavurumdur. Fotoğrafçı bir anı kaydederken zihninde kurguladığı düzeni elde etmek için uğraşır. Fotoğraf, sanatçının zihninde beliren fikrin nesnesidir. Fotoğrafçı kendini sanatıyla gerçekleştirmek ister, ortaya çıkan ürünler bu gerçekleştirme yolculuğunun somutlaştırılmış halidir. Gerçek dünyanın sanatçının dünyasıyla bütünleştiği ortam fotoğraftır (Clarke, 2017).

Fotoğrafın sanatçısıyla ve izleyicisiyle güçlü bağlar kurabilmesi; çekim süreci ve sonrasında çeşitli müdahaleler uygulanabilmesi; tüm bu manipülasyonlara rağmen gerçeklik etkisini koruyabilmesi özellikleri, grafik tasarım gibi iletişim temelli bir sanat alanında kullanımını kaçınılmaz kılmaktadır. Çevre, politika, ticaret gibi toplumsal konuları içeren ve kitlesel yönelim sağlanması gereken her sorunun tasarım çözümlerinde temel eleman olarak kullanıldığı söylenebilir. Topçuoğlu’na (2000) göre, fotoğraflar geniş halk kitleleri tarafından kolaylıkla okunup anlaşılabilirlikleri için her türlü iletişim ve propaganda amacıyla yaygın olarak kullanılabilmektedir. Ayrıca gerçeğin görünüşüne benzedikleri için, bir düşüncenin aktarımında karikatür gibi diğer görsel anlatım türlerine kıyasla daha ikna edici olabilmektedir.

Fotoğrafın temel anlatıcı rolü üstlendiği diğer örnek çalışmada “Good Night Mattress” markası için esprili bir yaklaşımla oluşturulmuş fotografik kurgu izlenebilmektedir. Bu çalışma

markanın yataklarının rahatlık konusundaki iddiasına vurgu yapmaktadır. Tasarımda açık pencere, yatak ve yatağın üzerinde uyuyan kişi net olarak görülebilmektedir. Yine tam sayfa kullanılan fotoğrafta pencereden girmiş bir hırsızın yatağın rahatlığına karşı koyamadığı ve uyuyakaldığı anlaşılabilmektedir. Tasarımın sağ alt köşeye yerleştirilmiş “Rahatlıkla Uykuya Dalın” sloganı bu fikri pekiştirmektedir (Görsel 10).



Görsel 10. Afiş Tasarımı, “Good Night Mattress”

Kaynak: https://www.adsoftheworld.com/media/print/good_night_thief

Fikre ve kavram içeriğine öncelik veren yapısıyla kavramsal fotoğraf, grafik tasarım için en uygun fotoğraf türüdür. Grafik tasarım da kavramsal fotoğraf gibi kavramların görselleştirilmesi üzerine yoğunlaşır, semboller ve metaforlar anlatımları güçlendirmek için kullanılır. İyi bir tasarımcı bu iş birliğiyle derin ve anlamlı mesajlar üretebilir ve izleyicinin mesajla bağ kurabilmesini sağlayabilir.

Tasarımların hedef kitle tarafından daha uzun süre incelenmesi, akılda kalıcılığını artıran önemli bir faktördür. Kavramsal fotoğraflar, açık ve örtük mesajlar iletebilme yetenekleri sayesinde, tasarımın izleyiciyle etkileşime girme sürecini uzatabilmektedir. Bu tür fotoğraflar, sıradan görüntülere kıyasla daha çok ilgi çekme ve daha uzun süre hafızada yer edinme potansiyeline sahiptir. Alışılmış ve tekrar eden görseller, izleyicinin ilgisini hızla kaybetmesine neden olurken; özgün ve yaratıcı bir fotoğraf kurgusu, izleyicinin tepkisini olumlu yönde etkileyerek tasarımın başarısını önemli ölçüde artırabilmektedir.

Tasarım süreçlerinde kullanılan fotoğraflarla ilgili karşılaşılabilecek en temel sorunlardan biri, belirli bir anlatım biçiminin sürekli tekrar edilmesi ve bunun sonucunda hedef kitlenin verilmek istenen mesaja ilgisini yitirmesidir. Benzer kavramların benzer görsellerle sunulması, fotoğrafın anlatım gücünü sınırlandırarak tasarımların tekdüze bir hâl almasına ve mesajın değerinin azalmasına neden olmaktadır. Bu durum, izleyicinin tasarımla etkileşim süresini de olumsuz yönde etkilemektedir. Fiske (2003) genellikle bir eğretilmeyi sıklıkla kullanmanın onu klişe haline getirdiğini söyler ve bu durumun o eğretilmeyi özgünlüğünden, yaratıcılığından uzaklaştırdığını ekler. Kavramsal fotoğraf, tasarımları genellemelerden arındırarak mesajı görünenden öteye taşıma ve anlatım gücünü artırabilme potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda yapılması gereken, etkili bir görsel anlatım oluşturabilmek için kavramsal fotoğrafın sunduğu gücü; güçlü bir fikir ve anlamlı kavramlarla bütünleştirerek kullanmaktır.

Sonuç

Grafik tasarım, kavramları görselleştirerek yaratıcı ve etkili tasarımlar ortaya görsel iletişim alanıdır. Toplumu bilgilendirmek, yönlendirmek, ikna etmek ve kimi zaman toplumsal farkındalık yaratmak tasarımın temel amaçları olarak bilinmektedir. Bu amaçları gerçekleştirirken mesaja en uygun görseli, metni ve kompozisyonu anlaşılır, özgün ve yaratıcı biçimde izleyiciye sunmakla yükümlüdür.

Kavramsal fotoğraflar ise çoklu anlam üretme kapasitesi, göstergesel yapısı, kolay kopyalanabilirliği ve manipülasyona açık doğasıyla grafik tasarımın en önemli görsel iletişim araçlarından biridir. Hem gerçekle bağlantı kurabilmesi hem de kurgulanabilmesi, kavramsal fotoğrafın tasarım süreçlerinde güçlü anlatılar oluşturmalarını sağlamaktadır. Bu fotoğraf türü, grafik tasarımla benzer biçimde etkili, güçlü ve inandırıcı mesajlar üretme amacını taşır. Teknolojinin sunduğu olanaklar, kavramsal fotoğrafın tasarım süreçlerinde daha esnek ve yaratıcı biçimde kullanılmasını, özgünleşmesini mümkün kılar ve bu durum görsel anlatımın etkisini artırır.

Bununla birlikte, internet ortamında tasarım ürünlerine erişimin kolaylaşması, bilgiye ulaşımı hızlandırmakta yoğun görsel kalabalık nedeniyle fark edilebilirlik sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle tasarımcıların öncelikli hedefi; özgünleşmek ve yaratıcı bir dil kullanmak izleyicinin ilgisini çekmek ve tasarımın kalabalık görsel ortamında fark edilebilmesini sağlamaktır. Kavramsal fotoğraflar, bu amaca ulaşmada kritik bir rol üstlenmektedir. Soyut fikirlerin güçlü kavramlarla birleştirilmesi ve doğru göstergelerle görselleştirilmesi, tasarımın etkili bir anlatıya dönüşmesine katkı yapmaktadır.

Kavramsal fotoğraflar; grafik tasarımın özgünlüğünü, yaratıcılığını ve anlam derinliğini besleyen güçlü bir iletişim aracı olarak ön plana çıkmakta ve tasarımın etkisini hem estetik hem de düşünsel boyutta artırmaktadır.

Kaynakça

- Bajac, Q. (2011). *Fotoğraftan sonra Analog fotoğraftan dijital devrime*. Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, R. (1993). *Göstergebilimsel serüven* (M. Rıfat ve S. Rıfat, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, R. (1979). *Göstergebilim İlkeleri* (B. Vardar ve M. Rıfat, Çev.). Kültür Bakanlığı.
- Barthes, R. (2014). *Camera Lucida* (R. Akçakaya, Çev.). Altıkkırkbeş Yayın.
- Bravo, H. (2006). *Uluğ Nutku'ya armağan*. İnkılap Kitapevi.
- Clarke, G. (2017). *Güzel sanatların bir dalı olarak fotoğraf* (M. Aydemir,Çev.). Hayalperest Yayınevi.
- Çetin, A. (2015). Kavram ve kuramları. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 9(17), 251-274.
- Eco, U. (2016). *Açık yapıt* (T. Esmer, Çev.). Can Sanat Yayınları.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş* (S. İrvan, Çev.). Bilim ve Sanat.

- Germaner, S. (1997). *1960 Sonrasında sanat*. Kabalcı Yayınevi.
- Guiraud P., (1994), Göstergebilim (M. Yalçın, Çev.). İmge Kitapevi.
- Hjorland, B. (2009). Concept theory. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(8), 1519-1536.
- <https://publicdelivery.org/dan-graham-homes-for-america/> (Erişim Tarihi: 07.04.2021).
- <https://www.khanacademy.org/humanities/art-1010/conceptual-and-performance-art/conceptual-performance/a/joseph-kosuth-one-and-three-chairs> (Erişim Tarihi: 06.06.2021).
- <https://www.magnumphotos.com/events/event/correspondance-new-yorkaise-1981-2017/> (03.06.2021).
- <https://www.mocp.org/detail.php?t=objects&type=browse&f=maker&s=Aziz+%2B+Cucher+%28Anthony+Aziz+%2B+Sammy+Cucher%29&record=0> (Erişim Tarihi: 04.06.2021).
- <https://www.tdk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/12/20151221Y%C4%B1lmaz%20Da%C5%9F%C3%A7%C4%B1o%C4%9Flu%20-%20Metonim.pdf> (Erişim Tarihi: 07.06.2021).
- Kaptan, S., & Sayın, Z. (2020). Grafik tasarım bağlamında iletinin görsel tasarımlara dönüştürülmesi süreçleri. *İdil*, 69, 805– 820.
- Karadağ, Ç. (2016). *Görme kültürü dizisi III fotoğrafın derin anlamı*. Öteki Yayınevi.
- Koca, B. (2017). Kavramsal sanat. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 3(2), 97-103
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2015). *Metaforlar hayat, anlam ve dil*, İthaki Yayınları.
- Lewitt, S. (1967). Paragraphs of conceptual art, https://monoskop.org/images/3/3d/LeWitt_Sol_1967_1999_Paragraphs_on_Conceptual_Art.pdf (Erişim Tarihi: 21.07.2025).
- Marien, M. W. (2015). *Fotoğrafçılığı değiştiren 100 Fikir* (G. Şimşek, Çev.). Literatür Yayınları.
- Tosun, E. A. (2016). Fotoğrafta göstergebilimsel çözümleme “postmodern okuma”. *Afsad Kontrast Fotoğraf Dergisi*, (50), 12-17.
- Parsa, A. F. (2016). Fotoğraf ve göstergebilim üzerine. *Afsad Kontrast Fotoğraf Dergisi*, (50), 18-21.
- Price, M. (2004). *Fotoğraf çerçevedeki gizem*. Ayrıntı Yayınları.
- Rıfat, M. (2009). *Göstergebilimin ABC’si*. Say Yayınları.

Short, M. (2015). *Yaratıcı fotoğrafçılıkta bağlam ve anlatı*. Literatür Yayınları.

Smith, R. (1999, April 25). Art/Architecture; Conceptual art: Over, and yet everywhere. *The New York Times*, <https://www.nytimes.com/1999/04/25/arts/art-architecture-conceptual-art-over-and-yet-everywhere.html> (Erişim Tarihi: 24.02.2021).

Teker, U. (2009). *Grafik tasarım ve reklam*. Yorum Sanat ve Yayıncılık.

Topçuoğlu, N. (2000). *Fotoğraf ölmedi ama tuhaf kokuyor*. Yapı Kredi Yayınları.

Uçar, T. F. (2019). *Görsel iletişim ve grafik tasarım*. İnkılap Kitapevi.

Yılmaz, M. (2013). *Modernden postmoderne sanat*. Ütopya Yayınları.