

Arş. Gör. Dr. İbrahim Halil Özkirişçi
Gaziantep Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi
halilozkirisci@gmail.com

BİR İLETİŞİM ARACI BAĞLAMINDA TASARIM İMGESİNİN DİJİTAL DÜNYA İLE DEĞİŞEN RÖLÜ

Öz

İletişim ihtiyacının, tarihsel ve arkeolojik bulgular dikkate alındığında, Descartes'in "düşündüğünü düşünebilen insan" tanımında işaret edilen canlının yaşadığı ilk çağlardan günümüze kadar geldiği kabul edilebilir. Sebep sonuç ilişkileri arasında en uzun zinciri, en karmaşık örüntüyü kurabilen türümüz, bu yapının her bir ilmeğinde farklı imge türleri kullanmış, tasarlamış ve anlamlandırmıştır. Yaşadığı dönemin kültürel, coğrafi ve demografik yapılarıyla organik bir bağ içinde, kendi tanımını sürekli yenileyen imge, insanoğlunun bilim ve sanat yolculuğunda, kendini geliştirip üst basamaklara tırmanması ile farklı alanlara ve uzmanlıklara ayrılmıştır. Gündelik hayatı kolaylaştıran temel kullanımından Sarte'in ifadesi ile duyumlanabilir verinin ussallaştırılması tanımına giden bir kültürel yelpazede yolculuk yapan görsel iletişim tasarımı imgesi, günümüz modern insan için üzerinde tekrar düşünülmesi gereken yüksek öneme sahip bir hale gelmiştir. Görsel iletişim tasarımı, insanoğlunun kurguladığı bu kavramsal iletişim ve düşünce sistemini inceleyen bir disiplindir. Görsel iletişim imgesinin, değişen kültürel yapı içinde tanımlanması ve irdelenmesi, görsel okuryazarlığın ve imgesel farkındalığın artması anlamında önemlidir. Bu çalışma, görsel iletişim tasarımı imgesinin, erken dönemden postmodern ve dijital döneme kadar geçen süreçte, kültürel ve bilişsel kodlarla geçirdiği anlamsal farklılığı göstermeyi amaçlar. Bu kapsamda seçilen, dönemin kültürel ruhunu yansıtan tasarım imgeleri üzerinden, iletişim imgesinin geçmiş ile günümüz dijital dünya arasında geçirdiği değişim analiz edilmiştir. Çalışma, günümüz dijital imge evreninde, tasarım imgesinin daha bilinçli okunmasına katkı sağlamayı hedefler.

Anahtar kelimeler: İmge, Grafik Tasarım, İletişim, Kültür

THE CHANGING ROLE OF THE DESIGN IMAGE WITH THE DIGITAL WORLD IN THE CONTEXT OF A COMMUNICATION TOOL

Abstract

Considering the historical and archaeological findings, it can be accepted that the need for communication has come from the first ages when the creature, which is mentioned in Descartes' definition of "the person who can think what he thinks," has survived to the present day. Our species, which can establish the longest chain and the most complex pattern among cause-effect relationships, has used, designed and made sense of different types of images in each loop of this structure. In an organic connection with the cultural, geographical and demographic structures of the period in which it lived, the image, which constantly renews its own definition, has been divided into different fields and specializations as human beings develop themselves and climb to the upper steps in their journey of science and art. The image of visual communication design, which travels in a cultural spectrum from its basic use that facilitates daily life to the definition of rationalization of tangible data in Sarte's expression, has become of high importance for today's modern people, which needs to be rethought. Visual communication design is a discipline that

examines this conceptual communication and thought system created by human beings. Defining and examining the visual communication image within the changing cultural structure is important in terms of increasing visual literacy and imaginative awareness. This study aims to show the semantic difference of the visual communication design image with cultural and cognitive codes in the process from the early period to the postmodern and digital period. In this context, the change of the communication image between the past and today's digital world has been analyzed through the design images that reflect the cultural spirit of the period. The study aims to contribute to a more conscious reading of the design image in today's digital image universe.

Keywords: Image, Graphic Design, Communication, Culture.

1. GİRİŞ

Her imge, hedeflediği kitle ile iletişim kurmak amacıyla, bir düşünce veya mesaj iletir. İmgeler evreninde yaşayan bireyin, çevresinde olup biteni anlaması ve yorumlayabilmesi bu imgeleri anlamlandırması ile gerçekleşebilir. Anlamlandırma sürecini algılama, kaydetme, yorumlama şeklinde sıralamak mümkündür. Sürecin son aşaması olan yorumlama basamağı, coğrafi, sosyokültürel ve demografik yapı gibi birçok değişkenden etkilenmektedir. Özetle toplumsal yaşantılarımızda iletişim, imgeler ve onlara yüklediğimiz anlamlar doğrultusunda inşa olur. Çevremizi saran ve bize yaşadığımız dünyayı anlamlı kılacak veriler sağlayan imgeler, toplumların kültürel gelişimleri ile beraber ihtiyaç duydukları daha etkin iletişim kurma ihtiyaçlarının temel girdilerini oluşturmuştur. İhtiyaç duyulan görsel dil, dönemin imkanları, kültürel kodlar ve birikimlerle bezenmiş, bilinçli tasarım imgelerine gereksinimin olduğu bir iletişim düzlemine dönüşmüştür. İzlek ve izleyen arasında gerçekleşen bu süreç, tarih öncesi dönemlerden günümüze kadar temel prensipleri aynı kalmakla beraber üreten tüketen ilişkilerinde farklılıklar göstermektedir. Tarih öncesi dönemlerde hikayeleştirme amaçlı ya da kutsal anlamlar yüklenen tasarım imgeleri, dönemin şartlarına göre daha karmaşık yapılarda, çok amaçlı algoritmalar geliştirmek için kullanılmıştır. Üretim tekniklerinin çeşitlenmesi ile siyasi, dini ve sanatsal düzlemlerde kendini gösteren bu bileşen, dijital dünya ile farklı bir boyuta geçmiştir. Tasarım imgesinin kişisel bilgisayarlarda üretilebilir seviyeye gelmesi, imge dünyamızda nicel bir patlamaya sebep olmuştur. Günümüz görsel iletişim düzleminde maruz kaldığımız imge trafiği göz önünde bulundurulduğunda ise kaynak ve alıcı tanımlarının gitgide bağlamlarından koparılarak anlamda bulanıklaşan, problemli bir seyre yöneldiği görülmektedir.

2. İLK ÖRNEKLER

İnsanoğlu, günümüzde olduğu gibi bilinen en eski dönemlerde de simge ve semboller üzerinden anlamlı ifadeler geliştirerek iletişim kurma çabası içinde olmuştur. Türümüzün bu alışverişi, yalnızca sadece dilsel düzlemde bırakmayıp görsel seviyeye taşınması,

duyularımız arasında görmenin ve görsel iletişim ne denli önemli olduğunu gösterir niteliktedir. “Sembolleştirme” olarak terimleşen kavram, kültürün belirgin görüngülerini insana özgü zihinsel bir yeti ile kullanması, şeyler düzeni haline getirmesi ile gerçekleşmektedir. Keskin yasalarla tanımlanması güç olan kültür, sembol ve iletişim kavramları, anlamlı yapıların katmanlı bir hiyerarşisi şeklinde düşünüldüğünde günümüz penceresinden anlaşılabilir (Thompson, 2013: 156-157).

Bilinen en eski tarihi buluntu olarak kayıtlara geçen Göbeklitepe’de sembolleştirilen imgeyi, kültürel öge olarak tasarlama düşüncesinin ilk örneği olarak okumak mümkündür (Görsel 1). Konutsal bir niteliği olmayan yapıların, ayin ve dini amaçlar için yapıldığı tahmin ediliyor. Yapılan Karbon 14 testleri ile 12 bin yıl (M.Ö. 9-10 bin) önceye ait olduğu tespit edilen yapılar topluluğu, herbiri en az 40-50 ton ağırlığında ve 6 metre uzunluğunda olan dikili taşlar ve onu çevreleyen dairesel yapılardan oluşmaktadır (Schmidt, 2007: 102-103).



Görsel 1. Göbeklitepe, 2020

Tarih öncesi toplumların kutsal ilişkilerinin tam olarak nasıl anlamlandırılacağı konusunda kesin bir hüküm olmamakla beraber genel olarak bu ilişki ruhsal yaşam, dinsel inanç, mit, ritüel ve sembolizm gibi kavramlarla açıklanmaktadır (Özdöl, 2011: 176). Bu bağlamda, Göbeklitepe’de tasarlanan, iletişim amaçlı bu yapının ritüelleri gerçekleştirmek için kullanıldığı kabul edilmektedir. Salt eylemlerden oluşmayan bu ritüellere, mesajın kutsiyetini artıracak, katılımcılar ve mesajın alıcısı için önemi olan sembolik göstergelerin eşlik ettiği düşünülmektedir (Hooke, 2002: 14).

Bu bağlamda yorumlandığında, dönem insanının iletişim kurma ihtiyacının birbirleri ile olmanın ötesinde mistik ritüellerle, üstünlük addettikleri varlıkla iletişime geçme çabası olarak tanımlanabilir. Planlanan bu iletişim biçeminde imgeler, dönemin elverdiği

malzemelerle, uzun süre kalacağı öngörülen yüzeylere işlenmiştir. Bütünsellik kaygısı ile düzenlendiği görülen yapı için tasarlanmış imgelerde de aynı özeni görmek mümkündür. Dönemin tasarım imgesine yüklenen anlamın, izlenimci bir bakış açısı ile güç, bereket, kutsiyet vb. unsurlara sahip öğeler üzerinden kurgulandığı düşünülebilir.



Görsel 2. Kitabe ve Yazıt Örnekleri.

Türümüzün görsel iletişim kurma süreci düşünüldüğünde yazının icadını en radikal kırılmalardan biri olarak kabul etmek mümkündür. Sümerler tarafından çivi yazısı sistemi ile günümüze kadar gelen metinleri uzmanlar M.Ö. 3200 yılına tarihlemektedirler (Kramer, 2002: 309). Sivri uçlu kamışlarla yumuşak kil üzerine işlendikten sonra kalıcı olması için fırınlanan tabletler, Sümer coğrafyasına yakın toplumlar tarafından da kullanılmıştır (Köroğlu, 2006: 53).

Her göstergenin bir nesneyi tanımladığı resim yazısı olarak başlayan çivi yazısının aynı zamanda nesnenin ismine yakın olan kelimeleri de işaret ettiği bilinmektedir. Bu yaklaşım, işaretlerin detaylı şekilleri ve sayılarının çokluğu sebebi ile okunurluğu düşürmekteydi. Bu sorunu çözmek için ifade edilmek istenen şekiller, olabilecek en basit haline kadar sadeleştirilmiş ve yanlış anlaşılma ihtimalini azaltmak için yardımcı işaretlerden yardım alınmıştır (Kramer, 2002: 309; Köroğlu, 2006: 54).

Kaya ve taşlara kazınarak başlanan imge üretimi ve onlara anlam yükleme çabasının iletişim ihtiyacının giderek artması ile piktografik ve ideografik bir dile doğru evrildiğini Sümer örneğinde görmek mümkündür. Sayıların ve birçok bilim dalının ortaya çıkışı için mihenk taşı olarak kabul edebileceğimiz yazının icadı, iletişim biçimimizi farklı bir seviyeye taşımıştır. İlk örneklerle kıyasla bireylerarası iletişimin daha ön plana çıktığı söylenebilir. Tasarlanan iletişim imgesinin çok anlamlı ve varyasyon yaratımına müsait,

daha kompleks bir dizilimde olduğu görülmektedir. Bu durumun sebep olabileceği karmaşıklığın çözümü için de iletişim imgesinin, günümüzde de kullandığımız sembolleştirme ve stilize etme aşamalarından geçmesi, geçmişle günümüz imge tasarımı yaklaşımı arasında çok eskilere uzanan ortak bir eğilim olarak okunabilir.

3. ORTA ÇAĞ

Dante'nin "zahirdeki ve görünen anlamlar sadece bir örtüden ibarettir" cümlesi ile düşünce yapısını betimlemeye çalıştığı bu dönem, görsel imgenin anlamlandırması noktasında çok çeşitli yaklaşımlara sahne olmuştur. İmge üretiminin çoğaltılabilir ve çeşitli yüzeylere aktarılabilir olması dönemin en büyük özelliklerindendir. Öykünülen, tasarlanan ve bir veri alışverişi düzeni kaygısıyla üretilen imgeler egemenlik kurmak, dikkat çekmek, bilgilendirmek, duyurmak, aidiyet addetmek gibi amaçlar için kullanıldığı söylenebilir (Guenon, 2014: 9).

Çin'de ilk örneğini gördüğümüz matbaanın görece icadı, önceki dönemlerde tasarladığımız imgeleri transfer edebilme imkanı vererek görsel iletişim imgesinin dolaşım hızını artırmıştır (Görsel 3-Solda). Gelişen baskı ve resimleme yöntemleri, tasarım imgesinin etkinliğini artırarak çeşitli amaçlar için kullanma konusunda farkındalığı artırtığı söylenebilir. 14. yüzyıl İngiltere'sinde su kaynaklarının kirlenmesi üzerine kral II. Richard'ın halkın birahaneleri kolay bulabilmesi için her birahanenin önünde tabela olması gerektiği konusunda çıkarılan yasa üzerine yapılmış, "Green Dragon" isimli illüstrasyon (Görsel 3-Sağda), alternatif bir kullanım örneği olarak gösterilebilir.



Görsel 3. Yuan Hanedanından Bir Çin Oyununu İçin Tahta Baskı. MS 2. Yüzyıl (Solda), Green Dragon Barı İçin Yapılan Çalışma 14. Yüzyıl (Sağda).



Görsel 4. 15. Yüzyıl Alman Armaları (Solda), İranlı hattat Mir Emad Hassani. 16, Yüzyıl (Sağda).

15. yüzyıl Almanya'sında ise (Görsel 4-Solda) aileleri ve bölgeleri temsil eden arma tasarımları görmekteyiz. İlk ihtiyacın Haçlı Seferleri'ne dayandığı bilinen arma tasarımları, sınıflandırmayı veya kimlik tespitini kolaylaştıran öncül göstergeler olarak okumak mümkündür. İran kültüründe ise (Görsel 4-Sağda) din temelli kaygıların iletişim dilinde kullanılan imgeleri etkilediği görülmektedir. Figüratif üretimin yasaklanması, metindeki anlatıya, yazının plastik gücünün de katılması ile sonuçlanmıştır (<https://99designs.com/>).

4. MODERNİST YAKLAŞIM

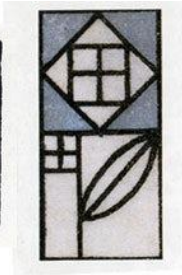
Latince *modo* kökünden gelen terim dilimizde “tam şimdi” anlamına karşılık gelmektedir. Bu sebeple, kendisinden bir öncesi ile sürekli çatışma halindedir (Appignanesi, 1996: 19). Kavram olarak sosyolojik bir temele dayanan modernizmi politik, psikolojik, felsefi, kültürel ve teknolojik gelişmelerin yönlendirdiği düşünülmektedir. Toplumsal yaşamın sosyo-ekonomik ve politik etkenlerle tekrar şekillenmesi, modernizmin önemli yansımalarından biridir (Özderin, 2019: 296).

Tasarım imgesi bağlamında modernist etkileri 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başlarından itibaren görmek mümkündür. Modern sanat hareketinin tasarım ve grafik çıktıları, Bauhaus ve Yeni Tipografi akımlarının etkisi ile imge tasarımında yeni bir döneme önyak olmuştur. Görsel teori ve biçim konularında yeni yaklaşımların bilincinde olan dönem tasarımcıları, bu yeni bakış açısını tasarımlarına da yansıtmışlardır. İşlevi,

estetiğin yaratacağı düşüncesinde olan tasarımcılar, dolaysız bir görsel anlatım biçemi ile üretim yapılması gerektiğini savunmuşlardır (Bektaş, 1992: 85).



Görsel 5. Bauhaus Okulu (Solda), Jan Tschichold, *Yeni Tipografi* Adlı Kitap İçin Yapılmış Broşür (Sağda).



Görsel 6. Viyana Workshop'u ve Mietkhe Galeri İçin Logo Çalışması (Solda), Dada Suare İçin Afiş Çalışması (Sağda).



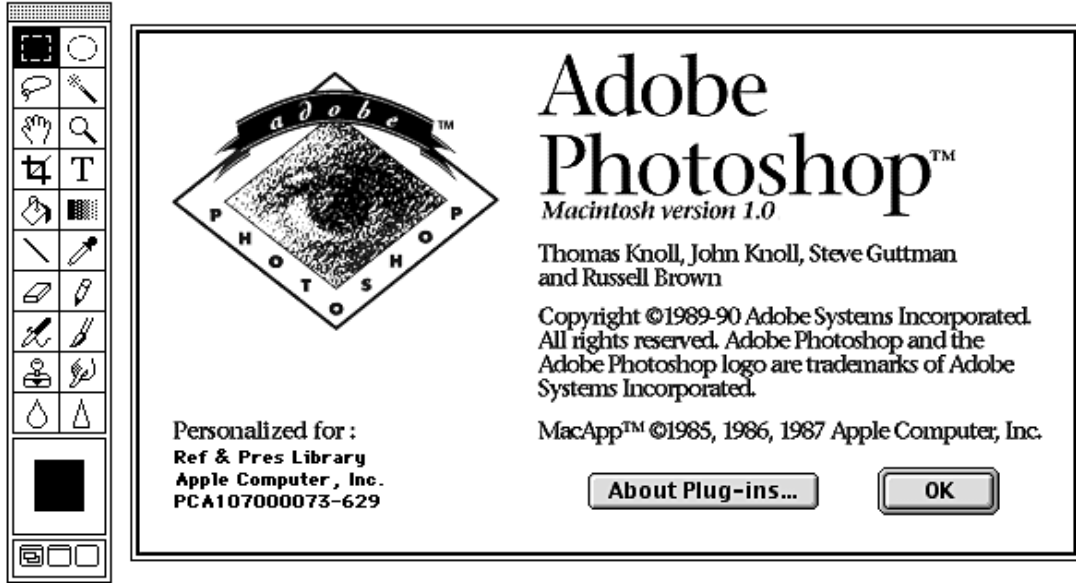
Görsel 7. René Magritte-İmgelerin İhaneti (Solda),

Dönemde yaşanan sosyokültürel değişimlerin teknik imkanlarla birleşmesi ile iletişim imgesinin anlamında da farklılıklar gözlemlenmektedir. Nüfus artışıındaki radikal yükseliş ve popölasyonun daha mobil bir hale gelmesinin, imgenin iletişim kurduğu kişi sayısını artırarak üretici ve tüketici zümrelerde amaç ve sonuç denklemlerini değiştirdiğini söylemek mümkündür. Tasarımın hem sanatçılar ve galerilerin kurumsal kimlikleri için hem bu sınıflamaya karşı olanların afişleri için hem savaş yanlıları hem de savaş karşıtlarını birleştirmek için kullanıldığı uç örnekleri izlemek mümkündür. Bir yandan böyle bir yoğunlukla mesaj taşımaya devam eden iletişim imgesi, diğer bir bakış açısıyla da kendi gerçekliğinin sorgulanmasına konu olan üretimlerde kullanılmıştır.

5. POSTMODERNİZM VE DİJİTAL DÜNYA

Postmodernizm, geçtiğimiz yüzyılın ikinci çeyreğinden günümüze, yaşadığımız kültürel durumu tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Sanayileşmenin hızla yayılması ile etkisi giderek artan modernite düşüncesinin çıkmazlarını problem edinen kavram hakkındaki farkındalık, günümüz sosyokültürel yapının anlaşılması bakımından önemlidir. Modernizmin estetik bakışını, sanatsal kodlarını ve ilkelerini reddeder. Medya ve bilgi teknolojileri ile desteklenmiş kültürel tüketim bilincinin postendüstriyel ekonomiye sahip toplumlar tarafından dayatıldığı bir dönem olarak tanımlanan postmodernizm için dünyanın gittikçe daha küresel bir hale gelmesi de önemli bir tetikleyici olmuştur (Smith, 2005: 289).

İletişim imgesi tasarımı açısından bu dönem önemli kırılmalara sahne olmuştur. 1982 yılında Kaliforniya’da *PostScript* sayfa açıklama dilini geliştirmek üzere kurulan Adobe isimli yazılım şirketi, 1990 yılında piyasaya sürdüğü, dijital manipölasyon ve tasarım programı olan Adobe 1.0 (Görsel 8) ile dijital imge tasarımı konusunda yeni bir dönemi açtığı kabul edilmektedir (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Adobe>).



Görsel 8. Adobe Photoshop 1.0 Programının Arayüzü.

Kişisel kullanıcılar tarafından kısa sürede yoğun ilgi gören yazılım, üretici şirket için yeni programların geliştirilmesi fikrini de beraberinde getirmiştir. Günümüzde, vektörel ya da piksel tabanlı görüntülerden video ve ses tasarımına olanak tanıyan 60 farklı (Görsel 9) yazılıma sahip olan Adobe şirketi, dijital imge tasarımcısı için önemli bir noktada bulunduğu söylenebilir.



Görsel 9. Adobe Yazılımlarının İkonları, 2021.

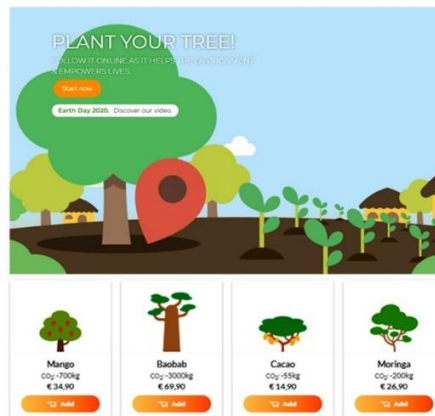
Hızını kesmeyen teknolojik ilerlemeler, imgelerin ceplerimize hatta avuç içlerimize kadar inmesini sağlamıştır. 21. yüzyıl ile beraber sanayileşmiş toplumlar, bu imge yoğunluğunun sürekliliğini sağlayacak fiziksel ve psikolojik altyapılar inşa etmişlerdir. Dijital bir biçime dönüşen imgeler, bireyi, salt özne merkezli bir bakış açısının hakim olduğu bir dünyaya sürüklemiştir. Kurulan bu sistemi ve maruz kalınan durumu, Benjamin ve Heidegger dünyanın imgede ele geçirilmesi olarak tanımlamışlardır (Sayın, 2015: 50).



Görsel 10. Akıllı Telefonlar(Solda), Sosyal Medya Logoları (Ortada), Dijital İmgelerden Oluşturulmuş Bir Kolaj (Sağda).

Forbes dergisinin 2017 yılında yaptığı bir araştırmaya göre ortalama bir bireyin bir gün içinde gördüğü reklam görseli sayısı 4000 ila 10000 adet arasındadır (<https://www.forbes.com/>). Durumun ciddiyetini John Berger “tarihte hiçbir toplum böylesine yoğun bir imge yağmuru görmemiştir.” cümlesi ile ifade etmiştir. Maruz kaldığı bu görsel yağmur, iletişim imgesinin anlamını ve estetik nesne tedarikçisi olma görevini de değiştirerek evreni gösteri değil gösteriyi evren haline getirmiştir (Yücel, 2013: 33, 35, 60).

Dünyayı daha iyi anlayabilmek için gördüğümüz imgeleri farklı araçlarla simüle etme dürtümüz, dijital çağla beraber tasarım imgesinin bağlamına da sirayet etmiştir. Bir bitkiyi ekip sürecini takip edebildiğimiz (Gösel 11), bir uygarlığın hızlandırılmış tarihini yönetebildiğimiz (Gösel 12, Solda), sosyal ilişkilerimiz üzerinden deneyler yapabileceğimiz dünyalar (Gösel 12, Sağda) tasarlayan şirketlerin, halihazırda gerçek dünya ile dijital evren arasında ikircikli bir durumda kalan türümüzün tercihlerini, sanal platformlara yönlendirmeye çalıştıkları söylenebilir.



Görsel 11. Plant Your Tree Web Sitesinden Bir Görüntü.



Görsel 12. Civilization Oyun Kapağı (Solda), The Sims 5 Oyun Kapağı (Sağda).

6. SONUÇ

İmgenin üretildiği, tasarlandığı, yorumlandığı ve izleyici ile alışverişe girdiği her dönemde ne denli etkili olduğunu görmekteyiz. İmgelerin düz ve yan anlamlarla iletilmek istenen mesajı aktardıkları ve bu aktarımda, ortak kültürel değerlerden, dilden ve normlardan yardım alıyor olmaları, imgesel iletişim biçiminin kesişim kümesi olarak kabul edilebilir. İlkçağlardan günümüze üretim biçimi, uygulandığı yüzey ve iletişime geçtiği kitle değişse de dijital dünyanın kaosa girene kadar, temel veri alışverişinin kendi denklemini koruduğunu söylemek mümkündür. Erken dönem örneklerinde gücünü, doğa yoğun bir biçimden aldığı gözlenen tasarım imgesinin günümüz örneklerinde, üretilmiş imgeleri referans olarak kopyaların kopyalandığı bir kısır döngüye dönüştüğü gözlenebilir. Dış dünya görüngülerini idealar dünyasının bir kopyası olarak tanımlayan Platon'un bakış açısı, yerini, günümüz teknolojileri ile daha “gerçek”, daha “parlak” daha “ideal” gibi görünen ama bağlamından koparılan kaotik bir imgeler evrenine bıraktığı söylenebilir. Tasarım imgesi ile izleyicisinin ihtiyaç anında gerçekleşen basit veri alışverişisi ilişkisinin, hayatımızın her alanını gasp eden, kaçamadığımız ve anlamlandırmakta gittikçe zorlandığımız çapraşık bir hale dönüştüğü görülmektedir.

Kaynakça

- GUENON, R. (2014), *Dante ve Orta Çağ'da Dini Sembolizm*, (Çev. İsmail Taşpınar), İstanbul: İnsan.
- HOOKE, S. H. (2002), *Ortadoğu Mitolojisi*, (Çev. Alaeddin Şenel). Ankara: İmge Yay.
- KRAMER, S. (2002), *Sümerler*, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- KÖROĞLU, K. (2006), *Eski Mezopotamya Tarihi, Başlangıcından Perslere*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- ÖZDERİN, S. (2019), Modernizmden Postmodernizme Dönüşüm Kültürü ve Tarihi Süreçte Grafik Tasarım, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(95), 295-313.
- ÖZDÖL, S. (2011), "Çanak Çömleksiz Neolitik Çağda Güneydoğu Anadolu'da Din ve Sosyal Yapı", *Tarih İncelemeleri Dergisi*, 59(1), 173-199.
- RICHARD, A. (1996), *Postmodernizm Yeni Başlayanlar İçin*, (Çev. Doğanm Şahiner). İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- RICHARD, L. (2009), *İmgelerin Toplumsal İşlevi*, (Çev. İsmail Türkmen), İstanbul: Ayrıntı.
- SAYIN, Z. (2015), *İmgenin Pornografisi*, İstanbul: Metis.
- SCHMIDT, C. (2007), *Taş Çağı Avcılarının Gizemli Kutsal Alan Göbeklitepe: En Eski Tapınağı Yapanlar*, (Çev. Rüstem Aslan). İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- SMITH, P. (2001) *Kültürel Kuram*, (Çev. S. Güzelsarı, İ. Gündoğdu). İstanbul: Babil.
- THOMPSON, J. B. (2013), *İdeoloji ve Modern Kültür*, (Çev. İ. Çetin). Ankara: Dipnot Yayınları.
- YÜCEL, H. (2013), *İmgeden Yoruma*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

İnternet kaynakları

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Adobe>, Erişim tarihi: 06.09.2021

<https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2017/08/25/finding-brand-success-in-the-digital-world/?sh=126306d5626e>, Erişim tarihi: 06.09.2021

Görsel Kaynaklar

Görsel 1. <https://www.maxigezi.com/sanliurfa-mardin-hasankeyf-turu#images-27> Erişim tarihi: 02.09.2021

Görsel 2. <https://99designs.com/blog/design-history-movements/history-graphic-design/#cave>, Erişim tarihi: 02.09.2021

Görsel 3. <https://99designs.com/blog/design-history-movements/history-graphic-design/#cave>, Erişim tarihi: 02.09.2021

Görsel 4. <https://99designs.com/blog/design-history-movements/history-graphic-design/#cave>, Erişim tarihi: 02.09.2021

Görsel 5. <https://www.britannica.com/topic/Bauhaus>, Erişim tarihi: 03.09.2021

<https://alanyliu.org/tschichold-publicity-leaflet-for-die-neue-typographie-1928/>, Erişim tarihi: 04.09.2021

Görsel 6. <https://99designs.com/blog/design-history-movements/history-graphic-design/#cave>, Erişim tarihi: 04.09.2021

Görsel 7. https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0mgelerin_%C4%B0haneti, Erişim tarihi: 04.09.2021

<https://www.productivearts.com/wp-content/uploads/2020/08/Klutsis-Poster-Collection.pdf>, Erişim tarihi: 04.09.2021

Görsel 8. <https://www.historyofinformation.com/detail.php?id=1012>, Erişim tarihi: 06.09.2021

Görsel 9. <https://www.dreamstime.com/illustration/photoshop-illustrator.html>, Erişim tarihi: 06.09.2021

Görsel 10. <https://www.memleket.com.tr/cep-telefonu-sigara-ve-hurda-tesvikinde-otv-duzenlemesi-1736436h.htm>, Erişim tarihi: 07.09.2021

<https://pngtree.com/so/sosyal-medya-icon>, Erişim tarihi: 07.09.2021

https://www.reddit.com/r/interestingasfuck/comments/fo7vbj/you_may_know_this_i_didnt_in_2005_the_english/, Erişim tarihi: 07.09.2021

Görsel 11. <https://www.treedom.net/en/>, Erişim tarihi: 07.09.2021

Görsel 12. <https://www.instant-gaming.com/en/6369-buy-key-origin-the-sims-5/>

https://en.wikipedia.org/wiki/Civilization_VI

Arş. Gör. İbrahim Halil Özkirişçi

Gaziantep Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü

halilozkirisci@gmail.com

HAREKETLİ GRAFİK TASARIMI EĞİTİMİNDE MÜFREDAT İNCELEMELERİ

Öz

Kavramlarla imgeler arasındaki mutualist ve çok yönlü ilişki birçok sanat disiplininde olduğu gibi grafik tasarımı için de hayati öneme sahip bir konudur. Kavramları kendine has görsel bir dile taşıyan grafik tasarım dili, bireyin kültürel örüntüsündeki değişikliklerle beraber kendi tanımını da sürekli yenilemektedir. Yoğun sayısal verilerin üretilmesi, kontrolü ve yorumlanması ile inşa edilmiş günümüz dijital evreninde ise imge tasarımı, iletişim kurma biçimindeki değişimin ötesinde kendi mayasının harcını baştan karmıştır. Oluşan bu yeni dilin gramatik yapısı, temel sentaksı büyük oranda aynı kalmakla beraber, ilave kelime bilgisi gerektirmektedir. Bu güncel dizilimin grafik tasarım penceresinden çıktısı ise hareketli grafik tasarımıdır. Bu üretim biçimi, değişen tasarım yüzeyi teknolojileri ile amaca uygun eğitim programları ve nitelikli eğitmen ihtiyacını da beraberinde getirir. Çalışma, bu alanda eğitim veren üniversitelerin grafik tasarım ya da görsel iletişim tasarımı bölümlerindeki müfredatları kapsamaktadır. İncelenen müfredatların içindeki hareketli grafik tasarımı eğitiminin ağırlığı, nicel anlamda saptanıp yorumlanmıştır. Elde edilen veriler, hareketli grafik tasarım için gereken asgari ders saati ve içeriği bağlamında karşılaştırılmıştır. Bulgular, ilgili üniversitelerin, eğitim müfredatlarında hareketli grafik tasarımı eğitimlerinin, güncel tasarım problemlerine nitelikli çözümler getirebilecek seviyeden uzak olduğu yönündedir.

Anahtar kelimeler: Grafik Tasarım, Hareketli Grafikler, Müfredat.

CURRICULUM REVIEWS IN MOTION GRAPHICS DESIGN EDUCATION

Abstract

The mutualistic and multifaceted relationship between concepts and images is a vital issue for graphic design as in many art disciplines. The graphic design language, which carries the concepts into a unique visual language, constantly renews its definition along with the changes in the cultural pattern of the individual. In today's digital universe, which is built with the production, control and interpretation of intense digital data, image design has mixed its own yeast beyond the change in the way of communication. The grammatical structure of this new language, its basic syntax remains largely the same, but requires additional vocabulary. The output of this current lineup from the graphic design window is motion graphic design. This production style brings with it the need for appropriate training programs and qualified trainers with the changing design surface technologies. The study covers the curricula of graphic design or visual communication design departments of universities providing education in this field. The weight of motion graphic design education in the examined curricula was determined and interpreted in a quantitative sense. The data obtained were compared in terms of the minimum course hours and content required for animated graphic design. Findings indicate that motion graphic design trainings in the education curricula of relevant universities are far from the level that can bring qualified solutions to current design problems.

Keywords: Graphic Design, Motion Graphics, Curriculum.