

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ ANABİLİM DALI
RESİM-İŞ ÖĞRETMENLİĞİ

GÖSTERGEBİLİMİN
GRAFİK TASARIM DERSİ ALAN
ÖĞRENCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Hacer HANCI
068121209

Danışman:
Yrd. Doç. Dr. Meliha YILMAZ

ANKARA-2008

JÜRİ ÜYELERİNİN İMZA SAYFASI

Hacer HANCI'nın "Göstergebilimin Grafik Tasarım Dersi Alan Öğrenciler Üzerindeki Etkisi" başlıklı tezi/....../2008 tarihinde, jürimiz tarafından Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Adı Soyadı

İmza

Üye (Tez Danışmanı):Yrd. Doç. Dr. Meliha YILMAZ

.....

Üye : Doç. Dr. Serap BUYURGAN

.....

Üye : Yrd. Doç. Dr. Erdoğan ŞAMA

.....

ÖNSÖZ

Tez sürecindeki tüm destek ve yardımlarından dolayı değerli danışmanım Yrd. Doç. Dr. Meliha YILMAZ'a,

İstatistik ile ilgili katkılarından dolayı Prof. Dr. Saim Kaptan'a, grafik alanında değerli katkılarını yadsıyamayacağım Nurhan Tanrıöven'e, eğitimci sıfatının yanı sıra dostluğunu esirgemeyerek bana güç veren Sumru Can'a, yıllar boyu varlıklarıyla bana güç veren ve tez araştırmalarında da yardımlarını esirgemeyen Yrd. Doç. Dr. Melek Şahan, Yrd. Doç. Dr. Güvenç Görgülü ve nice sıkıntımı çeken Çiğdem Görgülü'ye, göstergebilim ve grafik ilişkisini açıklamada temin ettikleri kaynaklardan dolayı Gazi Üniversitesi, Mesleki Eğitim Grafik Bölümü yüksek lisans öğrencilerine, öğrenci işleri ile ilgili her türlü yardımından dolayı Enstitü Öğrenci İşleri personeline, fikir tartışmaları ve destekleriyle zenginlik katan, ışık tutan ve yanımda olan sevgili Canan Demir ve Canan Özkan'a;

Bir ömür hep bana sırt veren, tüm girişimlerimde ve tercihlerimde elimden tutup yanımda olan, yolumu ışıtan, eğitim ve öğrenimim için elinden geleni esirgemeyen, her sendelediğimde güç bulduğum, emeklerinin karşılığını ödeyemeyeceğim, bana can veren meleğime; sevgili annem Meral Hancı'ya teşekkür ederim.

Hacer HANCI

ÖZET

GÖSTERGEBİLİMİN GRAFİK TASARIM DERSİ ALAN ÖĞRENCİLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Hancı, Hacer

Yüksek Lisans, Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Meliha YILMAZ

Ağustos-2008

Göstergebilim kendisini daha çok yazılı metinlerde gösteren bir düşünce-yaklaşım sistemidir. Her düşüncenin ilk yaklaşımı metinler üzerinden olduğu gibi göstergebilimin de metin ile olan bu ilişkisini yadsımamak gerekir. Göstergebilim metinleri, sözleri, kelimeleri ve hatta kimi zaman sesleri; algılanması, çözümlenmesi, sosyal-kültürel durumlardan etkilenmesi gibi pek çok öge açısından derinlemesine incelemektedir.

Grafik tasarım da resim ve yazıyı yüzeyler üzerinde buluştururken belli kurallar çerçevesinde hareket eder. Grafik tasarım basılarak çoğaltılması sebebiyle kitlesel iletişim yanı güçlü bir alandır. Bu durum da grafik tasarımı özellikle tanıtım, reklâm gibi amaçların aracısı haline getirmektedir. Bu alan da kendi sistem ve kurallarından hareket ederek kendisini eleştirir.

Araştırmada söz konusu bu iki alanın birbiriyle olan ilişkisi, öğrencilerin bilgi düzeyleri üzerinden yorumlama yoluna gidilmiş, bu amaçla üniversitelerin ilgili bölümlerinde her iki dersi de alan ve sadece grafik eğitimi alan öğrencilere anket uygulanmış, verilen cevaplar değerlendirilerek iki alan ilişkisi ortaya konmaya çalışılmıştır.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SEMIOLOGY ON STUDENTS OF GRAPHIC DESIGN

Hancı, Hacer

Fine Art, Graduate Studies, Drawing-Crafts Teaching

Thesis Counsellor: Ass. Prof. Dr. Meliha YILMAZ

August-2008

Semiology is a theoretical approach which is apparent more in the written documents. Keeping in mind that every theory derives from a text, the relationship between semiology and the document cannot be denied. Semiology examines not only the texts, phrases and words, but also the sounds in order to demonstrate their socialcultural aspects in depth.

Graphic design unites vision and text on the same level in regard to certain principles. Owing to its printing and duplicating possibilities, graphic design is a wider mass communication field. This quality makes graphical design a valuable tool in the fields such as information, demonstration and advertising. This field also reviews itself accoring to its inherent systems and principles.

In this research the correlation between the aforementioned fields have been reviewed based on the knowledge level of the students and with this aim in mind a survey has been initiated on students who participate in both courses and who only participates in graphical design courses, whose answers has been used to further underline the relationship between semiology and graphic design.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

JÜRİ ÜYELERİNİN İMZA SAYFASI	i
ÖNSÖZ	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
TABLOLAR ve ŞEKİLLER LİSTESİ	vii

BÖLÜM-I

1.GİRİŞ

1.1. Problem	2
1.2. Amaç	2
1.3. Önem	3
1.4. Varsayımlar	4
1.5. Sınırlılıklar	4
1.6. Tanımlar	5

BÖLÜM-II

2. GÖSTERGEBİLİM ve GRAFİK TASARIM

2.1. Grafik Tasarım ve Göstergebilim

2.1.1. Grafik Tasarım	7
2.1.2. Grafik Tasarım Öğeleri ve Süreçleri	13
2.1.3. Göstergebilim	24
2.1.4. Göstergebilim Öğeleri ve Süreçleri	27

2.2. Göstergebilim Açısından Grafik Tasarım

2.2.1. Gösterge Çeşitleri Açısından Grafik Tasarım	38
2.2.2. Gösterge Öğeleri Açısından Grafik Tasarım	44
2.2.3. Göstergebilim Süreçleri Açısından Grafik Tasarım.....	47

BÖLÜM-III

3.YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli	57
3.2. Evren ve Örneklem	57
3.3. Verilerin Toplanması	58
3.4. Verilerin Analizi	58

BÖLÜM-IV

4. BULGULAR ve YORUMLAR	59
4.1. Bulgular	60
4.1.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular	60
4.1.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular	66
4.1.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular	72
4.2. Yorumlar	78

BÖLÜM-V

5. SONUÇ ve ÖNERİLER	82
5.1. Sonuç	82
5.2. Öneriler	83

KAYNAKÇA	85
----------------	----

EK-1	91
------------	----

TABLÖLAR ve ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil	Sayfa
1. Şema; Gösterge Öğeleri	27
2. Elma Fotoğrafi	27
3. Şema; İletişim Süreci	30
4. Poster; Savaş Çelik, Tual Ofset	39
5. Film Afişi; Lord of the War	39
6. Logo; Koç Bank	40
7. Poster; Psticide, Josh Acne	40
8. Rakam (2)	42
9. Levha; Park Yasağı	42
10. Levha; Cep Telefonu Yasağı	43
11. Poster; Virgin Active	44
12. Poster; Milk for Health	44
13. Poster; The Crucible	45
14. Şema; Gözün Tasarım Yüzeyi Üzerindeki Yönü	46
15. Şema; Gösterge Süreci	47
16. Şema; Grafik Tasarım Süreci	48
17. Poster; Pepsi, Sezen Aksu Yaz Konserleri	49
18. Poster; Fall Raven 2005 Festivali	49
19. Çizim; Suç ve Hapis	50
20. Afiş; Marka Koruma Grubu Afiş Yarışması Birincisi, Nagehan Tekin ‘Suça Ortak Olmayın’.	50
21. Logo; Ziraat Bankası	51
22. Logo; Gazi Üniversitesi	52
23. Logo; Rolls Royce	52
24. Logo; Milli Eğitim Bakanlığı	53
25. Afiş; İhap Hulusi	54
26. Afiş; Marlboro	54

27. Afiş; Mimarlar Odası İzmir Şubesi Afiş Yarışması Başarı Ödülü; Selim Erhan, ‘Mimarlık Bizi Biçimlendirir’.	55
28. Afiş; İhap Hulusi, İş Bankası	55

Sayfa**Tablo**

1. Grafik Tasarım İle İlgili Öğrenci Görüşleri	60
2. Göstergebilim İle İlgili Öğrenci Görüşleri	66
3. İki Alan İlişkisi İle İlgili Öğrenci Görüşleri	72

BÖLÜM-I

1.GİRİŞ

Göstergebilim; insanların birbirleriyle anlaşmak için kullandıkları doğal diller, davranışlar, görüntüler, trafik belirtkeleri, bir kentin uzamsal düzenlenişi, bir müzik yapıtı, bir resim, bir tiyatro gösterisi, bir film, reklâm afişleri, moda, sağır-dilsiz abecesi, yazınsal yapıtlar, çeşitli bilim dilleri, tutkuların düzeni, bir ülkedeki ulaşım yollarının yapısı, kısacası bildirişim amacı taşıyan taşımanın her anlamlı bütün çeşitli birimlerden oluşan bir dizgedir (Erkman, F. 1987;12).

Grafik tasarım ise, temelde görsel materyallerin, ister yazılı ister resimsel olsun; düzenlenmesini ifade eder. “Günümüzde uluslar arası anlatım biçiminde grafik sözcüğü ortak bir ifadede kullanılmaktadır, dolayısıyla tanımda tüm insanlar aynı yorumu çıkaracağı biçimde netleşmiştir. Bu yorum; grafik sözcüğünün yazmak, çizmek, görüntülemek ve çoğaltmak, anlamına geldiğini ifade etmektedir” (Tepecik, 2002). Bu noktada basım ve çoğaltma ile gerçekleşmekte olan kitlesel iletişim söz konusudur.

Göstergebilim; pek çok düşünce gibi öncelikle yönünü sözlü çalışmalara çevirmiştir. Bugün de düşünürler arasında kesin bir birlik yoktur. Öyle ki göstergebilimin söz biliminin içinde olduğu veya göstergebilimin bir söz bilimi yarattığı gibi; tersinin de olabileceğini öne sürerek çatışan görüşler de bulunmaktadır. Ancak tüm bu görüşler, göstergebilimin süreçleri veya öğeleri içinde grafik sanatlarla ait alanlara yer vermektedirler. Barthes’da (1998:41) en ilgi çekici dizgeler olarak kitle bildirişim toplumbilimine bağlı olanları işaret etmektedir. Yine de; “...sinemada, televizyonda, reklâmda, anlamlar bir görüntüler, sesler ve çizimler toplaşmasından doğar” diye belirttikten sonra “...bu dizgelere ait dil olguları sınıfıyla söz olgularınıninkini saptamak için erken” olduğunu söylemektedir.

Göstergebilimin söz ve dil alanındaki keşiflerinin henüz bitmediği, dolayısıyla da görsel veya işitsel olsun diğer alanları araştırmak için erken olduğu varsayımı bile, göstergebilim ve grafik sanatlar ilişkisinin irdelenmesi gerektiğine işaret etmektedir. Öyle ki bu iki alan arasında öğelerine bağlı bir ortak paydanın yanı sıra, bu paydanın bilgisinde boşluk bulunmaktadır.

1.1. Problem

Göstergebilim konusunu gören ve görmeyen grafik bölümü öğrencilerinin; bu iki alana yönelik görüşleri nelerdir?

Bir bilim olarak göstergebilimin gelişimi devam etmekte iken, diğer yandan grafik tasarım ile ilişkisinin de ortaya konulması önemlidir. Özellikle grafik tasarım sürecinde bireyin; tasarlama, mesaj oluşturma gibi süreçlerde kendi deneyim ve becerileri ile yalnız kaldığı görülmektedir. Bu süreçleri ele almakta olan göstergebilim de, grafik tasarımdan çok da ayrı düşünülecek bir alan değildir.

Özellikle göstergebilimin; tüm grafik öğrencilerince bir ders olarak alınmadığı göz önünde bulundurulursa; bu konuyu gören ve görmeyen öğrenci görüşlerinin ve farklılıklarının tespitinin yanı sıra,

Buna bağlı alt problemler de şöyle sıralanabilir;

- Öğrencilerin Grafik Tasarım ile ilgili görüşleri nelerdir,
- Öğrencilerin Göstergebilim ile ilgili görüşleri nelerdir,
- Öğrencilerin iki alan ilişkisine yönelik görüşleri nelerdir.

1.2. Amaç

Göstergebilim; içerdiği öğeler, süreçleri ve amacı ile tasarıma paralellik göstermektedir. Göstergebilim, bilhassa kodların çözülmesi vasıtasıyla iletişimi de

ele alırken, grafik tasarımın kitle iletişim ile olan yakın ilişkisini aydınlatacak açıklamalar getirmektedir.

Göstergebilim grafik dersi alan öğrencilere ‘görsel iletişim’ adı altında verilmektedir. Göstergebilim konusunu gören ve görmeyen öğrencilerin; grafik tasarım ile ilgili görüşleri ve bu görüşlerin farkı araştırmanın amacıdır.

1.3. Önem

Grafik tasarım “... kitle iletişim araçlarında kullanılmak amacıyla hazırlanan çizgi, yazı, resim ve bunların düzenlemeleriyle ilgili tasarımları kapsar” (Sözen, M., Tanyeli, U. 1987). Çoğaltıma dayalı olduğu için de kitlelere daha çok hitap eder (Tepecik, 2002;17).

Göstergebilim ise insanların bir topluluk yaşamı içinde birbirleriyle anlaşmak amacıyla yarattıkları ve kullandıkları doğal diller, çeşitli jestler, sağır dilsiz alfabesi, trafik işaretleri, flamalar, reklâm afişleri, resim, müzik vb. gibi çeşitli birimlerden oluşan dizgelerdir (Rifat, M. 1992;6).

Grafik tasarım; kitlelere ulaşma özelliği ve mesaj taşıma amacı ile çeşitli süreçlerden geçerek ürün vermektedir. Öte yandan göstergebilim anlam, iletişim gibi unsurlar üzerinde durmakta, var olan süreçleri incelemektedir. Grafik tasarımın kitlesel iletişim yönü de göz önüne alındığında; söz konusu araştırma mesajın iletilmesi ve ürünün başarılı olması için çeşitli süreçlerin geliştirilmesi ve var olan süreçlerin incelenmesi açısından aydınlatıcı olacaktır.

Grafik sanatlar, sanat olmasından dolayı özgünlük barındırmakta, bu durum da ele alınışında nesnel olmayan yaklaşımlar doğurmaktadır. Dolayısıyla değerlendirmeler de gerek bölgesel, gerek kültürel farkların etkisi, gerekse kişiler arası farklara göre değişmektedir. Göstergebilimden yararlanarak elde edilecek veriler, bu bakışları standartlaştırmaktan çok, incelenmesini, ele alınışını sistemli

hale getirmek bakımından önemlidir. Bu bakımdan iki alan arasındaki ilişki ve alanlara yönelik görüşlerin tespiti; alan bilgilerinin niteliği bakımından da önemlidir.

1.4. Varsayımlar

Grafik tasarımın kitlesel iletişim açısından önemi göz önüne alındığında söz konusu kitle ile ilgili iletişimin başarılı olabilmesine yönelik tasarım süreçleri geliştirilmekte, tasarıma yönelik eleştiri basamakları oluşturulmaktadır. Ayrıca grafik tasarım dersi gerek orta öğretimde gerekse yüksek öğretimde alan olarak, ilköğretimin tüm kademelerinde ise Görsel Sanatlar dersi içerisinde kimi kazanımlara yönelik etkinlikler olarak verilmektedir.

Ayrıca, bu alan özel sektörde de hizmet vermekte, dolaylı da olsa toplumun tüm bireyleriyle ilişkide bulunmaktadır. Bu durum göz önüne alınarak şu varsayımlarda bulunulmuştur;

a.Grafik tasarım ile ilgili eğitim alanlar, tasarım süreci ve tasarımın oluşturulması ile ilgili yenilenebilir ve genişletilebilir bilgiye sahiptirler.

b.Bu alan eğitimi vermekte olan eğitimciler ve akademisyenler konuya ilgi duyacaklardır.

c.Kitle iletişimi açısından Göstergebilim ve Grafik Tasarım arasında bir paralellik mevcuttur.

1.5. Sınırlılıklar

Araştırma sadece göstergebilim ve grafik tasarım ilişkisi ile ilgilidir. Bu ilişkinin incelenmesinde göstergebilimin tasarımla ilişkilendirilebilecek olan alanlarına yer verilmiş, elde edilen bilgiler ışığında daha önce yapılmış olan grafik tasarım çalışmalarına yer verilmiştir. Araştırma sadece literatürün taranması, grafik

tasarımlarından örneklerin sunulması, elde edilen bilgilerle karşılaştırılmasıyla sınırlı tutulmuştur.

Araştırmanın amacı yeni bir yaklaşım geliştirmek olmadığından, sadece göstergebilim ve grafik sanatlar arasındaki ilişkiyi ortaya çıkaracak, süreçler arasındaki paralelliği pekiştirecek örnekler üzerinde durulmuştur. Diğer yandan araştırma, 27 maddeye verilen cevapların güvenilirliği ile sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Araştırmada kimi tanımlar şöyle yapılmıştır;

Estetik: “... duyulur algının, duyusallığın sağladığı bilgi ile ilgili bir bilim ...” (Tunalı, 2001:13).

İki Boyut: Yüzeysel. “En ve boydan oluşmuş üçüncü boyutu olmayan elemanlara denir” (Balcı, Say, 2003:33).

İmaj: “Manevi görüntü adı verilen bir çalışmanın genel görünüşü, içgüdüyü doyuran obje. Bir çalışmanın genel görünüşü” (Artut, 2004:319).

İmge: Zihinde tasarlanan ve gerçekleşmesi düşünülen şey, düş, hayal, hülya (Buyurgan, Buyurgan, 2001:166).

Kompozisyon: “... tasarımda yer alan öğelerin düzenlenmesi, kuruluş, yapılandırma anlamına gelir” (Balcı, Say, 2003:24).

Obje: Duyulardan biri ya da birkaçıyla algılanabilen, elle tutulup, gözle görülebilen, zaman ve mekân içinde var olan şey (Cevizci, 2003:284).

Sanat: Bir duygunun, tasarımın veya güzelliğin anlatımında kullanılan yöntemlerin tamamı veya bu anlatım sonucunda ortaya çıkan üstün yaratıcılık (Buyurgan, Buyurgan, 2001:169).

Sanat Eğitimi: Kavramsal ve genel anlamda, güzel sanatların tüm alanlarını ve biçimlerini içine alan, okul içi ve okul dışı yaratıcı sanatsal eğitim; okullarda güzel sanatlara ilişkin ders ve etkinlikler bütünü, estetik eğitim (San, 1982:215).

Tasarımcı: Tasarımı yapan kimse.

Tasarım: "... hayalde canlandırılan bir olayın, projesi çizimi veya üç boyutlu görüntüsü olarak uygulanan ve ortaya konulan eserlerin tümüne verilen isimdir" (Tepecik, 2002:27).

Ürün: Eser. Bir sanatın, bir işin meydana getirdiği şey (Buyurgan, Buyurgan, 2001:169).

Yaratıcılık: "Çağcıl görüşe göre yaratıcılık, her bireyde var olan ve insan yaşamının her bölümünde bulunabilen bir yeti, günlük yaşamdan bilimsel çalışmalara dek uzanan geniş bir alanı içine alan süreçler bütünü, bir tutum ve davranış biçimidir" (San, 1979:77).

Zanaat: Ustalık ve hüner gerektiren iş (TDK,2008).

BÖLÜM-II

2. GRAFİK TASARIM ve GÖSTERGEBİLİM

2.1. Grafik Tasarım ve Göstergebilim

2.1.1. Grafik Tasarım

Tasarlama, zihinde hazırlanan bir düşünceyi ve bir eylemi gerçekleştirmektir. Tasarım ise, zihinde tasarlanan bir düşüncenin, bir eserin ilk biçimi sayılabilir. Tasarımın tam olarak ifade edilebilmesi için, zihinde tasarı halindeyken olgunlaşıp geliştirilmesi gerekmektedir (Tepecik, 2002: 27). Tasarlamak, planlamak ve tasarım süresince karışıklığa, ayrılığa düzen getirmek olarak nitelendirilmektedir. Düzen, verilen mesajın daha kolay anlaşılmasını sağlamaktadır (İstek, 2004: 55).

Tasarım tüm sanatsal etkinliklerin, hatta insan etkinliklerinin içinde yer alan bir olgudur. Planlı bir yapıya ve haliyle kurallara sahiptir. Dolayısıyla tasarımın grafiksel olması ya da grafik tasarım olması; tasarım kurallarının grafik alanına uygulanmasıdır. “Tasarım; bir model, kalıp ya da süsleme yapmak değildir. Bir tasarım kendi içinde bir yapıya ve bu yapı arkasında bir planlamaya sahip bulunmaktadır. Tasarlama eylemi oluşturulacak yapının organizasyonu ile ilgili her türlü faaliyeti içine almaktadır” (Becer, 1997;32).

Grafik anlamında tasarım, bir planın bir eskiz, desen ya da görsel kompozisyon yoluyla bitirilmesini belirtmektedir. Tasarımcılar ise biçim oluşturma becerisini geliştirmiş çok branşlı bilirkişilikleri olan uzmanlar olarak tanımlanmaktadır. Tasarım teknikleri bilimsel yaklaşımın mantıklı karakteri ile yaratıcı çabanın artistik boyutlarını birleştirmektedir (Borja De Mozota, 2005: 10).

Bu noktadan hareketle tasarım tanımı üzerinde durarak grafik tasarımı kavramına erişmek olanaklıdır. En yalın haliyle grafik tasarım; resim ve yazıyı yüzeylerde bir araya getirme işidir. Dolayısıyla resim ve yazı ile ilgili olabilecek ayrı

ayrı öğeleri bir araya getirir. Bu noktada onları tasarlar, organize eder, bir bütün oluşturur. Burada elde edilen çıktı grafik tasarım ürünüdür.

Tasarım çalışmalarında konu tek başına bir şey ifade etmemektedir. Ancak konu, sonuca ulaşmak için öz ve biçim ilişkisini ortaya çıkarmaktadır. Tasarımda konu sanatçının düşünce aşamasında ortaya koyduğu beyin fırtınası olarak da kabul edilmektedir (Tepecik, 2002: 29). Bu yönden ele alındığında grafik tasarımın problem çözme özelliği öne çıkar. “Grafik tasarım problemleri genellikle iki boyutlu yüzeyler üzerinde çözülür” (Becer, 1997: 34).

Grafik sözcüğü eski Yunan dilindeki, yazmak çizmek anlamını taşıyan “grafayn” sözcüğünden türemiştir. Dilimizde yazmak çizmek şeklindeki iki sözcükle anlatılabilen bu resim sanatı türü, hemen bütün dillerde grafik sözcüğü ile tanınmaktadır (Işingör ve Diğ.,1986: 129). İngilizce’de ‘Graphic’ olarak anılan grafik; fotoğraf, serigrafi gibi baskı ile çoğaltıma dayalı çalışmaları ifade eden kelimelerde de geçmektedir. Buradan yola çıkılarak grafik tasarımın çoğaltıma dayalı olan yanı da öne çıkmaktadır. Bu sebeple kitlesel iletişim yanı güçlü olan bir alandır. Çoğaltıma dayalı oluşu kitlesel iletişim açısından bir zenginlik, geniş çaplı oluş sağlarken, ekonomik ve kitleleri öngörme gibi sınırlılıklar da getirir. Bir anlamda pek çok alanla da iç içedir. Uçar’ın da belirttiği gibi; grafik tasarım, kendi içinde pek çok ihtisas alanlarına sahip, yoğun teknik ve uzantıları olan, her geçen gün yeniliklerin kazanıldığı dinamik bir görsel iletişim dalı olmaktadır (2004: 156).

Grafik tasarımın en önemli unsurlarından biri iletişim yönüdür. “Bir grafik tasarım problemi daima iletişimle ilgilidir. Tasarımcı; uygulama yöntemlerinin yanı sıra görsel algılamının doğasını, görsel yanılsamanın rolünü ve sözel ile görsel iletişim arasındaki ilişkileri de bilmek ve göz önüne almak zorundadır” (Becer, 1997: 34). Kentenci ve Bilgili’nin de belirttiği üzere (2006:279) “Grafik tasarımı bu denli ilginç, önemli, dinamik ve çağdaş kılan da, iletişime yönelik en etkin öğelerden biri olmasından kaynaklanmaktadır. Tasarımcının güncel bir bilgiyi, yenilenmiş, çağdaş, güncel araç ve malzemelerle sunmak zorunluluğu bulunmaktadır. Bu nedenle grafik tasarımcıdan, yeni eğilimleri, teknolojik buluş ve yenilikleri ve yaşadığı dönemde

tartışılan sanatsal, felsefi, politik, sosyolojik vb. gibi sorunları ve örnekleme çözümlerini izlemesi beklenmektedir”.

Grafik tasarımın iletişim yönü; kapsadığı alana bakıldıkça daha görülür hale gelir. En başta kurumsal kimlik çalışmaları bu anlamda örnek gösterilebilir. Teker’in değindiği üzere (2002:216); “Bunlar kurumun renginden, logosunun tipografisine ve antetli kağıtlarının tasarımına kadar uzanmaktadır. İletişim tasarımcısı, kurumun ilişki içinde bulunduğu müşteri gurubuyla yaptığı görsel iletişimde kolaylık sağlayarak, kurumun ve kurum ürünlerinin müşteri tarafından tanınmasını, rakiplerinden farklı olmasını, daha sonraki ilişkilerde tekrar hatırlanarak müşteriler tarafından tercih edilmesini sağlamak amacını taşımaktadır”. Grafik tasarım bir yandan iletişim ile bu denli ilişkide olarak kendini güncellemek, tüm iletişim süreçlerinde var olmak durumunda iken; öte yandan farklı, dikkat çekici olma durumundadır. “Çünkü grafik tasarımı, günümüzün yorgun ve dalgın izleyicisinin mesaja ilgisini çekerek, yeni ve denenmemiş yollar araştırma ve bulma süreci olarak da tanımlanmaktadır” (Becer, 1997: 49).

Grafik tasarım, görsel bir iletişim sanatı olarak değerlendirilmektedir. Birinci işlevi olarak da bir mesajı iletmekte, bir ürün ya da hizmeti tanıtmaktadır (Becer, 1997:33). Dolayısıyla grafik tasarım tarihini milattan önceki medeniyetlere kadar ele almak mümkündür. Mısır hiyeroglifleri, Yunan vazo resimleri, Roma mezar kitabeleri, Bizans süslemeleri, ortaçağ minyatürleri grafik sanatın kavramı içinde ele alınabilir. Her ne kadar grafik sanatının matbaanın bulunuşu ile dünyaca kabul edilen kalıplara kavuşmasından sonra hızla gelişen bir alan haline geldiği düşünülse de; mağara resimlerini yapanların düşüncelerini resim yoluyla iletişim kurmak için yaptığı da göz önünde bulundurulmalıdır. Bu nedenle mağara resimleri grafik sanatının doğuşu olarak da değerlendirilmektedir.

Grafik tasarımcısı tasarımın farklı alanlarına da girmektedir. Tasarımcı bir ürün için broşür, logolu kırtasiye malzemeleri, bir dükkân ya da bir alışveriş merkezi için grafik semboller, bir etkinlik için poster ya da firma için mali rapor gerçekleştirebilmektedir (Bir otomobilin kontrol panosu gibi, karmaşık bir ürün için

grafik yapımlar uygulanmaktadır). Tasarımcı (bir antetli kağıt, bir ambalaj, bir takvim, bir davetiye ya da bir işaret sistemi gibi) bir kalem mal için tam bir görsel kimlik ya da grafik bir sistem yaratmakta ve bu kimliği ya da sistemi belirli zaman dilimleri içerisinde güncelleştirmektedir (Borja De Mozota, 2005: 14).

Grafik tasarımın tanımı içerisindeki yazı-resim ilişkisinden de anlaşılabileceği gibi, yazının gelişimi grafik tasarım tarihi içinde önemli bir yer tutar. “Yazı ve grafik birbirlerinden ayrı düşünülemez, bu nedenle grafik sanatının var olması yazı sanatı ile gerçekleşmiştir” (Çevik, 1999: 114). Ancak yazının ortaya çıkışından önce insanların birbiriyle iletişimini sağlayan bazı simgeler kullanılmıştır, bunlara piktogram denilmektedir. Stiebner’e göre, Piktogram sözcüğü Latince “pictus” ve “gram” sözcüklerinden üretilmiş olup, yazısız resim anlamına gelmektedir (Teker,2002: 107). Piktografi; doğadan alınmış, yorumlanmış, illüstre edilmiş, farklı şekillerde sıralanmış şekiller olarak tanımlanmaktadır. İlk piktografik resimler balık, kuş, güneş, ay, rüzgâr gibi geniş kavramları anlatmıştır. Somut düşünceleri anlatan bu resimler zamanla değişerek, gelecek toplumların alfabelerinin köklerini oluşturmuştur (Kınık, 2005: 24). Bir nesneyi ya da düşünceyi bir resimle birleştirmek olan piktografik yazılar (resimli yazılar), yazının en eski örnekleri sayılmaktadır (Tansuğ, 1993: 261).

Grafik tasarımda yazı-resim ilişkisinin yanı sıra çoğaltılabilir olmasının da önemi unutulmamalıdır. Grafik tasarımın çoğaltılabilir olması, kitlesel iletişim yönü ve yazı-resim ilişkisini yüzeyler üzerinde kurması, problemi yüzey üzerinde çözmesi açısından da kâğıdın ve matbaanın kullanımı diğer bir tarihsel dönüm noktasıdır.

Uygarlık tarihi yönünden önemli bir olay olan matbaanın icadı, grafik tasarım tarihinde de önemli bir yer tutar. İtalya’nın çeşitli şehirlerinde filizlenen gelişmelerle ‘İtalyan Rönesansı’ olarak adlandırılan aydınlanma dönemi, giderek bütün Avrupa’ya içine almıştır. Resim, heykel, edebiyat, şiir gibi sanat dallarında başlayan yenileşme süratle gelişmiş matematikten fen bilimlerine siyasetten yönetime birçok alanda verilen eserlerin çoğaltılarak topluma aktarılması gerekmiştir. İşte tüm bunlara cevabı Johannes Gutenberg adlı bir Alman vermiş ve 1450’lerde hareketli tipograf

matbaasını keşfetmiştir. Bunun sonucunda, yazının icadından o güne kadar geçen beş bin yıllık sürede bilginin toplanma süreci, matbaa ile birlikte bilginin topluma yayılması sağlanmıştır (İlyasoğlu, 2000: 45).

Batı uygarlığında kabaca 1780 ve 1820 yılları arasında kalan tarihsel dönemde ve bir dizi teknik buluşun, buhar makinesi ve lokomotifin icadının üretim sürecinde, insan gücü ve emeğinin yerini mekanik enerjinin almasına olanak veren süreci başlatan ‘endüstri devrimi’ (Cevizci, 1999: 298) ortaya çıkmıştır. İngiltere’de başlayan ve 1760’tan 1840’a kadar uzanan dönem içine yayılan Endüstri Devrimi, sosyal ve ekonomik yapıda köklü değişimlere yol açmış; enerji, tarım toplumundan endüstri toplumuna geçişin itici gücü olmuştur (Becer, 1997: 95).

Endüstri devrimi ile birlikte gelişen teknoloji karşısında, tüketici pazarları; dolayısıyla rekabetin arttığı bir pazar ortamı doğmuştur. Dolayısıyla “Endüstri devrimiyle gelen seri imalat ve pazarlama, görsel kimlik ve amblemlerin değer ve önem kazanmasına neden olmuştur (Bektaş, 1992: 161).

Endüstri Devrimi ile başlayan süreçte seri üretim imkânlarının ortaya çıkışı, rekabetin oluşması gibi pek çok etken üretici-tüketici ilişkisine yeni boyutlar kazandırmıştır. Üreticinin malını satma amacıyla başvurduğu en bilinen yol tanıtımdır. Bu noktada grafik tasarım hem çoğaltılabilir olma hem de kitlelere ulaşabilme özelliğiyle öne çıkmıştır. Grafik sanatı tamamen değişik alanlardaki bu girişimcilerin başta gelen yardımcısı olmuştur. Tarih boyunca grafik tasarıma birçok örnekler verilebilir ama bugünkü anlamda grafik tasarımın, endüstri devrimi ile ortaya çıkan rekabetin doğurduğu bir zorunlulukla, 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başında ortaya çıkan hareketlerle şekillendiği görülmüştür. Avrupa’da tüm bu gelişmeler sürerken, bulunduğumuz coğrafyada da keşiflerin etkisi olmuş, ayrıca grafik tasarım çok daha eskiye dayanan kültürel unsurlarla gelişerek bu gelişmelerle birlikte günümüze taşınmıştır.

Türk grafik sanatlarının gelişmeye başlaması, Osmanlı döneminde 1860 yılında çıkmaya başlayan ilk Türkçe gazetelerle birlikte görülmektedir. Bu dönemin

gazetelerine ilk resimleri çizen Ebuzziya Tevfik olmuştur. Tevfik aynı zamanda Osmanlı döneminin pul ressamı olarak da bilinmektedir. Türk grafik sanatlar tarihinin önemli aşaması da Osmanlı Devleti'nde tiyatro sanatının kurulması ve gelişmesi olarak gösterilmektedir. Tiyatro afişlerinin bu devrede çalışıldığı görülmektedir (Tepecik, 2002: 21).

Türkiye'de grafik tasarım eğitimine ilk kez, 1933 yılında Güzel Sanatlar Akademisi'nde Mithat Özer öncülüğünde açılan afiş atölyesinde başlanmıştır (Ketenci ve Bilgili, 2006: 286). Türkiye'de bu dönemlerde açılan okullara Avrupa'daki hareketler örnek oluşturmıştır. Özellikle 1919 yılında Almanya'da kurulan Bauhaus okullarında uygulanan ve sanat ile endüstri arasında işbirliğini savunan eğitim anlayışı, tüm dünyada yeni kurulmakta olan birçok tasarım okuluna örnek olduğu gibi, ülkemizdeki sanat okullarında da uygulanmıştır. “1957 yılında İstanbul'da açılan Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu'nun amacı, endüstriyel sanatlar ve tasarım alanında öğrenim görmüş uzmanlar yetiştirmek olmuştur. Bu okulun tasarıma ağırlık veren eğitim anlayışı kısa sürede olumlu sonuçlar vermiştir. Basın, reklâm, dekorasyon, seramik ve tekstil sektöründe çalışan firma ve kuruluşlar işe alacakları elemanlarda uzun süre “Tatbiki mezunu olma” şartı aramışlardır. Güzel Sanatlar Yüksek Okulu'na benzer nitelikte bir tasarım eğitimi vermek amacıyla 1970'li yıllarda Uygulamalı Endüstri Sanatları Yüksek Okulu açılmıştır” (Becer, 1997: 114).

1950'li yıllar grafik sanatları için atılım dönemi olmuştur. Bu dönemde Türk kültür ve sanatından izler taşıyan afişler ve geleneksel halk kültürü öğelerini işleyen tasarımlar yapılmıştır. 1960 sonrası ülkemizde kentleşme sürecinin artması, üretimin çeşitlenmesi, 1970 ve sonrasında siyasi hareketlerin yoğunlaşmasıyla, grafik sanatlar daha çok ön planda yer almaya başlamıştır (Tepecik, 2002: 22).

1982 yılında uygulamaya konulan Yüksek Öğretim Kanunu ile güzel sanatlar ve tasarım dallarında eğitim veren Devlet Güzel Sanatlar Akademisi ve Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu, üniversite statüsü içine alınmıştır. Güzel Sanatlar Akademisi Mimar Sinan Üniversitesi, Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu ise

Marmara Üniversitesi bünyesinde Güzel Sanatlar Fakültesi adını alarak öğretimlerine devam etmiştir (Ketenci ve Bilgili, 2006: 286).

Grafik eğitiminin yaygınlaşmasıyla Türkiye’de yaratıcı özelliklere sahip, nitelikli tasarımcılar yetişmeye başlamış; afiş, amblem, broşür, kapak tasarımı, etiket, basın ilanı, TV grafiği gibi alanlarda başarılı çalışmalar yapılmıştır.(Becer, 1997:115). Bununla beraber Turgut’un belirttiği gibi (2000:181); grafik tasarım ve beraberinde görsel iletişimin günlük yaşamdaki önemi genişleyerek artmakta, sergileme tasarımı, çevre grafiği vb. üç boyutlu alanlar gibi yeni gereksinimlere göre yeni tasarım ve uygulama alanları oluşmaktadır.

Grafik tasarım, yüzyıllar içerisinde pek çok amaca hizmet etmiş, pek çok akımdan etkilenmiş, teknoloji ile pek çok imkâna kavuşmuştur. Günümüzde kullanımı açısından grafik tasarımı değerlendirmek gerekirse; grafik tasarımın resim ve yazı ilişkisini yüzeylerde tasarlayıp çoğaltarak kitlelere ulaşan bir alan olduğu söylenebilir. Bu yüzeylerin, kitlesel iletişimin getirdiği kimi sınırlılıklar ve amaca ulaşmada uyulması gereken kimi kurallar söz konusudur. Gerek tasarımın kendi yapısı mevcut olan kurallar, gerekse kitlesel iletişim ya da çoğaltım yönünden dikkat edilmesi gereken kurallar bulunmaktadır. Bunların yanı sıra bu alanın sahip olduğu öğeler dizisi ve birbirleriyle ilişkisi söz konusudur. Dolayısıyla grafik tasarımın öğelerinden ve süreçlerinden bahsetmek yerinde olacaktır.

2.1.2. Grafik Tasarım Öğeleri ve Süreçleri

Grafik tasarımın öğelerini ele alırken, temel tasarım ilke ve elemanlarından bahsetmek gerekir. Burada bahsi geçen ilke ve elemanlar her ne kadar ayrı başlıklar altında gruplandırılmış ise de, bir bütün olarak tasarımı oluştururlar. Her bir tasarım elemanı, tasarımda yer alarak bir ilkeye dâhil olurlar. Tasarım; özellikle grafik tasarım her türlü görseli, rengi, lekeyi içine alarak öğeleri arasına dâhil eder. Grafik tasarım hem yazı hem de resmi beraber düzenlerken, tasarım elemanlarını kullanır,

tasarım ilkelerinden de faydalanır. Kullanılan her eleman, kullanılışı itibariyle bir nizam çerçevesine ve böylece bir ilke doğrultusuna yerleşir.

En yalın haliyle çizgilerin kullanılacağı bir tasarımda, çizgi bir tasarım elemanıdır. Bu çizgileri kalın-ince, kırık-düz gibi farklı şekillerde kullanmak mümkündür. Ancak çizgilerin kimi yerlerde sıklaşıp kimi yerlerde seyrelmesi, üst üste çakışarak vurgu yapması ise tasarım ilkeleri açısından ele alınacak bir durumdur. Tasarım ilkeleri daha çok mesajın iletilmesi noktasında başvurulacak değerlerdir. Gerek bir tasarımı inceleyip çözerken, gerekse bir tasarımı yapıp kodlarken yardımcı olurlar. Bu noktada grafik tasarımın kitlesel iletişim yönü bir kez daha kendini göstermektedir. Elemanların hangi ilkeler doğrultusunda bir araya getirileceği, tasarımcının özgün duruşu ve birikiminin yanı sıra; kitlenin düzeyi ile de ilintilidir. Tasarımcının, tasarımını içinde bulunduğu topluma hitaben yapacağı varsayımından yola çıkarak denilebilir ki; başvuracağı ilkeler o kitlenin dikkatini nerede toplanmak istendiğine göre yol gösterici olacaktır. Bu duruma daha açıklık kazandırmak açısından ilke ve elemanların açıklanmasında yarar vardır.

Tasarım Elemanları: Tasarım elemanları nokta gibi temel bir unsurdan başlayarak valöre değin değişen öğeleri kapsar. Tasarımcı tasarım alanı içerisine getirebileceği tüm öğeler bu başlık altında sıralanır.

Tasarım elemanları olarak nokta, çizgi, doku, leke, form, boşluk, renk ve valör sayılmaktadır (Buyurgan, 2001:53). Her bir eleman bir diğerrinin oluşumuna etkendir. Noktaların çizgileri, çizgilerin formları oluşturması gibi etkileşim halindedirler. Grafik tasarımda özellikle yazı ve resim ilişkisinden bahsedilmektedir. Yazı bu elemanlar içerisinde kimi zaman leke, kimi zaman çizgi olarak yer almaktadır. Yazı içeriği ve mesajının yanı sıra tasarım alanı içerisinde farklı karakterlerde, renklerde, uzunluk ya da incelikte kullanılabilir. Böylece tasarıma mesafeli bir bakışta, yazı sözsözsel içeriğinin yanı sıra bir tasarım elemanı kimliği kazanarak anlatımı güçlendirir.

Nokta: “GörünüŖü yaratmada kullanılan temel öğelerden biri olan ‘nokta’ tamamen algıya bağlı, teknik bir kavramlaŖmadır. İnsanın görmesi sınırlıdır. Görebildiğimiz en küçükte ‘boyutsuzluk’ noktadır” (Atalayer, 1994:144). Tasarımda en temel kavramlardan birisidir. İlk oluŖturulan ve tüm sanatsal düzenleme elemanlarının temelini oluŖturur. Noktaların birleŖmesiyle çizgiler oluŖur; çizgilerin birleŖmesi ile formlar oluŖur ve dolayısı ile formların temelinde de noktalar vardır.

Gözün merceksel yapısının maksimum-minimum görme sınırlılığı vardır. Gözün görüp algılayabildiği en küçük, en minik boyutsuzluk nokta ögesidir.

Noktalar sıklığı-gevŖekliėi, yöneliŖleri, giriŖimleri, biçimsel karakteri gibi durumlarıyla tasarımda farklı katkılarda bulunurlar. Bunun yanı sıra noktalar; eŖit büyüklükte, farklı büyüklükte, farklı ıŖık (ton) değerinde, eŖ ıŖık (ton) değerinde, farklı renklerde olan ve aynı renkte olan noktalar olarak baŖlıklara ayrılabilir.

Çizgi: “Çizgi tüm tasarım elemanları için vazgeçilmez bir kavramdır. Noktaların birleŖmesinden çizgiler oluŖur, birbirleriyle bağlantıları ve iliŖkileri çoğalan gerilim noktalarının, kendi içlerinde birleŖmesinden çizgi doğar” (Gill, 1981:57). Çizgi kendi baŖına bağımsız bir eleman değildir, noktalara bağlıdır. Buna dayalı olarak çizgi; yüzeylerin kesiŖmesi veya noktaların hareketi olarak tanımlanabilir.

Çizgiler de nokta gibi farklı kullanımlara sahiptir. Sık, seyrek aralıklarla kullanılabilirler. Kırık, eğri veya düz olarak tasarımda yer alabilirler. Dikey ya da yatay olarak ayrılabilirler.

Doku: “Doku temel anlamı ile parçalanan birliğinden, varlıkların birleŖmesinden meydana gelmiŖ bir bütünlüktür” (Gökaydın, 2002:89). Maddenin yapısının dıŖ yüzeydeki görüntüsüdür. DıŖ dünyada gördüğümüz her türlü yapı doku olabilir: ağaç kovukları, taŖlar, insan derisi veya otlar.

“Doğada dokusuz yüzey yoktur. Bütün yüzeyler dokunulduğu zaman bizde dokunsal duygular uyandırır. O halde yüzeylerin bir takım dokunsal değerleri vardır. Dokunsal değerler objenin yüzey kalitesini gösterirler” (Odabaşı, 2002:69). Her şeyin doğal bir dokusu vardır. Bazı dokular taklit edilebilir ve böylece yapay ile doğal doku sınıflandırması yapılabilir. Eğer doğal dokuları noktalar, çizgiler, renkler, lekeler, formlarla herhangi bir yüzey üzerinde resimsel olarak ifade edersek yapay doku ifadelerini yaratmış oluruz. İnsanın doğal olan malzemeyi yeniden örgütleyip bir araya getirerek oluşturduğu dokular yapay dokulardır. Öte yandan; pürüzler, kayganlıklar, düzlükler, yumuşaklıklar, sertlikler, girinti çıkıntılar dokunsal ifade ve etkilerdir. Bunlara göre dokular sert ve pürüzlü dokular ile düz ve yumuşak dokular olarak ikiye ayrılabilir.

Leke: “Bir yüzey üzerinde; yüzeyin renginden, tonundan daha farklı renk ve tonda fark edilen daha küçük bir yüzey olarak tanımlanabilir” (Odabaşı, 2002:76). Leke yüzey üzerinde ışığın etkisi ile ortaya çıkan ton değerleridir. Bir rengin kendi içerisinde farklı tonları olabilir, aynı zamanda farklı renklerin de kendi aralarında ton değerleri olabilir. Bunların kullanımında lekesel öğeler ortaya çıkabilir.

Lekeler etrafımızda, her yerde bulunmaktadır. Elimizi örnek alalım, elimizi açık bıraktığımızda çizgisel bir görünüm oluşur, parmaklarımızı birleştirdiğimizde ise lekesel bir çalışma oluşur.

Form: Etrafımızda görmüş olduğumuz her şey bir formdur ve elemanların hemen hemen hepsini içinde barındırır. “Matisse formu tarif ederken ‘dış görünüşün altında saklı olan gerçek’ demiştir” (Odabaşı, 2002:63). Şekil olarak da adlandırılan formlar çizgilerin birleşmesiyle ortaya çıkarlar. İçlerinde renkleri barındırabilecekleri gibi, dokuya da sahip olabilirler. Temelde geometrik ya da organik olmak üzere ikiye ayrılırlar.

Boşluk: Uygulanan konun etkin olması için boşluk-doluluk dengesinin kurulması önemlidir, bu ilişkinin iyi kurulması gerekir. Uygulanan konunun daha iyi anlaşılması için gözü dinlendiren boş alanlara ihtiyaç vardır. Bir resmin daha etkili

olması ve anlatılmak istenen objenin ön plana çıkması için boşluk etkisi gereklidir. Dolu olan kompozisyonlarda göz boşluk alnını arar.

Renk: “Fiziksel olarak renk, güneş ışığından çıkan bir enerji yayılımı olarak düşünülür. Dolayısıyla renk, ışığın cisimlere çarptıktan sonra yansıyarak görme duyumuzda bırakmış olduğu etkidir” (Artut, 2004:133). Renk olgusu temelde bir ışık durumunu anlatır. Işıksızlık tamamen karanlık yani siyahı ifade eder. Günün değişik saatlerinde ışığın da kuvveti değişmektedir. Bu durum nesnelere de etki eder. Dolayısıyla günün farklı saatlerinde aynı nesne farklı tonlarda renk yansıtabilir. Renk bir yerde ışığın yüzeyden yansımalarıyla oluşur. Tasarım içerisinde tasarımcı daha çok renklerin psikolojik etkilerinden faydalanır. Bunun yanı sıra tasarımda formlar, boş alanlar oluşturmakta da renkten faydalanabilir.

Renkler de pek çok açıdan değişik sınıflamalara tabii tutulabilir. Sıcak veya soğuk, zıt veya uyumlu renkler olarak ele alınabilirler.

Valör: “Rengin parlaklık ve saflık derecesine valör denir” (Balcı, Say, 2003:50). Valör; renklerin birbiriyle karıştırılmasıyla elde edilecek yelpazeyi tanımlar. Değer olarak da anılan valör, bir rengin diğer bir renkle girdiği etkileşimi ifade eder. Bir rengi siyaha doğru kademe kademe koyultmak mümkündür. Aynı şekilde beyaza doğru da aynı işlem tekrarlanabilir. Bu duruma ‘ton’ denirken, aynı işlemin başka renklerle tekrarlanmasıyla valör elde edilir. Renk ve valör tasarımcı için amacına ulaşmada kullanacağı önemli araçlardır.

Bu elemanlar kullanılış şekilleriyle ifadeyi iletmede bir görev üstlenirler. Nokta ve çizgi sıklık içerisinde, üst üste binmelerle tasarım alanı içerisinde leke halini alabilirler. Sıklık ve seyreklikleriyle daha koyu ya da açık alanlar oluşturarak boşluk, renk veya valör haline gelebilirler. Kesişimleri vasıtasıyla şekiller meydana getirebilirler. Sert ve pürüzlü dokular daha güçlü anlatımları pekiştirmede tercih edilebilir, eğri çizgiler daha ılımlı duruşları ifade edebilirler.

Tasarımcı bu elemanlarla izleyiciyi bir anlamda da psikolojik etkilerle yakalamaya çalışmaktadır. Keskin köşelere sahip formların kararlılığı, soğuk renklerin durgunluğu ifade edeceğini varsayarak hareket eder. Bu bilgiler, gerek testler gerekse daha önceki birçok deneyimden harmanlanarak elde edilmektedir. Tasarımcı; amacı, imkânları doğrultusunda kendi bilgi ve önsezilerini de katarak işe girer. Diğer bir anlatımla bu elemanlardan ziyade bu elemanların bilgisine sahip olmak tasarımcı için önemlidir. Tasarım alanı içerisinde bu elemanlar bir şekilde girecektir ancak bu elemanların bilgisi tasarım ürününü amacına yaklaştıracaktır.

Tasarım İlkeleri: Tasarım elemanları, tasarım alanında bir araya gelişlerinde belli ilkeler çerçevesinde toplanırlar. Elemanlarının yüzey üzerindeki dağılımları en denetimsiz haliyle dahi bir düzen meydana getirir. Tasarım ilkeleri de bu noktada meydana gelen bu düzende denetim sağlamaktır. Tasarım elemanları gibi, tasarım ilkeleri de tasarımcının amacına ulaşmak için sahip olması gereken bilgileri meydana getirirler.

Ritm ve Hareket: “Ritm, seste, harekette, biçimde, renkte, konumda, yaşantıda, doğada düzenli ve sistemli tekrarlardır. Yaşantımızda hemen her şeyin ritmsel bir düzende olduğunu görebiliriz. Kalbimizin çalışması, nefes alıp vermemiz, gece, gündüz, mevsimler, müzik, dans vb. hepsi ritmik oluşumlardır” (Balcı, Say, 2003:12). Çizgiler arasında benzer şekildeki boşluklar ve renklerden meydana gelen form tekrarları ritmi yaratır. Hareket ise tasarım alanının bir leke veya bir çizgiyle bölünmediği ana kadar statiktir. Hareketin amacı bu durağan alanı canlandırmaktır. “Algısal açıdan hareket (devinim), duyuşsal bilgi girdilerimizde meydana gelen değişimin ardışıklığını ifade etmektedir” (Seylan, 2005:150). Tasarımcı kullandığı elemanlarda ritm ve hareketi gözeterek anlatımını güçlendirebilir, mesajına dikkat çekebilir. Grafik tasarımda, yazı bu ritm ve hareketin alan içerisinde işaret ettiği yere konabilir. Böylece gözün ilk önce yazıyı kavramasına çalışılabilir.

“Doğada ritm ve hareketle ilgili birçok örnek sayabiliriz. Gezegenlerin güneş etrafında sürekli hareket halindeki dönüşleri ve buna bağlı olarak oluşan düzenli

gece-gündüz ve değişen mevsimlerde bir hareketi ve ritmi oluşturur” (Gökaydın, 1990:47).

Denge: “Bir sanat yapıtını oluşturan öğelerin, bütün içinde kompozisyon düzenini bozmayacak şekilde dağılışı” (Sezen, Tanyeli, 1992:89). Denge en düz anlamıyla simetrik olabileceği gibi asimetrik de olabilir. Tasarımcı bazen mesajını iletme yolunda zıtlıklardan yararlanarak da bir denge bulabilir. Söz konusu denge elemanların dağılımı ile ifade edilebileceği gibi, her bir elemanın kendi içindeki denge de dikkate değerdir. Kullanılan renklerin, yazıların da birbiriyle olan dengesi göz ardı edilemeyecek bir durumdur.

Vurgu: “Tasarım ilkelerinden birisi olan vurgu, çalışma yüzeyi üzerindeki herhangi bir parçanın diğerlerine oranla daha baskın olması demektir. Görsel alanda vurgu iki şekilde ortaya çıkar. Birisinde elemanları oluşturan renk, çizgi, doku, leke gibi unsurlardan birisinin tüm yüzeyde etkin olması, ikincisi ise tüm yüzey üzerinde sadece bir bölümün ön plana çıkarak baskın hale dönüşmesidir” (Ragans, 1995:315). Vurgu; dikkatlerin bir noktaya yöneltilmesidir. Tasarım alanı içerisinde dikkat çekilmek istenilenin öne çıkarılmasıdır.

Kontrast: Buyurgan’a göre (2001:69) “Kontrast zıtlık ifade eden bir kavramdır. Aynı zamanda tamamlayıcı (dengeleyici) bir özelliği vardır. Günlük yaşamımızda da birçok birbirine zıt kavram ve oluşumlar vardır. Gece-gündüz, sıcak-soğuk, sert-yumuşak, büyük-küçük, güzel-çirkin gibi”. Tasarımdaki renk değerleri ya da diğer nitelikler açısından öğeler arasındaki karşıtlığı ifade eder. Kontrast, zıtlık ifade eden bir kavramdır. Aynı zamanda bir özelliği vardır. Zıt faktörlerin varlığı aslında birbirlerinin varlığının temelini oluşturur. Gerek vurgu yapmak için, gerekse hareket ve ritim açısından zıtlığa kullanılabilir.

Tasarım elemanlarını kompozisyonlarında kullanırken monotonluktan uzaklaştırmak için zıtlıklara ihtiyaç vardır. Bu zıtlıklar renk, biçim, miktar, yön kontrastı olarak da gruplandırılabilir.

Birlik: “Çalışma yüzeyi üzerinde tasarım elemanlarının tümünün tasarım ilkeleri doğrultusunda estetik bir bütünlük oluşturmaktır”(Buyurgan, 2001:70). Birlik değişik parçalardan bir bütün oluşturmaya yardımcı olan bir ilkedir. Tasarımda bütünlüğü değişik parçaların renk ve biçim gibi unsurlarını tekrarlayarak yaratılabilir.

Çeşitlilik: “Değişiklik ve zıtlıkları içeren bir tasarım ilkesidir”(Buyurgan, 2001:70). Tasarımda da bir araya getirilen nesnelerin biçimleri renkleri ve yönlerinde bazı değişiklikler yapılarak farklı görüntüler ortaya koyulabilir. Bu gibi farklı arayışlarla daha etkili, başarılı sonuçlara ulaşılabilir.

Tasarım ilke ve elemanları; tasarımcı için bilgisinden faydalanılması gereken öğelerdir. “Bir yazar için gramer kuralları ne kadar önemliyse, bir tasarımcı için de tasarım ilkeleri o denli önemlidir” (Becer, 1997:62). Bunları bilmenin yanı sıra nerede kullanılacağını ayımsamak da iyi bir tasarımcının görevidir. Her bir öğe tek tek nerede ve nasıl kullanılacağını kesin olarak söylemez ancak tasarımcı bu bilgilerden yola çıkarak karar verebilmelidir.

Tasarım Süreci: Tasarımcı; bir amaca ulaşmak için görsel ve yazılı öğeleri bir araya getirmektedir. Bu da bir problemdir. Bu problemin nasıl çözüleceği tasarım süreci içinde belli olacaktır. Tüm süreçlerde olduğu gibi, tasarım sürecinin de belli basamakları vardır.

Becer bu süreçleri problemin tanımlama, bilgi toplama, yaratıcılık, çözüm bulma, uygulama olarak ele almaktadır (1997:39). Hiç kuşkusuz probleme yaklaşırken öncelikle problemin belirlenmesi, çözüm yollarının aranması, bulunan çözüm yollarından en uygununu işe koşulması ve dolayısıyla da karar alma önemlidir. Ancak tasarımcının konumu gereği pek çok alanla işbirliği içinde bulunması ve özgün yaratılarını ortaya koyması gerekmektedir. Grafik tasarım basılı olarak çoğaltılan ürünler vermesi sebebiyle baskı alanlarıyla; kitle iletişim yönüyle de sosyal alanlarla beraber iç içedir.

Problemin Tanımlanması: “Tasarımın bir amaca hizmet etmesi esas olduğuna göre önce tasarıma esas teşkil edecek konunun iyice programlanması olanak ve koşulların açık bir şekilde ortaya konması gerekir” (Güngör, 1972:4). Problemin tanımlanması yapılırken tasarımcı neye ulaşmak istediğini, hedef kitlenin kim olduğunu, mesajın ne olması gerektiğini ve nasıl iletileceğini hesaplamaktadır. Böylece çözüm geliştirilirken yol gösterecek veriler toparlanır.

Bilgi toplama: “Yapılacak tasarımda bir hareket yolu bulabilmenin tek yolu, problem hakkında mümkün olduğunca çok bilgi toplayabilmektir” (Becer, 1997:42). Problem ile ilgili olabilecek her türlü bilgiye ulaşılması, tasarımcıya bir sonraki adım hakkında fikir vermektedir. Özellikle kurumsal çalışmalarda kurumun daha önceden talep ettiği işlere nasıl çözümler bulunduğunu öğrenmek, daha sonraki çözümleri üretmede yardımcı olacaktır. Bu noktada tasarımcı gerek benzer problemlerin nasıl çözüldüğü, gerekse daha önce hangi aşamalardan geçilerek bu probleme varıldığını bilmek ister.

Yaratıcılık: Yaratıcılık; “...kişilerde, bazen de kişilerden meydana gelen öbeklerde rastlanan, özgünlüğüyle, uygunluk, geçerlilik ve yararlılığıyla seçkinleşen, yeni bir şey, şeyleri yeni bir biçimde görme tarzının, bağlantılar kurup, risk almanın çelişki ve karışıklıkları aşma ve senteze kavuşturmanın tanışık olunmayanda daha önceden tanışık olunan yol yada modeller bulmanın bir sonucu olarak, mantıksal düşüncenin dışında metaforik ya da analogik düşünme gücüyle, geleneksel ya da sıradan olan karşı çıkışla, yetersiz bir basitliği reddederek daha kompleks ve tatminkar bir düzen yada sentez arayışıyla, varlığa getirme yeteneği (Cevizci,1999:919)” olarak felsefe sözlüğünde yer almaktadır.

Torrence’a göre yaratıcılık; sorunlara, bozukluklara, bilgi eksikliğine, kayıp öğelere, uyumsuzluğa karşı duyarlı olma; güçlüğü tanımlama, çözüm arama, tahminlerde bulunma ya da eksikliklere ilişkin denenceler geliştirme, bu denenceleri değiştirme ya da yeniden sınama, daha sonra da sonucu ortaya koymadır (Sungur,1992:20). Aynı zamanda yaratıcılık, özgün düşüncelerin ortaya çıkarılma süreci olarak tanımlanmaktadır (Yaylacı, 1999:151). Bu nedenle, özgün olması

açısından, reklâmın yaratıcı düşünceyle tasarlanmış olması gerekmektedir. Özel bir ürünle aynı kategorideki diğer ürünler arasında bir farklılık yaratmak, reklâmın ilk işlevi olarak görülmektedir (Williamson, 2001:24). Daha önce düşünülmemiş farklı tasarımlar, ürünün pazarlanması aşamasında rakip ürünler arasından sıyrılmasında önemli bir faktör yaratmaktadır.

Grafik tasarımcı için en önemli aşama da bu yaratıcılık ve buluş aşamasıdır. Bu zamana dek bir anlamda evrak işiyle uğraşan tasarımcı, tüm bu bilgi ve deneyimlerden yararlanarak çözüm için seçenekler üretmeye başlar. Tasarımcı daha önce bu şekilde denenmemiş olanı aramaktadır. Farklı olmak hem müşterinin hem de yaratıcı kişiliği ile tasarımcının isteyeceği bir durumdur. Dolayısıyla tasarımcı sahip olduğu bilgi ve deneyimleri kullanıp edindiği verilerle harmanlayarak özgün tasarımlar bulmaya çalışır.

En uygunu tasarımcının çözüm olacak farklı seçenekler ve bu seçeneklerin de çeşitlemelerini yaparak çoğaltmasıdır. Böylece çözümü talep eden müşteri için de seçme şansı, hem de değişebilecek koşullara karşı yeniden organize olabilme olanağı artar. Kimi zaman gerek maliyet, gerek teknoloji açısından tasarım süreçleri sektöre ugrayabilmektedir. Öte yandan örneğin çözüm isteyen kurum yöneticileri değişebilir ya da düşünülen seçeneklerden kimisi başkası tarafından daha önce uygulanabilir. Bu gibi öngörülemez durumlara karşı tasarımcı elindeki çeşitliliği sağlamalıdır.

Çözüm Bulma: Tasarımcı, yaratıcılık ve buluş sürecinde elinde pek çok çeşitleme biriktirmiştir. Çözüm bulma süreci içerisinde bunları eleştirerek, tekrar değerlendirerek eleyebilir, eklemelerde bulunarak zenginleştirebilir ya da çıkarmalarda bulunarak düzeltme yoluna gidebilir. Ancak çözüm bulma; "...olasılıklar hakkında bir karara varılarak, araştırmanın sona erdirilmesidir" (Becer, 1997:54). Diğer bir deyişle tasarımcının müşteriye neleri sunup sunmayacağına karar verme aşamasıdır. Bu noktada tasarımcı hangi seçeneğin çözüm olacağına karar verecektir.

Uygulama: Tasarımcı, gerek tasarım ilke ve elemanları bakımından, gerekse kitle iletişimi, basılı çoğaltma gibi farklı açılardan en uygun ve estetik olabilecek çözümleri üretebilse de; kimi zaman bu çözüm önerileri müşteri tarafından seçilmeyebilir. Grafik tasarımın en büyük handikabı da budur. Tasarımcının bulduğu hiçbir çözüm, müşterisi tarafından onaylanmadıkça uygulanamayacağından başarısız sayılacaktır. Ancak müşterinin onayından sonra uygulama aşaması başlar ki bu noktadan sonra çözümün basılarak çoğaltılması süreci başlar.

Tasarım süreci içerisinde dikkate değer bir süreç de yaratıcılık içerisinde gerçekleşir. Yaratıcılık ve buluş aşamasında kimi basamaklardan bahsedilir. Bunları pozlandırma aşaması, kuluçka aşaması, aydınlanma aşaması ve uygulama olarak ele almak mümkündür. Bu basamaklar tasarımcının yaratma sürecini anlatır. Problemin ele alınarak akılda süzülmesi, bir süre problemten uzaklaşarak bilinçaltında işlenmesi, sonra yaratıcı düşünce ile çözümler üretilmesi ve uygulanmasıdır.

Tüm bu süreçler, grafik tasarımcının içinde yer aldığı organizasyon, sosyal yapı, kültür durumları ve müşteri beklentilerine göre değişebilir. Öte yandan tasarımcıdan tasarımcıya da kimi basamaklar atlanabilir ya da tekrar edilebilir. Bir anlamda denilebilir ki söz konusu bu süreç ve basamakların hiç birisi bir zorunluluk, uyulması gereken bir kural ya da her zaman olan durumlar değildir. Bu bilgiler sadece genel tasarım uygulamalarının takibiyle elde edilmiş, gözlemlenmiş bilgilerdir. Öyle ki tasarım ile uğraşacak olanlara yol gösterici görevleri, tasarımı çözmeye çalışanlar için de aydınlatıcı niteliği vardır.

Burada en önemli faktör karmaşık yapısıyla insandır. İnsanın bu öznel durumu, özellikle yaratıcılık, sanat ya da tasarım gibi alanlarda standartlar oluşturmaya engeldir. Öte yandan Baumgarten'ın 1875'te yazdığı *Estetica*'sında belirttiği gibi, beynin bir nesnel bir de nesnel olmayan yanı vardır. Nesnel olan yanı ile tüm pozitif bilimler ifade edilebilir, buradaki her şey öngörülebilir. Ne var ki insanı insan yapan, diğer insanlardan farklı kılan Cognetiva Intellectiva'dır, yani öznel yanı. Sanat gibi alanların burada yer aldığına belirten Baumgarten, burada kestirmede bulunmaya çalışmanın, bulanık suda balık avlamaktan farksız olduğunu

söyler. Belki de bu yüzdendir ki söz konusu aşamalar sıklıkla değişebilmekte, kimi zaman atlanarak uygulamaya geçilebilmektedir.

Müşteri ile tasarımcının da aynı çözümde anlaşamamasına etken de olsa, tasarımcının bir görevi de değişikliklere ve farklı görüşlere açık olmakla birlikte, çevresine sahip olduğu donanımı aktarmaktır. Muhakkak ki tasarımcının sahip olduğu tüm bilgisini paylaşması beklenemez ancak bulduğu çözümün neden uygulanması gerektiğini anlatmada, çözümünü sunmada yükümlülükleri bulunmaktadır.

2.1.3. Göstergebilim

Türkçe’de özellikle dilbilim (Fransızca linguistique) sözcüğü örnek alınarak üretilmiş olan göstergebilim (Fransızca semiologie) terimi ilk bakışta ‘göstergeleri inceleyen bilim dalı’ ya da ‘göstergelerin bilimsel incelemesi’ olarak tanımlanır. Ancak göstergebilimin günümüzdeki etkinlik alanı, kendisini oluşturan ‘gösterge’ ve ‘bilim’ sözcüklerinin anlamsal toplamından fazla ve değişik bir boyut kazanmıştır (Rifat, 1996:9).

Göstergebilim, insanların birbirleriyle anlaşmak için kullandıkları doğal diller, davranışlar, görüntüler, trafik belirtkeleri, bir kentin uzamsal düzenlenişi, bir müzik yapıtı, bir resim, bir tiyatro gösterisi, bir film, reklâm afişleri, moda, sağır-dilsiz abecesi, yazınsal yapıtlar, çeşitli bilim dilleri, tutkuların düzeni, bir ülkedeki ulaşım yollarının yapısı, kısacası bildirişim amacı taşıyan taşımanın her anlamlı bütün çeşitli birimlerden oluşan bir dizgedir (Erkman,1987:12).

Gerçekleşme düzlemleri değişik olan bu dizgelerin birimleri de genelde, gösterge olarak adlandırılır. Anlamlı bütünleri, bir başka deyişle gösterge dizgelerini betimlemek, göstergelerin birbirleriyle kurdukları bağıntıları saptamak, anlamların eklemlenmiş biçimlerini bulmak, göstergeleri ve gösterge dizgelerini sınıflandırmak, dolayısıyla, insanla insan, insanla doğa arasındaki etkileşimi açıklamak, bu amaçla da bilgikuramsal, yöntembilimsel ve betimsel açıdan tümü kapsayıcı, tutarlı ve yalın bir kuram oluşturmak; göstergebilim diye adlandırılan bir bilim dalının alanına girer.

Bir başka şeyin yerini tutan, daha doğrusu, kendi dışında bir şey gösteren her çeşit biçim, nesne, olgu gibi ögeler gösterge diye adlandırılmaktadır. Göstergeler kuramının başlangıç dönemi olarak nitelendirebilecek yapıtlarda ise genel göstergeler kuramından çok dil kuramı üzerine çalışılmıştır. “İletişimle ilgisi olmayan hiçbir kültürel ve toplumsal olgu düşünülemez, dil de iletişimin en gelişkin biçimidir. Ayrıca tüm dil dışı iletişim türleri şu ya da bu biçimde dille ilişkili, dile bağımlıdır” (Erkman, 1987:79).

Öte yandan Barthes’ın dil ile ilişkisi bakımından yaptığı saptama da önemlidir. “Bir tözün ne anlama geldiğini algılamak, zorunlu olarak dilin bölünmesine başvurmak demektir. Yalnızca adlandırılmış anlam vardır; gösterilenler dünyasıysa dilin dünyasından başka bir şey değildir. Böylece göstergebilimci başlangıçta her ne kadar dildışı tözler üstünde çalışırsa da, ilerlediği yol üstünde, er geç, dili bulacaktır... Bununla birlikte, böyle bir dil, artık tam anlamıyla dilbilimcilerin dili de değildir... Demek ki göstergebilim belki de bir öte dilbilimin içinde yerini alacaktır” (Barthes, 2005:32-33).

“Umberto Eco’ya göre, göstergebilim, en doğal ve kendiliğinden oluşan iletişim dizgelerinden, en karmaşık kültürel dizgelere kadar uzanan bir yelpaze üzerinde yer alır. Eco, daha sonra alanı biraz sınırlayarak şu tanımlamayı yapar: ‘Göstergebilim, tüm kültürel olguları(yani tüm toplumsal uzlaşmalara dayanarak birbirleriyle ilişki kuran insanların söz konusu olduğu durumları) iletişim süreçleri sayar ve inceler.’”(Erkman, 1987:31).

“İlk olarak 1916’da yayımlanan Cours de linguistique générale’inde (Genel Dilbilim Dersleri) Saussure, genel bir göstergeler biliminin ya da Göstergebilimin [Fr.Sémologie] varlığını ilke olarak ileri sürüyordu, dilbilim bunun ancak bir bölümünü oluşturacaktı. Demek ki, geleceğe yönelik olarak, göstergebilimin konusu, tözü ne olursa olsun, sınırları ne olursa olsun, her türlü göstergeler dizgesidir: Görüntüler, el kol baş hareketleri, ezgili sesler, nesneler ve törenlerde, protokollerde ya da gösterilerde görülen bu tözlerin karmaşaları, ‘diller’ oluşturmaları da, en azından anlamlama dizgeleri oluştururlar”(Barthes, 2005:27).

Göstergebilimin ayrı bir bilim dalına dönüşmesini Ch.S. Peirce sağlamıştır. O'na göre göstergebilim her çeşit bilimsel inceleme için başvuru çerçevesi oluşturan genel bir kuramdır. Bütün Yazılar adıyla yayımlanan kitabında gösterge kavramını sınıflandırmıştır. “Peirce'nin önerdiği üçlükler arasında en önemlisi de görüntüsel gösterge, belirti, simge üçlüsüdür... Görüntüsel gösterge belirttiği şeyi doğrudan doğruya canlandıran bir göstergedir (resim, fotoğraf); belirti, nesnesiyle kurduğu gerçek ilişki gereği, bu nesne tarafından belirlenen bir göstergedir (duman ateşin belirtisidir); simge, uzlaşmaya dayanan bir göstergedir (terazi adaletin simgesidir)”(Rifat, 1982:120).

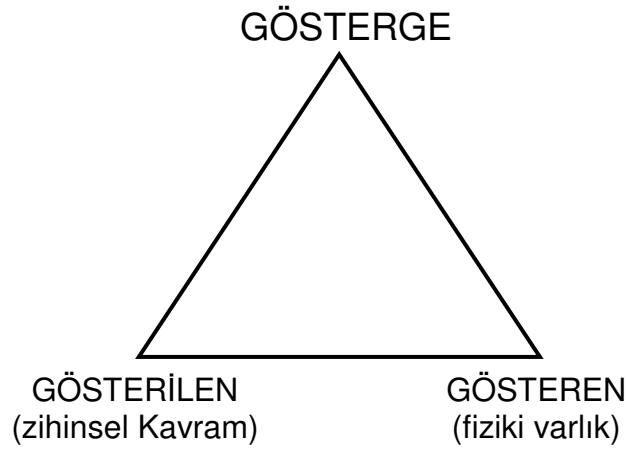
Pierce, göstergeye üç aşamalı bir kavram olarak yaklaşır. İlk önce duyularımızla algıladığımız somut bir biçim karşımıza çıkar. Bu somut biçimle temsil ettiği şey arasındaki ilişki, ikinci aşamayı meydana getirir. İkinci aşamayı değerlendirebilmek için yorumlama adını verdiği üçüncü bir sürece gerek vardır. Yorumlama süreci, temsil edenden temsil edilene doğru gerçekleşir. Fakat Peirce'e göre temsil edilen her gösterge, daha önceden yorumlanmış başka bir göstergeye dayanır (Erkman, 2005:62-63).

20. y.y.'da ise göstergebilimin yaygınlaştığı görülmektedir. Özellikle yüzyılın ikinci yarısı bu anlamda önemlidir. “Bu dönemde kitle iletişim araçları adı verilen reklâm, sinema, televizyon gibi medya unsurları büyük bir hızla yayılarak insanları, kolay tüketilen değerlerden oluşan göstergeler dünyasına yöneltir” (Erkman, 2005:77).

19. yy.dan bu yana özellikle fikir sahasında gelişme imkânı bulan göstergebilim, son yüzyıldaki gelişmeler ile birlikte farklı alanlarda da kendine yer bulmuştur. Sanatın kimi dallarında göstergebilimden söz edilmeye başlanmış, bu alanlar ile ilgili olarak da araştırmaların konusu haline gelmiştir. Göstergebilimin tarihçesinden ayrı olarak, öğeleri ve süreçlerini de ele almak, bu alanı kavramak açısından yararlı olacaktır.

2.1.4. Göstergebilim Öğeleri ve Süreçleri

Göstergebilim; bir gösteren ve gösterilenden kuruludur. Sonuçta ortaya bir gösterge çıkar. “Toplumsal bir dizge olan dil, F. de Saussure’ün gösterge diye adlandırdığı birimlerin kendi aralarında kurdukları ilişkilerden doğar. Dilsel gösterge, birbirinden ayıramayan iki özelliğin kaynaşmasından oluşur: Bir yanda bir işitim imgesi vardır, öbür yanda da bir kavram. Genel Dilbilim Dersleri’nde bu iki özellik, gösteren ve gösterilen diye adlandırılır” (Rifat, 2005:26).



Şekil-1, Gösterge Öğeleri Şeması (Erkman, 1987:49)



Şekil-2, Elma Fotoğrafı

‘Elma’ kelimesi E-L-M-A sesleri ile yan yana gelerek oluşmaktadır. Fakat bu sesler başka bir dilde aynı anlama gelmemektedir. Apple-Elma farklı dillerde farklı seslerle ifade edilmekte ve yazılmaktadır. Yine de elmayı ifade etmektedirler. Dolayısıyla burada ses veya yazı ile elma gösterilmektedir. Elmanın kendisi gösterilmese de, elma olduğu düşünülür ve bir elma imgesi oluşur. Şu halde bir elma resmi de kullanılsa, elmanın kendisi değil resmi onu göstermektedir.

Böylece resim-gösteren, elma-gösterilen olmak üzere bir gösterge meydana gelir. Bu sürece işlem denir. İşlemin gerçekleşmesi için; “1- Önce sayı saymayı öğrenmiş olmamız gerekir, 2- Daha sonra bu sayıların nasıl yazıldığını öğrenmemiz gerekir”

(Erkman, 1987:26). Erkman'ın basit bir örnekle ifade ettiği üzere işlemin gerçekleşmesi için bazı basamakların başarılmış olması şarttır. Elmayı daha önce hiç görmemiş birisi için herhangi bir anlam ifade edebileceği söylenemez. Dolayısıyla resmini göstermenin de bir yararı olmayacaktır. Elma sesi veya yazısı ya da resmi ile elma imgesini yaratmak, elmayı düşünmek, kastedilenin elma olduğunu anlamak için de benzer basamakların daha önce başarılmış olması gerekir. Daha önce elma gömüş olmak, ona elma dendiğini duymak, 'elma' şeklinde yazıldığını bilmek gibi.

Burada "Gösterenler bir 'anlatım düzlemi', gösterilenler ise 'içerik düzlemi' oluştururlar" (Barthes, 1986:37). Hjelmslev'e göre bu iki düzlem de iki katmandan oluşur; biçim ve töz. "Her dilsel öge, yani gösterge, başka öğelerle kurduğu bağıntılar ve işlevleri açısından, ele alınmalıdır; dil dizgesinin işleyişi, dil dışı özelliklerle belirlenemez. Dil dizgesinin işleyişi bir satranç oyununa benzetilebilir, bu oyunda taşların hangi özdekten yapıldığı hiç önemli değildir. Bir başka deyişle, taşların fiziksel özelliklerinin, satranç oyunu, satranç kuralları açısından hiçbir önemi yoktur. Bir dizge olan dilde de, göstergenin özdeği değil, kurduğu ilişkiler önemlidir. Bir başka deyişle, dil bir töz değil bir biçimdir" (Rifat, 2005:25).

Göstergeyi oluşturmada gösteren ve gösterilen arasında bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişkiden yola çıkarak Pierce; göstergeleri belirti (indiz), görüntüsel gösterge (ikon) ve sembol olarak ayırır (Erkman, 1987:46).

Belirti (*index*): "Bir neden-sonuç ilişkisine dayanır. Eğer bir yerde duman varsa ateş de var demektir" (Erkman, 2005:115). Belirti; gösteren ve gösterilen arasındaki nedenli ilişki, belirti yani indizdir. Pek çok deyimde de yer bulan gösterge çeşidi bu nedenli ilişkiye dayalı göstergelerdir; Erkman'ın örnek verdiği üzere dumanın ateşin belirtisi olması gibi. Burada önemli olan, bu göstergelerin herhangi bir aktarımda bulunma amacının olmamasıdır. Yani duman, ateş yandığının anlaşılması için sonradan eklenen bir öge değildir. Bu anlamda belirtisel göstergeler doğal olarak ortaya çıkar ve sürekli tekrarlarıyla pekişerek, uzlaşım yaratarak gösterge haline gelirler.

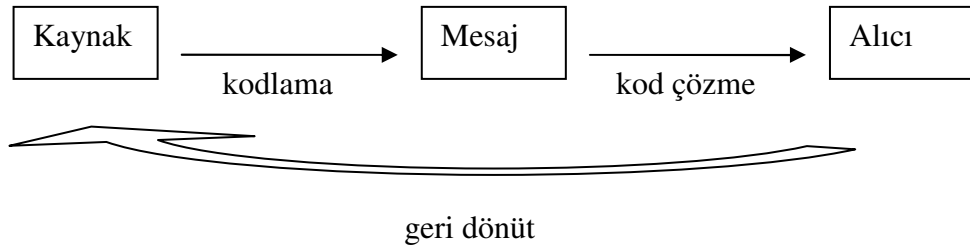
İkon(*görüntüsel gösterge*): İkonlar, nesnesine benzediği için görüntüsel gösterge olarak anılmaktadır. Bu anlamda gösteren ile gösterilen arasındaki ilişki nedenlidir. Ayrıca nesnesine benzeyerek onu çağırıştırır, iletir. Bir anlamda niyetlidir, amaçlıdır. “Çoğunlukla görsel alanda kullanılan görüntüsel göstergenin özelliği, temsil ettiği şeye benzemesidir. ...Bu benzeme ilkesi edebiyata da yakıştırılır. Bir anlatıda, eğer olayların anlatılış sırası, gerçekleşme sırasına uyuyorsa, burada temsil edenle (metin) temsil edilen (olayların gerçek sırası) birbirine benziyor demektir”(Erkman, 2005:114). Bir fotoğraf, nesnesine benzerlik açısından yüksek bir değer taşımaktadır. Dolayısıyla ikon olarak kabul edilir. Ancak fotoğrafın da tam anlamıyla nesnesinin kopyası olduğu söylenemez. Örneğin üç boyutlu bir nesnenin fotoğrafı iki boyutludur. Bu durumda ikonların tam tamına nesnesi gibi olma durumu olmadığı söylenebilir. Nesnesi hakkında fikir verecek kadar olan her türlü gösteren ve gösterilen ilişkisi, ne denli yalın ve sade olursa olsun ikon olarak anılır.

Simge(*sembol*): “Sözlükteki her sözcük, bir uzlaşma dayanır, dolayısıyla simgedir. O dili konuşanlar, bu sözcüğün ne anlama geleceği konusunda uzlaşmışlardır. İşte simge bu özelliği ile aynı zamanda kavramsal, yani kural oluşturan bir göstergedir de”(Erkman, 2005:115). Simge açısından gösteren ve gösterilen ilişkisi nedenli değildir ancak bir amaca sahiptir. Simgelerin çoğunlukla nasıl ortaya çıktığı bilinmez ancak toplumsal uzlaşma vasıtasıyla zaman içinde kullanımı artar. Simgelerin amacı ise, iletişim için kullanılmalarından kaynaklanır. Özellikle pek çok işaret levhası, bu iletişim çabasının bir ürünüdür.

Söz konusu bu ayrımlar ve tanımlar açısından ele alındığında tüm sözlü ve yazılı ifadeler göstergebilimin alanı içerisine girerler. Dolayısıyla da gösteren veya gösterilen olurlar. Sözün ilk iletişim araçlarından biri olduğu muhakkaktır. Öte yandan ilk insanların da duvar resimleri aracılığı ile iletişim kurduklarına dair güçlü varsayımlar bulunmaktadır. Bu durumda görsel öğeler de göstergebilim alanı içerisinde ele alınabilirler. Tüm bunlara bakılarak göstergebilimin bir iletişim sürecini de ele aldığı söylenebilir. Gösteren ve gösterilen göstergeyi oluştururken bir anlama, kavrama gönderme yapmaktadır. Gösterge ancak gösteren ve gösterilenin

yaptığı bu göndermeyle ortaya çıkar. Şu halde anlam ya da anlamlandırma da göstergebilimin öğeleri içerisinde yer alırlar ve iletişimi de göstergebilimin içine dâhil ederler.

Morris modeliyle göstergesel süreç: “Bir şeyin/kişinin (1), üçüncü bir şey aracılığıyla (3), o anda doğrudan etkili olmayan başka bir şeyin (2) farkına varmasını sağlamaktır” (Erkman, 1987:81). En temel iletişim şeması kaynaktan kodlanarak alıcıya ulaşır. Alıcının herhangi bir tepki vermesiyle de geri dönüt sağlanmış olur ve iletişim tamamlanır (Demirel, 2003:15).



Şekil-3, İletişim Süreci Şeması

Bu modellemeyi çeşitlendirmek mümkündür. Shannon ve Weaver bu modele gürültü gibi etmenleri de etkileyerek değişiklik yapmışlardır (Fiske, 1996:22). Benzer şekilde iletişimin bu öğelerine bağlı olabilecek pek çok durum bu şemaya eklenerek çeşitlemeleri yapılmışsa da temel olan bu içerimin değiştiği söylenemez. “İletişimi, iki birim arasındaki birbirine ilişkin mesaj alışverişi olarak tanımlamak mümkündür. Dolayısıyla iletişimden söz edebilmek için en az iki birimin olması gerekmektedir. Bu durumda iletişim, kaynak durumundaki A şahsının zihnindeki X mesajının, hedef durumundaki B şahsının zihninde aynen ya da benzer şekilde oluşturulması süreci olarak da tanımlanabilmektedir” (Erkman, 1987:33). Buradan yola çıkarak söz ve metni, iletişim süreçlerini takip ederek ele almak mümkündür. Göstergebilim öğeleri de bu sürece bağlı olarak ortaya çıkarlar.

Dizim ve Dizge: Kaynak ileteceği mesajı kodlamadan önce bir içerik oluşturmaktadır. Bu noktada da dizim ve dizgelerden yararlanır. En basit ifadele dizim benzer öğeleri gruplar ve dizge de farklı dizimlerden kurulur.

Dizim: “Çeşitli dizilerdeki birimlerin seçilip anlamlı bir bütün oluşturmaları için başka dizilerin birimleriyle ilişki kurmaları gerekir. Birbiriyle ilişkiye girerek anlamlı bir bütün oluşturan birimlerin kurduğu yapıya dizim denir... Bir dizim çeşitli dizilerden aldığı birimleri yan yana getirirken bazı kurallara uyar. Bu kuralları öğrenmiş olduğumuz için, daha kolay bilincine varırız” (Erkman, 1987:56-57).

Bir dizim oluşturmak aslında çok kolaydır. Bunun için bir başlığa ihtiyaç vardır. Bu başlık kural addedilerek çeşitli öğeler toplanabilir. Bir yemek masası için; içecekler ve yiyecekler dizimleri oluşturulabilir. Daha da detaylı olarak sıcak içecekler ya da soğuk alkolsüz içecekler, soğuk gazlı içecekler dizimleri oluşturulabilir. Böylece pek çok öge bir başlığın altında ortak bir özelliklerine bağlı olarak toparlanabilir. Dilde olduğu gibi böylesi bir dizim; görsel materyaller içinde gerçekleştirilebilir. “Dizi ilişkisi, birbirinin yerine geçebilecek göstergeler arasında oluşan bir ilişkidir. Aynı dizide yer alan iki gösterge (ya da daha çok sayıda gösterge) dizge içinde birbirinin işlevini taşıyabilir” (Erkman, 1987: 52).

Dizge ise elde edilen bu farklı dizimlerin harmanlanmasıyla elde edilir. Bunun içinde birleştirici bir diğer başlık bulunacaktır. Yemek masası örneği ile devam edilecek olursa; tatlıdan önce içilebilecek içecekler bir dizim meydana getirebilir. Böylece hem sıcak hem de soğuk içeceklerden yemek menüsüne uygun olan bir derleme yapılabilir. Böylelikle daha önce farklı başlıklar altında toplanmış olan dizimlerden yeni bir dizge oluşturulur. Dizge ile ilgili Yücel’in aktardığı Saussure örneği anlamlıdır. “Dizge doğrudan doğruya kavranabilen, elle tutulur bir nesne, bir töz değil, bir biçimdir her şeyden önce. Doğa bilimleri ele alacakları nesneleri önlerinde hazır bulurlar, ama dili, dil yetisini kavramak isteyen bilim adamının önünde böyle bir nesne yoktur, elle tutulur bir nesne olarak değil, öğeleri arasındaki farklılıklar, karşıtlıklar yoluyla kavrayabilir onu. Bu gözlemi Saussure’ün ünlü benzetmelerinden biriyle örneklendirmek gerekirse, her gece saat 23’te

Cenevre’den kalkan Cenevre-Paris ekspresinin vagonları da, görevlileri de sık sık, belki de her gün değişebilir; bu nedenle ‘Cenevre-Paris ekspresi’ derken, hep aynı tren değildir söz ettiğimiz, her yıl saat 23’te Cenevre garından kalkan 365 treni tek bir gerçeğin karşılığı sayarak böyle konuşuruz (...) Dil konusunda da böyle: her öge bir dizgeye bağlanır, her öge bir dizgeyi varsayar. Bunun için, Saussure dilsel birimi bir değer, dili de öğeleri kendi baslarına bir gerçeklik taşımayan, ancak başka öğelerle kurdukları bağıntılar içinde kavranabilen bir göstergeler dizgesi olarak tanımlar” (Yücel, 1981:21)

Daha ileri düzeylerde, dizim ve dizge ilişkisi karmaşık bir hal alır. Sassure, bu noktada *paradigma* yaklaşımı ile farklı bir boyut kazandırır. Paradigma bir göstergeler dizgesidir. Böylece *dizim*, çeşitli göstergelerin birleştirilmesi anlamını kazanır. Buna göre; karayollarının kare, üçken, daire gibi levhalarındaki şekilleri paradigmadır. Bunlar içlerinden bir tanesi kullanılmak üzere meydan getirilmiştir. Herhangi bir karayolu işareti ise dizimdir. Yani seçilen bir şeklin bir simgeyle birleşiminden meydana gelir.

Kodlar: Kaynak mesajını alıcıya iletmek için onu kodlar, şifreler. “Kaynak sahip olduğu bilgi, beceri veya onunla ilgili davranışları alıcı ile paylaşmak isterse, onu önce yazı, hareket, formül, tablo, çizim, şekil, resim, jest, mimik gibi bir dizi sembol ya da harekete çevirerek kodlar” (Yalın, 2003:13). Elektronik bir devrenin, mesela bir bilgisayarın işlemlerini yaparken kullandığı yöntem de buna benzer. Ancak bu şifreyi diğer bilgisayar çözebiliyorsa bilgi paylaşımı mümkün olur. Yalın’ın da ifadesinin devamında değindiği üzere; kodlama olmadan bilgilerin bir kimseden diğerine iletilmesi mümkün değildir (2003:13). İletişimde de kaynağın kodladığı bilginin alıcı tarafından çözülebilmesi önemlidir. Basit bir örnek ile ele almak gerekirse bir öğretmenin aynı konuyu farklı yaş gruplarına aynı şekilde anlatması, öğrencilerin de aynı şekilde konuyu anlamaları beklenemez. Bundan dolayıdır ki öğretmen gerek ders planını hazırlarken, gerek araç gereç kullanımını belirlerken, gerekse sınıfta konuyu anlatırken farklı yollar izleyecektir. Belki de büyük yaş gruplarına teorik bilgi aktarmada kullandığı kelimelerden daha yalın ve basit olan bir ifade tarzını benimseyerek küçük yaş gruplarına ulaşmaya çalışacaktır.

Göstergebilimde de kodlar benzer bir işlevi görürler. Kodlar esasında içinde göstergelerin düzenlendiği bir sistemdir. Burada önemli olan, söz konusu kodların toplu kabul görmüş olmasıdır. Erkman kodlarla ilgili bankamatik kartları örneğini vererek bilgilere ancak kartın şifresiyle ulaşmanın mümkün olduğunu belirtir(2005:97). Önemli olan buradaki şifrenin uzlaşım sal olduğudur. Bankanın belli sayıda harf ya da sayı gibi bir sınırlılığa sahip olabilecek şifreleri içerisinden biri kullanılmaktadır. Şifrenin saptanmasında bunun dışında bir zorunluluk yoktur. Bir başka ifadeyle buradaki toplumsal mutabakat, kodlama ve kod çözme yi ifade eder. Hali hazırda bilinen ve kabul edilmiş bir kodu kullanmak, dolayısıyla yeni bir kod oluşturarak mesaj iletmekten daha kolaydır.

Toplumun uzlaşarak meydana getirdiği her şey, doğal olarak bu kodlarla birlikte anılabilir. Bu noktada kodları davranışsal ve anlamsal olarak ayırmak mümkündür. Öte yandan, göstergebilimin metne eğilmesinden yola çıkarak kodları sessel veya görüntüsel olarak da ele almak mümkündür.

Kesitleme: Kodlar daha ileri bir seviyede kesitleme yapmaya da olanak verir. Kesitleme bir metnin, önemli dönüm noktalarında parçalara ayrılarak ele alınmasını ifade eder. Bu dönüm noktalarının tespiti duruma göre değişebilir. Bir metnin incelenmesinde, geçmiş, şimdiki ve gelecek zaman geçişlerine göre kesitleme yapılabilir. Yahut metnin seyri boyunca karakterler takip edilebilir. Yeni karakterlere göre, değişen mekânlara göre kesitlemeler yapılabilir. Barthes, kesitlemeyi özellikle metinler üzerinde karelere bölmeye benzetirken örnek olarak da kutsal kitaplardaki ayet ve bölümleri göstermektedir (2005:155).

Kesitleme ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda, en çok okunan ve bilinen masallar üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Böylece bu masallara olan ilgi araştırılmıştır. Kesitleme yöntemi ile aranan; kesitleme ile elde edilecek verilerden bir şablon çıkıp çıkmayacağıdır. Bir metni kesitleyerek yapılan incelemelerde, elde edilecek bir şablon ile aynı derecede ilgi görece k yeni metinler oluşturulabileceği düşünülmektedir.

İletişim sürecinin devamında; yani mesaj kodlandıktan ve alıcıya gönderildikten sonra bir de alıcı tarafından anlamlandırma süreci gelişir. Kaynak tarafından bakıldığında kod çözme olarak ele alınan bu süreç, göstergebilimde alıcı açısından anlamlandırma olarak değerlendirilir. Alıcı mesajla karşı karşıya kaldığında bu yapıyı bilinenden bilinmeyene, görünürden görünmeyene ya da yüzeyden derine doğru inceler.

Göstergebilimde anlamlandırma sürecinde ele alınan bir diğer yaklaşım da Barthes'a aittir. Anlamlandırma bu noktada iki düzeyde yer alır; birinci düzeyde düz anlam ve ikinci düzeyde yan anlam.

Düz Anlam: Bu düzey, göstergenin en başta görünen anlamını belirtir. "...gündelik konuşma dilinde bir sözcüğü duyduğumuz zaman, bu ses zinciri zihnimizdeki bir kavramı çağrıştırır. ... İşte zihnimizde canlanan bu ilk kavram, göstergenin düzanlamıdır" (Erkman, 2005:120). Sadece göstergeler için değil, ileti alanı içerisindeki tüm öğeler için geçerli sayılabilir. Fiske bunu bir sokak fotoğrafı örneğiyle açıklar (1990:116). Herhangi bir sokak resmi, sokak anlamına gönderme yapar. Bu fotoğraf ortak sokak anlamını yansıtır. Fotoğrafın pek çok özelliğinden ve imkânından faydalanılarak değişik sonuçlar elde edilebilir. Siya beyaz veya renkli bir fotoğraf çekilebilir. Her durumda yine sokağı göstermektedir. Sokakta şenlikli bir an yakalanabileceği gibi, gün batımında daha durgun bir zaman da sokağın fotoğrafı çekilebilir. Yine de sokak kavramı kendinden bir şey kaybetmez. Tüm bu fotoğrafların düz anlamı aynı olacaktır. Düz anlam aşikârdır ve bu noktada herkes tarafından aynı şekilde anlaşılır. Farkı yaratan yan anlamlardır.

Yan Anlam: Barthes'in belirttiği ikinci düzeyin ilk yolu yan anlamdır. Yan anlam ilk çözümlemenin, yüzeysel anlatımın ardından ortaya çıkar. "Yananlamlar göstergeye biçimi ve işlevi nedeniyle bağlı özel değerler anlatır. ... Bir üniforma bir düzeyi ve işlevi düzanlam olarak, bu düzey ve işleve bağlanan saygınlık ve etkileyiciliği yananlam olarak verir" (Guiraud,1994:45). Yan anlamların

oluşmasındaki en büyük etmen kültürel ve sosyal yapılardır. Okuyucu gösterge ile karşılaşp düz anlam basamağını geçtiğinde, basitten karmaşığa doğru ilerleyen süreç doğal olarak devreye girer. Kişinin deneyim ve birikimleri kendine göre daha basit olan basamakları oluşturur. Söz konusu bilgi ve deneyimler diğerlerinden farklılaştıkça yan anlamları ele alış da kişiden kişiye göre değişen ve çeşitlenen bir duruma geçerler. Sokak örneği yan anlam bakımından tekrar ele alınırsa, sokağın ne denli neşeli ya da ne denli sakın olduğu yan anlamla elde edilen görüşlerdir. Yan anlamlar öznel bir düzeyde bulunduklarından çoğunlukla da düz anlam olarak okunurlar. Siyah beyaz ve kontrastı yüksek bir sokak fotoğrafının yansıttığı sert, yalnız, uzak ve soğuk hava; kolaylıkla sokağın zaten böyle olduğu şeklinde düşünülebilir.

Mit: İkinci düzeyde anlamlandırmanın ikinci yolunu mitler oluşturur. Mitler eski çağlarda daha çok açıklanamaz olayları anlatan efsanelerle pekişerek günümüze de kelime olarak inanılmaz veya gerçek olmayan anlamını taşımıştır. Öte yandan mit; genel uzlaşımı da içerir. ‘Bağdat gibi diyar, ana gibi yar olmaz.’ deyiminde anaçlık öne çıkmaktadır. Bu durumun tüm anneleri kapsar olduğunu varsaymak, anaçlık mitini de pekiştirmektedir. Toplumsal olarak zamanla benimsenmiş bu durum, bir anlamda genelleme mitleri meydana getirir.

Fiske’nin örnek verdiği üzere; haberlerde bir grup protestocunun polisle olan kavgasına; protestocuların yine polisle sürtüştüğü, olay çıkardığı şeklinde bakılıyorsa bu da bir mit, genellemedir. Oysa o görüntülerin hemen öncesinde polis protestoculara nedensiz saldırmış ve buna karşılık görmüş olabilirler (1996:119). Mitler benzer şekilde doğal olarak ortaya çıkar, genellenerek zamanla kabul görürler. Diğer yandan yine Fiske’nin belirttiği üzere yeni mitler eskilerini reddetmemekle beraber, kavramlar zincirinden bazı halkaları atıp yerine yeni kavramları getirmektedir. Fiske'nin ifadesiyle “mitlerdeki değişimler devrimsel değil, evrimsel” bir özellik taşımaktadır (Fiske, 2003:121).

Simge: Barthes'in ikinci düzeyde ele aldığı üçüncü öge simgedir. Simgeler mit ve yan anlamlara oranla daha düzensizdirler ve daha az sistemle ortaya çıkarlar. Mitler genellenirken simgeler başka öğelerin yerine geçmektedirler. Zamanla onların yerine kullanılarak aynı anlama sahip hale gelirler. Altının zenginlik, suyun saflık ve temizlik anlamına gelmesi durumu da simgeyi açıklar. Uzun süreli toplumsal kullanım sonucu altın zenginliği hatırlatan, hatta onun yerine geçen bir kavram haline gelmiştir. Altın zenginliği ifade ederken belirtisel bir gösterge haline gelir. Sahibinin de toplumsal yerinin simgesi olur. Barthes simgesel bir sahne olarak, Ivan The Terrible (Korkunç İvan)'daki genç Çar'ın altın paralar içinde vaftiz edilmesi örneğini verir, Burada altın zenginliğin, gücün ve statünün bir simgesidir (Fiske, 2003:121).

İkinci düzeyde alınan üç öğede de toplumsal kabul ve yaklaşımın bariz izleri görülmektedir. Gerek yan anlamda, gerekse mit ve simgelerde genellemeler ve kabuller söz konusudur. Her üç öge için okuyucunun çevresel etkileri, bir anlamda iletişim açısından kaynak gözetilmiştir. Bunlardan farklı olarak göstergenin özellikle metin içinde ele alınışında değindiği iki durum daha söz konusudur.

Eğretileme: Metafor olarak da adlandırılan eğretileme; dizinler arasındaki anlamsal yer değişmeyi ifade eder. 'Geminin dalgaları yarıp geçmesi'nde de eğretileme söz konusudur. Yarmak daha çok toprak ve saban ile alakalıdır. Toprağın saban ile yarılması normal bir cümledir. Ancak gemi denizde yüzer, ilerler. Bu iki farklı gerçeklik ya da dizin arasında anlamlar yer değiştirmektedir. Gemi sabana benzetilerek dalgaları yarıdığı belirtilmiştir. "Metafor bilinmeyeni, tanınmayı bilinenden, tanınandan hareket ederek ifade eder" (Erdoğan, 2002:125).

Gündelik eğretilemeler edebi eğretilemelerden bir kaç açıdan ayrılırlar. Eğretileme olarak dikkat çekmezler ve dolayısıyla bizi bilinçli bir kod açımına davet etmezler. Dolayısıyla daha sinsidirler ve yarattıkları anlam çok daha kolaylıkla toplumun 'ortak duyusunun' bir parçası haline gelebilir; yani, toplumumuzda yaygın

olan, sorgulanmadan, elde bir olarak kabul edilen sayıtlıların bir parçası haline gelirler. Bu tür bir ortak duygu doğal görünür, ama asla doğal değildir: daima nedensizdir, daima toplumsal olarak üretilmiştir (Fiske, 2003:127).

Düzdeğişmece: Fiske’ye göre eğer metafor “nitelikleri bir geçerlilik düzleminden diğerine yer değiştirerek işliyorsa, metonim de aynı düzlemdeki anlamları birbirleriyle ilişkilendirerek işler” (2003:127). Eğretileme bir gerçeklik düzleminden diğerine yer değiştirerek işlerken, düzdeğişmece aynı düzlemdeki anlamları ilişkilendirir. Burada bir parçanın bütünü temsil edeceği düşünülür. Televizyondaki bir yapımda işlenen cinayetlerin planlılığı, kentsel vahşetin düzdeğişmecesidir. Fotoğraflanan sokak da aslında sokağın kendisinden çok bir tür kentsel yaşamı anlatan bir düzdeğişmecedir. “Hayal ve yaratıcılıkla göstereni farklı bir yere yerleştirmeyi veya taşımayı gerektirmez. Bundan dolayı da metonim (düzdeğişmece) metafordan (eğretileme) daha doğal görünür” (Erdoğan, 2002:125). Fiske’nin verdiği örnekteki gibi; bir yastık üzerindeki kağıt para yığınının yanında yatan gözü yaşlı bir kadını gösteren bir film karesi fahişeliğin düzdeğişmecesidir: erkek bir jesti ya da duruşu, açığa vurulan duygunun bir düzdeğişmecesini olarak görür (2003:128).

Tüm bu öğeler birbirleriyle ilişki içindedirler ve çoğunlukla varlıkları bir diğerine bağlıdır. Örneğin mitler düzdeğişmece ile ilerler. Bir çocuğu seven polis gibi bir düzdeğişmece, miti var ettiği gibi devamında miti pekiştirir. Çoğunlukla ortaya çıkan bu öğeler toplumca kullanıldığı, pekiştiği sürece varlıklarını korurlar. Kimi zamanda bir öge gereğinden fazla güdülerek kullanılır hale getirilebilir. Yine de burada öne çıkan unsurlar, insanın özgün yapısı, toplum ve iletişimdir. Göstergebilim sistemli olarak işlendiği sürece söz konusu toplum ve insanlar değişse de, yaklaşımın veri toplamada kullanılabilirliği söz konusudur. Gerek bu varsayımı pekiştirmek, gerekse grafik tasarım ile ilişkisi kavramak için, göstergebilim açısından tasarımı ele almak faydalı olacaktır.

2.2. Göstergebilim Açısından Grafik Tasarım

Göstergebilim ilk olarak ilgisini metne yöneltmiş ve sözsel göstergelere yoğunlaşmıştır. Yine de burada söz konusu edilen göstergenin sadece metin ile sınırlı kaldığı söylenemez. Erkman'ın da değindiği üzere her şeyin göstergebilimi olabiliyor; yaşamın her alanı, hatta biyolojik alan bile (2005:13). Ancak ilk olarak metne eğilmiştir. İşlemin gerçekleşme süreci bir anlamda iletişim sürecidir. Göstergebilim bunu incelerken pek çok iletişim kuralını da sınamaktadır. Ne var ki çoğu metni atlayıp geçer. Öte yandan göstergebilim tüm süreçleri içerisinde okuyucuya da ayrı bir önem verir. “Göstergebilim ‘alıcı’ terimi yerine (fotoğrafta ve resimde bile) ‘okur’ terimini tercih eder, çünkü ‘okur’ terimi çok daha önemli bir etkinliği ifade eder ve dahası, okuma öğrenilen bir şeydir, yani okurun kültürel deneyimi tarafından belirlenir” (Fiske, 1996:63). Yani görsel öğelere, düzenlemelere de değinmiş, içeriğinde yer vermiştir.

Göstergebilim ve grafik tasarım arasındaki ilişkiyi incelemede; göstergebilimden hareket ederek grafik tasarımı ele almak yararlı olacaktır. Böylece iki alan arasındaki paralellikler daha belirgin olarak ortaya çıkacaktır.

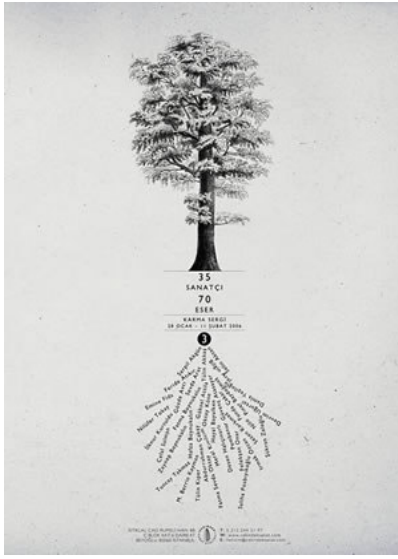
2.2.1. Gösterge Çeşitleri Açısından Grafik Tasarım

“Göstergeler yoluyla iletişim kuran insan, aynı zamanda sembolik bir algı-iletişim yolu da yaratmış ve bu sistemi yoğun şekilde kullanmıştır. Ancak iletişimin bu noktasında semboller kapı gibidir; gerekli bilgi, sezgi ve duyarlılığa sahip olanlar bu kapıyı açar ve öz’e ulaşır” (Uçar, 2004:11). Uçar'ın değindiği bu kapılara giden bilgilere ışık tutması bakımından; grafik tasarım ürünlerini bu öğeler açısından değerlendirmek mümkündür.

Belirti: Nedenli fakat amaçsız olan göstergeler, belirtileri meydana getirmektedirler. Ateş ve duman örneğinde olduğu gibi duman nedenlidir ancak bir amaca yönelik değildir. Bir hırsızın eve girip etrafı dağıtması da, eve girdiğinin anlaşılması amacıyla yapılmış değildir. Şu halde bir grafik tasarımı amaca sahip

olması yönünden belirti anlamında bir gösterge niteliği taşımaz. Ancak belirtiye tasarım içerisinde yer vermek amaca hizmet edebilir.

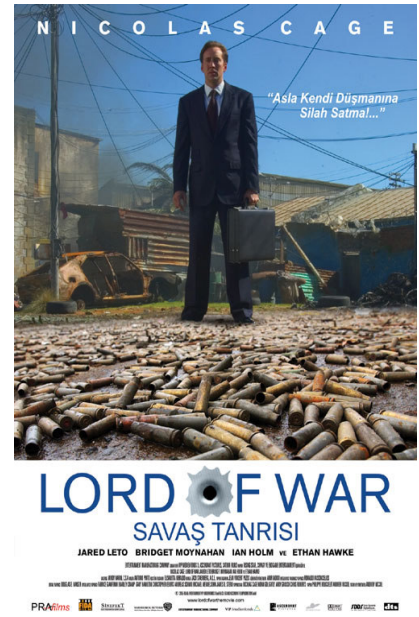
Tasarımcı amacına ulaşmada, belirtilerden faydalanabilir. Belirtiler sonuçları bilinen durumları da ifade eder. Ateşin dumana sebep vereceğinin veya dumanın yanan bir ateşten çıktığını bilmek, dumanın belirti durumunu değiştirmez.



Şekil-4, Sergi Poster

Şekil-4'te görülen sergi afişi; tanınmış 35 sanatçının, 70 eserini sergilemesi ile ilgilidir. Sanatçıların, sanat tarihi açısından köklü isimler olması yanında tasarımcı bir ağaca yer vermiş, her bir ismi de ağacın kökleri gibi tasarımına taşımıştır. Kökler ağacın belirtisidir. Burada öne çıkan imge gürbüz bir ağaçtır. Bu açıdan bakıldığında da böylesi bir ağacın pek çok sağlam köke sahip olacağıdır. Dolayısıyla ağaç da belirti gibi işlem görebilir.

Şekil-5'deki film afişi de benzer belirtilere yer vermiştir. Harabe yapılar, enkaz halindeki araç, duman ve yeri kaplayan kovanlar savaşın belirtisidir. Gerçi bu tasarımda fotoğraf için amaçlı bir düzenlemede bulunulmuştur ancak bu ne kovanların ne de arka plandaki harabe evlerin savaşın belirtisi olduğunu değiştiren bir unsur değildir. Film adının yazılışında dahi 'O' harfi yerine bir kurşun deliğinin kullanılması, silah kullanıldığının belirtisidir.



Şekil-5, Film Afişi

Belirtileri daha çok doğal süreçler içerisinde ele almak doğru olacaktır. Belirtilerin amasızlığı doğal olmalarından ileri gelmektedir. Su birikintisinin yağmur yağmasının belirtisi olarak ele alınışı da bundan ileri gelmektedir. Ancak tasarımcı gözlemleri ile bu gibi belirtileri amacına göre tasarımına alabilir. Tasarımcı geniş kitlelere hitap ederken, kitlelerin geniş kabul gösterdiği göstergelere tasarımında yer vererek anlatımını güçlendirebilir, mesajını kalıcı kılabilir. Erkman belirti açıklamasındaki ‘doğal neden-sonuç’ ilişkisinin bir fotoğrafa bile uygulanabileceğine değinmektedir (2005:115). Fotoğraf tekniklerinin bir özelliği olarak fotoğraf ile gerçek kişi arasında bir benzerlik söz konusudur ve bu benzerlik bir neden-sonuç ilişkisidir.



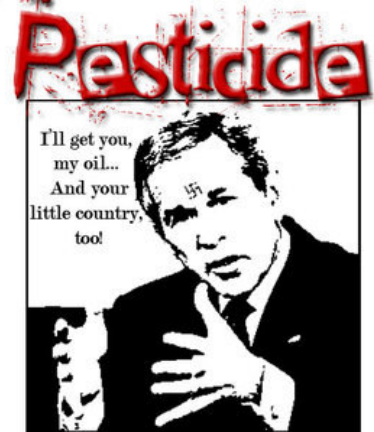
şekil-6, Koç Bank Logosu

İkon: Nesnesine olan benzerliği sebebiyle

onun yerine geçtiği için bu tür göstergeler görüntüsel olarak anılmaktadır. Buna en yakın örnek de fotoğraftır. Söz konusu öğe sadeleştirilse

de nesnesini anımsattığı sürece ikon özelliğini korur. Hatta Pierce’ın belirttiği gibi “Bir görüntüsel gösterge, belirttiği nesne var olmasa bile, kendisini anlamlı kılan özelliği taşıyacak bir göstergedir” (Rifat, 2000:244). Koç Bankası’nın logosunda da benzer bir durum söz konusudur. Soyutlanmış bir koç başına yer verilen logo da ikon içermektedir. (şekil-6)

“Bir görüntüsel gösterge belirttiği nesne varolmasa bile kendisini anlamlı kılan özelliği içeren bir göstergedir. Bir belirti, belirttiği nesne kaldırıldığında, gösterge olma özelliğini hemen yitiren bir göstergedir. Bir simge, eğer bir yorumlayan olmazsa, kendisini gösterge yapan özelliğini yitirecek bir göstergedir. Örnek: Belirtiți şeyi, yalnızca, bu anlama geldiğini anlamamız yoluyla belirtmiş olan her çeşit söylem”(Pierce, 1982:146). Benzer bir anlamın yoklanmasına grafik tasarımda da



şekil-7, Poster

rastlanır. Özellikle karikatürlerde kimi tipler, karakteristik yönleri abartılarak ele alınır. Böylece diğer yönlerinden soyutlanırlar, sadeleştirilirler. Öte yandan nesnelerini anımsatmayı sürdürürler. Şekil-7’de ki çalışmada da Amerika Birleşik Devletleri Başkanı George Bush, sadece siyah beyaz olarak çalışılmıştır. Tasarım içinde bir leke haline gelen nesne, çoğu detayından yoksun olsa da nesnesini anımsatmayı sürdürmektedir.

Tasarımcı için çoğu zaman tercih edilen yollardan birisi de soyutlama, sadeleştirmedir. Bu sebeple ikonlar, özellikle logolar da kullanılabilirliği ile önem taşımaktadırlar. Bir ikon, nesnesini anımsattığı sürece ikon olmaya devam eder. En basit haliyle yapılan bir eskizden bina çizildiği anlaşılabiliriyorsa, bu çizim de ikon olarak değerlendirilir. Oysa kimi zaman tasarımda yer verilecek nesnenin soyutlanmasında bir sınıra ihtiyaç vardır. Aksi halde bir lekeden fazlası olmayacaktır.

Simge: Simge, uzlaşım neticesinde başka bir nesnenin, durumun yerine geçer (s.29). Ancak bir gösterge kategorisi olarak burada simgenin bir amacı vardır. Bu sebeple pek çok trafik işaretçi ve levhası simgedir. Simgelerde biçim ve içerik bağlantısı nedenli değil, uzlaşımaldır. İletişim amacıyla üretilir ve kullanılırlar. Türkçe’de eşanlamlısı olarak ‘sembol’ün de kullanıldığı simge; grafik tasarım açısından ele alındığında da “Belirli bir nesnel olay ya da olgunun, düşünsel kaynaklı bir kavram veya kendi kavramının açılımları ve çağrışımlarıyla karşılaştırılmasından doğar. Bir başka yaklaşıma göre semboller ‘evrenselleşmiş sessiz bir dildir’” (Uçar, 2004:24).

Simge, yalın anlatıma sahip görsel bir dil olarak tanımlandığına göre, bu sayede bazı resimler bütün insanlar için aynı nesne veya kavramı anlatan simgeler haline dönüşmüştür. İlk yazılı ifadelerde resim ve yazı iç içe Mısır hiyeroglifleri gibi yer alırken, zamanla resimsel özelliklerin soyutlaşması ve sembollere dönüşmesiyle yazı özgün yapısına ulaşmıştır. Böylece bir görsel ifade aracı olarak resim ve sözel ifadenin sembolik işaretlerle kâğıda aktarılması olarak yazı, iki ayrı iletişim unsuru

olmuştur. Grafik tasarım, işte bu iki iletişim unsuru olan yazı ve resmi, birbirini tamamlayan bir biçimde aynı ortamda kullanarak, yeni bir iletişim türü yaratmıştır (Bektaş,1992:9).



Şekil-8, Rakam

Bir simge, nesnesiyle bağlantılıdır. Bu bağlantı uzlaşma veya kural çerçevesinde sağlanmış olabilir. Sözcükler bu anlamda simgedir. ‘Kızılay’ da benzer şekilde simgedir. Bunu sağlayan etmen kültürdeki uzlaşmalardır. ‘2’ rakamı da bir simgedir (Şekil-8). İki şeklinin çift nesneye atıfta bulunması için görünür sebebi yoktur. Şekil itibariyle böyle bir amacı ifade eder yanı yoktur. Bütün rakamlar böyledir ve dolayısıyla simgedirler. Fakat roma rakamı ile ‘II’ açıkça görüntüsel göstergedir. Tek tek biri ve dolayısıyla da ikiyi göstermektedir.

“Trafik işaretleri, postane, hastane, ulaşım ve otellerde kullanılan işaretler, sigara içilmez levhaları ve ulusal bayraklar her gün karşılaşılan simgelerdir” (Becer, 1997:194). Park yasağı için kullanılan mavi yuvarlak levhada ‘P’ harfi çapraz bir bantla birlikte kullanılmıştır (Şekil-9). Mavinin niye kullanıldığı, parktan kastın ne olduğu veya şeridin ne anlama geldiğini açıklayacak bir yazı mevcut değildir. Yani bu



Şekil-9, Park Yasağı Levhası

levha bir işaret levhasıdır, açıklama yapmaktan çok bir mesajı iletir. Bu mesajı çözümleyebilmek için işlem basamaklarını başarmış olmak gerekir. Trafik levhası ise, kullanılan çapraz şerit pekâlâ da emniyet kemeri ile ilgili olabilir. Fakat burada bir yasağa gönderme yapmaktadır. ‘P’ harfi çocuk parkını değil, araba park yerini ifade etmektedir. Şu halde bu levhayı gören bir araç sürücüsü, aracını buraya park etmeyecektir.

Levhanın neden yuvarlak olduğu, niye kırmızı bir şerit ya da mavi bir zemin tercih edildiği yahut çapraz şeridin yasak anlamına gelip gelmediği bir kuralla belirlenerek ortaya konmamıştır. Bu tür işaretler, toplumun yaşayışında bir noktada doğal olarak ortaya çıkarlar ve sözsüz birlik ile kabul edilerek yayılırlar. Hatta buradaki ortak anlamlar zamanla türetilir.

Göstergelerin özellikle de simgelerin genellenebilirliği söz konusudur. Zaten göstergelerin temelinde de genel kabul ile sürekli tekrar, buna bağlı olarak da genel kullanım görölmektedir. Dolayısıyla özellikle de simgeler genellenebilir hale gelirler. Buradan yola çıkılarak yeni simgeler üretmek mümkündür.

Park yasağı levhasından yola çıkarak başka yasaklar belirtilebilir. Cep telefonu ile konuşma yasağını belirtmek için; park levhasını örnek alma durumunda bir çember çizilebilir. Park için ‘P’ harfinin kullanılmasına karşın, ‘C’ harfi cep telefonunu ifade etmeye yeterli değildir. En azından bugün için cep telefonu yerine kullanılacak ortak bir simge üretilmemiştir. Bu durumda bir cep telefonu resmi yeterli görölerek çemberin içine bir cep telefonu resmi konabilir ve bir şerit çekilerek yasak olduğu anlatılabilir.



Şekil-10, Cep Telefonu Yasağı

Burada Erkman’ın da değindiği gibi; “Sözünü ettiğimiz tüm göstergeler, ister üç boyutlu bir araç olsunlar, ister iki boyutlu birer resim olsunlar, başka şeyin yerini tutuyorlar. Bu başka şey bir durum, bir eylem, bir varlık olabiliyor”(2005:20). Grafik tasarımın bahsedildiği üzere çoğaltım yönüyle kitlesel iletişim ayağının geniş olması, daha çok reklâm ve tanıtım alanlarında vücut bulmasını sağlar. Barthes’in de açıkladığı gibi her reklâm bir bildiridir (2005:185). “Gerçekten de reklâmın bir çıkış kaynağı,(piyasaya sürölen ya da övölen ürünün ait olduğu firma), bir alış noktası (halk) ve bir aktarım kanalı (yani reklâm iletme aracı denilen şey) vardır”(Barthes, 2005:185). Bu bakımdan göstergenin öğeleri ve süreçleri bakımından da grafik tasarıma yaklaşmak açıklayıcı olacaktır.

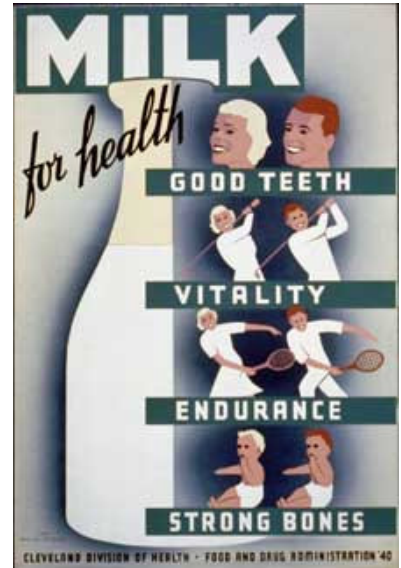
2.2.2. Gösterge Öğeleri Açısından Grafik Tasarım

Dizim ve dizgeler, kodlar ve kesitlemeler; grafik tasarımın göstergebilim açısından değerlendirilebileceği öğelerdir. Bu öğelerin her biri grafik tasarım ürünlerinde tek tek incelenebileceği gibi, bu öğelerin bilgisinden yararlanarak da tasarıma katkı sağlanabilir.

Dizim ve Dizge: Dizim ve dizge arasındaki temel fark; dizimler benzer öğeleri başlıklar altında toplarken dizin; farklı başlık altındaki öğeleri birleştirir. “Reklam afişine gelince, renklerin seçimi, boy ve çizgi biçimleri, ilk başta görüldüğünden çok daha sıkı belirlenimciliğe uyar gibidir. Göstergebilimin başta gelen çabalarından biri de, görünürde dizgesiz gibi gelen anlamlama biçimlerindeki dizgelerin varlığını ortaya koymaktır” (Guiraud, 1994:47). Spor başlığı altında pek çok öğe toplanabilir; koşmak, yüzmek, spor sahası, eşofman gibi. Bunların hepsini bir arada kullanarak mesaj oluşturmak, bir dizim meydana getirmektir. Bu dizim başlık detaylandırılarak daraltılabilir. Bizim sahip olduğumuz bir spor kompleksinde yapılabilecek etkinlikler başlığı açıldığında, dizim içeriği sınırlanmış olur. (Şekil-11)



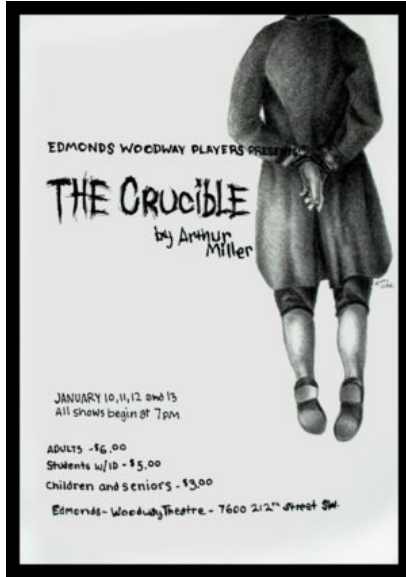
Şekil-11, Poster



Şekil-12, Poster

Dizge de ise farklı başlıklar bir araya getirilir. Süt başlığı altında; sağlık, beyazlık, kemik, büyüme gibi pek çok öge sıralanabilir. Benzer şekilde sağlık başlığı altında da; güç, uzun yaşam, enerji gibi öğeleri toplamak mümkündür. Süt içerek sağlıklı yaşamak ya da sağlıklı yaşam için süt içmek dendiğinde yeni bir düzenleme meydana gelir (Şekil-12).

Kodlar: Kodlar genel uzlaşım ile kararlaştırılmış durumları ifade ederler. Sayısal olarak ele alındıklarında kesin olan göstergelerdir. Saati gösteren her bir rakam, ne öncesi ne de sonrasını gösterir. Ancak kodlar sayısal olmaktan uzaklaştıkça içerik bakımından silikleşirler. Bu noktada gösterdiklerinin ne olduğu ortak kabullerle açıklanır. Eski mağara duvarı resimlerinde karşılaşılan hayvan çizimlerinin ne olduğu konusunda kültürel ve toplumsal farklılıklar kendini gösterir. Kimi ölü hayvan olarak algılanan çizimler başkaları tarafından canlı ve zıplar olarak düşünülmektedir. Ancak en dar alanda bile görüşü paylaşan bir topluluk, buna bağlı olarak da koddan bahsetmek mümkündür.



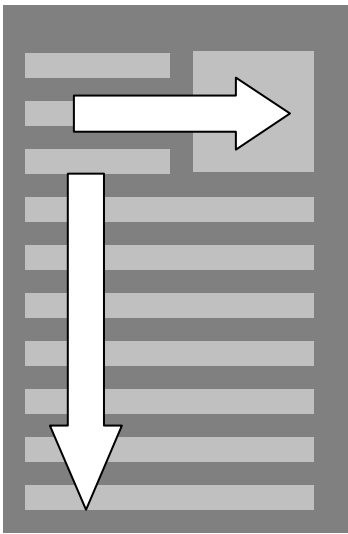
Şekil-13, Poster

Arthur Miller oyunu için tasarlanan posterde kullanılan form bu anlamda önemlidir (Şekil-13). Burada resimlenen insan figürünün asılmış olduğu anlaşılmaktadır. Ancak oyun ve içeriğine yabancı bir göz bunu farklı yorumlayabilir. Ellerin arkadan bağlanmış gibi duruşu, ayakların havada sallanır hali özellikle de başa yer verilmeyişiyle beraber değerlendirildiğinde figürün asılı olduğunu düşündürmektedir. Bu durum bir koddur. Öte yandan figür ellerini arkada kavuşturmuş ve gayet keyifli bir şekilde yerden sıçrayarak da yürüyor olabilir. Diğerinden farklı olsa da bu da bir koddur. Bu denli açıklamaya yer vermeksizin kod devreye girerek göstergeyi açığa vurur. Her iki farklı duruş da haklı olanakla birlikte, bu duruşların temelinde çevresel ve bireysel etkenlerin varlığı

unutulmamalıdır. “Anlamlandırma kodları gösterge sistemleridirler. Bu ayrımı yapmakla birlikte, bu iki kod kategorisinin birbiriyle bağlantılı olduğunu kabul etmemiz gerekir. Karayolu kodu hem bir davranışsal koddur hem de bir anlamlandırma sistemidir. Bernstein’ın çalışması, insanların kullandıkları dili toplumsal yaşamlarıyla ilişkilendirir. Anlamlandırma kodları kullanıcılarının toplumsal pratiklerinden kolaylıkla ayrılamazlar” (Fiske, 2003:91).

Kesitleme: Kesitleme metin üzerinde yapılırken zaman, mekân, özne veya yardımcı karakterlerin durumu, değişikliği izlenerek metin parçalara ayrılır. En yalın haliyle bir metnin zaman açısından düzlemi bulunmaktadır. Dolayısıyla kesitler bir zaman çizelgesi üzerine doğal olarak yerleşirler. “Bir kesit, aralarında dayanışma bağlantısı bulunan mantıksal bir çekirdekler dizisidir. ... Önemsiz olduğunu bile bile şu örneği ele alalım: içecek bir şey ısmarlamak, ısmarlanan şeyin gelmesi, tüketilmesi, paranın ödenmesi gibi işlevler. ...” (Barthes, 2005:118).

Reklâm gibi filme ve zamana dayalı ürünler kesitlemeye daha elverişli gözükmektedir. Ancak grafik tasarım ürünleri, tüm varlıklar gibi bir süreçten geçerek algılanırlar. Her şeyden evvel insanın biyolojik durumu ışığın nesneye çarpması,



Şekil-14, Gözün tasarım yüzeyi üzerindeki hareket yönü (Becer, 1997:31)

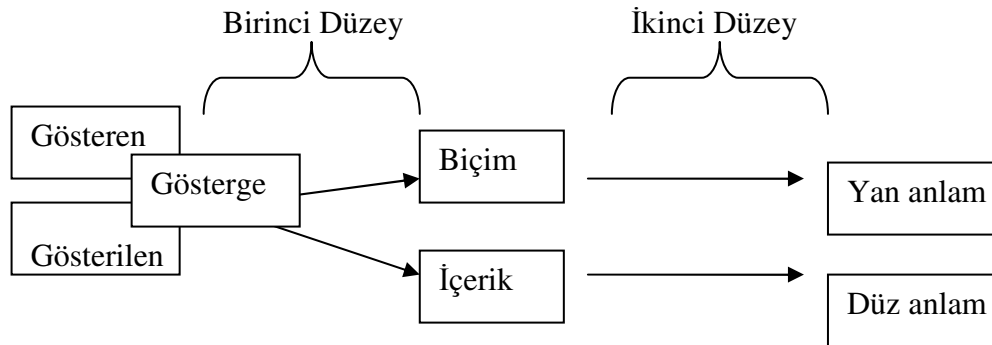
yansımanın göze ulaşması, sinirler tarafından beyne taşınarak işlenmesi gibi bir süreci gerektirir. “Öte yandan değişik okuma alışkanlıkları, resmi izleme yönümüzü ya da resim yapma tarzımızı etkiliyor” (Erkman, 2005:238). Özellikle Latin alfabesi gibi soldan yazılan alfabe kullananların gözleri de soldan sağa doğru algılayan bir süreç geçirir (Şekil-14). Benzer şekilde göz dikey okumalarını da yukarıdan aşağıya doğru yapar. Bunun sebebinin de eski çağlardan bu yana insanlara kötülüklerin hep yükseklerden, yukarıdan geldiği yönünde olan görüşler vardır. Bu durum gözün doğal seyridir. Buradan yola

çıkarak gözün tasarım ürünü üzerinde nasıl bir yol izlediğini takip etmek ve kesitlemek mümkündür.

“Hem kesitlerin içinde bir sözdizim hem de kesitlerin aralarında bir sözdizim (öncekinin yerine geçebilen) vardır” (Barthes, 2005:120). Özellikle metin zamana veya mekâna bağlı olarak kesitlenirken, böylesi sözdizimleri elde etmek mümkündür. Bu bir süreçtir ve göstergebilim açısından kesitlemeler düz anlamdan yan anlamara doğru bir seyir izler. Bir anlamda yazıyı, ya da ele aldığı konuyu incelemek için parçalarına ayırmakta, bu parçaların da kendi içinde ve birbirleriyle olan ilişkilerini şematize etmeye çalışmaktadır. Benzer bir yaklaşım sanat eserlerinin eleştirisinde de göze çarpar. “Genellikle eleştiri için, sanat tarihçilerinin kullandığı dört işleme başvururlar. Bular: 1-Betimleme, 2-Çözümleme, 3-Yorum, 4-Yargı’dan ibarettir” (Boydaş, 2004:19). İki alanında nesnesine yaklaşımında, gerek düz ve yan anlam katmanlarıyla, gerekse betimleme çözümleme aşamalarıyla bir sürecin işlemekte olduğu ve bu süreçte iletişimin; mesaj ve alıcının rolü olduğu ortadadır. Buradan hareketle göstergebilim süreçleri bakımından da grafik tasarıma yaklaşmakta fayda vardır.

2.2.3. Göstergebilim Süreçleri Açısından Grafik Tasarım

Göstergebilim, gerek öğeleri gerekse işleyişi bakımından bir iletişim sürecidir. Gösteren ve gösterilen, göstergeyi oluştururken bir alıcı tarafından anlaşılarak değer bulmaktadır.



Şekil-15, Gösterge Süreci Şeması (Erkman, 1987:65)

İletişimde kaynak olarak yer alan öge, göstergebilimde göstergenin kendisidir. Gösterge barındırdığı anlamı okuyucusuna iletir, bir anlamlandırma süreci yaşanır. “Sözle ya da bambaşka bir anlamlandırma yoluyla iletişimde bulunduğumuz zaman, göndergenin niteliğine ilişkin düşünceler veririz. Ama bu nesneyle ilgili olarak, iyi-kötü, güzel-çirkin, saygıdeğer-gülünç gibi yargılarda bulunarak kendi tutumumuzu da anlatabiliriz. ... Çünkü her iletişimin amacı alıcıdan bir tepki elde etmektir” (Guiraud, 1994:22).



Şekil-16. Grafik Tasarım Süreci Şeması (Becer, 1997:15)

“Grafik tasarım iletişimin görselleşmesi demektir. Görselleşen tasarım insanlara daha hızlı ve kolay ulaşır” (İstek, 2005:55). Grafik tasarımda da tasarımcı bir amaç doğrultusunda tasarısını gerçekleştirir. Buradaki amaç problemi çözmektir. Bunun için de geniş kitlelere ulaşarak mesajını iletmeye çalışır.

Alıcının katkısı, yani geri dönüt de bu anlamda önemlidir. “Bu işlev, reklâmcılıkla birlikte çok büyük önem kazanmıştır. Çünkü reklâmlarda bildirinin göndergesel içeriği, alıcının güdüsüne yöneltilen göstergeler yanında silinip gider” (Guiraud, 1994:23). Bu durum Becer’in de değindiği üzere (1997:16); “Göndericinin farklı ilgi alanları olan, gittikçe daha fazla uzmanlaşan ve ortak ilgi alanları nedeniyle bir araya gelen bir insan topluluğuna seslenme durumunda olduğunun bilincine varması. ...”ndan ileri gelir.

Düz Anlam: Bir göstergede görünen nesne ile algılanan kavram aynı ise; düz anlam (denotation) söz konusudur. Görünen nesne başka şeyleri çağrıştırıyorsa; yan

anlam (collocative notation) söz konusudur (Teker, 2002:97). Gerek iletişimde gerekse göstergebilimde en üstte yer alan düz anlam, grafik tasarımda da aynı görevi görür. Herhangi bir nesneyle karşılaşıldığında ilk düşünülen, görülen anlamlar, en yalın ifadeler burada toplanırlar.

Şekil-17 ve 18’de görülen çalışmalar, birer afiştir. Çalışmaların afiş olması durumu onları en yalın durumunu ifade eder. İzleyici bu çalışmalardan herhangi biri ile karşı karşıya kaldığında; bunun afiş olduğu tespiti, düz anlam ile değerlendirilen bir durumdur. Her iki çalışmayı yan yana ele almak, düz anlamı kuvvetlendirir. Çalışmalarda kullanılan renkler, düzenlemeler, figürlerden daha çok her ikisinin de afiş olması, afiş olduğu düşüncesi öne çıkar.



Şekil-17, Afiş

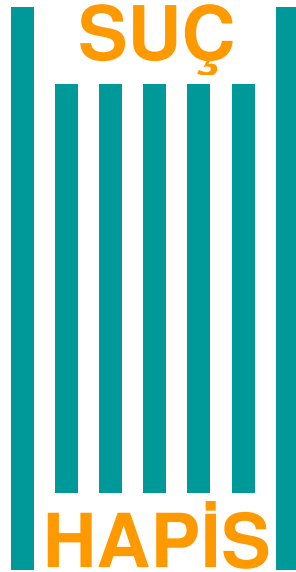


Şekil-18, Afiş

Yan Anlam: “Düz anlam, gösterilenin nesnel olarak ve olduğu gibi kavranmasıyla oluşur. Yan anlamlar ise, göstergeye biçimi ve işlevi nedeni ile bağlı özel değerler anlatır. Bir üniforma bir düzeyi ve bir işlevi düz anlam olarak, bu düzey ve işleve bağlanan saygınlık ve etkileyciliği de yan anlam olarak verir” (Guiraud, 1994:45).

Yan anlam ise düz anlamdan sonra, daha derin bir yapıyı belirtir. Burada düz anlama birikim ve deneyimler eklenerek çıkarımlar meydana gelir. Bu noktada sosyal ve kültürel değerlerin etkisi de söz konusudur.

Suç denince akla ceza, ceza denince de hapis imgesinin gelmesi doğaldır. Ne ilginçtir ki Rus edebiyatındaki Suç ve Ceza isimli eser, bu düşünce biçimini pekiştiren bir etmen olmuştur. Hapis denince de akla gelen demir parmaklıklardır. Dolayısıyla suç ile ilgili bir çalışmada, ilk düşünülen cezadan başka hapis ve daha ilerisinde demir parmaklık imgesinin kullanımı, derin yapıyı oluşturur (Şekil-19). Bu noktada demir parmaklık imgesine dikkat edilmelidir. Demir parmaklık Türkiye'deki cezaevi sisteminin bir parçası değildir. Yabancı sinema ve televizyon yapımları ile güdülenmiş, kuvvetlenmiş bir imgedir.



Şekil-19, Suç ve Hapis



Şekil-20, Marka Koruma Grubu Afiş

Marka Koruma Grubunun düzenlediği afiş yarışmasında konu, markaların korunması, korsan ürünlerin verdiği zarardır. Suç, ceza, hapis düşünce serisine benzer bir durum burada da görülmektedir. Tasarımcı derin yapıyı çalışırken, başka bir dizim ögesini de eklemiştir. Markalarda kullanılan barkot sistemine bir gönderme yaparak, parmaklıklar altına sayılar yerleştirmiştir. Bu imgeyi güçlendirmek üzere de

parmaklıklar barkodu anımsatır derecede farklı kalınlıklarda çalışılmıştır. Oluşan yeni dizim suç ve marka dizimlerini içermektedir.

Barthes düz ve yan anlam ile ilgili olarak (2001:36); “Üçüncü mesaj da bir imgenin kodlanmış göstergeler içerdiği mesajdır ve kültürel bilgiye göre mesaj biçimlenir ve yan anlamı verir. Öyleyse bir reklâm fotoğrafında kodlanmamış göstergeler düz anlamı oluştururken, kodlanmış, simgesel göstergeler de yan anlamı inşa etmekte...” olduğuna değinmektedir.

Mit: Barthes’a göre, birbirleriyle ilişkili kavramlar zinciri olan mitler, bir şey üzerinde düşünme, onu kavramlaştırma ya da anlamının kültürel yoludur. (Yücel, 2005:62). Mitler kavramlar arası ilişkilerden doğar ve kabul görür. Bir bakıma toplumsal anlamlamadır. Bir çeşit inanışa dönüşen mitler, adeta güncellenmeden iş görürler. Kimi zaman mitleri doğuran ve pekiştiren olaylar silsilesi görülür. Ancak bu sürekli devamı beklenen bir durum değildir. Söz konusu olaylar bitse de, hatta mekân ve durumlar değişse de kuvvetli mitler varlıklarını sürdürürler.



Şekil-21, Ziraat Bankası Amblemi

Ziraat Bankası’nın amblemi de bu şekilde ele alınabilir. Ziraat Bankası, Cumhuriyet’in kurulmasıyla birlikte gerçekleştirilen pek çok devlet teşebbüsünden birisidir. Dönemin pek çok alana yayılmış, farklı görevleri olan diğer kurumlar gibi, Ziraat Bankası’nın da kendine özgü bir rolü vardır. Yeni Cumhuriyet’in ziraat işleri ile ilgili kredi, ödeme, çiftçi katkısı gibi alanlarda hizmet vermesi üzere kurulmuş bir bankadır. Amblemi de bundan yola çıkılarak başaktan oluşturulmuş, hem bankanın hem de ülkenin baş harflerine yer verilmiştir. Bugün ise bankanın bıraktığı izlenim devlet güvencesidir. Yola çıkış amacından farklı olarak, özellikle özel bankacılığın aldığı darbeler sonucunda bu devlet bankası, ülkenin vatandaşlarına güven vermektedir. Oysa banka böylesi bir ilkeyle öne çıkarak tanıtımda bulunmamıştır.

Benzer bir anlamlama da Gazi Üniversitesi için geçerlidir. Üniversite yine Cumhuriyet'in ilk atılımlarından biridir ve görevi öğretmen yetiştirmektir. Geçen yıllar içerisinde büyüyen ve gelişen üniversite, öğretmen yetiştiren bölümlerin yanı sıra mühendislik, tıp, hukuk gibi alanlara da sahiptir. Hatta sanat tarihine yön veren pek çok sanatçı yetiştirmiştir. Buna karşılık üniversitenin genel algılanışı öğretmen yetiştirdiği yönünde pekişmiştir.



Şekil-22, Gazi Üniversitesi Amblemi

Simge: Altının zenginliğin simgesi haline gelmesi örneğinde olduğu üzere (s36), altın ile beraber yer alan unsur da statüsünü belirtmiş olur. Altınlar içerisinde oturan bir adam resmi ister istemez zenginliği, adamın da zengin olduğunu düşündürecektir.

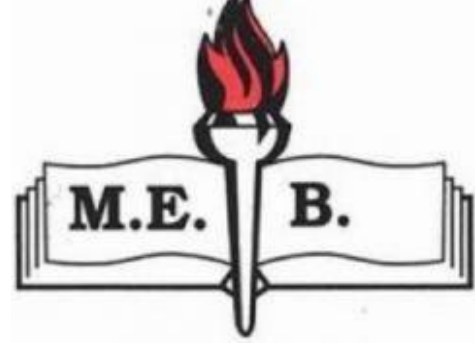


Şekil-23, Rolls Royce Amblemi

Rolls Roys'un zamanla zenginlik simgesi haline gelmesi de benzer bir durumu ifade eder. “Bir nesne, uzlaşım ve kullanım aracılığıyla başka bir şeyin yerine geçmesini mümkün kılan bir anlam kazandığında simge haline gelir. Rolls-Royce zenginlik simgesidir ve bir oyunda Rolls'unu satmak zorunda kalan bir adamı sergileyen sahne, o kişinin isindeki başarısızlığın ve servetini yitirmesinin bir simgesi olabilir” (Fiske, 2003:121). Burada toplumsal çevre de önemlidir. Rolls Royce'un bu anlamda algılanması için o çevrede bu marka arabanın bulunması ve böylesi bir kullanıma sahip olması gerekir. Ancak Türkiye’de benzer bir anlamı BMW taşımakta, Rolls Royce ise konforu hatırlatmaktadır. Kültürler arasında farklılıklar olması doğaldır. Ancak tanıma sadık kalarak bu farklılıkları aşmak mümkündür. Dünya çapında kabul görmüş değerlerden

başka yerel durumlarda tanımdan yola çıkılarak tasnif edilebilir. Benzer şekilde bu değerlerden yeni genellemeler türetilir.

Milli Eğitim Bakanlığı'nın amblemi de benzer şekilde simgeler içerir. Okumaya gönderme yapan bir kitap, eğitim ve aydınlanmayı işaret eden bir meşale tasarımı kendilerine yer bulmuştur. Genel olarak kabul edilen simgelerin burada tekrarlandığı, milli eğitimi ifade etmede bilinen bu simgelerden yararlanıldığı açıkça görülmektedir (Şekil-24). Okuma yazma seviyesinin yükseltilmesi, eğitimin tüm vatandaşlara ulaştırılması, ülkenin, gençlerin aydınlanması, kullanılan meşale ve kitapla anımlanmıştır.



Şekil-24, Milli Eğitim Bakanlığı Amblemi

Eğretileme: Dizinler arasında anlamsal olarak gerçekleşen yer değiştirmeler, eğretileme içinde ele alınırlar. “Zamandan ‘tasarruf sağlama’, zamanı ‘boşa harcama’ ya da bir projeye zaman ‘yatırımı yapma’ üzerinde konuştuğumuzda zamanı paraymış gibi düşünürüz. Zaman elbette paradan farklı bir şeydir -tasarruf edilemez, bir kişi diğerinden daha fazla zaman biriktiremez ve daha fazla zaman kazanmak için yatırım yapılamaz” (Fiske, 2003:126).

‘Geminin suları yarararak geçmesi’ gibi sözel bir ifadede yer bulan eğretilemenin, görsel anlamda tespiti nispeten kolaydır. Görsel anlamda olay ve nesneler ürünün eğretilemesidir. En çok reklâma dayalı afişlerde bu durumu tespit etmek mümkündür.

İhap Hulusi tarafından yapılan afişte, Türkiye İş Bankası'nın vereceği ikramiyeler konu alınmıştır. Evlerin bülbülyuvası adını almasına gönderme yapan bir bülbul, tüm öğeleri bastıran büyüklükte tasarımıda yer almıştır (Şekil-25). Oysa ev ve kuş farklı kavramlardır. Kuşun bir yandan talihi simgelemesi, diğer yandan da

ikramiye dağıtılıyor olması bir arada değerlendirilecek olursa, buradaki öğeler kampanyanın eğretilmesidir.



Şekil-25, Afiş

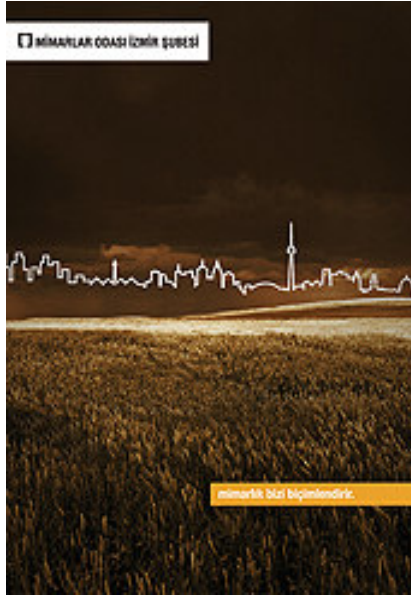


Şekil-26, Afiş

Naneli sakız reklâmlarında veya nane aromalı sigara paketlerinde şelale görüntüsüne yer verilmesi de benzer bir eğretilmedir. Eğretilme, ürün ile nesnesi arasındaki fark arttıkça daha belirgin hale gelirler. Marlboro sigarası afişinde de benzer bir eğretilme görülmektedir (Şekil-26). Bir kovboyun sigara ile arasında görünür bir bağlantı bulunmamasına karşın, farklı dizinler arasında bir yer değiştirme uygulanarak afişe taşınmış hatta şirketin uzun süre uyguladığı kampanya stratejisi haline gelmiştir.

Düzdeğişmece: Parçanın geneli temsil edeceğini varsayarak gelişen gösterilen ve gösteren ilişkisi, düzdeğişmeceleri meydana getirir. Eğretilmeden farklı olarak aynı anlam düzeyleri arasında yer değişme söz konusudur. Bir noktada dizim içindeki öğelerin anlamlı yer değişmesi olarak da ele alınabilir.

Mimarlar Odası İzmir Şubesi'nin düzenlediği afiş yarışmasında derece alan çalışmalardan birinde de düzdeğişmecedan söz edilebilir. Mimari başlığı altında bir dizim oluşturulursa bunun altına bina, yapım, inşa, yeryüzü gibi öğeler yerleştirilebilir. Söz konusu afişte de uçsuz bucaksız bir yeryüzü kesiti seçilmiş, buraya belki ileride yapılacak yapılara gönderme yapan kontörler yerleştirilmiştir (Şekil-27). Aynı dizimden yararlanarak oluşturulan kompozisyonda diğer bir yandan genelleme yapılmıştır. Böylesi bir arazinin imara açılmayacağı olasılığı göz ardı edilerek, her boş alanda bir mimari yapının olması gerektiği, olabileceği varsayılmış ve afişe taşınarak bu yaklaşım genellenmiştir.



Şekil-27, Mimarlar Odası, Afiş



Şekil-28, İhap Hulusi, Afiş

Benzer bir durum İş Bankası için hazırlanan afişte de görülmektedir (Şekil-28). 'Para biriktirirsen el atamayacağın iş yoktur' sloganıyla düzenlenen çalışma, dönemin toplumsal durumunu da yansıtmakta, tutumluluğa da göndermede bulunmaktadır. Öte yandan o toplum içerisinde paraya ihtiyacı olmayan, zengin ya da herhangi bir işe girişme çabası bulunmayanlar yok sayılmış, bu durum genellenmiştir. Ayrıca bir elin kumbara ve para ile ilgili bir afişte kullanılmasının görülen bir nedeni bulunmamaktadır. Bu durumda dizinler arası yer değiştirmenin sonucudur.

Göstergebilimsel olarak bir tasarım ürünün ele alınışında sözü edilen pek çok aşama ve ögenin yanı sıra değerli pek çok tespit ve yaklaşımdan söz etmek mümkündür. Bir tasarım ürününün hangi zaman aralığında, kime hangi şartlarda hangi tasarımcı tarafından yapıldığı, kullanılan teknoloji ve olanaklar, işi talep eden ve çözüm üreten arasındaki diyalog ve beklentiler ya da çevrenin sosyal, ekonomik, kültürel durumları göz ardı edilemeyecek etmenlerdir. Her ne kadar yaklaşım bakımından göstergebilim daha nesnel gözüксе de öğelerinin tespitinde özellikle kültürel yaşayışların etkisi, yerellik unsuru anlamlı olabilecek farklar meydana getirebilir.

BÖLÜM-III

3.YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın yöntemi, verilerin toplanması ve çözümlenmesi üzerinde durulmuştur.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada verilere ulaşmak için, geçmişte ya da halen var olan bir durumu olduğu biçimiyle betimleyen araştırma yaklaşımı olarak tanımlanan, tarama modeli kullanılmıştır.

Grafik tasarım ve göstergebilimi konu alan araştırmada, şimdiki bir durumu belirleyecek olmasından dolayı betimsel yöntem kullanılmıştır. Kaptan’a göre; ... olayların, objelerin, varlıkların, kurumların, grupların ve çeşitli alanların ‘ne’ olduğunu betimlemeye, açıklamaya çalışan araştırma yöntemi betimsel yöntemdir” (1989:34). Araştırmada verilere ulaşmak için literatür taraması yapılmıştır. Literatür taraması grafik tasarım ve göstergebilim ilişkisine ışık tutacak derecede sınırlı tutulmuş, var olan tasarımların irdelenmesi için çeşitli yazılı kaynaklardan faydalanılmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini yükseköğretimde grafik tasarım dersi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Söz konusu ders Güzel Sanatlar Fakülteleri’nin Grafik Bölümlerinin yanı sıra Eğitim Fakülteleri’nin Resim-İş ve Güzel Sanatlar Öğretmenliği bölümlerinde de ana sanat atölye dersi olarak yer almaktadır.

ÖSYM’nin resmi sitesine göre 2007 yılında bu bölümlerin kontenjanı 2375’tir. Göstergebilim ise Görsel İletişim dersi adı altında verilmektedir. Bu dersi

almakta olan öğrenciler ise Grafik bölümlerinde olup yine 2007 yılı kontenjanı itibarıyla sayısı 870'tir. 1505 öğrenci sadece grafik tasarım dersi almaktadır.

2375 öğrenci için ± 0.10 'luk örneklem hatası ile 93 örneklem sayısı yeter görülmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004:50, Kaptan:1998, Karasar:2007). Bu tabloya göre 2375 kişiden oluşan evreni ($\pm$) %10'luk bir yaklaşıklıkla 93 örneklem sayısı temsil eder görülmektedir. Örneklem her iki dersi de alan ve sadece grafik tasarım dersi alan 50'şer öğrenci olmak üzere toplamda 100 öğrenciden oluşmaktadır. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Resim-iş Öğretmenliği ve Dumlupınar Üniversitesi, Grafik bölümlerinden 50'şer öğrenci söz konusu örneklemini oluşturmaktadır.

3.3. Verilerin Toplanması

İlgili literatür taranarak kimi maddeler hazırlanmıştır. Söz konusu maddeler ilgili alanların temel bilgilerini sınayacak şekilde meydana getirilmiştir. Grafik tasarım, göstergebilim ve iki alan ilişkisi ile ilgili olarak, kolay, orta ve zor seviyelerde 18 madde ve bu maddelerin farklı tekrarları ile toplam 36 soru hazırlanmıştır. İç geçerlilik açısından hazırlanan 18 tekrar maddesi daha sonra yarı yarıya azaltılarak madde sayısı 27'ye indirilmiştir. Maddelerin uygun uzunluk, anlaşılabilirlik ve yeterlilik dereceleri hakkında 2 Eğitim Bilimleri uzmanı, 2 Ölçme ve Değerlendirme uzmanının görüşü alınmıştır. Ayrıca dersi alan veya almayan 6 kişilik bir grupta ön uygulama yapılmış, soruların yapısı, anlaşılır olması bakımından pürüzler tekrar düzeltilmiştir. Hazırlanan 27 maddenin; 9'u grafik tasarım, 9'u göstergebilim ve 9'u da iki alan ilişkisi ile ilgilidir.

3.4. Verilerin Analizi

Ölçme araçları ile toplanan veriler istatistiksel hesaplamalarda kullanılan SPSS (The Statistical Packet for the Social Sciences) programı ile çözümlenmiştir. Bunun için ilk önce veriler programa girilmiş, öğrencilerin her bir maddeye verdikleri her cevap işlenerek frekansları ve yüzdeleri hesaplanmıştır. Bu değerlerden yararlanılarak tablolar oluşturulmuştur.

BÖLÜM-IV

4. BULGULAR ve YORUMLAR

Göstergebilimin grafik tasarım dersi alan öğrenciler üzerindeki etkisini betimleyebilmek üzere öğrencilere yöneltilen 27 madde, her iki dersi de alan ve sadece grafik tasarım gören öğrencilere uygulanmıştır.

Söz konusu maddeler ile ilgili veriler değerlendirilirken sadece grafik tasarımı dersi alan öğrenciler ‘Tek Ders Alan Öğrenciler’, grafik tasarım dersinin yanı sıra göstergebilim dersi de gören öğrenciler de ‘İki Ders Alan Öğrenciler’ olarak anılmıştır. Tablolarda ise ‘Tek Ders’ ve ‘İki Ders’ olarak gösterilmiştir.

Maddeler; Grafik Tasarım, Göstergebilim ve İki Alan İlişkisine yönelik olarak hazırlanmıştır. Söz konusu bu üç gruptaki maddelere gösterilen katılımlar da üç ayrı tablo olarak sunulmuştur. Her bir madde ayrı ele alınmış, tek ders ve iki ders alan öğrencilerin maddeye verdikleri cevaplar da tablolarda gösterilmiştir. Tablolar her iki grubun da verdikleri cevapları frekans (f) ve yüzde (%) olarak yansıtmaktadır.

Maddeler içerisinde kimileri tekrar edilmiştir. Tablolarda ifade edilen bulgulara ilişkin yorumlarda, tekrar eden ve benzer görüşleri yoklayan maddeler bir arada ele alınmıştır.

4.1. Bulgular

4.1.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Alt Problem 1: Grafik Tasarım ile ilgili öğrenci görüşleri nedir?

Bu alt probleme cevap bulabilmek için yöneltilen maddelere öğrenci katılımları yüzde (%) ve frekans (f) olarak Tablo-1’de gösterilmiştir.

Tablo 1- Grafik Tasarım İle İlgili Öğrenci Görüşleri

MADDELER	ÖĞRENCİLER	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Fikrim Yok		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum		TOPLAM	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1	TEK DERS	0	0	6	12	4	8	22	44	18	36	50	100
	İKİ DERS	0	0	0	0	7	14	40	80	3	6	50	100
2	TEK DERS	3	6	8	16	24	48	9	18	6	12	50	100
	İKİ DERS	2	4	18	36	19	38	11	22	0	0	50	100
18	TEK DERS	6	12	7	14	23	46	8	16	6	12	50	100
	İKİ DERS	0	0	1	2	6	12	37	74	6	12	50	100
4	TEK DERS	6	12	17	34	13	26	12	24	2	4	50	100
	İKİ DERS	1	2	20	40	26	52	3	6	0	0	50	100
5	TEK DERS	2	4	12	24	15	30	13	26	8	16	50	100
	İKİ DERS	0	0	10	20	15	30	25	50	0	0	50	100
20	TEK DERS	3	6	19	38	15	30	9	18	4	8	50	100
	İKİ DERS	8	16	32	64	8	16	2	4	0	0	50	100
7	TEK DERS	5	10	18	36	6	12	13	26	8	16	50	100
	İKİ DERS	0	0	24	48	12	24	12	24	2	4	50	100
9	TEK DERS	1	2	10	20	10	20	22	44	7	14	50	100
	İKİ DERS	1	2	22	44	15	30	10	20	2	4	50	100
8	TEK DERS	1	2	2	4	5	10	18	36	24	48	50	100
	İKİ DERS	0	0	1	2	3	6	31	62	15	30	50	100

Tablo 1’de yer alan Grafik Tasarım ile ilgili maddeler ve söz konusu verilere ilişkin bulgular şöyledir;

Madde 1 - Tasarım tüm sanat ve insan etkinliklerinin içinde yer alan bir olgudur.

Tasarımın insanoğlunun var olduğundan beri gündemde olduğu ve yaşamın bir parçası haline geldiğini belirten Tepecik, bilim ve teknolojiye paralel olarak sanat dışında her disiplindeki eğilime aynı derecede hitap eder duruma geldiğini söylemektedir (2002:27-28). Emre Becer de Yale Üniversitesi Tasarım Bölümü'nden Profesör Robert Gilliam Scott'un "Ne zaman tanımlanmış bir amaç için bir şey yapıyorsak, o zaman tasarlıyoruz" sözünü aktararak tasarımın salt sanat alanlarıyla ilgili olmadığına göndermede bulunmaktadır (1997:32). Tasarımın sadece bir yetenek ya da sanat ile ilişkili alanlarla sınırlı olmadığı görülmektedir.

Öğrencilerin genel olarak maddeye katılım gösterdikleri ve tasarımın tüm sanat ve insan etkinlikleri içinde yer alan bir olgu olduğu görüşünde oldukları görülmektedir. Ancak tek ders alan öğrencilerin bu temel bilgiye %12 oranında katılmıyor olmaları, öte yandan tüm öğrencilerin %11'inin bu temel bilgi hakkında fikrim yok'u işaretledikleri görülmektedir. Öğrencilerin geneline bakıldığında %83'ünün tasarımın tüm sanat ve insan etkinliklerinin içinde yer alan bir olgu olduğunu düşündükleri ve bu temel bilgiye sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Madde 2 - Grafik tasarım tarihi matbaa ile başlar.

Madde 18 - Grafik tasarım mağara resimlerine kadar uzanmaktadır.

Çevik, grafik sanatının yazı sanatı ile gerçekleştiğini belirtir (1999:114). Grafik tasarımın yazı resim ilişkisi ve çoğaltıma dayalı olması, matbaanın keşfi ile daha anlamlı hale gelmiştir. Ancak matbaadan önce de gerek el yazmaları, gerekse farklı çoğaltım tekniklerinin de var olduğu bilinmekte, hatta ilkel insanın mağara duvarına, boyadıkları ellerinin 'tekrar tekrar' izlerini bıraktıkları, çoğalttıkları görülmektedir. Işingör'ün aktardığı gibi grafik kelime kökü Antik Yunan'a değin uzanmaktadır (1986). Bilhassa Anadolu'da bulunan kimi mühürler, taş baskılar da altı bin yıllık grafik tasarım ürünüdürler. Tepecik 400 bin yıl öncesinde insanlığın el hüneryi olan ve taşın bir araç olarak kullanıldığı ürünlere de bu bakımdan dikkat çekmektedir (2002:17). Hellis, görsel iletişimin uzun bir geçmişi olduğundan söz

ederken, ilk insanın yiyecek için avlanmak üzere hayvanların ayak izlerini sürerken aslında grafiksel bir işarete bakmakta olduğunu vurgular. “Grafik yol işaretleri gibidir, bir şeyi işaret etmektedir ve bu görüntü salt resim veya fotoğraf değildir” (Hellis,2004:7).

Madde 2 ile ilgili olarak; tüm öğrencilerin grafik tasarım dersi aldığı göz önünde bulundurulursa, grafik tasarım tarihinin matbaa ile başladığını düşünen öğrencilerin oranının %31 olması düşündürücüdür. Ayrıca öğrencilerin %43’ünün de fikrim yok’u işaretlediği görülmektedir. Bu temel bilgi ile ilgili olarak öğrencilerin toplamda ancak %31’inin grafik tasarım tarihi ile ilgili fikri olduğu, grafik tasarım tarihinin matbaa ile başlamadığını bildikleri görülmektedir.

Madde 18 içinse; Tek ders almış öğrenciler, Madde 2’dekine benzer bu maddeye %28 katılım gösterirken, iki ders almış öğrencilerde bu oran %86’dır. Öte yandan iki ders alan öğrencilerin %12’si fikrim yok, %2’si ise katılmıyorum yönünde görüş bildirirken bu oran tek ders alan öğrencilerde fikrim yok için %46, katılmıyorum için %26’dır. Alan ile ilgili bu temel bilgiye iki ders alan öğrencilerin sahip olduğu görülmektedir.

Grafik Tasarım ile ilgili temel bilgiyi yoklayan bu iki madde üzerinde, iki ders alan öğrencilerin katılımlarının Madde 18’de yükseldiği, Madde2’de ise her iki grup öğrencinin de katılımlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Tekrar eden maddelere iki ders alan öğrencilerin katılımları farklılık göstermekte, tüm öğrencilerin her iki maddeye katılımlarından da bu temel bilgiye sahip olmadıkları anlaşılmaktadır.

Madde 4 - Bilgi toplama, problemi tanıma gibi işlemlerin grafik tasarımıyla ilgisi olduğunu düşünmüyorum.

Problemin tanımı, bilgi toplama, yaratıcılık ve buluş süresi, çözüm bulma, uygulama aşamaları tasarım sürecini meydana getirmektedir (Becer, 1997:39). Tepecik de tasarımıyla ilgili ön hazırlıklardan bahsederken problemin tanımlanması,

amaca yönelik araştırma, çözüme karar verme süreçlerine değinmektedir (2002:94). Tasarım da amaca yönelik her girişim gibi bir plana ihtiyaç duyar. Bir problemin çözümüne yönelik çalışmalarda da problemin kapsamlı tetkiki, imkân ile olanakların tespiti ve buna yönelik bilgilerin derlenmesi salt tasarıma yönelik bir tutum da değildir.

Sadece grafik dersi almış öğrencilerin %46'sı söz konusu işlem basamaklarını bilmektedir. Diğer yandan iki ders almış öğrencilerin %42 gibi daha yüksek bir değere ulaştığı ancak, %52'sinin de fikri olmadığı görülmektedir. Her iki grup içinde katılıyorum ve fikrim yok yüzdeleri düşündürücüdür. Öğrencilerin grafik tasarım süreçleri ile ilgili temel bilgilere sahip olmadıkları anlaşılmaktadır.

Madde 5 - Grafik Tasarım çoğaltıma dayalı olmasıyla öne çıkar.

Madde 20 - Çoğaltım tekniklerinin grafik tasarımla ilgisi yoktur.

Grafik tasarımı tanımlarken sözü geçen “yazı ve resmin yüzeyler üzerinde düzenlenmesi”; sadece belli bir yüzey ve yazı ile sınırlı kalmamakla beraber tek bir tasarımın tek bir nüshasını da ifade etmez. Grafik kelimesinin fotoğraf, serigraf gibi çoğaltım ile ilişkili alanlarda geçiyor olması da göze çarpmaktadır. Öte yandan ‘çoğaltma’ amacı, matbaanın icadından sonra grafik tasarımın gelişimini daha da hızlandırmıştır. Kınık, grafik tasarım ve üretim teknolojilerini bir arada ele almış ve basımcılığın gelişimine ağırlık vererek çoğaltım yönüne vurgularda bulunmuştur (2005:9). Benzer şekilde Tepecik de, grafik sözcüğünün yazmak, çizmek, görüntülemek ve çoğaltmak anlamında yorumlandığına dikkat çeker (2002:17). Sözen ve Tanyeli de grafik sözcüğünün tanımını yaparken özellikle tasarımların kitle iletişim araçlarında kullanılmak üzere düzenlendiğine değinirler (1987).

Madde 5'e ilişkin olarak; tüm öğrencilerde dağılım birbirine yakın gözükmeyle beraber, grafik tasarım ile ilgili bu temel özellik hakkında iki ders alan öğrencilerin katılımın daha yüksek olduğu görülmektedir. Yine de öğrencilerin büyük çoğunluğunun toplamda %54'e varan oranlarda fikrinin olmaması ve

katılmıyor olması dikkat çekicidir. Öğrencilerin grafik tasarımın en önemli özelliği olan çoğaltım yönünü bilmedikleri anlaşılmaktadır.

Madde 20 içinse; tek ders alan öğrencilerin grafik tasarım ile ilgili bu temel bilgiye katılımları %26 olup, %30'unun fikrinin olmadığı, %44'ünün ise katılmadığı görülmektedir. İki ders alan öğrencilerin %80'inin katılmadığı, %16'sının fikrinin olmadığı, %4'ünün ise katıldığı görülmektedir. İki ders alan öğrencilerin grafik tasarım ile ilgili bu temel özelliği kavradıkları anlaşılmaktadır.

Her iki maddeye yönelik olarak, iki ders alan öğrencilerin katılımının daha yüksek olduğu ancak, öğrencilerin genelinin grafik tasarımın çoğaltım ile ilişkisini kavramadıkları görülmektedir.

Madde 7 - Grafik tasarımda tasarım ilke ve elemanlarının gözetilmesi başarı için yeterlidir.

Madde 9 - Bir tasarım, işveren benimsemese de tasarım ilkeleriyle örtüşüyorsa başarılıdır.

Becer, tasarım süreçlerinde uygulama aşamasını aktarırken; müşteri tarafından onaylanmadıkça, en iyi çözümün dahi değer taşımasını tasarım mesleğinin bir cilvesi olduğundan bahsetmektedir (1997:56). Tepecik de hazırlanan çalışmaların görsel ve teknik olarak ne kadar yeterli olursa olsun, müşteri onayı olmadan sadece tasarım olarak kalacağına değinmektedir (2002:99).

Öğrencilerin büyük çoğunluğu Madde 7'de geçtiği gibi grafik tasarımda tasarım ilke ve elemanlarının gözetilmesinin başarı için yeterli olduğunu düşünmektedir. Tek ders alan öğrencilerin ise yarıya yakını bu fikre katılmamaktadır. İki ders alan öğrencilerde ise bu oran %48'dir. Toplamda öğrencilerin %18'inin ise fikrim yok'u işaretlediği görülmektedir. Öğrencilerin bir grafik tasarım ürünün başarılı olması için nelerin gözetileceğini bilmedikleri görülmektedir.

Madde 9'a ise tek ders alan öğrencilerde katılıyorum diyenlerin oranı %58 iken, iki ders alanlarda %24'tür. Tek ders alan öğrencilerin bir tasarımın başarısının sadece tasarım ilkeleri ile örtüşmesiyle oranlı olduğu düşüncesinin ağır bastığı görülmektedir. Tek ders alan öğrenciler bir tasarımın başarısını tasarım ilkeleriyle sınırlı görürken, iki ders alan öğrencilerin bu görüşe katılmadığı ve başarının salt tasarım ilkelerine indirgenemeyeceğini kavramış olduğu görülmektedir.

Birbirini tekrar eden maddelere öğrencilerin katılımı farklılık göstermektedir. Salt tasarım ilke ve elemanlarının gözetilmesine yönelik olarak iki grup öğrencinin de katılımları birbirine yakinken, Madde-9'da tek ders alan öğrencilerin katılımı farklılık göstermiştir. Özellikle tek ders alan öğrencilerin grafik tasarım ile ilgili bu temel bilgiye sahip olmadıkları anlaşılmaktadır.

Madde 8 - Grafik tasarım, farklı alan bilgilerini de gerektirir.

Heller, grafik tasarımcı olmak için kişinin en azından internet ve yeni medyaları bilmesi gerekliliğinden bahseder (2002:7). Çağdaş grafik tasarım her ne kadar gelişen teknolojik imkânlarla yükünü hafifletmişse de grafik tasarımın, bu iki gereklilikten fazlasına ihtiyacı olduğu görülmektedir. Kınık'ın değindiği kâğıt malzemesinin ya da tipografik unsurların yanı sıra baskı teknolojileri de grafik tasarımın bilgisine ihtiyaç duyduğu alanlardır. Benzer şekilde Heller'de internet ve yeni medyaların bilinmesi gereğine vurgu yapmakla beraber grafik tasarımcı olma yolunda mutlaka alan eğitiminin şartına da değinerek farklı kademelerde eğitim veren okulları ve eğitim içeriklerini de aktarmıştır (Kınık;2005, Heller,2002).

Grafik tasarımın farklı alan bilgilerini gerektirdiği görüşüne iki grup öğrencilerinin de neredeyse tamamı katılmaktadır (%88). Katılmıyorum ve fikrim yok diyen öğrenci sayısı iki ders alan öğrenci grubunda daha azdır (%12). Katılıyorum diyen öğrenci oranının iki ders alan öğrencilerde daha yüksek olduğu görülmektedir. Öğrencilerin grafik tasarımın diğer alanlarla olan ilişkisinin farkında olduğu anlaşılmaktadır.

4.1.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Alt Problem 2: Göstergebilim ile ilgili öğrenci görüşleri nedir?

Bu alt probleme cevap bulabilmek için yöneltilen maddelere öğrenci katılımları yüzde (%) ve frekans (f) olarak Tablo-2’de gösterilmiştir.

Tablo 2- Göstergebilim İle İlgili Öğrenci Görüşleri

MADDELER	ÖĞRENCİLER	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Fikrim Yok		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum		TOPLAM	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
10	TEK DERS	3	6	14	28	11	22	18	36	4	8	50	100
	İKİ DERS	1	2	44	88	2	4	2	4	1	2	50	100
11	TEK DERS	2	4	4	8	32	64	9	18	3	6	50	100
	İKİ DERS	0	0	9	18	14	28	27	54	0	0	50	100
24	TEK DERS	5	10	6	12	32	64	2	4	5	10	50	100
	İKİ DERS	2	4	10	20	18	36	20	40	0	0	50	100
13	TEK DERS	2	4	3	6	40	80	4	8	1	2	50	100
	İKİ DERS	0	0	3	6	35	70	12	24	0	0	50	100
15	TEK DERS	1	2	5	10	26	52	14	28	4	8	50	100
	İKİ DERS	0	0	0	0	16	32	33	66	1	2	50	100
22	TEK DERS	1	2	7	14	29	58	9	18	4	8	50	100
	İKİ DERS	0	0	1	2	47	94	2	4	0	0	50	100
17	TEK DERS	6	12	8	16	29	58	6	12	1	2	50	100
	İKİ DERS	3	6	32	64	14	28	1	2	0	0	50	100
3	TEK DERS	1	2	2	4	20	40	19	38	8	16	50	100
	İKİ DERS	1	2	0	0	24	48	23	46	2	4	50	100
19	TEK DERS	3	6	6	12	25	50	10	20	6	12	50	100
	İKİ DERS	0	0	1	2	24	48	21	42	4	8	50	100

Tablo 2’de yer alan Göstergebilim ile ilgili maddeler ve söz konusu verilere ilişkin bulgular şöyledir;

Madde 10 - Göstergebilim bilgisine sahip değilim.

Öğrencilere, göstergebilim bilgisine sahip olup olmadıklarını belirlemek üzere hazırlanan bu maddeden tek ders alan öğrencilerin %34'ünün göstergebilim bilgisine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan göstergebilim dersi gören, iki ders almış öğrencilerin ise %4'ünün fikrinin olmadığı, %6'sının ise dersi almalarına rağmen bu bilgiye sahip olmadıkları yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir.

Madde 11 - Göstergebilim 'yazın' ile ilgili bir felsefedir.

Madde 24 -Göstergebilim edebiyat ile sınırlı bir düşüncedir.

Erkman'ın da belirttiği gibi iletişim dizgesi denince kuşkusuz ilk akla gelen dildir. Ama göstergebilim dille başlayıp dille bitmemektedir. Toplumsal ortak payların hepsi bir dildir ve iletişime yarar (Erkman,1987:31). Eco da benzer şekilde göstergebilimin, toplumsal uzlaşmalara dayanarak birbiriyle ilişki kuran insanların söz konusu olduğu durumları iletişim süreçleri sayıp incelediğini vurgular (Eco, 1972:32). Dolayısıyla her ne kadar göstergebilimin odağı yazın ve dil üzerindeyse de sınırı yazı ile başlayıp bitmemektedir.

Madde 11 için; tek ders alan öğrencilerin %24'ünün göstergebilimin 'yazın' ile ilgili bir felsefe olduğunu düşündükleri görülmektedir. %12'si ise, bu görüşe katılmamaktadır. Ancak iki ders alan öğrenciler, %54 gibi yüksek bir katılımı göstergebilimin 'yazın' ile ilgili olduğu görüşü bildirmiştir. Söz konusu dersi alan öğrencilerin alanlar arası ilişki bilgisine sahip olmadıkları anlaşılmaktadır.

Madde 24'te ise; tek ders alan öğrencilerin %64'ünün fikrinin olmadığı, %22'sinin katılmadığı, %44'ünün ise göstergebilimin edebiyat ile sınırlı olduğunu düşündüğü görülmektedir. Ancak bu oranlar iki ders alan öğrencilerde; %24 katılmıyorum, %36 fikrim yok, %40 katılıyorum şeklindedir. İki ders alan öğrencilerin %24'ü göstergebilimin sadece edebiyatla sınırlı olmadığını düşünmektedir. Bu öğrencilerin söz konusu dersi başka alanlarla ilişkilendirmeden gördükleri anlaşılmaktadır.

Madde 13 - Göstergebilim Yunan felsefesine dayanır.

Göstergebilim 20. yüzyılın gereksinimlerine cevap veren dolayısıyla da 20. yüzyılda oluşmuş bir bilim dalıdır. Göstergebilim de diğer bilim dalları gibi sıfırdan oluşmamış, pek çok kavramı başka bilim dallarında da kullanıla gelmiştir. Ancak bu tarihsel bağları Antik Yunan'dan başlatmaktansa 20. yüzyıl başlarındaki kaynaklara bakmakta fayda vardır (Erkman,1997:27). Mehmet Yalçın da çevirisini yaptığı Guiraud'un Göstergebilim'inin önsözünde; 70'li yıllarda göstergebilimin kuruluşunu gerçekleştirmeye başladığına değinir (1990:7). Göstergebilim de pek çok bilim dalı gibi, kökleri Antik Yunan'a değin uzanan bir alandır. Ancak bir bilim dalı oluşu ve 'göstergebilim' olarak üzerine sistemli olarak düşünülmesi 20. yüzyılda gerçekleşmiştir.

Öğrencilerin genelinin söz konusu madde ile ilgili fikrinin olmadığı görülmektedir. Tek ders alan öğrencilerde katılıyorum ve katılmıyorum oranları eşit iken (%10), iki ders alan öğrencilerin %24'ü göstergebilimin yunan felsefesine dayandığını düşünmektedir. %6'sı ise bu görüşe katılmamaktadır. Göstergebilim dersi almalarına karşın iki ders alan öğrencilerin %70'inin, tek ders alan öğrencilerin ise %80'inin bu temel bilgi hakkında fikir sahibi olmadıkları görülmektedir. Göstergebilim görmüş olmalarına rağmen öğrencilerin %70'inin fikrinin olmadığı yönünde görüş bildirmesi dikkat çekmekte, ancak %6'sının bu görüşe katılmadığı görülmekte ve iki dersi de gören öğrencilerin alan ile ilgili bu temel bilgiyi almadıkları anlaşılmaktadır.

Madde 15 - Göstergebilimde alıcı-kaynak arasında bir iletişim söz konusudur.

Madde 22 - Göstergebilimde iletişimden ziyade bilgileri organize etmek söz konusudur.

Erkman'ın Roman Jakobson'un insan bilimlerini gösteren şemasını özetlerken; Jakobson'un insanbilimlerini tek merkezli çemberler halinde dilbilimin çevresine dizdiğini belirtir (Erkman,1987:29). Jakobson dilbilimi merkeze aldığı

şemasında sırasıyla göstergebilim, antropolojik iletişim bilimini ve biyolojik iletişim bilimini ele almaktadır (Holenstain,1975:190).

Jakobson'un dilbilimi merkeze almasının nedeni, dilin kurallı ve özerk bir yapıya sahip olmasıdır. İletişimle ilgisi olmayan hiçbir kültürel ve toplumsal olgu düşünülemez, dil de iletişimin en gelişkin biçimidir (Erkman,1987:29). Guiraud da Sassure'un göstergebilim ile ilgili tanımını aktarırken bir kavramla iletişim imgesinin birleşmesinden bahseder ve göstergebilimin anlama olan yaklaşımında iletişimin de yer almasını; her iletişimin anlam içerdiğine değinerek vurgular (1994:8-9).

Madde 15'e yönelik olarak; tek ders alan öğrencilerin %52'sinin fikrinin olmadığı öte yandan %12'sinin de bu görüşe katılmadığı görülmektedir. Bu grupta, göstergebilimde alıcı-kaynak arasında bir iletişimin söz konusu olduğunu düşünenlerin oranı %36 iken, iki ders alanlarda bu oran %68'dir. Göstergebilim dersi alan öğrencilerin, alan ile ilgili bu temel bilgiyi tam olarak kavramadıkları söylenebilir.

Madde 22 içinse; tek ders alan öğrencilerin göstergebilim ile ilgili bu temel soruya katılımları %26 olmuştur. Öte yandan bu öğrencilerin %58'i fikrinin olmadığı, %16'sı da katılmadıkları yönünde görüş bildirmişlerdir. Bu oranlar; iki ders alan öğrencilerde %94 oranında fikrim yok yönündedir.

Her iki madde de ele alındığında; tek ders alan öğrencilerin göstergebilim ile ilgili çıkarımda bulunduğu ve iki maddeye de katılımlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Fakat iki ders alan öğrencilerin her iki maddeye katılımlarında farklılıklar olduğu, aynı bilgiyi yoklayan maddelere katılımlarındaki bu farklılıktan da konu ile ilgili bilgilerinin oturmadığı anlaşılmaktadır.

Madde 17 - Simge, ikon gibi öğelerin göstergebilimle ilgisi olduğunu sanmıyorum.

Madde 3 - Başka bir şeyin yerini tutan her şey, nesne ya da resim olsun göstergedir.

Pierce göstergeleri sınıflandırırken; gösterilen-gösteren ilişkisi açısından göstergeyi üçe ayırır: belirti (indiz), görüntüsel gösterge (ikon) ve simge (sembol) (Erkman,1987:46). Barthes da göstergebilim ilkelerini anlatırken gösterge başlığı altında gösterge çeşitlerine; simge, ikon gibi pek çok öğeye değinmektedir (2005:44). Guiraud da göstergenin biçimi üzerine yazdıklarında hem göstergenin çeşitlerine değinmekte hem de bir yasak çizgisini, bir kamyonu birlikte içeren bir yol panosunda da sıradan göstergeler yığını olduğunu örnek göstererek nesne ya da resmin de gösterge olabileceğini söylemektedir(1994:48).

Madde 17’de, tek ders alan öğrencilerinin %58 oranında fikrinin olmadığı, ancak %14’ünün katılım gösterdiği görülmektedir. İki ders alan öğrenciler ise %70 gibi yüksek bir katılım göstermiş ancak bu öğrencilerin %28’i fikrinin olmadığı, %2’si ise katılmadığı yönünde görüş bildirmişlerdir. Göstergebilim ile ilgili bu temel bilgiye katılım farkı iki grup arasında açıkça görülmekte, iki ders alan öğrencilerin alan ile ilgili temel öğeleri bildiği anlaşılmaktadır.

Madde 3’te ise; öğrencilerin büyük çoğunluğunun katıldığı görülmektedir. Öte yandan tek ders ve iki ders alan öğrencilerin seçeneklere katılımları neredeyse birbirine eşit olmakla birlikte, göstergebilim almış olan öğrencilerin yarıya yakınının fikrinin olmaması düşündürücüdür. Göstergebilim dersi görmeyen öğrencilerin katılımları, dersi alan öğrencilerden daha yüksek olup bu öğrencilerin göstergebilimin ne olduğuna dair çıkarsama yapabildikleri, dersi gören öğrencilerin ise ders ile ilgili bu temel bilgiyi kavrayamadıkları görülmektedir.

Madde 19 - Göstergebilim insanların anlamak için kullandığı her türlü doğal davranış ve dili içerir.

“Umberto Eco (göstergebilim) alanın tanımlamasını yaparken alt eşik olarak hayvanlar arasındaki iletişimi, üst eşik olarak da en gelişmiş insan iletişimi olan sibernetiği sayar. Eco’ya göre göstergebilim en doğal ve kendiliğinden oluşan iletişim dizgelerinden en karışık kültürel dizgelere kadar uzanan bir yelpaze üzerinde yer alır. Göstergebilim tüm kültürel olguları; iletişim süreçleri sayar ve inceler” (Erkman,1987:31). “İletişim, göstergeler (işaretler, imler) aracılığıyla bir kişiden ya da gruptan bir başka kişi ya da gruba, bilginin, fikirlerin, tutumların veya duyguların kısaca anlamın iletilmesidir. İletişimin oluşabilmesi için; Gönderici... Kanal... Mesaj... Alıcı zincirinin gerçekleşmesi söz konusudur” (Fırat,1998:4). Bunlara paralel olarak Erkman da göstergebilimin tanımını yaparken; insanların birbirleriyle anlamak için kullandıkları doğal diller, davranışlar, görüntülere vb. değinerek her anlamlı bütünün çeşitli birimlerden oluşan dizgeler olduğuna ve dolayısıyla göstergebilimin alanına girdiğine dikkat çeker (1987:12).

Göstergebilim ile ilgili bu temel maddeye tek ders alan öğrenciler %32 oranında katılım göstermişlerdir. Bu öğrencilerin %50’si fikrim yok, %18’si katılmıyorum seçeneğini işaretlerken; iki ders alan öğrencilerin maddeye katılımı %50’dir. Öte yandan iki ders alan öğrencilerin %48’sinin fikrinin olmadığı, %2’sinin de katılmadığı görülmektedir. Göstergebilim dersi almasına karşın iki ders alan öğrencilerin alan bilgisini tam olarak kavramadıkları anlaşılmaktadır.

4.1.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular

Alt Problem 3: İki alan ilişkisi ile ilgili öğrenci görüşleri nedir?

Bu alt probleme cevap bulabilmek için yöneltilen maddelere öğrenci katılımları yüzde (%) ve frekans (f) olarak Tablo-1’de gösterilmiştir.

Tablo 3- İki Alan İlişkisi İle İlgili Öğrenci Görüşleri

MADDELER	ÖĞRENCİLER	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Fikrim Yok		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum		TOPLAM	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
12	TEK DERS	5	10	8	16	15	30	20	40	2	4	50	100
	İKİ DERS	0	0	15	30	20	40	15	30	0	0	50	100
16	TEK DERS	2	4	15	30	19	38	10	20	4	8	50	100
	İKİ DERS	0	0	11	22	31	62	8	16	0	0	50	100
21	TEK DERS	5	10	8	16	27	54	9	18	1	2	50	100
	İKİ DERS	3	6	17	34	29	58	1	2	0	0	50	100
14	TEK DERS	0	0	7	14	29	58	10	20	4	8	50	100
	İKİ DERS	0	0	0	0	38	76	12	24	0	0	50	100
23	TEK DERS	1	2	3	6	24	48	14	28	8	16	50	100
	İKİ DERS	0	0	0	0	29	58	21	42	0	0	50	100
27	TEK DERS	8	16	7	14	26	52	5	10	4	8	50	100
	İKİ DERS	2	4	12	24	36	72	0	0	0	0	50	100
25	TEK DERS	3	6	4	8	23	46	16	32	4	8	50	100
	İKİ DERS	0	0	0	0	38	76	12	24	0	0	50	100
26	TEK DERS	1	2	4	8	28	56	14	28	3	6	50	100
	İKİ DERS	1	2	5	10	42	84	2	4	0	0	50	100
6	TEK DERS	0	0	5	10	24	48	17	34	4	8	50	100
	İKİ DERS	0	0	3	6	34	68	12	24	1	2	50	100

Tablo 3’de yer alan İki Alan İlişkisi ile ilgili maddeler ve söz konusu verilere ilişkin bulgular şöyledir;

Madde 12 - Grafik tasarımda göstergebilim bilgisinden nasıl faydalanacağımı bilmiyorum.

Madde 16 - Grafik tasarım ile göstergebilim beraber ele alınabilecek alanlardır.

Grafik tasarımın, kitlesel iletişim araçlarını kullanarak bir mesaj kaygısını iletme gayesinde oldu göz önüne alınırsa; bu mesajın anlamı ve belleklerde yer etmesini sağlayacak farklılığı üzerinde durmak gerekir. “Bir felsefe sorunu olarak anlam, nasıl olup da evrenin bir bölümünün ya da bir olanaklılığın yansıtıldığı düşünce veya mesajın söylenimlere katıldığını sorduğumuzda ortaya çıkar... Anlam, söylenimlerin mesajların iletilebilmesini sağlayan özelliklerinde aranmalıdır” (Denkel,1984:12). “Ağacı temsil eden bir nesne yaratmalıyım. Ağacın göstergesi. Ve öyle bir gösterge ki daha önce hiçbir sanatçının eserinde var olmamış...örneğin şu 33 çizerek yaprak yapan ressamalar. Bu diğer insanların dışavurumunu reddetmenin tek yolu. Diğerleri kendi göstergelerini, imlerini keşfettiler. Bir şeyi devralmak ölü bir şeyi devralmaktır. Ben kendi özelliğimi taşıyan bir gösterge bulmak istiyorum. Bunlar ileride ortak dilde anlaşılabilir yeni resimsel göstergeler olacak. Bir sanatçının önemi görsel dile kattığı yeni göstergelerin, imgelerin çokluğuyla ölçülür” (Veltrusky,1976:253). Denkel ve Veltrusky’nin söylemlerinden yola çıkılarak; grafik tasarım ve göstergebilimin birbirine yabancı olmadığı söylenebilir.

Madde 12’de, öğrencilerin büyük çoğunluğunun grafik tasarımda göstergebilim bilgisinden nasıl faydalanacaklarını bilmedikleri görülmektedir. Tek ders alan öğrencilerin %26’sının, iki ders alan öğrencilerin ise %30’unun bu bilgiye sahip oldukları görülmektedir. Aradaki farkın %4 olması dikkat çekicidir. Göstergebilim dersi almış olmalarına karşın bu bilgiden nasıl faydalanacağını bilmeyen öğrencilerin alanları birbiriyle etkileşimli almadıkları anlaşılmaktadır.

Madde 16’da ise; tek ders alan öğrencilerin göstergebilim bilgisini grafik tasarıma nasıl aktarabileceğini bilmediği görüşü bildiren öğrenci oranı %28, fikri olamayanların oranı ise %38’dir. Bu oran iki ders alan öğrencilerde %22 iken katılan öğrenci oranı %16’da kalmış, %62 gibi bir çoğunluk da fikir sahibi olmadığını belirtmiştir. Tek ders alan öğrencilerin %34’ünün, iki ders alanların ise %22’inin

göstergebilim bilgisini grafik tasarıma nasıl aktarabileceğini bildiği anlaşılmaktadır. İki ders alan öğrencilerin iki alanı etkileşimli almadığı anlaşılmaktadır.

Tek ders alan öğrencilerin, bilgi sahibi olmadıkları bir alan için katılımları yadırgatıcı değilken; iki dersi de almış öğrencilerin genelinin göstergebilim bilgisini alanlarına nasıl aktarabileceklerini bilmedikleri, grafik tasarım ve göstergebilim arasında da bir ilişki olup olmadığını kavramadıkları anlaşılmaktadır. Bu durum, söz konusu öğrencilerin iki alan bilgisini etkileşimli almadıklarını düşündürmektedir.

Madde 21 - Göstergebilim - Grafik tasarım arasında bir ilişki olduğunu sanmıyorum.

Moriarty'nin belirttiği gibi “Bir suçu çözmek için ipuçlarını, bir hastalığa tanı koymak için semptomları analiz etmek, ya da MTV'deki bir klibi anlamlandırmaya çalışmak için bir takım göstergeleri yorumlamak zorunda kalırız. Bunların çoğu da görseldirler” (Moriarty,1995). Bilhassa yakın zamanda göstergebilimin, yazın ve dil eksenindeki odağı iletişim ve anlamı merkeze almasıyla pek çok alana yönelmiştir. Henüz yeni sayılan bu bilim için, üstüne düşünme pek çok alanda olduğu gibi metin ile başlamıştır ve diğer alanlara doğru genişlemektedir. “Dışsal biçim, sanatsal öğenin maddi biçimini ortaya koyar. Bu imgenin bir dış gerçekliğe dönüşmesini sağlar, dolayısıyla imge, bir iletide bulunur. Sanatsal imgenin iletişimsel yönü, yani bir dil olma özelliği göstergebilimin inceleme alanına girmesine neden olur” (Aksüt,2002:23).

Madde ile ilgili olarak; tek ders alan öğrencilerin grafik tasarım ile ilgili bu temel bilgiye katılımları %26 olup, %30'unun fikrinin olmadığı, %44'ünün ise katılmadığı görülmektedir. İki ders alan öğrencilerin %80'inin katılmadığı, %16'sının fikrinin olmadığı, %4'ünün ise katıldığı görülmektedir. İki ders alan öğrencilerin grafik tasarım ile ilgili bu temel özelliği kavradıkları anlaşılmaktadır.

Madde 14 - Çoğu kavramıyla göstergebilim, grafik tasarım öğelerini açıklayabilir.

“Saussure’a göre dil ile görsel iletişim arasında temel bir fark vardır. Dil, her an diğer dizgeleri aşar, herkesi ilgilendirir, tüm topluma yayılmıştır, günlük olarak kullanılır. Bu nedenle diğer sistemlerle karşılaştırılmaz... Sanat tarihini incelemek için sayısı gün geçtikçe artan bilim dalı vardır. Bunların sonuçları araştırdıklarını aydınlatırken belli bir açıdan ele alır. Bu eleştirel özgürlüğün bir kanıtıdır... Göstergebilimsel bilinç, görsel iletişim olarak adlandırılan alanı (bir işaret, ikon, imaj, ya da benzeri ile izleyici arasındaki diyalog) inceleyerek geliştirebilir. Yukarıda da belirtildiği gibi bu diyalog birçok farklı disiplinin nesnesi haline gelmiştir” (Battisti,1979:744-745).

Öğrencilerin genelinin fikrinin olmadığı görülmekte, tek ders alan öğrencilerin %28’i göstergebilimin çoğu kavramıyla grafik tasarım öğelerini açıklayabileceğini düşündüğü görülmektedir. Bu oran tek ders alan öğrencilerde %24’tür. İki ders alan öğrencilerde bu fikre katılmayan öğrenci yokken, tek ders alan öğrencilerde bu oran %14’tür. İki ders alan öğrencilerin %76’sının fikrim yok’u işaretlemesi ise dikkat çekicidir. İki ders alan öğrencilerin, alanlar arasındaki ilişkiyi kuramadıkları görülmektedir.

Madde 23 - Göstergebilim bilgisinin tasarım bilgimi zenginleştireceğini düşünmüyorum.

Madde 27 - Göstergebilimin grafik tasarıma katkısı olduğunu sanmıyorum.

Grafik tasarım, kitle iletişim araçlarını kullanarak bir mesajı iletme kaygısı taşır, amaçlıdır. Dolayısıyla temel iletişimin mesaj iletme, kodlama ya da kod çözme gibi kaygılarını taşır. “Bir sanatçı, eğer iyi ve özgün bir sanat yapıtı vermek istiyorsa, hep yeni bir şifre oluşturma kaygısı taşır. Ne var ki, yeni şifre, eski şifrelerin ipuçlarıyla çözülemezse, yapıt o denli bireysel kalır ki, yalnızca kendini yaratan sanatçı (ve belki de sanatçının bir iki yakını) tarafından anlaşılır, dolayısıyla izleyiciyle sanat yapıtı arasında iletişim kurulamaz. Öte yandan şifre çok kolay

çözülüyorsa, bu da yapıta, bayağı, sıradan gibi sıfatların yakıştırılmasına yol açar... Sanatçı bu açıdan, biraz da iki ucu keskin bir bıçağın sırtındadır”(Erkman,1987:75). Mesajını iletmede yazı ve resim ilişkisini kullanan grafik tasarım için; hitap edeceği kitleyi çözümlemesi de gereklidir. “Resimsel imge (işaret) rasgele seçilmişse ve belirli bir gösterenle öncesel bir benzerlik gerektirmiyorsa, gösterilenin izahı tümüyle dünyayı gözlemlemeye dayanan, deneyimden oluşan genellemeye dayanır. Aristoteles şu cümlesiyle bunun bilincinde olduğunu göstermiştir: Bir objeyi önceden görmemiş biri, onun imitasyonundan hiç zevk almayacaktır”(Cameron, 1979:750). Göstergebilim iletişimi merkezine alarak ve bu iletişimin anamlama-anlam süreçlerine eğilerek grafik tasarım için de çözüm yolları sunmaktadır.

Madde 23'te; iki ders alan öğrencilerin %42'si göstergebilim bilgisinin tasarım bilgisini zenginleştireceğini düşünmektedir. Bu öğrencilerin %58'inin fikrinin olmadığı, tek ders alan öğrencilerin ise %44'ünün katıldığı, %48'inin fikrinin olmadığı, %8'inin de katılmadığı görülmektedir. Öğrencilerin %43'ü göstergebilimin tasarım bilgisini zenginleştireceğini düşünmektedir.

Madde 27'de ise; iki ders alan öğrencilerin hiçbirinin katılıyorum yönünde görüş bildirmediği bu maddeye; %28'inin katılmadığı, %72'sinin ise fikrinin olmadığı görülmektedir. Tek ders alanlarda ise; katılmayan öğrenci oranı %30, fikrim yok %52, katılıyorum ise %18'dir. İki ders alan öğrencilerin %72'sinin fikrinin olmamasına karşın, %28'i göstergebilimin grafik tasarıma katkısı olduğunu düşünmektedir.

Madde 25 - Göstergebilimin anlam ve anamlama çözümlemeleri, grafik tasarıma uygulanabilir.

“Anamlama, bir nesneyi, bir varlığı, bir kavramı, bir olayı, bunları anlığımızda canlandırabilecek bir göstergeye bağlayan oluşturmaktır: Bir bulut yağmur göstergesidir; yukarı doğru kalkan kaşlar şaşkınlığın, bir köpeğin havlaması kızgınlığın, “at” sözcüğü bir hayvanın göstergesidir. Demek ki gösterge uyarıcı bir şeydir...Uyaranın organizma üstündeki etkisi bir başka uyaranın belleksel imgesini

anlıkta canlandırır; bulut, yağmurun; sözcük, nesne ya da varlığın imgesini uyandırır” (Guiraud, 1994:60). Grafik tasarım da resim ve yazıyı bir araya getirirken bir mesajı iletme kaygısı taşır. Bu nedenle de tasarımı; hitap edeceği kitlenin ‘anlamlandırması’ etrafında organize eder.

Tek ders alan öğrencilerin %46’sı fikrim yok, %40’ı katılıyorum, %14’ü ise katılmıyorum yönünde görüş bildirmişlerdir. Öte yandan iki ders alan öğrencilerin %76’sının fikrinin olmadığı, %24’ünün ise göstergebilimin anlam ve anlamlandırma çözümlerinin grafik tasarıma uygulanabileceğini düşündüğü görülmektedir. İki ders alan öğrencilerin iki alan ilişkisine dair fikirlerinin olmadığı anlaşılmaktadır.

Madde 26 - Göstergebilim ancak tasarım sürecine katkıda bulunur.

Madde 6 - Tasarım süreci ve ürünlerini çözümlemede göstergebilimden yararlanılabilir.

“Bir yaratıcı (yazar ya da sanatçı), yapıtını oluştururken, ileriye yönelik ve geriye dönük gidiş gelişlerle, içkin olarak, düşünsel düzlemde çözümlemeler yapar, daha doğrusu bir çözümlemeyi yaşar, anlamlandırma eyleminin kendisini ortaya koyar... yaratımsal bir çözümlemedir bu olsa olsa. Bu birinci üretim aşamasından, yaratım aşamasından sonra gelen çözümlemelerse kuramsaldır... Bir metin hem gerçekleşmesi tamamlanmış bir üründür, hem de yeni bir bakış açısına göre yeniden yaşanacak, yeniden anlamlandırılacak bir üretim kaynağıdır” (Rifat,1996:32-33). Göstergebilim ürün ve ürünün ortaya konma süreçleri üzerinde de durmaktadır.

Grafik tasarım ortaya koyacağı ürünü, hitap edeceği kitleye göre ortaya koyarken; bir yandan da ürünler bu kitleyi yansıtır hale gelirler. “Ürün ile ilişki kurma ve anlamlandırma, Eco’ya göre, daima kültür ile bağımlıdır ve ürünlerin ait oldukları kültürel temele göre algılandığını belirtir. Bu bakımdan, ürünler, bulundukları kültürel temelin, politik, dini, sosyal, geleneksel, sanat, iklim gibi olgular ile bağlantılı olan anlamlar ve düşünceler taşırlar”(Kayalp, 2004:41). Hitap edilen kitlenin kültürünü çözümlemek, grafik tasarım için önemlidir ve göstergebilim de bu alandaki çözümlemeleri ile yardımcı bir kaynaktır. Dolayısıyla göstergebilim

salt tasarım sürecinde değil, grafik tasarım adına pek çok anlamda katkı sağlayabilecek bir alandır.

Madde 26'da; tek ders alan öğrenciler %34 katılım gösterirken, %10'unun katılmadığı, %56'sını ise fikrinin olmadığı görülmektedir. İki ders alan öğrencilerin ise %4'ünün katıldığı, %12'sinin katılmadığı ancak %84'ünün de fikrinin olmadığı anlaşılmaktadır. İki ders alan öğrencilerin iki alan ilişkisini kavramadıkları görülmektedir.

Madde 6'da ise; tek ders alan öğrencilerin, göstergebilim bilgisine sahip olmamalarına karşın göstergebilimden faydalanılabileceğine dair katılımlarının yüksek olması göze çarpmakta, ancak iki ders alan öğrencilerin de büyük çoğunluğun fikrinin olmadığı, öğrencilerin göstergebilim dersi almış olmalarına karşın tasarım süreci ve öğelerini çözümlemede bu dersten nasıl faydalanacaklarını bilmedikleri görülmektedir.

Geneli itibarıyla öğrencilerin; grafik tasarım ile göstergebilim ilişkisini kavramadıkları, göstergebilimin katkısının ya da grafik tasarımda yerinin ne olabileceğine dair bilgi sahibi olmadıkları anlaşılmaktadır.

4.2. Yorumlar

Tüm bu bulgular göz önüne alındığında kimi çıkarımlarda bulunmak mümkündür. Hazırlanan maddeler grafik tasarım, göstergebilim ve iki alan ilişkisine yöneliktir. Dolayısıyla bu maddeler bu üç başlık altında gruplanarak ele alınabilir.

Grafik tasarım ile ilgili maddelere bakıldığında; öğrencilerin geneli tasarımın tüm sanat ve insan etkinlikleri içerisinde yer aldığı görüşünde oldukları görülmektedir.

Grafik tasarım ile ilgili kimi temel bilgilere öğrencilerin bildirdikleri görüşlere bakıldığında; tek ders alan öğrencilerin %30'u, iki ders alan öğrencilerin %22'sinin grafik tasarım tarihinin matbaayla başladığı düşüncesinde oldukları görülmektedir. Matbaanın grafik tasarım tarihinde öneminin olmasına karşın tarihinin başlangıcının bu denli geç olduğunun düşünülmesi; grafik tasarım dersi alan öğrencilerin ders ile ilgili aldıkları eğitimde kimi boşluklar olduğunu düşündürmektedir. Benzer şekilde tek ders alan öğrencilerin %26'sı, iki ders alan öğrencilerin de %52'si grafik tasarım süreçleri hakkında bilgiye sahip değildir. Bu da alan bilgisi ile ilgili eksiklikler olduğu düşüncesini desteklemektedir.

Tek ders alan öğrencilerin %42'si, iki ders alan öğrencilerin ise %26'sı tasarım ilke ve elemanlarının gözetmenin başarı için yeterli olduğu görüşüne katılmakta, %18'inin ise fikrinin olmadığı görülmektedir. Bir başka maddede benzer şekilde yinelenen bu fikre tek ders alan öğrenciler %58, iki ders alan öğrenciler %24 katılım göstermiştir. Öğrencilerin genel itibarıyla bir tasarımda işverenin rolünü kavramadıkları, benzer şekilde iletişim ve grafik tasarımın hitap ettiği kitle bakımından gereksinimlerini henüz çözemedikleri görülmektedir.

Öğrencilerin %25'inin ise çoğaltım teknikleri ile grafik tasarım arasındaki ilişki hakkında fikrinin olmaması dikkat çekicidir. Tek ders alan öğrencilerin %44'ü, iki ders alan öğrencilerin ise %82'si grafik tasarım ile çoğaltım teknikleri arasında bir ilişki olduğu görüşüne katılmaktadır. Grafik tasarımın en önemli unsurunun kitlelere hitap etmesi ve çoğaltılabilir olmasıdır. Bu durum göz önüne alındığında öğrencilerin ancak yarıya yakının katılımı düşündürücüdür.

Göstergebilim konusunu görmüş ya da görmemiş olsun tüm öğrencilerin grafik tasarım ile ilgili temel bilgilere sahip olmadıkları, özellikle tekrarlanan sorularda kolayca çelişkiye düştükleri ve dolayısıyla sahip oldukları bilgilerin de pekişmediği anlaşılmaktadır.

Göstergebilim açısından maddelere bakıldığında; göstergebilimin temel tanımı hakkında tek ders alan öğrencilerin %40'ının, iki ders alan öğrencilerin ise %48'inin fikrinin olmadığı görülmektedir. Göstergebilim öğeleri ile ilgili olarak da tek ders alan öğrencilerin %50'sinin, iki ders alan öğrencilerin ise %48'sinin fikrinin olmaması dikkat çekicidir. Tek ders alan öğrencilerin %32'sinin, iki ders alan öğrencilerin ise %50'sinin temel öğeleri bildikleri görülmektedir.

İki ders alan öğrencilerin katılımının düşük olduğu, tek ders alan öğrencilerin de yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. Bu durum tek ders alan öğrencilerin genel kültür bilgisi ya da aldıkları eğitimden kaynaklanıyor olabileceği gibi iki ders alan öğrenciler içinde aldıkları göstergebilim dersinin yeterliliği açısından düşündürücüdür. Öğrencilerin %13'ü göstergebilim bilgisine sahip olmaları hakkındaki maddeye 'fikrim yok' yönünde görüş bildirmiştir. İki ders alan öğrencilerin %6'sının ise bilgisinin olmadığı görülmektedir.

İki ders alan öğrencilerin %28'nin göstergebilimin 'yazın' ile ilgili olup olmadığı yönünde fikri bulunmamaktadır. Bu oran tek ders alanlarda %64'tür. Benzer şekilde iki ders alan öğrencilerin %40'ı, tek ders alan öğrencilerin de %14'ü göstergebilimin 'edebiyat' ile sınırlı olduğunu düşündüğü görülmektedir.

Göstergebilimin iletişim süreçleri ile ilişkisine karşın; iki ders alan öğrencilerin %94'ünün, tek ders alan öğrencilerin ise %58'inin konu ile ilgili fikrinin olmadığı görülmektedir. Tek ders alan öğrencilerin %16'sı ve iki ders alan öğrencilerin %2'si bu bilgiye sahiptir. 'Fikrim yok' yönünde görüş bildiren öğrencilerin oranı, özellikle iki ders alan öğrencilerde bu oranın yüksekliği dikkat çekicidir. Buna karşın tek ders alan öğrencilerin %36'sı, iki ders alan öğrencilerin de %68'i göstergebilimde alıcı-kaynak arasında bir iletişim olduğunu düşünmektedir.

Göstergebilim konusunu görmüş olan öğrencilerin, özellikle temel kavramlar ile ilgili bilgileri yoklayan maddelere katılımın düşüklüğü öne çıkmaktadır. Öğrencilerin göstergebilim ile ilgili temel bilgilerden yoksunluğu; bu alandaki eğitimlerinin nitelikli olmadığını düşündürmektedir.

İki alan ilişkisi ile ilgili maddelere bakıldığında; tek ders alan öğrencilerinin yarıya yakını (%44), iki ders alanların ise %30'u grafik tasarımda göstergebilimden nasıl yararlanacağını bilmemektedir. Tüm öğrencilerin %35'inin fikrinin olmadığı görülmektedir. İki ders alan öğrencilerin ancak %26'sı grafik tasarımda göstergebilim bilgisinden nasıl faydalanabileceğini bildiği yönünde görüş bildirmiştir. Genel itibariyle öğrenciler iki alan ilişkisini kuramamıştır.

Tek ders alan öğrencilerin %26'sı, iki ders alan öğrencilerin %40'ı göstergebilim ile grafik tasarım arasında bir ilişki olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir. Tüm öğrencilerin %56'sının ise bu konu ile ilgili fikrinin olmadığı anlaşılmaktadır.

Tek ders alan öğrencilerin %8'i dışında, öğrenciler göstergebilimin grafik tasarıma katkısı olacağını düşünmemektedir. Göstergebilim alan veya almayan öğrencilerde 'fikrim yok' yönünde bildirdikleri görüşlerin yarıya yakın olması ise dikkat çekicidir.

Göstergebilimin grafik tasarıma katkısına yönelik hazırlanan maddeye tek ders alan öğrencilerin % 56'sı, iki ders alan öğrencilerin ise %84'ü fikrinin olmadığı yönünde görüş bildirmiştir. Öğrencilerin çoğunluğu göstergebilimin grafik tasarıma katkısının ne olacağı konusunda fikir sahibi değildirler.

Tek ders alan öğrencilerin, iki alan ilişkisine yönelik katılımlarından; göstergebilime özel ilgi duydukları söylenebilir. Göstergebilim gören öğrencilerle katılım oranları birbirine yakındır ve tek ders alan öğrenciler iki alan ilişkisine yönelik çıkarsamada bulunabilmektedirler. Öte yandan iki dersi de alan öğrenciler, göstergebilim konusunu görmüş olmalarına karşın çoğunlukla 'fikrim yok' yönünde görüş bildirmişlerdir. Yine bu öğrencilerin iki alan ilişkisini kavramadıkları, göstergebilim bilgisinden de nasıl faydalanacaklarına dair bilgilerinin olmadığı anlaşılmaktadır.

BÖLÜM-V

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

5.1. Sonuç

Göstergebilim konusunu gören ve görmeyen öğrencilerin; grafik tasarım ile ilgili görüşleri ve bu görüşlerin farkının betimlenmeye çalışıldığı bu araştırmanın sonucunda;

Öğrencilerin gerek grafik tasarım gerekse göstergebilim bilgisine tam anlamıyla sahip olmadıkları görülmüştür. İki alan ilişkisine yönelik maddelere; göstergebilim almamış olan öğrencilerin alanlara oranla daha yüksek katılım gösterdikleri verilerden anlaşılmaktadır.

Grafik tasarım ile ilgili olarak; öğrencilerin grafik tasarım ile ilgili temel bilgilere sahip olmadıkları, tekrar eden maddelere gösterdikleri katılımlardan da var olan bilgilerinin pekişmediği anlaşılmaktadır. Bu durum grafik dersinin teorik yanının eksik kaldığını düşündürmektedir.

Göstergebilim ile ilgili olarak; göstergebilim dersi gören öğrencilerin, göstergebilimin sadece edebiyat ile sınırlı olduğu düşüncesine katıldıkları da göz önüne alınırsa; bu öğrencilerin söz konusu dersi grafik tasarım ile etkileşimli almadıkları anlaşılmaktadır. Hâlbuki göstergebilim dersi başta iletişim bölümleri olmak üzere grafik bölümlerinin de ders programında yer almaktadır.

İki alan ilişkisi ile ilgili olarak; tüm öğrencilerin %56'sının iki alan arasında bir ilişki olup olmadığına dair bir fikri bulunmamaktadır. Öte yandan tek ders alan öğrencilerin %26'sı, iki ders alan öğrencilerin %42'si ise iki alan arasında bir ilişki olduğu görüşündedir. Benzer şekilde öğrencilerin göstergebilim bilgisini grafik tasarıma nasıl aktarabileceklerine dair ya da grafik tasarıma nasıl katkısı olacağı

yönünde fikri bulunmamaktadır. Buna dayanarak öğrencilerin iki alan ilişkisine yönelik bilgilendirilmediği, iki ders alan öğrencilerin de grafik tasarım ve göstergebilimi etkileşimli almadıkları söylenebilir.

Göstergebilim konusunu gören ve görmeyen öğrencilerin; grafik tasarım ile ilgili görüşlerinin farkı açısından ise; tüm öğrencilerin grafik tasarıma yönelik maddelere katılımları birbirine yakın oranlarda ve düşüktür. Göstergebilim alan öğrencilerin grafik tasarım ile ilgili görüşlerinde, almayanlara oranla anlamlı bir fark bulunamamıştır.

5.2. Öneriler

Tüm veriler ve bulgular göz önüne alındığında ortaya çıkan sonuçlar ışığında şu önerilerde bulunulmuştur;

Grafik tasarım ile ilgili olarak;

- Araştırma sonuçlarına göre elde edilen veriler doğrultusunda, öğrencilerin alan bilgilerinin zayıf olduğu anlaşılmaktadır. Atölye dersi olarak görülen bu alanın teorik yanının güçlendirilmesine yönelik bir çalışma yapılmalıdır.
- Öğrencilerin alan bilgileri seviyesinin tespit edilmesi başka bir araştırmanın konusu olabilir. Böylece öncelikle öğrencilerin görmekte oldukları ders ve içeriği ile ilgili problemler var ise kaynağı ile daha sağlıklı tespit edilmelidir.

Göstergebilim ile ilgili olarak;

- Araştırma sonuçlarına göre, öğrenciler göstergebilim ile ilgili temel bilgilere sahip değildir. Göstergebilim ile ilgili temel bilgilerindeki eksikliğin nedeninin tespiti ve giderilmesi gereklidir.

- Göstergebilimin, ilgili uzmanlarca aktarılmadığı anlaşılmaktadır. Göstergebilim ile ilgili, alanında uzman akademisyenlerin işbirliğine başvurulmalıdır.

İki alan ilişkisi ile ilgili olarak;

- Göstergebilimin grafik tasarım ile ilişkisi dolayısıyla söz konusu dersin grafik bölümlerinde okutulmakta olduğu göz önünde bulundurulursa, araştırma sonuçlarında gözlemlendiği kadarıyla iki alan arasındaki ilişkinin kopuk olduğu söylenebilir. Söz konusu alan derslerinin birbiri ile etkileşimli hale getirilmesi gereklidir.
- Bu doğrultuda alan müfredatlarının yeniden düzenlenmesi veya alan ile ilgili akademisyenlerin ortak çalışması gereği düşünülebilir.

Göstergebilim konusunu gören ve görmeyen öğrencilerin; grafik tasarım ile ilgili görüşlerine yönelik olarak ise; farkın sağlanmasına yönelik, iki alanın bir arada yürütülmesine ilişkin çalışmalar yapılmalıdır. Göstergebilim bilgisinden faydalanmanın ve grafik bölümlerinde yer almasının nedeni; öğrencilerin aldığı grafik tasarım eğitime katkıda bulunması içindir. Dolayısıyla göstergebilim gören öğrencilerin grafik tasarım ile ilgili bilgi düzeylerinin daha yüksek ya da ürünlerinin daha başarılı olması beklenmektedir. Araştırma sonuçlarında göstergebilim gören ve görmeyen öğrenciler arasında ise böyle bir fark bulunamamıştır. Göstergebilimin, grafik tasarıma katkısının daha etkin olarak nasıl sağlanabileceği belirlenmeli; eğitim süreçleri ve iki alanın etkileşimli olarak verilmesi yönünde çalışmalar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

AKSÜT, F. (2002). **Soyut Resimde İmge**. İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Danışman: Prof.Dr. Cevat Demir.

ARTUT, K. (2004). **Sanat Eğitimi Kuramları ve Yöntemleri**. Ankara: Anı Yay.

ASLANPA, O. (1982). **Türk Sanatı**. İstanbul: Remzi Kitabevi.

ATALAYER, F. (1994). **Temel Sanat Öğeleri**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

BARTHES, R. (1983). **Göstergebilim İlkeleri**. İstanbul: Sözce Yay..

-----, (1986). **Göstergebilim İlkeleri**. İstanbul: Sözce Yayınları.

-----, (2005). **Göstergebilimsel Serüven**. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

-----, (2001). **Retic of the Image**. Visual Culture: The Reader, Second Publish. Sage Publications.

BATTISTI, E. (1979). **The Role of Semiology In The Visual Arts, A Semiotic Landscape**. Edited by: Seymour Chatman-Umberto Eco-Jean Marie Klinkenberg, Great Britain: Mouton Publishers.

BAYTEKİN BALCI, Y., SAY, N. (2003). **Temel Sanat Eğitimi**. İstanbul: YA-PA Yayınları.

BECER, E. (1997). **İletişim ve Grafik Tasarım**. İstanbul: Dost Kitabevi.

BEKTAŞ, D. (1992). **Çağdaş Grafik Tasarımının Süreci**. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

BORJA DE MOZOTA, B. (2005). **Tasarım Yönetimi** (Çeviren: Sibel Kaçamak). İstanbul: MediaCat Kitapları.

BOYDAŞ, N. (2004). **Sanat Eleştirisi**. Derlenmiş Ders Notları.

BUYURGAN, S., BUYURGAN, U. (2001). **Sanat Eğitimi ve Öğretimi**. Ankara: Dersal Yayıncılık.

CAMERON, E. (1979). **The Nature of Depiction, A Semiotic Landscape**. Edited by: Seymour Chatman-Umberto Eco-Jean Marie Klinkenberg, Great Britain: Mouton Publishers.

CEVİZCİ, A. (1999). **Felsefe Sözlüğü**. İstanbul: Paradigma Yayınları.

ÇEVİK, S. (1999). **Siyasal İletişimde Bir Araç: Seçim Afişleri**. Ankara: Gazi İletişim Dergisi, S:3.

DEMİREL, Ö., SEFEROĞLU, S., YAĞCI, E. (2003). **Öğretim Teknolojileri ve Materyal Geliştirme**. Ankara: Pagem Yayıncılık.

DENKEL, A. (1984). **Anlamların Kökenleri**. İstanbul:Metis Yayınları.

ECO, U. (1991). **Alımlama Göstergebilimi**. İstanbul: Düzme Yayınları.

----- (1972). **Einführung in die Semiotic**. Münih.

ERDOĞAN, İ. (2002). **İletişimi Anlamak**. Ankara: Erk Yayınları.

ERKMAN, F. (1987). **Göstergebilme Giriş**. İstanbul: Alan Yayınları.

----- (2005). **Göstergebilime Giriş**. İstanbul: Multilingual.

FIRAT, K. (1998). **Dil Bağlamında Fotoğraf**. İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Fotoğraf Anasanat Dalı Yüksek Lisans Tezi, Danışman: Prof. Güler Ertan.

FISKE, J. (2003). **İletişim Çalışmalarına Giriş**. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

GÖKAYDIN, N. (1990). **Eğitimde Tasarım ve Görsel Algı**. Ankara: Sedir Yayınevi.

-----, (2002). **Temel Sanat Eğitimi**. Ankara: M.E.B. Yay..

GUIRUAD, C. S. (1982). **Göstergeler Kuramı**. Yazko Çeviri Dergisi, Kasım-Aralık, S:9.

GÜNAY, V.D. (2002). **Göstergebilim Yazıları**. İstanbul: Multilingual.

GÜNGÖR, İ. H. (1972). **Temel Tasarım**. İstanbul: Çeltüt Matbaası.

HELLER, S. (2002). **Becoming a Graphic Designer**. New York: John Wiley&Sons Inc.

HOLENSTEIN, E. (1975). **Roman Jakobsons Phanomenologischer Strukturalismus**. Frankfurt am Main.

HOLLIS, R. (2004). **Graphic Design**. New York: Thomas&Hudson Inc.

İLYASOĞLU, E. (2000). **Matbaanın İcadı, Avrupa'nın Uyanışı**. Netyum.com, S:45

İSTEK, R. (2005). **Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni**. Pusula Yay.: İstanbul.

IŞINGÖR, M., ETİ, E. ve ASLIER, M. (1986). **Resim I, Temel Sanat Eğitim, Resim Teknikleri, Grafik Resim.** Ankara: Türk Tarih Kurum Basımevi.

KAPTAN, S. (1998). **Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri.** Ankara: Tekışık Web Ofset Tesisleri.

KARASAR, N. (2007). **Bilimsel Araştırma Yöntemi.** Ankara: Nobel Yayın ve Dağıtım.

KALAYCI, Ş. (2008). **Spss Uygulamalı ve Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri.** Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

KAYAALP, Z. (2004). **Kişisel İletişim Ürünleri Biçimsel Dili ve Kullanıcı-Arayüz İlişkisi.** İstanbul:Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Danışman: Prof. Şermin Alyanak

KINIK, M. (2005). **Grafik Tasarım ve Üretim Teknolojileri.** Ankara: Asil Yay. Dağ.

KETENCİ, H.F. ve BİLGİLİ, C. (2006). **Görsel İletişim & Grafik Tasarımı.** İstanbul: Beta Basım.

KINIK, M. (2005). **Grafik Tasarım ve Üretim Teknolojileri.** Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

KÜÇÜKAHMET, L. (2003). **Öğretimde Planlama ve Değerlendirme.** Ankara: Nobel Yayın ve Dağıtım.

MORIARTY, S. (1995). **Visual Communication Theory: A Search for Roots.** Visual Communication Division, Cilt: 14 Sayı: 2. ABD: Colorado University Pres.

ODABAŞI, H. A. (2002). **Grafikte Temel Tasarım**. İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi.

ODABAŞI, Y. (1995). **Pazarlama İletişimi**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

RAGANS, R. (1995). **Teachers Wraparound Edition Arttalk**. Second Edition. USA: McGraw-Hill Education – Europe.

RİFAT, M. (1982). **Göstergebilim Kuramları**. Yazko Çeviri Derdisi, Kasım-Aralık, S: 9.

-----, (1992). **Göstergebilimin Abc'si**. İstanbul: Simavi Yayınları.

-----, (1996). **Homo Semioticus**. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

-----, (1996) **Göstergebilimcinin Kitabı**. İstanbul: Düzlem Yayınları.

-----, (1990). **Genel Göstergebilim Sorunları**. İstanbul: Sözce Yay..

-----, (2000). **Gösterge Avcıları**. İstanbul: Om Yayınevi.

ROWLINSON, J. C. (1996). **Yaratıcı Düşünce ve Beyin Fırtınası**. İstanbul, Rota Yay..

SEYLAN, A. (2005). **Temel Tasarım**. Samsun: M-Kitap Dağıdılan Basın Yayın Ltd.Şti.

SUNGUR, N. (1992). **Yaratıcı Düşünce**. İstanbul: Özgür Yay. Dağ.

SÖZEN, M. (1987). Tanyeli, U., **Sanat Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**. İstanbul: Remzi Kitapevi.

TANSUĞ, S. (1993). **Çağdaş Türk Sanatı**. İstanbul: Remzi Kitapevi.

TEKER, U. (2002). **Grafik Tasarım ve Reklam**. İzmir: Dokuz Eylül Yayıncılık.

TEPECİK, A. (2002). **Grafik Sanatlar**. Ankara: Detay Yayıncılık.

TURGUT, E. (2000). "Fuarlarda Grafik Tasarım Sorunları Üzerine", **Her Yönüyle Pazarlama İletişimi**. Ankara: Media Cat Kitapları.

UÇAR, T. F. (2004). **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**. İstanbul: İnkılâp Kitapevi.

VELTRUSKY, J. (1976). **Some Aspects of the Pictorial Sign**. Edited by: Ladislav Matejka-Irwin R. Titunik, Semiotics of Art (Prag School Contributions), London: The Mit Pres.

WILLIAMSON, J. (2001). **Reklamın Dili**. Ankara: Ütopya Yayınevi.

YALIN, H. İ. (2003). **Öğretim Teknolojileri ve Materyal Geliştirme**. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

YAYLACI ÖZDEMİR, G. (1999). **Reklamda Stratejik Yönetim**. İstanbul: Alfa Yayınları.

YAZICIOĞLU, Y., ERDOĞAN, S. (2004). **Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**. Ankara: Detay Yayıncılık.

YÜCEL, T.(1981). **Yapısalcılık**. İstanbul: Ada Yayınları.

-----, (2005). **Yapısalcılık**. İstanbul: Can Yayınları.

EK-1

Yaşınız:

Cinsiyet: K() E()

Aldığınız ders: Grafik Tasarım(), Göstergebilim(), Her ikisi(), Hiç biri()

Hiç katılmıyorum, Katılmıyorum, Fikrim Yok, Katılıyorum, Tamamen Katılıyorum	Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
Yazılı sütunlardan cevabınız olana (x) koyarak işaretleyiniz.					
Tasarım tüm sanat ve insan etkinliklerinin içinde yer alan bir olgudur.					
Grafik tasarım tarihi matbaa ile başlar.					
Başka bir şeyin yerini tutan her şey, nesne ya da resim olsun göstergedir.					
Bilgi toplama, problemi tanıma gibi işlemlerin grafik tasarımla ilgisi yoktur.					
Grafik Tasarım çoğaltıma dayalı olmasıyla öne çıkar.					
Tasarım süreci ve ürünlerini çözümlemede göstergebilimden yararlanılabilir.					
Grafik tasarımda tasarım ilke ve elemanlarının gözetilmesi başarı için yeterlidir.					
Grafik tasarım, farklı alan bilgilerini de gerektirir.					
Bir tasarım, işveren benimsemese de tasarım ilkeleriyle örtüşüyorsa başarılıdır.					
Göstergebilim bilgisine sahip değilim.					
Göstergebilim 'yazın' ile ilgili bir felsefedir.					
Grafik tasarımda göstergebilim bilgisinden nasıl faydalanacağımı bilmiyorum.					
Göstergebilim Yunan felsefesine dayanır.					
Çoğu kavramıyla göstergebilim, grafik tasarım öğelerini açıklayabilir.					
Göstergebilimde alıcı-kaynak arasında bir iletişim söz konusudur.					
Göstergebilim bilgisini grafik tasarıma nasıl aktarabileceğimi bilmiyorum.					
Simge, ikon gibi öğelerin göstergebilimle ilgisi olduğunu sanmıyorum.					
Grafik tasarım mağara resimlerine kadar uzanmaktadır.					
Göstergebilim insanların anlaşmak için kullandığı her türlü doğal davranış ve dili içerir					
Çoğaltım tekniklerinin grafik tasarımla ilgisi yoktur.					
Göstergebilim - Grafik tasarım arasında bir ilişki olduğunu sanmıyorum.					
Göstergebilimde iletişimden ziyade bilgileri organize etmek söz konusudur.					
Göstergebilim bilgisi tasarım bilgisini zenginleştirir.					
Göstergebilim edebiyat ile sınırlı bir düşüncedir.					
Göstergebilimin anlam ve anlamlama çözümlemeleri, grafik tasarıma uygulanabilir.					
Göstergebilim ancak tasarım sürecine katkıda bulunur.					
Göstergebilimin grafik tasarıma katkısı olduğunu sanmıyorum.					

Zaman ayırdığınız için teşekkürler.