

## İmge, Veri ve Görsel Anlatı Arasında Grafik Tasarım 3

Seyit Mehmet Buçukoğlu<sup>1</sup>

### Özet

Bu çalışma, grafik tasarımın güncel kültürel ve teknolojik bağlamda görsel düzenleme pratiği olmaktan çıkarak imge, veri ve görsel anlatı ekseninde konumlanan çok katmanlı bir anlam üretim alanına dönüşmesini incelemektedir. Çalışmanın temel amacı, grafik tasarım disiplininde yaşanan kavramsal ve pratik dönüşümü tarihsel ve kuramsal bir perspektifle ele alarak tasarımcının değişen rolünü ve üretim biçimlerini görünür kılmaktır. Çalışmanın kapsamı, modernist görsel dilin sadeleşme ve işlevsellik ilkelerinden başlayarak postmodern çoğulluk anlayışına, oradan da dijitalleşme ile belirginleşen veri odaklı tasarım yaklaşımlarına uzanan bir dönüşüm hattını içermektedir. Öte yandan imge, veri ve görsel anlatı kavramları birbirinden kopuk unsurlar olmamakla birlikte, tasarım pratiği içinde karşılıklı etkileşim hâlinde işleyen yapılar olarak ele alınmaktadır. Nitel yöntemle dayandırılan çalışma, literatür incelemesi ve kavramsal çözümleme üzerinden yürütülmüş, ulaşılan veriler, grafik tasarımın statik yüzey anlayışından dinamik sistem kurgularına, tekil imgelerden veri temelli yapılara ve doğrusal iletişim modellerinden etkileşimli anlatı biçimlerine doğru evrildiğini göstermiştir. Bu süreçte tasarımcının rolünün uygulayıcı kimlikten stratejik, editöryal ve araştırmacı bir konuma kaydığı da gözlemlenmiştir. Sonuç olarak grafik tasarımın gelecekte nesne üretiminden çok süreç, deneyim ve ilişkisellik üzerinden okunacağı, disiplinin estetik olduğu kadar bilişsel, kültürel ve sistem kurucu bir alan olarak değerlendirilmesinin gerekliliği vurgulanmıştır.

1 Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü, seytibucukoglu@aydin.edu.tr, ORCID ID 0000-0003-2421-2369

## 1. Giriş

Grafik tasarım uzun yıllar boyunca yüzey düzenleme, estetik denge kurma ya da görsel kompozisyon oluşturma pratiği olarak tanımlanmış olsa da güncel kuramsal tartışmalar bu yaklaşımın yetersiz kaldığını göstermektedir. Alan yazındaki tasarım kuramı literatürüyle temellendirilebilir bir nitelik taşıyan bu ifade, özellikle 1980 sonrası grafik tasarımın biçimsel bir düzenleme pratiği değil, kültürel, ideolojik ve söylemsel bir üretim alanı olduğuna ilişkin tartışmalarla da örtüşerek bu dönüşümü açıkça ortaya koymaktadır. Örneğin Victor Margolin (2002), grafik tasarımı estetik bir düzenleme alanı olarak gören yaklaşımın sınırlı olduğunu belirterek tasarımı toplumsal bir pratik olarak konumlandırır. Margolin'e (2002, s. 2) göre tasarım, insan yapımı dünyanın maddi ve sembolik boyutlarının oluşturulmasına katılan bir etkinliktir. Benzer biçimde Jessica Helfand (2001, s. 25), grafik tasarımın sadece görsel düzenleme olarak tanımlanmasının indirgemeci olduğunu vurgular ve tasarımın kültürel bir anlatı üretim süreci olduğunu belirtir. Bu ifade, tasarımın biçimsel estetikten çok düşünsel ve kavramsal bir üretim alanı olduğuna işaret etmektedir. Michael Rock ise grafik tasarımın tarafsız bir görsel düzenleme faaliyeti olarak ele alınamayacağını savunmaktadır. Rock'a (1996, s. 23) göre tasarım, her zaman belirli bir söylemsel ve ideolojik bağlam içinde konumlanır. Bu görüş, grafik tasarımın salt kompozisyonel bir pratik olarak ele alınmasının yetersizliğini desteklemektedir. Öte yandan Katherine McCoy (1990, s. 16), postmodern dönemle birlikte grafik tasarımın biçimsel modernist ilkelerden uzaklaştığını ve çok katmanlı anlam yapılarıyla ilişkilendiğini belirtir. McCoy'a (1990) göre tasarımcı, metinlerarası ve kültürel kodları yöneten bir aktördür. Bu değerlendirme, grafik tasarımın modernist yüzey estetiği anlayışının ötesine geçtiğini göstermektedir. Ayrıca Rick Poyner (1998, s. 12), grafik tasarımın görsel biçimle sınırlı olmadığını, aksine kültürel ve eleştirel bağlamda değerlendirilmesi gerektiğini ifade ederek, tasarımı estetik kompozisyon üretimi olarak tanımlayan anlayışın kuramsal açıdan eksik kaldığını ortaya koymaktadır.

Kuramsal çerçeve doğrultusunda grafik tasarımın yüzey düzenleme ve estetik denge kurma pratiği olarak tanımlanmasının, güncel tasarım kuramları açısından indirgemeci bir yaklaşım olduğu söylenebilir. Dolayısıyla alan yazın, grafik tasarımı kültürel üretim, söylem inşası, ideoloji, temsil ve anlam oluşturma süreçleriyle ilişkili çok katmanlı bir pratik olarak değerlendirmektedir. Bu değerlendirme, tasarımın biçimsel niteliklerinden çok düşünsel çerçevesinde ve üretim süreçlerinde de gözlemlenmektedir. Çünkü grafik tasarımın iletişimsel ve kültürel bir arayüz olarak konumlanması, onu imge, veri ve görsel anlatı arasındaki ilişkisel bir alan içinde değerlendirmeyi gerekli kılmaktadır. Bu noktada, kavramın bileşenlerini açıklığa kavuşturmak, tartışmanın kuramsal zeminini sağlamlaştıracaktır. Bu çerçevede grafik, görsel olarak algılanan

şeylerle, yani görüntülerle ilgili bir kavramdır. İletişim ise her türlü bilginin insanlar arasındaki alışverişidir. Bu durumda grafik iletişim, görüntülerden oluşan bilgilerin değiş-tokuşu olarak tanımlanabilir (Becer, 2002, s.28). Bu yaklaşım, tasarımın nesne üretimine indirgenemeyeceğini, aksine anlam inşa eden bir düşünsel alan olarak kavranması gerektiğini ortaya koymaktadır. Nitekim tasarım kuramcısı Richard Buchanan (1992), tasarım disiplinlerinin artık nesne üretmenin ötesinde “*anlamlandırma sistemleri*” kurduğunu vurgulayarak tasarımın düşünsel boyutuna dikkat çekmiştir.

Modern dönemden günümüze uzanan süreçte grafik tasarımın üretim koşulları köklü bir dönüşüm geçirmiş, baskı teknolojileri ve fiziksel yüzeylerle sınırlı olan analog üretim biçimleri, dijitalleşme ve ağ teknolojilerinin etkisiyle ekran temelli, etkileşimli ve dinamik yapılara evrilmiştir. Bu evrim elbette teknik bir değişim değildir. Tasarımın zamansal ve mekânsal sınırlarının genişlemesi anlamına da gelmektedir. Lev Manovich’in (2001) yeni medya kuramı bağlamında belirttiği üzere dijital ortam, kültürel üretimi modülerlik, değişkenlik ve otomasyon ilkeleri üzerinden yeniden yapılandırmıştır. Bu bağlamda grafik tasarım, tekil ve sabit çıktılar üretmekle birlikte güncellenebilir, çoğaltılabilir ve kullanıcı etkileşimine açık sistemler kuran bir yapıya yönelmiştir. Söz konusu yapının en belirgin göstergelerinden biri de imge merkezli üretimden veri merkezli üretime doğru yaşanan kaymadır. Geleneksel grafik tasarımda imge, anlamın temel taşıyıcısı olarak işlev görürken, günümüzde veri, tasarımın yeni hammaddelerinden biri konumundadır. Bilgi görselleştirme pratikleri, algoritmik düzenleme sistemleri ve dinamik kimlik tasarımları, grafik tasarımın temsil etme özelliğinin yanında hesaplayan, sınıflandıran ve organize eden bir yapıya dönüştüğüne de dikkat çekmektedir. Bu noktada “*arada olma*” kavramı devreye girer ve grafik tasarımın güncel konumunu anlamak için önemli bir kavramsal anahtar sunar. Çünkü tasarım, artık ne imgenin estetik alanına ne de verinin analitik düzlemine indirgenebilir; aksine bu iki alan arasında sürekli müzakere eden hibrit bir yapıdadır. Victor Margolin’e (2002) göre tasarım, kültürel, teknolojik ve toplumsal değişkenler arasında aracılık eden bir etkinliktir. Grafik tasarım da imge ile veri arasında kurduğu görsel anlatılar ile bu bağlamda hem estetik hem bilişsel hem de iletişimsel bir rol üstlenmektedir. Sözü edilen “*arada olma*” hâli, tasarımın sabit kimliklerden akışkan sistemlere yöneldiği günümüzde bir gerilim alanı olduğu kadar üretken bir düşünme zemini de oluşturmaktadır. Bu bağlamda imge, veri ve görsel anlatı arasındaki ilişiksel yapı *Tablo 1*’de kavramsal bir çerçeve içinde özetlenmektedir;

**Tablo 1. İmge, veri ve görsel anlatı arasındaki ilişkiyel yapı.**

<b>Grafik Tasarımda İmge - Veri - Görsel Anlatı İlişkisi</b>			
<i>Boyut</i>	<i>İmge</i>	<i>Veri</i>	<i>Görsel Anlatı</i>
Temel Odak	Temsil ve sembol	Bilgi ve ölçülebilirlik	Anlam ve deneyim
Tarihsel Köken	Modernist afiş, tipografi, illüstrasyon	Dijitalleşme, bilgi tasarımı	Sinema dili, etkileşimli medya
Üretim Biçimi	Statik yüzey, kompozisyon	Dinamik sistem, algoritma	Sekans, akış, zaman
Tasarımcının Rolü	Biçim veren	Sistem kuran	Hikâye kurgulayan
Araçlar	Fotoğraf, çizim, tipografi	Veri setleri, yazılım, kod	Arayüz, hareket, ses
Okuyucu Kullanıcı İlişkisi	Yorumlayıcı	Analitik	Deneyimleyici
Güncel Karşılık	Marka görselleri, poster	Veri görselleştirme, infografik	UX/UI, sosyal medya akışları
Sınırlılık	Aşırı estetikleşme	Soğukluk/bağımsızlık	Aşırı karmaşıklık
Birlikte Üretim	Görsel kimlik	Bilgi yapısı	Anlam örgüsü

*Tablo 1*'de söz konusu ilişkiyel konumlanış, çalışmanın amacını belirleyen temel eksenini oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışma; grafik tasarımın imge, veri ve görsel anlatı arasındaki dönüşen konumunu biçimsel değişimler üzerinden değil, düşünsel ve kültürel üretim biçimleri bağlamında incelemeyi amaçlamaktadır. Tasarımın güncel pratiklerinde ortaya çıkan hibrit yapıların, disiplinlerarası geçişlerin ve dijitalleşme kaynaklı üretim modellerinin anlam örgüsünü nasıl kurduğunu tartışmak da çalışmanın temel yönelimini oluşturur. Böyle bir yaklaşım, tasarımın hem görsel kültür içindeki konumunu hem de teknolojik gelişmelerle kurduğu karşılıklı ilişkiyi birlikte değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır.

Çalışmanın kapsamı ise grafik tasarımın tarihsel gelişiminin tümünü ayrıntılı biçimde izlemenin ötesinde, modern dönemden itibaren belirginleşen dönüşüm dinamiklerine odaklanmaktadır. Analog üretimden dijital ortama geçiş, bilgi görselleştirme pratiklerinin yükselişi, veri temelli tasarım yaklaşımları ve anlatı kurma biçimlerinin değişimi bu kapsamın temel odak noktalarıdır. Bu bağlamda çalışma, grafik tasarımın estetik ve teknik yönlerinden ziyade kültürel, iletişimsel ve bilişsel boyutlarına temas ederek çok katmanlı bir okuma önermektedir. Dolayısıyla, disiplinin sınırlarını genişleten örnekler ile kavramsal tartışmaları

bir araya getirmek ve grafik tasarımın g¼ncel konumunu b¼t¼nc¼l bir çerçevede görün¼r kılmak öncelikli yaklaşımlar arasındadır.

Öte yandan bu çalışma yöntemsel olarak nitel araştırma yaklaşımına dayanan kuramsal bir inceleme niteliği taşımaktadır. Literat¼r taraması ve kavramsal çözümleme üzerinden yür¼t¼len yorumlayıcı değerlendirme, metnin temel yöntemsel omurgasını oluşturur. Görsel k¼lt¼r çalışmaları ve yeni medya kuramlarıyla kurulan ilişki de tasarımın çoklu bağlamlar içinde ele alınmasını desteklemektedir. Bu doğrultuda çalışma, kesin yargılar üretmekten ziyade tartışma alanı açmayı, grafik tasarımın imge ile veri arasında kurduğu anlatsal yapıyı eleştirel bir perspektifle görün¼r kılmayı hedefler. Dolayısıyla, grafik tasarımın g¼ncel dön¼ş¼m¼n¼ sabit bir sonuç olmaktan çıkarır ve süreklilik gösteren bir müzakere ile yeniden tanımlama süreci olarak konumlandırır. Bu yaklaşım, araştırmanın betimleyici değil yorumlayıcı bir niteliğe sahip olmasını da sağlamaktadır. Çünkü tasarımın g¼ncel üretim biçimlerini anlamlandırırken disiplinlerarası referanslara başvurmak hem kavramsal derinliği artırmakta hem de grafik tasarımın k¼lt¼rel dolaşım içindeki rol¼n¼ daha görün¼r h¼le getirmektedir.

## 2. İmge: Grafik Tasarımın Görsel Hafızası

Grafik tasarım bir tür dildir ve iletişim kurmak içindir. Birisine istediği ve istediğini düşün¼düđu, isteyebileceğini başkalarının düşün¼düđu bir şeyden bahsetmek için kullanılır (Twemlow, 2011, s.6). Bu yaklaşım, grafik tasarımın temel yapıtaşı olan imgenin anlam üretimindeki rol¼n¼ tartışmayı gerekli kılmaktadır. İmge, doğrudan temsil eden bir araç değil, bellekte çağrışım ve kodlama yoluyla anlam üreten bir yapıdır. Bu nedenle bir imgenin, açık biçimde referansta bulunduğu nesneyi veya kişiyi temsil ettiğini düşünmek doğru değildir. Çünkü, Bouvard ve Pécuchet'nin belirli bir noktaya getirdikleri Dumouchel'in belletme kimliği (mnemotecnica), Alley, Paris ve Feinagle'ın tekniklerini birleştirebilir. Birincisi rakamları fig¼rlere dön¼ştürür (1 bođa, 2 kuş, 3 deve vb.); ikincisi resimli bulmacalardan yararlanır; üç¼nc¼s¼ evreni evlere böler (Ferraris, 2008, s.17). Grafik tasarım pratiğinde ise imge, anlamın kurulmasında merkezi rol üstlenen görsel bir düşünme aracıdır. Afışten ill¼strasyona, fotoğraftan tipografiye uzanan geniş bir üretim alanı içinde, temsil etme, çağrışım yaratma ve k¼lt¼rel kodları görün¼r kılma kapasitesi sayesinde grafik tasarımın görsel hafızasını oluşturmaktadır. Görsel k¼lt¼r kuramcısı W. J. T. Mitchell'e (2005) göre sadece bakılan bir nesne olmayan imge, "düş¼n¼len" ve "yorumlanan" bir yapıdır. Bu yön¼yle grafik tasarımda iletişimin edilgen bir unsuru olmaktan çıkarak etkin bir bileşen olarak işlev gör¼r ve tipografi ile kurduğu ilişki ile bu temsil güc¼n¼ daha da derinleştirebilir. Çünkü yazı, salt dilsel bir araç olmanın ötesine geçerek görsel bir forma

dönüşmekte ve imgeyle eş düzlemde anlam üretimine katılmaktadır. Böylece grafik tasarım yüzeyi, metin ile görsel arasında hiyerarşik değil, ilişkisel bir düzen kurmaktadır. Bu bağlamda görsel dil, çok katmanlı ve karmaşık bir yapıya sahip göstergeler bütünüdür. Anlamın üretilmesi, yapılandırılması ve toplumsal düzlemde paylaşılmasını mümkün kılan simgesel bir sistem olarak işler ve bu sistem, temsil edici bir araç olmanın yanında özne ile alımlayıcı arasında karşılıklı etkileşime dayalı iletişim sürecini de ifade eder (Batı, 2010, s.35).

Öte yandan kâğıt ve kalem aracılığıyla zihindeki imgeyle kurulan iletişimin yazılım arayüzlerine taşındığı günümüz ortamında tasarlama disiplinleri değişim ve dönüşümlerle kuşatılmakta, tasarım fikrinin algoritmalara indirgenebilirliği tartışılmaktadır (Yıldırım ve Kavut, 2024, s.195). Bu bağlamda imge, özellikle Modernist tasarım anlayışı içinde, *işlevsellik* ve *sadeleşme* ilkeleri doğrultusunda yeniden tanımlanmıştır. Yirminci yüzyılın ilk yarısında ortaya çıkan modernist yaklaşım, görsel dilde süsten arındırılmış, rasyonel ve sistematik bir düzen arayışını beraberinde getirmiştir. Bu dönemde imge, bireysel ifadenin ötesinde evrensel bir iletişim dili kurma çabasının parçası olarak değerlendirilmiştir. Ellen Lupton ve J. Abbott Miller'ın (1996) vurguladığı gibi modernist grafik tasarım, tipografi ve görsel düzen arasında kurduğu matematiksel denge ile standartlaşmış bir görsel dil üretmiş; ızgara sistemleri, sans-serif yazı karakterleri ve minimal kompozisyon anlayışı bu dönemin belirleyici unsurları olmuştur. İmgenin temsil gücü de bu bağlamda duygusal yoğunluktan sıyrılarak açıklık, okunabilirlik ve işlevsellik üzerinden tanımlanmıştır. Başka bir ifadeyle imge, modernist tasarımda estetik bir jestten çok, bilgi iletiminin düzenleyici bir aracı olarak konumlanmıştır. Ancak 1970'lerden itibaren belirginleşen postmodern kırılma, imgenin bu tekil ve evrenselci konumunu sorgulamaya açmıştır. Postmodern grafik tasarım, *çoğulluk*, *ironi* ve *melezlik* gibi kavramlar üzerinden görsel dilin sabit kurallarını çözmüş, parçalanmış kompozisyonlar, eklektik tipografik düzenlemeler ve kültürel referansların bilinçli biçimde yeniden kullanımı bu dönemin belirgin özellikleri hâline gelmiştir. Rick Poyner'un (2003) belirttiği gibi postmodern tasarım, modernizmin "tek doğru form" anlayışına karşı çıkarak görsel iletişimi yorumlanabilir ve çok katmanlı bir alan olarak yeniden düşünmüştür. Bu süreçte imge, temsil eden bir unsur olmanın yanında kendi üretim koşullarını görünür kılan eleştirel bir araç hâline gelmiştir. İroni ve alıntılama stratejileri de imgenin mutlak anlam taşıyıcısı olma iddiasını zayıflatırken onu kültürel bir müzakere nesnesine dönüştürmüştür. Ancak dijitalleşme ve yeni medya ortamlarının etkisiyle birlikte imgenin grafik tasarımdaki konumu bir kez daha dönüşmüştür. Günümüzde imge, durağan bir yüzey ögesi olmaktan çıkarak hareketli, etkileşimli ve veri temelli yapılarla iç içe geçen bir bileşene evrilmiştir. Bu bağlamda artık tek başına

yeterli bir anlam taşıyıcısı olarak değil, çoğu zaman veri görselleştirmeleri, kullanıcı arayüzleri ve anlatı kurguları ile birlikte işleyen hibrit yapının parçası olarak değerlendirilmektedir. Lev Manovich'in (2001) yeni medya kuramında ifade ettiği üzere dijital kùltür, görsel üretimi modüller ve değişken yapılarla dönüştürerek imgenin sabitliğini ortadan kaldırmıştır. Bu nedenle grafik tasarımıda imge, geçmişin nostaljik bir kalıntısı olmaktan sıyrılıp, dönüşen üretim biçimleri içinde sürekli yeniden tanımlanan temel bir yapıtaşı hâline gelmiştir. Dolayısıyla imgeyi tarihsel bir estetik unsur olarak değil, grafik tasarımın düşünsel ve kùltürel sürekliliğini sağlayan bir hafıza mekânı olarak değerlendirmek gereklidir. Her ne kadar modernist işlevsellikten postmodern çoğulluğa ve dijital hibritleşmeye uzanan süreçte biçim değiştirmiş olsa da grafik tasarımın anlam üretme kapasitesinin merkezinde yer almaya devam etmektedir. Güncel tasarım pratiklerinde imge, temsil işlevinin ötesine geçerek veri ve anlatı ile kurduğu ilişkiler aracılığıyla çok katmanlı bir anlam üretim yapısının bileşeni hâline gelmektedir. Bu durum, imgenin grafik tasarımın dönüşen yapısı içinde süreklilik sağlayan kurucu bir bileşen olduğunu ve geçmişe ait bir kalıntı olarak değerlendirilemeyeceğini göstermektedir.

### 3. Veri: Sayısallaşma ve Tasarımın Yeni Hammaddesi

Dijitalleşme ile birlikte grafik tasarımın üretim koşullarında yaşanan en belirgin dönüşümlerden biri, verinin tasarım sürecinin temel hammaddelerinden biri hâline gelmesidir. Geleneksel grafik tasarım pratiklerinde görsel üretim çoğunlukla imgesel temsil ve tipografik düzenleme üzerinden ilerlerken, güncel tasarım ortamında sayısal veri; biçim, renk, hareket ve etkileşim kararlarını belirleyen yapısal bir unsur olarak konumlanmaktadır. Lev Manovich'in (2013) dijital kùltür bağlamında vurguladığı çağdaş görsel üretim, veri kümeleri ve yazılım tabanlı işlemler aracılığıyla şekillenmekte, tasarımcı da veri akışlarını düzenleyen ve yorumlayan bir aktör hâline gelmektedir.

Veri görselleştirme ve bilgi tasarımı, bu dönüşümün en görünür alanlarından birini oluşturur. Haritalardan infografiklere, algoritmik üretimden dinamik kimlik sistemlerine uzanan bu geniş yelpaze, grafik tasarımın görsel temsil ile birlikte bilgi organizasyonu, sistem kurma ve anlatı inşa etme pratiği olduğunu ortaya koymaktadır. Edward Tufte'nin (2001) ortaya koyduğu yaklaşım, veri görselleştirmenin bilişsel bir gereklilik olduğunu savunmakta ve görsel düzenin temel amacının, bilgiyi sadeleştirirken yoğunluğunu korumak olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda grafik tasarım, veriyi süsleyen bir araç olmanın yanında veriyi yapılandıran ve anlamlandıran bir arayüz işlevi görmektedir. Haritalama pratikleri, zaman çizelgeleri ve çok katmanlı infografikler, tasarımın bilgi ile kurduğu ilişkinin salt temsil düzeyini aşarak analitik bir zemine taşındığını göstermektedir.

Sayısallaşmanın bir diğer önemli boyutu ise algoritmik üretim ve yapay zekâ destekli tasarım araçlarının yaygınlaşmasıdır. Parametrik sistemler, generatif tasarım yazılımları ve makine öğrenmesi temelli görsel üretim araçları, tasarım sürecini tekil bir el emeği pratiğinden sistem kurma etkinliğine dönüştürmektedir. Bu noktada tasarımcı, nihai ürünü doğrudan biçimlendiren bir özne olmaktan ziyade, kurallar bütünü ve olasılık alanları tanımlayan bir sistem kurgulayıcısı olarak konumlanmaktadır. Manovich (2013), yazılımın kültürel üretimde üstlendiği bu belirleyici rolü “yazılımın kültürel form hâline gelmesi” olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla grafik tasarım pratiği, estetik sezgiye değil, kodlama mantığına ve sistem düşüncesine dayalı bir üretim modeline yaklaşmaktadır.

Dinamik kimlik sistemleri ve değişken logolar da verinin tasarım üzerindeki etkisini görünür kılan güncel örnekler arasında yer almaktadır. Kurumsal kimliğin sabit bir amblemden ziyade, bağlama göre değişebilen görsel bir sistem olarak ele alınması, grafik tasarımın durağanlık yerine akışkanlık üzerinden okunmasına yol açmıştır. Bu tür uygulamalarda logo, tekil form olma özelliğinden sıyrılarak bir algoritma ya da kurallar dizisi olarak var olmaktadır. Michael Rock’a (2009) göre çağdaş kimlik tasarımı, markayı temsil eden tek bir işaret değildir. Çeşitli yapılarda ve farklı biçimlerde tezahür edebilen görsel bir dil kurma pratiğine dönüşmektedir. Böylece tasarım nesnesi, kapalı bir sonuç olmanın dışında açık bir sistem niteliği kazanmaktadır. Dolayısıyla bu dönüşüm süreci, tasarımcının mesleki rolünde de önemli bir yeniden tanımlamayı beraberinde getirmektedir. Ellen Lupton’un (2017) işaret ettiği gibi çağdaş tasarım eğitimi dahi biçimsel ustalıktan çok problem çözme, sistem kurma ve eleştirel düşünme becerilerini öne çıkarmaktadır. İnteraktif arayüz tasarımları, veri odaklı haber görselleştirmeleri ve kullanıcıyla gerçek zamanlı etkileşime giren dijital platformlar, tasarımcının rolünün sabit bir biçim üreticisinden süreçleri ve etkileşim dinamiklerini kurgulayan bir sistem tasarımcısına doğru dönüşümünü açıkça ortaya koymaktadır. Bu bağlamda veri, grafik tasarım için geçici bir araç değil, disiplinin düşünme biçimini dönüştüren kurucu bir unsur hâline gelmiştir. Çünkü veri, tasarımın estetik boyutunu ortadan kaldırmayarak, onu yeni bir düşünsel ve yapısal düzleme taşıyan çağdaş bir hammadde olarak değerlendirilebilir.

#### **4. Görsel Anlatı: Tasarımın Hikâye Kurma Kapasitesi**

Grafik tasarımın çağdaş üretim alanında üstlendiği rollerden biri de bilgiyi yalnızca görünür kılmak değil, onu belirli bir düzen ve bağlam içinde anlamlandırmak ve örgütlemektir. Görsel anlatı kavramı, tasarımın tekil bir kompozisyon üretiminin ötesinde zaman, sıralama ve bağlam aracılığıyla ilişkilendiren bir süreç olarak ortaya koymaktadır. Böylece grafik tasarımın

statik bir yüzey organizasyonundan çok, izleyiciyle etkileşim içinde biçimlenen dinamik bir anlatı alanı olduğu anlaşılır. Ellen Lupton (2017), çağdaş tasarım pratiği içinde görsel öğeleri estetik denge kuran, kullanıcıyı yönlendiren ve anlam akışını organize eden yapılar olarak kullanır. Öte yandan görsel anlatının oluşumunda sekans, ritim, tipografi ve renk gibi temel tasarım öğeleri de belirleyicidir. Bu öğeler aracılığıyla kurulan sistem, grafik tasarımın zamansal ve mekânsal sınırlarını genişleterek onu çok katmanlı bir iletişim pratiğine dönüştürmektedir. *Sekans* kavramı, görsel bilgilerin belirli bir sıra içinde sunulması yoluyla okuyucunun algısal yönelimini belirlerken; ritim, tekrar ve varyasyon aracılığıyla süreklilik hissi oluşturmaktadır. Tipografi ise; dilin, insanlığın, form ve biçimlerdeki varlık yansımasıdır (Uçar, 2019, s.175). Ayrıca metnin okunabilirliğini sağlamanın yanında anlatının tonunu ve duygusal bağlamını belirleyen görsel bir ses işlevi görmektedir. Bununla birlikte renk kullanımını da benzer biçimde anlatının atmosferini ve vurgu noktalarını şekillendirir. Bu öğelerin birlikte işleyişi, grafik tasarımı tekil bir görüntü üretiminden uzaklaştırarak zamansal bir deneyime dönüştürmektedir. Robin Kinross'un (2010) tipografi üzerine yaptığı çalışmalar, yazının dilsel değil kültürel ve görsel bir anlatı taşıyıcısı olduğunu ortaya koyarak bu bütüncül yapıya dikkat çekmektedir.

Dijital ortamların yaygınlaşmasıyla birlikte grafik tasarımın anlatı kurma kapasitesi de ekran temelli ve etkileşimli yapılarda daha görünür hâle gelmiştir. Kullanıcı deneyimi (UX) ve arayüz tasarımı, görsel anlatının izlenen ve en çok da deneyimlenen bir sürece dönüşmesini sağlamıştır. Bu bağlamda tasarım, tek yönlü bir okuma düzeninden çoklu ve alt kollara ayrılan anlatı yapılarına doğru genişlemiştir. Lev Manovich (2001), yeni medya ortamlarının anlatıyı veri tabanlı yapılara dönüştürdüğünü ve kullanıcıyı pasif izleyiciden etkin bir katılımcıya taşıdığını belirtir. İnteraktif web sayfaları, mobil uygulama arayüzleri ve veri temelli hikâyeleştirme projeleri de grafik tasarımın artık tek karede tamamlanan bir üretim değil, zaman içinde açılan ve kullanıcı etkileşimiyle biçimlenen bir anlatı alanı olduğunu göstermektedir.

Sosyal medya ortamları ise görsel anlatının mikro ölçekli ancak yoğun biçimde üretildiği yeni bir zemin oluşturmaktadır. Çünkü hareketli görseller, kısa video sekansları, tipografik animasyonlar ve hikâye formatları, tasarımın zamansal boyutunu gündelik iletişimin merkezine taşımıştır. Bu bağlamda anlatı, uzun soluklu ve tek yönlü bir yapıdan parçalı, hızlı tüketilen ve yeniden üretilebilen mikro anlatılara dönüşmektedir. Nicholas Mirzoeff'un (2015) görsel kültür üzerine yaptığı değerlendirmeler de çağdaş görsel üretimin artık tekil imgelerden çok dolaşım hâlindeki görsel akışlar üzerinden okunması gerektiğini vurgulamaktadır. Grafik tasarım bu akış içinde, görsel tutarlılığı sağlayan ve anlam parçalarını bir araya getiren düzenleyici bir rol üstlenir.

Bütünüyle ele alındığında görsel anlatı, grafik tasarımın imge ile veri arasında kurduğu köprüyü güçlendiren temel bileşenlerden biridir. Böylece grafik tasarım, tek karelik bir görüntü üretiminin ötesine geçerek, zaman içinde açılan ve kullanıcıyla birlikte anlam kazanan dinamik bir anlatı alanı hâline gelir.

## 5. “Arada Olma” Hâli: Hibritleşme ve Geçişkenlik

Grafik tasarımın güncel konumunu anlamlandırmada “arada olma” kavramı, iki uç arasında konumlanan ara bölgeyi değil, üretken bir gerilim alanını, müzakere zeminini ve dönüşüm potansiyelini ifade etmektedir. Çünkü tasarım pratiği artık sabit kimlikler ve kapalı tanımlar yanında akışkan sistemler ve değişken ilişkiler ağı üzerinden okunmaktadır. Bu durum, grafik tasarımın nesne üretimine dayalı geleneksel modelden uzaklaşarak süreç, sistem ve deneyim odaklı bir yapıya yöneldiğini göstermektedir. Tam da bu noktada Richard Buchanan’ın (1992) tasarım düşüncesine ilişkin değerlendirmeleri, tasarımın “kötü tanımlanmış problemler” alanında konumlandığını ve disiplinin sınırlarının sabit değil genişleyebilir olduğunu ortaya koymaktadır. Söz konusu geçişken yapının en belirgin göstergelerinden biri, analog ve dijital, sanat ve iletişim, estetik ve işlev gibi ikiliklerin çözülmeye başlamasıdır. Modernist tasarım anlayışı, çoğu zaman bu kavramları karşıtlıklar üzerinden tanımlarken, çağdaş tasarım ortamı bu karşıtlıkları geçirgen hâle getirmektedir. Lev Manovich’in (2001) yeni medya kuramında vurguladığı gibi dijital ortamlar, kültürel üretimi modüler ve değişken yapılara dönüştürerek sabit kategorilerin çözümlenmesine zemin hazırlar. Bu çözümlenme, grafik tasarımın hem sanatsal ifade hem de iletişimsel işlev arasında kurduğu dengeyi yeniden tanımlayarak tasarım nesnesini kapalı bir sonuç olmaktan çıkarır ve açık uçlu bir sistem hâline getirir. Bu dönüşüm süreci, tasarımcının mesleki kimliğinde de belirgin bir genişlemeyi ortaya çıkarır. Burada Victor Margolin’in (2002) tasarım çalışmalarına ilişkin yaklaşımı, tasarımcının rolünü kültürel ve toplumsal bağlamlar içinde aracılık eden bir figür olarak tanımlamaktadır. Çünkü tasarım pratiği, araştırma, eleştirel düşünme ve kavramsal çerçeve kurma süreçleriyle iç içe geçerek daha bütüncül bir üretim modeline yaklaşmaktadır.

Disiplinlerarası üretim biçimleri de grafik tasarımın bu “arada olma” hâlini güçlendiren önemli bir boyut oluşturur. Mimarlık, sosyoloji, medya çalışmaları, bilgisayar bilimleri ve sanat gibi farklı alanlarla kurulan ilişkiler, tasarımın görsel bir alan olmasının yanında çok katmanlı bir bilgi üretim pratiği olduğunu görünür kılmaktadır. Bunun yanı sıra Andrew Blauvelt’in (2008) “ilişkisel tasarım” kavramsallaştırması da tasarımın nesne merkezli değil ilişki merkezli bir yapıya evrildiğini savunarak grafik tasarımın tekil ürünler yerine etkileşim ağları, sistemler ve deneyim alanları üretmeye yöneldiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla tasarım, sabit disiplinler sınırların ötesinde ve farklı

bilgi alanları arasında dolaşan bir arayüz işlevi üstlenmektedir. Bu bakımdan “arada olma” hâli, grafik tasarımın zayıflığı değil, aksine onun üretken gücünü belirleyen temel dinamiktir. Hibritleşme ve geçişkenlik de tasarımın kimlik kaybı yaşadığı bir çözülme olarak tanımlanmamalıdır. Çünkü bu durum yeni anlam biçimlerinin ortaya çıktığı yaratıcı bir genişleme alanıdır. Grafik tasarım bu bağlamda, analog ile dijital, estetik ile işlev ve sanat ile iletişim arasında sürekli yeniden konumlanan bir düşünme ve üretme pratiği olarak değerlendirilmelidir. Bütünüyle tasarım, sabit bir disiplin olmanın yanında değişken bağlamlar içinde sürekli yeniden tanımlanan, açık uçlu ve ilişkiyel bir sistem olarak varlığını sürdürmektedir.

## 6. Sonuç

Çalışma boyunca ele alınan kuramsal ve pratik dönüşümler, grafik tasarımın günümüzde sadece görsel düzenleme etkinliği olarak tanımlanamayacağını açık biçimde ortaya koymaktadır. Grafik tasarım artık imgeyi biçimlendiren bir yüzey pratiğinden ziyade, veriyi organize eden, görsel anlatıyı kurgulayan ve anlam ilişkilerini yöneten bütüncül bir düşünme biçimi olarak konumlanmaktadır. Bu bütüncül yapı, tasarımın estetik, bilişsel ve iletişimsel boyutlarını aynı anda içeren çok katmanlı bir üretim alanına işaret etmektedir. Bununla birlikte tasarım, sabit çözümler üretmekten çok karmaşık problemler arasında ilişki kurma yetisiyle anlam kazanmaktadır. Dolayısıyla grafik tasarım, güncel kültürel ortamda bir “bağlantı kurma pratiği” olarak öne çıkar. Bu dönüşüm, tasarımcının mesleki kimliğinde de belirgin bir yeniden tanımlamayı beraberinde getirmektedir. Grafik tasarımcı biçim veren bir uygulayıcı misyonunun yanında, veriyi yorumlayan, içerik akışlarını düzenleyen ve görsel sistemler kuran bir stratejist olarak konumlanmaktadır. Tasarım eğitime yönelik değerlendirmeler, çağdaş tasarımcının problem çözmeye, eleştirel düşünme ve sistem kurma becerilerinin giderek daha fazla önem kazandığını göstermektedir. Dolayısıyla tasarım pratiği, teknik yeterlilikten çok kavramsal farkındalık ve bağlamsal okuma kapasitesi üzerinden değer kazanmaktadır. Bu durum, grafik tasarımın mesleki sınırlarının genişlediğini ve disiplinlerarası etkileşimler içinde yeniden biçimlendiğini ortaya koyar.

Geleceğe yönelik öngörüler, grafik tasarımın daha çok sistem, süreç ve deneyim kavramları üzerinden okunacağı düşünceyi ile şekillenmektedir. Dijital ortamların değişken yapısı, kullanıcı etkileşiminin artışı ve veri temelli üretim modellerinin yaygınlaşması, tasarımın sonuç odaklı bir ürün olmaktan çok süreklilik gösteren bir yapı olarak ele alınmasını gerektirmektedir. Bu bağlamda yazılım kültürü üzerine değerlendirmeler de görsel üretimin giderek kod, algoritma ve veri akışları üzerinden şekillendiğini vurgulayarak tasarımın maddi yüzeylerden çok işlemsel süreçlere doğru kaydığını ortaya koymaktadır.

Dolayısıyla grafik tasarımın geleceği, estetik biçim üretiminden ziyade anlam sistemleri kurma ve deneyim tasarlama yetkinliğiyle ilişkilendirilebilir.

Sonuç olarak grafik tasarım, imge, veri ve anlatı arasında kurduğu dinamik ilişki sayesinde dönüşen kültürel ortamın en görünür düşünme ve üretme alanlarından biridir. Bu dönüşüm, disiplinin kimlik kaybı yaşadığı bir çözülme olarak tanımlanmamalı, aksine yeni kavramsal açılımların ve üretim biçimlerinin ortaya çıktığı bir genişleme süreci olarak kabul edilmelidir. Çünkü grafik tasarımın geleceği, tekil nesnelere üretmenin yanında açık sistemler kurmaya, yüzey düzenlemenin yanında deneyim tasarlamaya ve görsel anlatılar aracılığıyla çok katmanlı anlam ağları oluşturmaya yönelmektedir. Bu yönelim, tasarımın hem akademik hem de profesyonel açıdan ele alınmasını zorunlu kılarak grafik tasarımı çağdaş kültür içinde stratejik, kurucu ve dönüştürücü bir disiplin olarak yeniden konumlandırmaktadır.

## Kaynakça

- Batı, U. (2010). *Dilbilim-Strateji-Mesaj-Retorik-Göstergebilim/Reklamın Dili* (1. Baskı). Alfa Yayınları.
- Becer, E. (2002). *İletişim ve Grafik Tasarım* (3. Baskı). Dost Kitabevi Yayınları.
- Blauvelt, A. (2008). Towards relational design. *Design Observer*.
- Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design Issues*, 8(2), 5-21.
- Helfand, J. (2001). *Screen: Essays on graphic design, new media, and visual culture*. Princeton Architectural Press.
- Ferraris, M. (2008). *İngelem*. Dost Kitabevi Yayınları.
- Kinross, R. (2010). *Modern typography: An essay in critical history* (2nd ed.). Hyphen Press.
- Lupton, E. (2017). *Graphic design thinking: Beyond brainstorming* (2nd ed.). Princeton Architectural Press.
- Lupton, E., ve Miller, J. A. (1996). *Design writing research: Writing on graphic design*. Phaidon Press.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. Bloomsbury Academic.
- Margolin, V. (2002). *The politics of the artificial: Essays on design and design studies*. University of Chicago Press.
- McCoy, K. (1990). Typography as discourse. *Design Quarterly*, 148, 14-23.
- Mirzoeff, N. (2015). *How to see the world*. Basic Books.
- Mitchell, W. J. T. (2005). *What do pictures want? The lives and loves of images*. University of Chicago Press.
- Poynor, R. (1998). *Design without boundaries: Visual communication in transition*. Booth-Clibborn Editions.
- Poynor, R. (2003). *No more rules: Graphic design and postmodernism*. Laurence King Publishing.
- Rock, M. (1996). The designer as author. *Eye*, 20, 22-23.
- Rock, M. (2009). Multiple signifiers: On dynamic identity. *Eye Magazine*, 72.
- Tufte, E. R. (2001). *The visual display of quantitative information* (2nd ed.). Graphics Press.
- Twemlow, A. (2011). *Grafik Tasarım Ne İçindir?* (2. Baskı). YEM Yayın.
- Uçar, T.F. (2019). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım* (10. Baskı). İnkılâp Kitabevi.
- Yıldırım, B., ve Kavut, İ. E. (2024). Tasarım imgesinde teknoloji etkisinin eskiz olgusu üzerinden okunması. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 31, 189-200. doi:10.17484/yedi.1296890

