T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
GRAFİK ANASANAT DALI

BASILI GRAFİK ÜRÜNLERDE BİLİNEN GÖRSELLER ÜZERİNDEN YENİ ANLAMLAR KURMAK

Sanatta Yeterlik Tezi

M. DİDEM DAYI TİREK

İstanbul, 2011

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
GRAFİK ANASANAT DALI

BASILI GRAFİK ÜRÜNLERDE BİLİNEN GÖRSELLER ÜZERİNDEN YENİ ANLAMLAR KURMAK

Sanatta Yeterlik Tezi

M. DİDEM DAYI TİREK

Tez Danışmanı: Prof. Emre Becer

İstanbul, 2011

TEZ ONAYI

Kurum : Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü

Programın seviyesi: **Sanatta Yeterlik**

Anasanat Dalı : **Grafik**

Öğrencinin Adı : Meryem Didem DAYI TİREK

Tez Adı : **"BASILI GRAFİK ÜRÜNLERDE BİLİNEN GÖRSELLER ÜZERİNDE YENİ ANLAMLAR KURMAK"**

Sınav Tarihi : 20.04.2011

Sınav Saati : 11:00

Tez tarafımızdan okunmuş, kapsam ve nitelik yönünden **Sanatta Yeterlik** Tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman	**Kurumu**	**İmza**
Prof.Emre BECER	31.Madde	
Sınav Jüri Üyeleri		
Prof.Sema ILGAZ TEMEL	M.Ü.Güzel Sanatlar Fakültesi	
Prof.Dr.İnci Deniz ILGIN	MÜGSF İçmimarlık	
Prof.Ayşegül İZER	MSGSÜ	
Yrd.Doç.Gürbüz D. EKŞİOĞLU	Yeditepe Üni.Grafik	
Yedek Jüri Üyeleri		
Prof.Nazan ERKMEN	M.Ü.Güzel Sanatlar Fakültesi	.....
Yrd.Doç.Dr.Ahu ANTMEN	MÜGSF Temel Eğitim Bölümü	.....
Doç.Leyla ERSİN EKMEKÇİLER	MSGSÜ	.....

Yukarıdaki jüri kararı Enstitü Yönetim Kurulu'nun 22./04.../2011. tarih ve VIII-7 sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Prof.Nilüfer ERGİN DOĞRUER

Müdür

ÖNSÖZ

Tez danışmanım Prof. Emre Becer’e tüm yönlendirmeleri, düzeltmeleri ve eleştirileri için teşekkür ederim. Sayın Prof. Sema Ilgaz Temel ve Sayın Prof. İnci Deniz Ilgın’a tez sürecindeki yapıcı eleştiri ve destekleri için çok teşekkür ederim.

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesi sırasında zamanlarını müsrifçe harcamama izin veren sevgili dostlarıma, bana verdiği destek için aileme, ayrıca arşivini bana cömertçe açan Sayın İ lhan Bilge’ye, son okuma ve düzeltmeler için dostum Sayın Dilek Türel Göney’e, teorik düzeltmeler için Sayın Ahu Antmen’e çok teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ **I**

ÖZET **IV**

SUMMARY **VI**

1. GİRİŞ **1**

2. BİLİNEN GÖRSELLER ÜZERİNDEN YENİ ANLAM KURMAK **4**

2.1. 20. Yüzyıl Sanat ve Tasarımında Görsel Alıntı 9

2.1.1. Kübizm; İlk Denemeler 10

2.1.2. Dada; Siyasi Temanın Metaforu Olarak İmge 13

2.1.3. Konstrüktivzm; Propaganda Sanatının Yeni Çeşidi 22

2.1.4. 1960'lı Yıllara Doğru 25

2.1.5. Pop Sanat; Gündelik Olan, Estetik Olan 26

2.1.6. Postmoderne Doğru 29

2.2. Kavram Olarak Alıntı Yoluyla Yeniden Üretim 34

3. POSTMODERNİZM VE GÖRSEL KÜLTÜR **39**

3.1. Tüketim Kültürü ve İmge Üretimi 42

3.2. Modern Çağın Teknolojileri ve İmge Üretimi 50

3.3. Postmodernizm 55

3.3.1 Postmodern Görüntünün Temel Özellikleri 62

3.3.1.1. Eklektisizm 68

3.3.1.2. Metinlerarasılık 70

3.3.1.3. Hipermetin 73

3.3.1.4. Parodi 74

3.3.1.5. Pastiş 76

4. POSTMODERNİZM VE GRAFİK TASARIM 78

5. GÖRSEL İLETİŞİMDE ALINTI ODAKLI YENİDEN ÜRETİM 97

5.1. Anlamından Bağımsız Yeniden Üretim 104

5.2. Anlama Bağlı Kalarak Yeniden Üretim 123

6. GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA ALINTI MERKEZLİ UYGULAMA PROJESİ

6.1. Giriş 137

6.2. Amaç 137

6.3. Kavram 138

6.4. Başlık 139

6.5. Yöntem 139

6.6. Görsel Proje 141

SONUÇ 176

KAYNAKÇA 179

RESİM LİSTESİ 194

ÖZET

Çağımız imajların esareti altındadır. Kişisel bilgisayarların, dijital teknolojinin ve esnek üretim koşullarının yardımı ile günümüzde imaj üretimi son noktasına varmıştır. Masaüstü yayıncılığının ve yeni teknolojilerin hızlı gelişimi, görüntü üzerinden iletişim kuran ve bilgi aktaran çağ insanını görsel insan haline getirmiştir. Var olan imge enflasyonu, izleyicinin algı eşiğinin altında kalan görsel üretimine ait kuramları gündeme taşımıştır. Bu çerçevede, tarihsel olan ile bağ kuran, hazır görüntüleri anlam kurgusunda etkin hale getiren, algılama ve anlam kurmada kültürel bellekten kaynaklanan dinamiklerle iletişim kuran bir tavır olarak alıntılama, görüntünün anlamlandırılması ve algılanmasında etkili bir yöntem olarak değerlendirilebilir.

Bu çalışma, var olan görüntülerin bir bağlam içinde yeniden kullanılmasını öneren alıntı pratiğinin tarihsel gelişimini incelemek, farklı bir karaktere kavuştuğu postmodern alıntının dinamiklerinin altını çizmek amacı ile hazırlanmıştır.

1960'lı yıllarda plastik sanatlar alanında telaffuz edilmeye başlanan postmodernizm grafik tasarım alanında 1980'li yılların başında görünür olmaya başlamış, modernizmin sistem üreten mantığının dışındaki yeni denemelere olanak tanımıştır. Metin ile görüntünün ilişkisi değişime uğramış, tasarımcı ve izleyicinin rollerinde yeni öneriler gündeme gelmiştir. Düşük kaliteli görseller, katmanlar halinde kurgulanan mesaj ve mesajın alıcısına okuma sorumluluğu veren postmodern tavır, grafik tasarımı çok dilli bir hale getirmiştir.

Görsel alıntının temeli olan kolaj ve fotomontaj pratiklerinin tarihsel süreç içinde incelenmesi, görüntüler üzerinden var olan anlamın taşınması etkinliğinin etik ve pratik sınırlılıklarının belirlenmesi bu çalışmanın ana eksenini oluşturmuştur. Postmodernizmin getirdiği yeni açılımlar ve grafik tasarım alanına yansıyan parodi, pastiş, metinlerarasılık, eklektisizm ve hipermetin kavramları, Bakhtin'in diyaloji,

Umberto Eco’nun “Açık Yapıt”ı ile ilişkilendirilerek tasarım alanı çerçevesinde incelenmiş, tasarım ürünleri üzerinden çözümlemeleri yapılmıştır.

İletişim amacı ile yeniden kullanıma sokulan görsellerin anlam kurmada ve kurgulanan mesajı iletmedeki etkilerinin uygulama bölümü göz önünde bulundurularak görsellerin alıntılanması üzerine bir öneri oluşturmak, bu çalışmanın hareket noktasını belirlemiştir. Uygulama projesinin merkezini tarihsel bir ortaklık oluşturmaktadır. 1980’li yıllar postmodernizmin etkilerinin grafik tasarım disiplininde görünür olduğu yıllardır. 1980 yılı Türkiye’de önemli bir kırılma noktasını işaret eder. Askeri darbe tüm toplumsal kodları değiştirmiş, yeniden tanımlamıştır. 1980’in etkisinin popüler hayat üzerinden yorumlanması uygulama projesinin kavramsal merkezini oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Görsel Alıntı, Grafik Tasarım, Kolaj, Fotomontaj, Postmodernizm

SUMMARY

Our era is besieged by images. With the aid of personal computers, digital technologies and flexible production conditions, the production of images has reached its peak. The rapid development of desktop publishing and new technologies have rendered the contemporary, communicative, and transmissive man into a visual creature. The inflation of existing images has brought up the theories which belong to the production of images that remain below the threshold of the perception of the observer. In his context, quoting, as a manner of making historical connections, an activation of existing images in a composition of meaning and a communication of the dynamics of the resources within the perception and attribution of cultural memory, can be considered an effective method for comprehending and perceiving the image.

This study has been prepared in order to analyse the historical progression of the practice of quoting which proposes the reuse of existing images within a context and to emphasize the dynamics within which postmodern quoting embraced a distinct character.

First began to be uttered within the confines of plastic arts in the 1960s, postmodernism appeared in the field of graphic design in 1980s by allowing new experiments outside the system-constructing modernism. Low quality images, messages composed in multiple layers and a postmodern attitude giving the responsibility of reading to the receiver have all rendered graphic design into a multilingual state.

The historical analysis of collage and photomontage as the basics of visual quoting and the definition of the ethical and practical limits of transmitting the existing meaning via images are the main concern to this study. The new expansions brought upon by postmodernism and the concepts of parody, pastische, transtexuality, eclecticism and hypertext are related with Bakhtin's dialogy and Umberto Ecos “Open Work” and subsequently analysed within the context of design and design products.

Forming a proposition upon the comprehension and the effects of the composed message of communicative recycling of images with a view of the process of production has been the lauching point of this study. A historical collaboration forms the center of he production project. 1980s are the years in which postmodernism showed its effects upon the discipline of graphic design. The year 1980 itself is a crucial breaking point in Turkey during which the military coup d'etat changed and redefined social codes. The interpretation of the effects of 1980 upon popular life form the conceptual centre of the production project.

Key Words: Visual Quotation, Graphic Design, Collage, Photomontage, Postmodernism

GİRİŞ

Bilgi akışının ve her türlü enformasyonun görseller üzerinden kurgulandığı günümüzde, görsel üreten bir disiplin olarak grafik tasarım önemli bir toplumsal rol üstlenmektedir. İmgenin doğru kurulup çözümlenmesi, genelde görsel üreticisinin, özelde tasarımcının kodu doğru inşa etmesi ile mümkündür. Postmodern anlayışın temel görsel üretimi alıntı yöntemine dayanmaktadır. Yüzyılın başından beri kullanılan görsel alıntı, postmodernitenin alt okumalara ve anlam katmanı oluşturmaya yönelik tavrı ile bu üretim biçiminde rahatlıkla izlenebilir.

Bir işaretin, bir görüntünün anlam üretebilmesi, izleyici ile iletişim kurabilmesi her şeyden önce bilgiye dayalı bir etkinliktir. Bu çerçevede görsel alıntı bilgi gerektiren bir arka plana ihtiyaç duyar. Michel Foucault işaretin zaten bilinen iki unsur arasındaki ikame olanağından doğduğunu söyler ve ekler; *"İşaret onu tanıyacak olanın gelişini sessizce beklememektedir: ancak bu bilgi eylemiyle oluşabilmektedir. (...) İşaret artık, bilginin içinde işaret etmeye başlayacaktır."*[1] İşaretler, görüntüler ve görsel kodlar zihnimizden geçen izlenimler arasında kurulan bağlardan yararlanmaktadır. Görsel üretimini, yaratıcısının şekillendirmesine bırakan, üretilen görselin okunması için ise izleyiciden aktif bir katılım bekleyen postmodern görüntü, bu çerçevede bilgiyi işaret etmektedir.

Julia Kristeva, *"Anlam alanındaki her şey talihe, rastlantılara ve öznel müdahalelere maruzdur"*[2] diyerek postmodern görüntü pratiğinin açık yapıt, diyalojizm, metinlerarasılık kavramları ile ilişkisinin altını çizer. Bakhtin'in "saf metin yoktur" söylemine paralel bir şekilde artık saf bir görüntüden bahsetmek mümkün değildir. Her üretim, bir yeniden üretimdir. Bir görselden ve onun üzerine kurulmuş bir başka görselden haberdar oluşumuz yeni karşılaştığımız görselin anlamını etkilemektedir.

---

[1] Michel Foucault, **Kelimeler ve Şeyler,** Ankara, İmge Kitabevi, 2001, s. 101
[2] Aktaran: Oğuz Adanır, *"Julia Kristeva ile Göstergebilim (Semiyoloji) Üstüne Bir Söyleşi"*, **İşitsel ve Görsel Anlam Üretimi,** İstanbul, +1 Kitap Yayınevi, 2006, s. 110

Görüntünün enflasyonundan bahsedebileceğimiz günümüzde, tüketim kültürü ve popüler kültürün gündeme getirdiği en önemli deformasyonlar olan; kavramların içini boşaltmak, geçicilik, anlamsızlaştırmak ve bağlamından koparmak görsel tarihinin ortak kültürel belleğinde tahribat yaratmaktadır.

Bu çalışma, "tarihsel bilgisine sahip olmak ve üretim bağlamının farkında olmak koşuluyla iyi iletişim kurabilmiş, kendi politikasını veya sözünü üzerinde taşıyan görsellerin anlamı üzerine yeni anlam kurmak mümkün mü? Grafik tarzlar belli bir dönemi işaret ederek, yeni anlam kurmada iletişim işlevini taşıyabilir mi? Kolektif bellek tarafından aynı göstergesel anlamı taşıyan imgeler, bölgesel, kültürel, anonim görseller ve işaretlerin yeni bir yapı içinde kullanımı iletişimi kolaylaştırır mı? Hakim imge enflasyonu karşısında güçlü bir iletişim olanağı sağlar mı?" soruları üzerine şekillenmiştir.

Postmodernizm ile gündeme gelen izleyici merkezli anlamlandırma süreci, görselin yaratıcısının rolünü değiştirmiştir. Günümüz görüntü politikaları Roland Barthes'ın "görme biçimi" olarak tanımladığı, düşündüklerimiz ve inandıklarımızın anlamlandırma sürecini etkilediği görüşünü desteklemektedir. Barthes her imgede bir görme biçimi yattığını söyleyerek metinlerarasılık kavramının ve izleyiciyi aktive eden bu yeni durumun altını çizmektedir.

Postmodernizmin tasarımcıya önerilerinden birisi olan "tasarım problemini yeniden tanımlamak" tasarımcıyı sadece görsel üretiminin öznesi olmaktan çıkarmamış, aynı zamanda tasarım sorusu doğrultusunda kendisini ifade eden bir sanatçıya dönüştürmüştür. Bu çerçeve içinde görsel iletişim tasarımında formların alıntılanması tarihselin anlamsızlaştırılması üzerine değil, eskinin yeniye katılarak yeni bir anlam oluşturulması çizgisinde bir öneri taşımaktadır.

Görsel alıntı, ilk kez anlam transfer etmeyi amaçlayan Berlin Dadacılarının fotomontajlarının ardından, var olan görüntüler üzerinden yeni bir kurgu önermektedir. İletişim için oldukça etkili bir yol olarak beliren görsel alıntı, geçmişin formları dekoratif bir eleman olarak algılandığında, sadece anlam kaybına yol açmaz, aynı zamanda tarihselin anlamına da müdahalede bulunarak değişime açık hale getirir. Bu tavır, her türlü görüntünün izleyici önünden hızlıca akıp gittiği günümüzde tasarımcıyı değerli bir sözlükten mahrum bırakmaktadır.

Bu çalışma, ilk bölümde görsel alıntının temeli sayılan kolaj ve fotomontajın tarihsel gelişimini anlam kurma işlevi üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Sanat ve grafik tasarım alanında kolaj ve fotomontajın kullanımı yeni imkânlar doğurmuş, gelişen teknolojilerin yardımı ile görüntü iletişimin merkezi haline gelmeye başlamıştır. İşlevci sanat anlayışını benimseyen ve politik bir anlam kaygısı duyan Dadacı ve Konstrüktivist fotomontajlar grafik tasarım alanına daha yakın durmuş ve iletişim işlevi üstlenmiştir. Postmodernizmin erken dönemlerinden itibaren, görsel alıntı anlam kurmada birincil yöntem olarak belirmiş ve her türlü müdahaleye açık olan geçmişin kültürü bir malzeme deposu halini almıştır. Postmodernizmin temel belirleyicileri olan eklektisizm, hipermetin, parodi, pastiş, ironi ve metinlerarasılık kavramları görsel üretimin merkezine alınarak değerlendirilmiştir. Üçüncü bölümde postmodernizmin temel kavramlarının grafik tasarımı alanına yansımaları tasarım tarihi üzerinden ele alınmış postmodernizmin bu alana getirdikleri alıntı pratiği dışarıda tutularak anlatılmıştır ve son bölüm ise, görsel alıntının tasarımdaki örnekleri ve yansımaları üzerine kurulmuştur.

Günümüzde sıklıkla kullanılan görsel alıntı postmodern teorinin görsel iletişim tasarımı alanındaki en önemli belirleyicilerinden birisidir. Doğru kurulan görsel alıntı, görüntü üretiminin yaygın olduğu günümüzde izleyici için heyecan verici bir okuma süreci inşa etmekte ve güçlü bir iletişim kurmaktadır.

2. BİLİNEN GÖRSELLER ÜZERİNDEN YENİ ANLAM KURMAK

Gözümüz için, belli bir uyaran karşısında edinilen izlenimde değişeni ve yeni olanı kaydetmektense, daha önce sık sık üretmiş olduğu bir imgeyi yeniden üretmek çok daha kolaydır.
Friedrich Nietzsche

Görsel iletişim görüntüler üzerinden bilgi iletmeyi amaçlar. Ortak bir dil yaratmak, mesajı tam ve eksiksiz iletebilmek adına üretilen ve kullanılan semboller iletişim tarihinin, diğer bir deyişle insanlık tarihinin başlangıcından bu yana vardır. Ortak kültürel imgeler ve semboller yaratmak, göstergeler yardımı ile iletişim kurmak, mağara duvarlarındaki resimlere uzanan bir tarihi kapsar. İletişim amacı ile üretilen göstergeler kendisinden farklı bir göstereni tarihsel ve toplumsal dinamikleri ile taşıyabilirler, sözel iletişimin aksine, zamandan bağımsız bir biçimde işlev yüklenebilirler. Bir görsel üzerinden anlam üretmeyi basitçe sembol üretimi ile ilişkilendirdiğimizde, önceden bilgisi kaydedilen bir görüntü ile anlam üretmenin iletişimin temel davranışlarından birisi olduğunu görebiliriz.

Bu çerçevede görsel algı ve anlamlandırma süreci, kültürel ve kolektif bellekten yararlanır. Bir görseli veya iletiyi anlamlandırmamız, kültürün kodları üzerinden mümkündür. Richard Leppert; *"Görebilmem (yani algılayabilmem) için birşeyler bilmem gerekir (...) Şurası apaçık bir gerçek ki, görebilmemiz için kısmen tarihe ve kültüre özgü kimi "beceriler'e sahip olmamız gerekiyor"*[3] diyerek görme ve anlamlandırma sürecinin bilgi gerektirdiğine işaret eder. Her imge görünür olduğu andan itibaren kültüre ait bir işlev yüklenmekte ve belli kodları taşımaktadır. *"İster fotoğraf, ister film ya da video, isterse resim olsun imgelere baktığımız zaman gördüğümüz şey insan bilincinin bir ürünüdür. İnsan bilinci ise, kültür ve tarihin*

[3] Richard Leppert, **Sanatta Anlamın Görüntüsü İmgelerin Toplumsal İşlevi,** İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2002, s. 18

ayrılmaz bir parçasıdır."[4] Her türlü imge belli bir sosyo-kültürel ortamda belli bir işleve yönelik inşa edilmektedir. Mesaja ait kodların doğru kurulup çözümlenmesi toplumun ortak hafızası, kimliği, gelenekleri, yaşam tarzı, tüketim alışkanlıkları ve kültürel yapısı ile ilintilidir. İ mgelerin hatırlanması, anlamlandırılması, sosyal ve toplumsal bir değer içerir ve Jann Assmann'ın "kültürel bellek" ve Maurice Halbwachs'ın "kolektif bellek" kavramları ile yakından ilgilidir.

Kültür, bağlayıcı bir yapı olarak kimlik ve aidiyeti önerir. Her şeyden önce teknolojik bir kavramdır ve devam eden davranış biçimleri ile belirlenir. Bellek bireye ait bir olgu olmakla birlikte toplum ve kültür tarafından oluşturulmakta ve kültürleşme sürecinde şekillenmektedir. Assmann'a göre kültürün kuralcı ve anıtsal yönü ile yönlendirici ve nakledici yönü toplumsal aidiyeti yaratır. Bir kültür içinde ortak hafıza kurulur, anlam deneyimler ve aktarımlarla yaşatılır. *"Kültürel bellek gelenek ve iletişimden beslenir ama onlar tarafından belirlenmez. Kopmalar, çatışmalar, yenilenmeler, restorasyonlar ve devrimler ancak böyle açıklanabilir. Bu sayılanlarda kendini gösteren şey, güncelleştirilen anlamın ötesinden aniden beliren yeni anlamlar, unutulana uzanma, geride kalmış bir geleneğin canlandırılması, bir kenara itilenin geri dönüşü"*[5]dür.

Halbwachs'a göre ise, birey geçmişi bir bağlam içinde hatırlar, ilişki kuramadığı şeyleri unutur veya dönüştürür. Bu anlamda hatırlamak ve unutmak sosyal ve kültürel bir durumdur. Hatırlanan kültüre ait bu olgular büyük oranda birey ve kolektif bellek tarafından anlamlı kabul edilen şeylerdir. Halbwachs toplumu, bellek ve hatırlamanın öznesi şeklinde tanımlar ve *"... hatırlamanın tamamen politik bir işleve sahip olduğunu..."*[6] belirtir. Buna bağlı olarak geliştirdiği "grup belleği" ve "ulus belleği" kavramları toplumun gelenek ve gelişimi ile paralel bir şekilde yaşama pratikleri

---

[4] Richard Leppert, **Sanatta Anlamın Görüntüsü İmgelerin Toplumsal İşlevi**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2002, s. 14

[5] Aktaran: Jan Assmann, **Kültürel Bellek,** İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2001, s. 28

[6] Murat Yağcı, **Yazılı Kültürün Düşüşü, Sözlü Kültürden Yazılı Kültüre ve Elektronik Kültüre Geçiş Süreçlerinde Düşünsel ve Toplumsal Değişimler,** Ankara, T.C. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkbilim Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2005

etrafında şekillenir.

Halbwachs'a göre hatırlama ve anlamlandırma gurubun ortak belleğinde kalan somut bir zaman ve mekâna dayanır. Bu anlamda belleğe her giriş, *"bir ders, bir kavram, bir sembol aktarır; toplumun düşünceler sisteminin bir unsuru haline gelir."*[7] Bununla birlikte hatırlamak, bir yeniden kurma işlemidir. Edinilmiş deneyimler ve imgeler bellekte olduğu gibi kalmaz. Geçmişten bugüne kadar olan deneyimler ve bilgilerle sürekli olarak yeniden örgütlenir. Bir imge, üzerinde biriken anlamlar arasında yeni ilişki olanağı sağlar, parçanın üzerindeki anlam kurgusunu yeniden inşa eder. İmge üretiminde geçmişten veya güncel olandan bir parçayı almak bu anlamda politik bir etkinliktir. Kolektif belleği kullanan bir etkinlik olarak görsel alıntı, bilinen bir öğeyi işaret ettiği andan itibaren algıyı uyaran ve tanınan nesne ile iletişim kurmayı kolaylaştıran bir süreçtir. Bu çerçevede görsel alıntı görüntüsel olduğu kadar simgesel bir göstergedir.

Tasarımda görüntüsel gösterge üzerinden ilerleyen iletişim etkinliği, görüntünün gerçek nesnesini yansıtmasına odaklanır. Görüntüsel gösterge, fotoğrafta olduğu gibi gerçek nesnesi ile birebir örtüşür veya gerçek nesnesine ait belirgin ve kesin ipuçları içerir. İzleyici imgenin gerçek nesnesine ve nesne bilgisine kolayca ulaşabilir, zaman ve mekândan bağımsız bir benzerlik ilişkisi kurar. Görüntüsel gösterge, nesnesi olmasa da kendi kimliğini, varlığını ve bilgisini koruyan bir tür göstergedir. Görsel alıntı kültürel belleğe dayanarak soyut bir durumu somut ile gösterir. Bu anlamda simgesel bir gösterge niteliği taşır. İmgenin üzerindeki bilgi, nesne bilgisinin dışında farklı kavramlara işaret edebilir. Örnek olarak barış (gösterilen) soyut bir kavramdır ve somut bir gösteren ile, ağzında zeytin dalı taşıyan beyaz bir güvercin ile görselleştirilir. Bu tip bir gösterilen/gösteren ilişkisini tarihsel formların alıntılanması zemininde kurabiliriz. Barış sembolünün üzerine yapılan herhangi bir müdahale, barış kavramının kendisine yapılmış bir müdahale olarak okunur. Simgesel göstergede, gösterilen ile gösteren

[7] Jan Assmann, **Kültürel Bellek,** İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2001, s. 42

arasında benzerlik ilişkisi olabileceği gibi, birbirinden bağımsız bir ilişki de kurulabilir. Simgesel göstergeler kültürden kültüre değişebilir, kültürel bellekten yararlanan bu etkinlik toplumsal dinamiklerle farklı şekillerde anlamlandırılmaya açıktır. Bu anlamda görsel alıntının anlamlandırılması kültürel belleğe bağlıdır.

Tasarıma yansıyan birçok akım ve yöntem gibi "alıntı" da bir yöntem ve ifade biçimi olarak sanat kökenlidir. Görsel formların yeni bir yapıta ve üretime kaynaklık etmesi sadece 20. yüzyıl ile ilintili değildir. Sanat tarihi boyunca daha önceden üretilmiş bir eserin bütünü veya bir bölümü ardılları tarafından yeniden üretim konusu olmuş, sanatçının üretiminin tamamında veya bir bölümünde atıfla kullanılmıştır. Sanatçı yapıta yaklaşımı dahilinde aynen aktarmak, kendi sanatının bir bölümü olarak kullanmak, dönüştürmek, yeniden üretmek veya müdahalede bulunmak yöntemlerinden birisini benimseyebilir. Kopyalama, alıntılama ve yeniden üretimi en temel şekilde resmin tarihi ile ilişkilendirmek mümkündür. Bununla birlikte üretilmiş görüntülerin yeniden kullanımı başat bir tavır olarak 20. yüzyılın başındaki Kübist kolajla birlikte öne çıkmıştır. Günümüzde değişen anlam ve tanımları ile birlikte görsel alıntı postmodernizmin ana karakteri olarak halen geniş kullanım olanaklarına sahiptir.

Kısa süre içinde yeni bir anlatım dili olan, sanat ve tasarımda yeni biçimlerin kapılarını açan kolaj, dekolaj, montaj ve asemblaj; Kübist kolaj, Dadacı kolaj, Fütürist kolaj, Gerçeküstücü kolaj olarak gelişimini sürdürür. Bu yöntem David Bowie'nin şarkı sözlerinden, 1960'lı yılların avangard şairi Denis Roche'un üretimlerine, Apollinaire'in duyduğu diyalog parçalarını bir araya getirerek oluşturduğu "Lundi rue Christine" şiirlerine, William Burroughs'un metinlerine, kısacası görsel sanatlardan edebiyata kadar birçok alanda kendini görünür kılar. Bir bütünden alınan parçalarla yeni bir anlam kurmak, birbirine uymayan parçalardan yararlanmak bir yandan da 20. yüzyıl insanının en temel izleğine işaret etmektedir: yabancılaşma.

Donald Kuspit, kolajın geçirdiği değişimi günlük hayat üzerinden okur; *"Kolaj sanatsal olayla ilgili göreceli bir durumdur, burada görecelilik var oluş sürecinde bireysellikle*

ilgili huzursuzluğu gösterir. Böyle olduğu için kolaj, en azından Baudelaire'den beri sanat işlemini temsil eder: standartlaştırma ya da sınıflandırma ile kitle toplumunda bireyselliğin reddini ortaya koyan kolaj, gündelik yaşamın sıkıcı parçalarını şiir haline getirir."[8]

[8] **Donald Kuspit,** *"Görecelilik Çağında Sanatın Düzenleyici Kuralı: Kolaj"*, Çeviren: Dilek Türkmenoğlu, **rh+ Sanat,** Sayı: 45, Kasım 2007, s. 73

2.1. 20. Yüzyıl Sanat ve Tasarımında Görsel Alıntı

Kolaj görsel alıntının temel anlayışını oluşturmaktadır. Kolajın belirleyici tanımı ise, yapıtı oluşturan malzemelerin orijinal bağlamlarından koparılarak yeni bir düzenleme dahilinde bir araya getirilmesidir. Max Ernst'in tanımlamasıyla iki uzak gerçekliğin her ikisine de yabancı bir düzlemde buluşmasıdır. Bu anlamda kolaj, *"...ressamın tuvalinin ölçeğine göre uyarlanmış nesnelerin ya da nesne resimlerinin bir araya getirilmiş halidir; gerilimini birbiriyle tezat oluşturan nesneler kadar, onların montajına borçludur"*[9]

Yüzyılın başındaki Kübist kolajdan bu yana değişimler geçiren kolaj pratiği, 20. yüzyılın görsel üretiminde etkili bir yöntem olmuştur. Donald Kuspit günümüzde sanatın yapı ve anlamını bilinçli şekilde göreceli hale getirme eğiliminin kolajla birlikte arttığını belirtir. Kolaj aynı zamanda postmodernitenin anlam kurmada bireyselliği öngören tavrına vurgu yapan bir üretim biçimidir.

Tasarım ile sanatın birbirini etkileyen, dönüştüren ve birbirinden beslenen gücünün en belirgin olduğu alanlardan birisi görsel alıntı veya tanımın özü itibari ile kolajdır. Politikaya ve sosyal hayata daha yakın duran 20. yüzyılın sanatı, gündelik ürünler üzerinden üretim yapan tasarım ile en çok bu pratik üzerinden yakınlaşmıştır. John Heartfield'ın kolaj ve fotomontajları her iki alana da eşit mesafede durur. Hannah Höch ve George Grosz'un üretimlerine rahatlıkla grafik karakterli diyebiliriz. Konstrüktivizm ise zaten sanat ile hayat arasındaki sınırların silindiğine işaret eden işlevci bir anlayışı benimsemiş ve görsel iletişim tasarımına daha yakın durmuştur.

Fütürist tasarım, başta Filippo Tommaso Marinetti, Argendo Soffici, Carlo Carra, Guillaume Apollinaire, Giacomo Balla olmak üzere kolajı kullanmış, *"Marinetti ve arkadaşlarının saldırgan, okunaksız ama duygusal nitelikler taşıyan tipografik*

[9] Walter Grasskamp, *"Sanatçılar ve Diğer Koleksiyoncular"*, **Sanatçı Müzeleri,** Editör: Ali Artun, İstanbul, İletişim Yayınları, 2005, s.71

deneyleri de zaman içinde basılı sayfanın potansiyelini olumlu yönde değiştirmiştir."[10] Marinetti'nin kolaj şiirleri var olan teknik sınırlar içinde bir "özgürlük durumu"nu mümkün kılmıştır.

Bu bağlamda alıntının temel karakteri olan kolaj ve fotomontajın tasarım ile paralel giden tarihini sanat tarihinden ayıran etkinlik, Birinci Dünya Savaşı sonrasında, dönemin gergin siyasi ortamının da belirlediği politik yanı ağır basan afişlerde izlenebilir.

Sadece sosyal, kültürel üretimlerde değil, reklam ve tasarım alanında da örneğini oldukça sık gördüğümüz kolaj ve fotomontaj ile iletişim kurmak hakim bir görsel üretim yöntemi olmuştur. Alman tarihçi Franz Rohn, montajın modern görsel kültürün iki eğilimini tanımladığını söyler; *"aşırı bir düş gücü ve aşırı bir ciddiyet."*[11] Alıntı yolu ile mesaj aktarmanın hatırlamaya dayanan dinamiği, kurulan ironi ile etkisinin ve akılda kalıcılığının artırılması ve okuyucuyu mesaja dahil etmesi, etkili bir iletişim kurmaya olanak sağlamıştır.

Sadece politik ve sosyal söylem üretmek için değil, aynı zamanda Piet Zwart, Paul Schuitema gibi tasarımcılar 1920'li yılların başından itibaren bu görsel dili, reklam ve tanıtım alanına uygulamışlardır. Kolaj ve fotomontaj çok kısa bir zaman içinde ticari tasarım işlerinde ve reklam dünyasında kabul gören bir görsel tarz olmuş bununla birlikte sosyal ve politik konularda daha güçlü bir anlam üretmiştir.

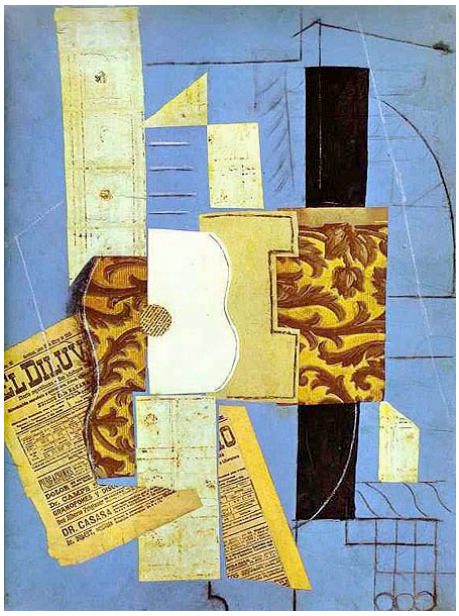
2.1.1. Kübizm; İlk Denemeler

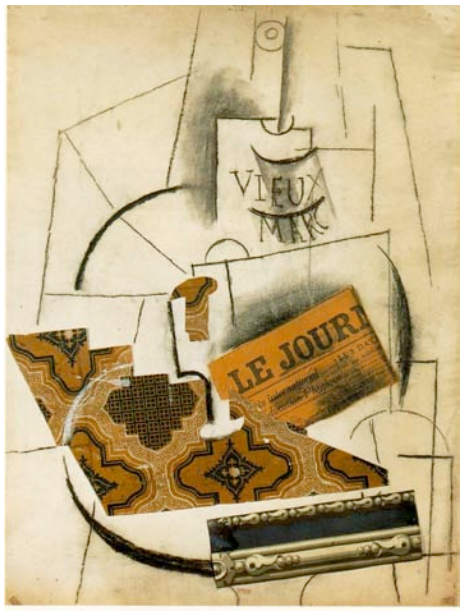
Pablo Picasso ve Georges Braque'ın öncülüğünü yaptığı çalışmalar sonucunda, 1900'lü yılların başında Kübizm ile kolaj, sanatsal bir ifade aracı olarak ve ilk defa boya

[10] Emre Becer, **Modern Sanat ve Yeni Tipografi,** Ankara, Dost Yayınevi, 2007, s. 54
[11] Maud Lavin, Anette Michelson, **Montage and Modern Life,** 1919-1942, Boston, The MIT Press, 1992, s. 28

resmine eşit bir şekilde sanat üretimine dahil olmuştur. Kolajın önemli bir sanatsal ifade aracı olmasında günlük yaşama dahil olan gazete, ilan, kartpostal, afiş, broşür gibi basılı malzemelerin artışı kadar fotoğrafın bulunuşunun da etkisi bulunmaktadır. İlk defa *"1890 yılında Picasso bir gazeteden kestiği başlığı, mürekkep ile yaptığı bir çizime dahil ederek kompozisyonun konuya uygun ve hayati bir parçası haline getirir."*[12]

Braque'ın üç boyutlu ilk denemelerinden sonra Picasso ve Braque, *"Aynı fikri kâğıtlar ile kalın kartonları malzeme olarak kullanarak iki boyutlu işler üzerine uyguladılar ve yeni bir tür çalışma olarak yapıştırma kâğıtlar doğdu."*[13] Picasso öncelikle boya resmine boyut getirmeyi denemiş, daha sonra gündelik hayatın işaretlerini olduğu gibi çalışmalarına transfer etmiştir. İlk denemeler "yapıştırma kâğıtlar" adını almış, kısa zamanda bu denemelere üç boyutlu nesneler de dahil olmuş ve 20. yüzyılın görsel karakterinin ana damarını oluşturacak olan "alımlama estetiği" ilk ürünlerini vermiştir.





R.1 Pablo Picasso, Gitar, 1913
R.2 Pablo Picasso, Vieux Marc Şişesi, 1913

[12] Norman Laliberte, Alex Mogelon, **Collage, Montage, Assemlage, History and Contemporary Techniques,** Canada, Van Nostrand Reynhold Company, s. 7
[13] Carsten Peter Warncke, Ingo F. Walther, **Picasso,** Köln, Taschen, 2002, s. 208

Kübist kolaj sanat ile hayat arasında durur; mutlak sanat değildir ve kolajı işine dahil eden sanatçının olduğu kadar, izleyicinin de dahil olduğu bir anlamlandırma sürecini tarif eder. Aynı zamanda ilk kez sezgisel olan ile kesin olan arasında ilişki kurar. Donald Kuspit, "Görecelilik Çağında Sanatın Düzenleyici Kuralı: Kolaj" adlı makalesinde; *"Gerçekliği, bir bütünün yüce ya da esrarengiz görünümü halinde tekrar meydana getirmek için görecelilik ve perspektivizmin desteği ile parçalayan kolaj, böylece ruhumuzu olduğu kadar dünyayı daha da büyük bir özellik seviyesine yüceltir. Gerçekliğin indirgenemeyen inatçı bir parçasına bağlı olurken, her ikisinin de sonsuz şekilde geniş olduğu görünür"*[14] diyerek, gerçeğin indirgenemeyen parçası olarak gündelik hayatın, siyasi, toplumsal ve kültürel ipuçlarını veren parçalarının sanat yapıtına dahil olduğu ilk denemelere işaret etmektedir.



R.3 George Braque, Meyve Tabağı ve Bardak, 1912

Picasso ve Braque, "yapıştırma kâğıtlar" adı altında basılı malzemelerin dahil olduğu bu çalışmaların ardından üç boyutlu malzemelerle de denemeler yapmıştır. *"Her türlü malzeme ve nesne, sanki daha önce başka hiç bir işlevleri olmamış gibi, Picasso'nun*

[14] **Donald Kuspit,** *"Görecelilik Çağında Sanatın Düzenleyici Kuralı: Kolaj"*, Çeviren Dilek Türkmenoğlu, **rh+ Sanat,** Sayı: 45, Kasım 2007, s. 75

elinde sanat nesnelerine dönüşmekteydi. Bu yaklaşım sadece resimler için yeni fikirler yaratmakla kalmadı, biçimsel olarak tamamen yeni resimler de yarattı. Çünkü kolajla birlikte dünya artık sadece olduğu gibi resmedilmekten çıkmış ve sanat çalışmalarının fiziksel bir nesnesi haline gelmiştir."[15]

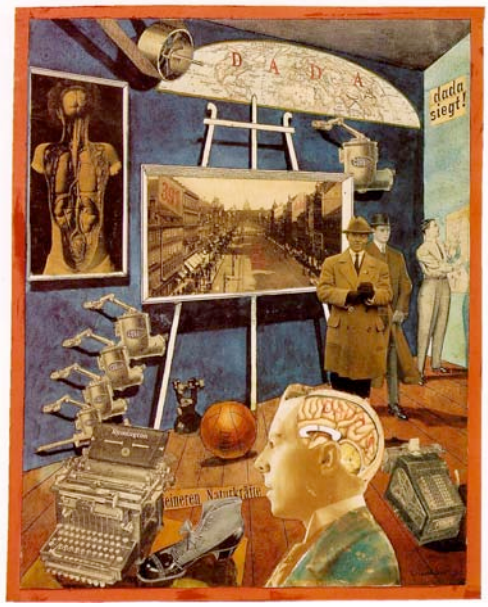
Bu ilk denemeler sanat yapıtı dahilinde yüksek kültür nesnesi ile günlük tüketim ürünlerinin ilk yakınlaşmasıdır ve aynı zamanda popüler kültür ile yüksek kültür arasındaki ayrımın ilk kırılma noktasıdır. Bu andan itibaren sanat yapıtının içine her şey girebilir. Sanat ile hayat arasındaki sınır belirsizleşmeye başlamıştır. *"Kübist kolajdan sonra sanatla ilgili her deneyim, kendi doğası içinde göreceli bir şey olarak anlaşılmıştır. Kant'ın ifadesi ile modern dönemden itibaren sanatın "bütün" ya da mutlak olabileceğini düşünmek doğaüstü bir illüzyondur."*[16] Kübist kolajların hemen ardından Dada sanatçıları, kolajı sanatın bütüncüllüğüne saldırmak için kullanmıştır.

2.1.2. Dada; Siyasi Temanın Metaforu Olarak İmge

1916 yılında şair Hugo Ball'ın Zürih'teki Cabaret Voltaire isimli mekânı, yeni bir akımın merkezi haline gelmiştir. Tristan Tzara tarafından bir protesto, yıkıcı bir eylem olarak tarif edilen Dada, sanatta sıfır noktasını temel alan muhalif bir tavrı benimsemiştir. Dada sanatçıları basitçe bilinçdışını serbest bırakmayı amaçlayarak rastlantı etkenini ön plana almış ve bununla yaratıcılığı farklı bir pratik olarak değerlendirmiş, sanatı sıradanlaştırmaya çalışmıştır. Kolaj ve alıntı bu bağlamda aynı uygulamaları esas alır ki, betimleme işinde her şeyden yararlanılabileceğini söyleyen Apollinaire'nin kolaj şiiri bu "özgürleştirici" denemelerdendir. Marcel Duchamp'ın hazır nesneleri ise sanatın hiçbir zaman aynı kalamayacağını söyleyerek endüstriye ait nesnelerin bağlamını değiştirmiş, anlam ile oynayarak izleyici ile sanat nesnesinin

[15] Elke Linda Buchholz, Beate Zimmerman, **Pablo Picasso, Hayatı ve Eserleri,** Çeviren: Mine Dumanoğlu, İstanbul, Literatür Yayıncılık, 2005, s. 38
[16] Donald Kuspit, *"Görecelilik Çağında Sanatın Düzenleyici Kuralı: Kolaj"*, Çeviren Dilek Türkmenoğlu, **rh+ Sanat,** Sayı: 45, Kasım 2007, s. 72

ilişkisini zihinsel bir etkinliğe dönüştürmüştür. Üretimlerinde Kübizmin tekniğinden yararlanırken, dikkatleri sanatçının yaratıcılığının önemi konusuna çekmiştir.



R.4 Raoul Hausmann, Dada Kazanıyor, 1920

Kurulu bir bütünden alınan farklı parçalarla çoğu zaman anlamdan bağımsız yeni bir bütün kurma odaklı, uyumsuzluğun ve kopukluğun temel izlek olduğu, denetimsizliğe ve akıldışılığa referans veren sanat karşıtı tavırları ile orijinallik ve özerklik kavramlarının yeniden gözden geçirildiği Dadacı kolaj, bu bağlamda anlam kavramına vurgu yapan önemli üretimlerdir.

Birinci Dünya Savaşı'nın yarattığı yıkımdan doğan Dada, bir çok ülke ve şehirde eş zamanlı başlayan bir akım olarak daha çok Zürih, Berlin, New York, Köln, Paris merkezlidir. Bununla birlikte Berlin Dada politik bir tavır benimser ve iletişime dayalı bir etkinlik içindedir. Berlin Dada akımının önde gelen isimleri olan John Heartfield, aynı zamanda tasarımcı olan George Grosz ve Raoul Hausmann, ilan ve gazetelerden aldıkları parçaları kullanarak ilk fotomontajları ürettiler. Amaçları "gerçek" olanla mesajı bir araya getirerek iletişim kurmaktı.

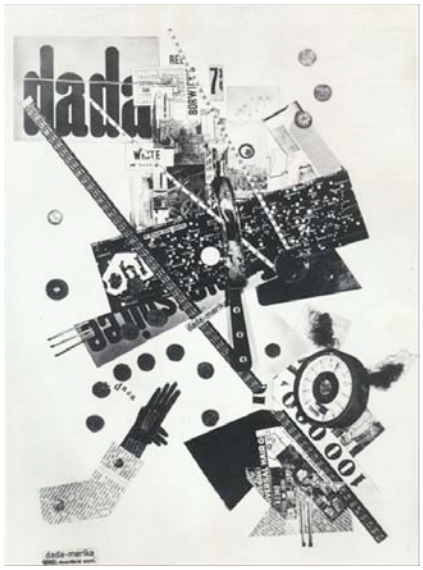
Dada kolajı, Kübist kolajdan sonra politik bir anlam üretme çabasındadır. Kitle iletişim araçlarını ve giderek gerçekliği sorgulamaktadır. Kullandıkları teknik de bu anlamda buluş yapmaya, yeni bir form yaratmaya değil, dünyadan çalıp yan yana getirmeye dayanır. George Grosz, John Heartfield, Hannah Höch, Raoul Hausmann fotomontajı da işlerine dahil ederek kolajın görsel dilini zenginleştirmiştir.



R.5 Raoul Hausmann, Tatlin Evinde, 1920

George Grosz ilk fotomontaj çalışmasını şu şekilde aktarır; *"1916 Mayıs'ının sabah saat beşinde kentin güneyindeki stüdyomda Heartfield ve ben fotomontajı keşfettik. Bizim bu yırtık ama başarılı yöntemin olanaklarından haberimiz yoktu ve yeni bir keşif de beklememekteydik. Bir karton parçası üzerine fıtık bağı için bir reklam parçası, çocuklar için şarkı kitapları, köpek mamaları ve şarap şişelerinden etiketler, gazete fotoları ve başka resimler içinden istediğimiz yöntemle kestiğimiz elemanları birleştirdik. Bunları kelimelerle söyleseydik eğer sansür tarafından yasaklanırdık. Bu yolla cepheye gönderilmek üzere kartpostallar hazırladık. (...) Ve sonra Heartfield bunu bilinçli bir sanatsal teknikle politik şaka olarak geliştirdi."*[17]

[17] Canan Beykal, *"Dada Akımı"*, İstanbul, **Sanatsanat Dergisi,** Sonbahar 2003**,** s. 11

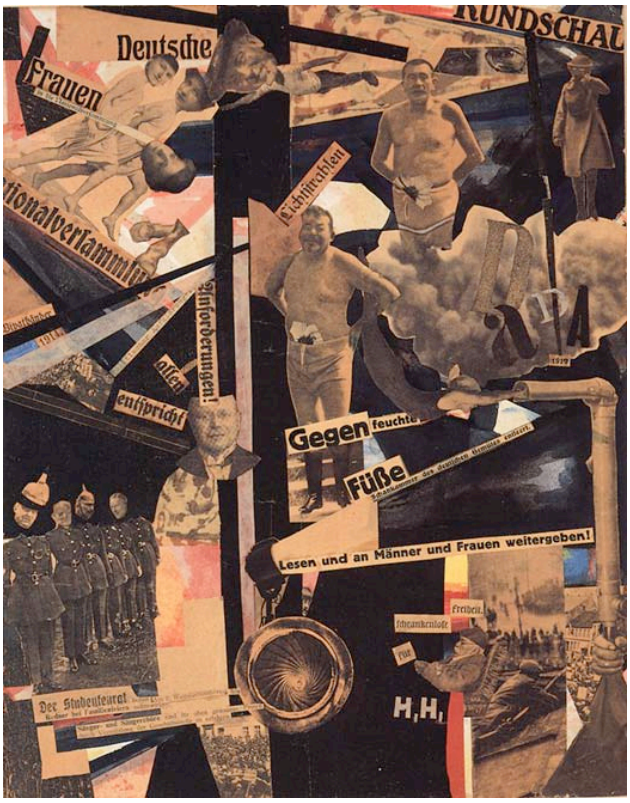


R.6 George Grosz, John Heartfield, Dada-merica, 1932

Fotomontaj teknolojik dünyaya ait teknik, mekanik bir etkinlik olduğu kadar ikonografiktir. Hannah Höch bütün amaçlarının makine ve endüstri dünyasının objelerini sanat dünyasına dahil etmek olduğunu söylemiştir. Dada aynı zamanda geleneksel anlamdaki resmi sorgulamış, tuvali yetersiz bir malzeme olarak değerlendirmiştir. *"Dadaistler bir araç olarak kolajı Kübistlerden daha farklı bir yolla ve daha farklı bir amaç için kullandılar. Gerçekte forma karşı gelmiyorlardı, karşı oldukları şey sanat ve toplumdaki geleneksel düşüncelerdi"*[18]

Weimar Dönemi'nin ilk yıllarında fotomontaj ve kolaj Berlin Dadacıları'nın sıklıkla kullandığı bir yöntemdi, fakat 1920'lerin sonuna gelindiğinde anaakım medya kolajı modern grafik bir tarz olarak benimsemişti. *"Weimar Dönemi'nin son yıllarında modernist tipografi ve fotomontajın kombinasyonunun bir çok pratik faydası vardı: Yüksek sanatla ortaklık sağlıyor, rasyonalite çağrışımı yapıyor ve uluslararası bir dili mümkün kılıyordu."*[19]

[18] Anne Brigadier, **Collage a Complete Guide for Artists**, Newyork, Watson-Guptill Publications, 1972, s. 10
[19] Maud Lavin, " Photomontage, Mass Culture, and Modernity", **Montage and Modern Life,** 1919-1942, Boston, The MIT Press, 1992, s. 40



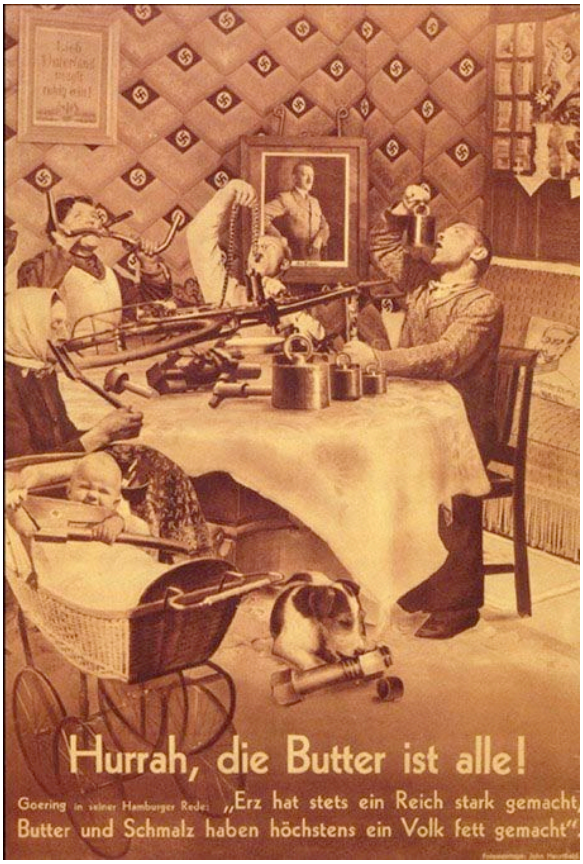
R.7 Hannah Höch, Dada Panorama, 1919

İkon kırıcı bir tavırla emprovize işler üreten Dadacı sanatçılar, fotomontaj ile sosyal ve sanatsal değişim talep eden anarşist bir estetik tavır geliştirmişlerdir. Geleneksel sanat yerine nihilist, anti-sanat ve dolayısıyla anti-tasarım tanımını benimseyerek yeni stillere eğilim göstermişlerdir. Sonuç olarak, *"Dadaistlerin grafik tasarım üzerinde doğrudan ve dolaylı etkileri olmuştur. Öncelikle Dada tasarımcıları o güne kadar kullanılan kompozisyon stratejilerine yenilikler getiren görsel bir sözlük yaratmışlardır. Dolaylı olarak ise Dadaistler güncel kültürde özgürlük çağrısını seslendiren öncü tasarımcılarla gelenek karşıtı bir tavır sergilemişlerdir."*[20]

Alman milliyetçiliğini potesto etmek amacıyla asıl adı olan Helmut Herzfelde'yi İngilizce bir isim olan John Heartfield (1891-1968) ile değiştiren sanatçı ve tasarımcı,

[20] Stephen J. Eskilson, **Graphic Design a New History,** London, Laurence King Publishing, 2007, s. 134

Dada kolajının öne çıkan ismidir. Kolaj ve fotomontajı politik görseller yaratmak için kullanan Heartfield, yaptığı kitap, dergi kapakları ve posterler ile grafik tasarım alanına daha yakın işler üretmiştir. Ürettiği imajlar zamanın dergi ve gazetelerinden alınmış ve yeni bir söylem üretmek üzere kurgulanmıştır. Keskin bir ironi uygulayan sanatçının işleri *"...haber fotoğrafları ile diyalog kurarak gerçeklik, manipülasyon ve inanışlar konusunda sorular..."*[21] gündeme getirmiştir.



R.8 John Heartfield, Tereyağ Bitti, 1935

John Heartfield'ın başını çektiği *"akımın temsilcileri; şaşırtma, protesto etme ve saçmalama gibi yöntemleri kullanarak Birinci Dünya Savaşı'nın yol açtığı felakete, Avrupa toplumunun çöküşüne, teknolojik gelişmelere ilişkin yüzeysel ve bilinçsiz inanca ve geleneksel ahlak değerlerine karşı bir isyan bayrağı yükseltmişlerdir."*[22] Sanat ve

[21] Maud Lavin, **Clean New World,** Massachusetts, MIT Press, Cambridge, 2001, s. 18
[22] Stephen J. Eskilson, **Graphic Design a New History,** London, Laurence King Publishing, 2007, s. 134

hayat arasındaki ayrımın reddine dayanan temeli ile bu iki sanatçının üretimleri, taşıdıkları işlevden dolayı görsel iletişim tasarımı alanına daha yakın durmuştur.

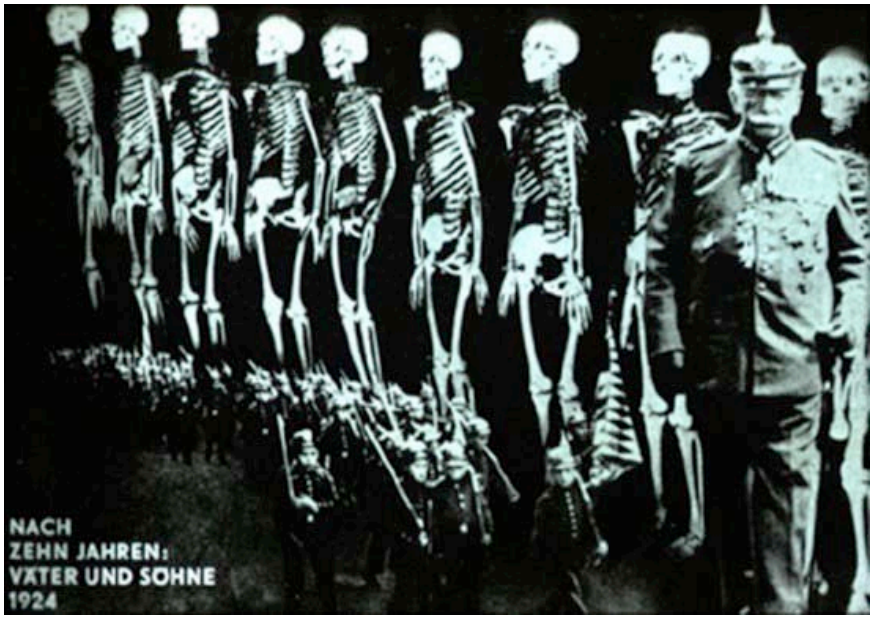
Halkı bilinçlendirmek ve sosyal değişim sağlamak amacıyla hazırladıkları, Weimar Cumhuriyeti ve büyümekte olan Hitler faşizmini konu alan güçlü kolajları ve fotomontajları dönemin siyasi ortamında yankı bulmuştur. Heartfield politik durumun yeni propaganda yöntemleri gerektirdiğine ve fotoğrafın büyük bir anlatım gücüne sahip olduğuna inanmaktadır. Hitlerin "Arkamda Milyonlar Var" söyleminden yola çıkarak oluşturduğu "Hitler Selamının Anlamı; Milyonlar Arkamda" isimli fotomontajı geniş yankı bulan işlerindendir.



R.9 John Heartfield, Hitler Selamının Anlamı, 1932

Heartfield'in fotomontajı kullanarak ürettiği afiş, kitap kapakları, kartpostallar ve dergi kapakları yazı ile içerik arasında yeni ilişkiler kurmuş, tipografi ve tasarım alanında görsel bir karakter oluşturmuştur. Mekanik yolla yeniden üretilen imge için, "*...imgeyi*

gerçekçi olarak değil, siyasi temanın metaforu olarak algılarız"[23] söylemini geliştiren Heartfield ile görüntünün gerçeklik ile kurduğu ilişki değişime uğramıştır. Anlamı ağırlıklı olarak ürettiği görsel üzerinden oluşturan Heartfield, ironik metinlerle kurduğu bağlantı ile güçlü bir etki yaratmıştır. Dada'nın etkisi hareketin sonunda sonra 1970'li yıllarda Punk kültürü ve Fluxus tarafından yeniden keşfedilmiştir.



R.10 John Heartfield, On Yıl Sonra: Babalar ve Oğulları, 1924

Diğer yandan bu yeni teknik sadece politik değil güncel hayat ve sanatın da malzemesi haline gelmiştir. 1930'lu yıllarda entegral kolaj* (bir yapıt ancak bir araya getirdiği gereçlerden oluşmuştur) tanımını yapan ve politik üretimin dışında kalmayı tercih eden Kurt Schwitters (1887-1948), "Benim sanatımı dünyanın çöpü oluşturur" demiştir. Sanat alanında olduğu kadar ticari alanda da işler üreten sanatçı, Dresden Akademisi'nde başladığı eğitimini Berlin Akademisi'nde tamamlamış ve "Kommerz" (ticaret) kelimesinden esinlenerek "Merz" adını verdiği bir dergi yayınlamıştır.

[23] Marita Sturken, Lisa Cartwright, **Practices of Looking an Introduction** to Visual Culture, New York, Oxford University Press, 2001, s. 131

Schwitters, *"...yaratıcı sanatın, bu bütünün içerisinden görüp seçerek, karşılaştırarak ve kontrastlık ilişkileri kurarak meydana getirileceğini savunmuştur."*[24]

Kurt Schwitters'in uygulamaları ile birlikte kolaj, *"...sonunda avant-garde içine, diğer bir deyişle, modern ontologik boyutunun içine girer; anlamlı amacın ilk kez kullanılan malzemeye duyulan meraka üstün geldiği bir dile dönüşmek üzere, bir biçim, renk ve im oyunu olmaktan çıkar."*[25]



R.11 Kurt Schwitters, Merzbild 25A, 1920

Birinci Dünya Savaşı'nın yarattığı yıkımı ve ruhsal bunalımı dile getiren Schwitters, *"...bütün bu kırık dökük parçaları, hayatın saldırılarına karşı bir dayanak olarak bir araya getiriyordu."*[26] Sanatçı tarafından nasıl bir bağlam içinde ele alınırsa alınsın, bu anlayış imajları okuma ve yorumlama sorumluluğu verdiği izleyiciyi sanat yapıtına dahil etmiştir.

[24] Dilek Bektaş, **Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi,** Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1992, s. 49
[25] Pierre Cabanne, *"Kolajlar"*, **Modernizmin Serüveni,** Hazırlayan: Enis Batur, İstanbul, YKY, 2002, s. 325
[26] Norbert Lynton, **Modern Sanatın Öyküsü,** İstanbul, Remzi Kitabevi, 1991, s. 146

2.1.3. Konstrüktivizm; Propaganda Sanatının Yeni Çeşidi

1921 yılında Alexander Rodchenko ve Varvara Stepanova'nın kaleme aldığı "Konstrüktivistlerin Birinci Çalışma Programı"nda *"Geçmişin sanatçı kültürünün, Komünistik formun konstrüktivist yapısı tarafından kabul edilemez"*[27] olduğunu belirten Konstrüktivistler, kolaj ve fotomontajı sosyal değişim için etkili bir silah olarak görmüştür. Gustav Klutsis, Alexander Rodchenko ve El Lissitzky'nin öncüsü olduğu akım, Stalin tam Komünizme doğru atılan büyük adım olan 5 yıllık planı başlattığında, sosyal değişimin görsel aracı haline gelmiştir. 1932 yılında sanatın toplumsal gerçekçilik akımı doğrultusunda ivme kazanması gerektiğini belirten Stalin'in programı zamanın sanatçıları tarafından görsel bir dil oluşturularak desteklendi. Devrimci Rusya Sanatçılar Birliği, Rus Proleter Sanatçılar Birliği, Ekim Grubu gibi oluşumlar bir çok sanatçı ve tasarımcıyı içinde barındırmış, sanatçı ve tasarımcılar, "emekçilerin gerçek amaçlarına hizmet etmek" amacı ile 1928 Bildirisi altında toplanmıştır. Almanya'da anti sanat stratejisi olarak başlayan fotomontaj, Rusya'da *"...hızlı bir şekilde estetik bir tarz olarak"*[28] yayılmıştır.

Kübizm ve Fütürizm kadar politik ve sosyal ortamdan hareketle Rusya'da oluşturulan Konstrüktivist söylem, tasarım ve tipografide yeni üslup denemelerini mümkün kılmıştır. 1921 yılında sanatın öldüğünü ilan eden, yeni bir dünya inşasını söylemleri haline getiren Rus Konstrüktivistleri, Rodchenko'nun öncülüğünde fotomontaj ve kolajı iletişim faaliyetlerinin merkezine koymuştur.

---

[27] Alexander Rodchenko, Varvara Stepanova, *"Program of The First Working Group Of Constructivists"*, **Looking Closer 3**, Michael Bierut, Jessica Helfand, Steven Heller, Rick Poynor, New York, Allworth Press, 1999, s. 13

[28] Stephen J. Eskilson, **Graphic Design a New History,** London, Laurence King Publishing, 2007, s. 206



R.12 Alexander Rodchenko, Pro Eto, 1923

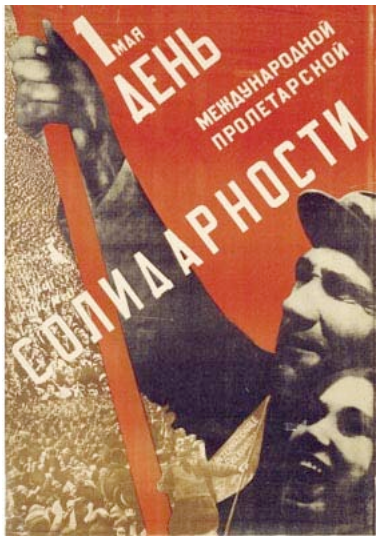
Modernlik ve ilerleme arzusunun altını çizen konstrüksiyon kavramı ile "işlev biçimi belirler" mottosuna bağlı kalmışlar, aynı zamanda kitle iletişiminden yararlanarak bir tür toplum mühendisi görevi üstlenmişlerdir. *"Yaratma eylemini dışlayan ve yerine 'inşa etme'yi koyan; sanatsal değil, bilimsel ilkeleri önemseyen, yaratıcı bireyin kişisel üslubu yerine toplumsal gereksinimlere göre şekillenen kolektif üretimi amaçlayan..."*[29] konstrüktivistler, John Heartfield'ın politik basılı materyallerine benzer bir biçimde görsel iletişim tasarımına daha yakın duran işler üretmişlerdir. Sanatı hakim kültürün ideolojisini yaymak için bir araç olarak gören bu anlayış, propaganda malzemeleri üretmiş ve kitlelerle iletişim kurmuştur.

Doğru ve rafine anlam taşıyan bir yapının kurulabilmesi için var olanı bir malzeme olarak gören Rodchenko için, bu malzemeleri kullanmak oldukça önemli bir konudur. Konstrüktivistler yaşamda olan formları yeni bir yapı kurmak için kullanırlar. Rodchenko için, *"sorun bir tavır ortaya koymaktır, olan formları tekrarlamak değil"*[30]

[29] Ahu Antmen, **20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar,** İstanbul, Sel Yayıncılık, 2008, s. 107
[30] Alexander Rodchenko, "The Line, 1921", **Rodchenko and Popova: Defining Constructivism,** London, Tate Publishing, 2009, s. 166

Bu ilk görselleri yaratan Gustav Klutsis (1895-1944) dinamik ve şaşırtıcı kompozisyonlarını fotomontajla oluşturmuştur. *"Klutsis neredeyse kariyerinin başında estetiğin politikadan ayrılamayacağını görmüştür. Diğer bir değişle burjuva deneyimlerini bolşevik ajandanın başarısı ve yayılmasını sağlamak için bir kenara bırakarak, işlerinde politik bir anlam yakalamaya..."*[31] çalışmıştır. Süprematizm'den aldığı düzenleme anlayışına çizim ve renkleri ekleyen Klutsis, fotomontajın *"...propaganda sanatının yeni bir çeşidi"*[32] olduğunu söylemiştir. Fotomontajın devrimci politikalarla endüstriyel ve teknolojik gelişmeler arasında ilişki sağladığını belirten Klutsis, kırmızı, siyah ve beyaz renklerini çarpıcı bir tipografi ve alışılmadık oranlar ile kullanarak, iktidarın ve ardıllarının görsel dilini belirlemiştir.





R.13 Gustav Klutsis, 1 Mayıs, 1930

R.14 Gustav Klutsis, Let's Fulfill the Plan of Great Works, 1930

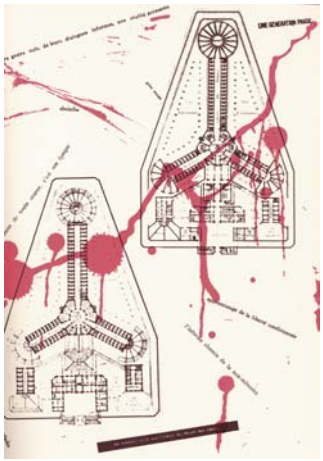
Farklı sosyal ve siyasi şartlar altında yaşayan iki grup olan Konstrüktivistler ve Dadaistler fotomontajı gerçeklik ile farklı bir ilişki kurmak için kullanmışlardır. Fotomontaj sadece fotoğrafların montajlanması değil; fotoğraf ile metnin, fotoğraf ile çizimlerin, fotoğraf ile renklerin birlikte kullanıldığı *"...orijinal fotoğrafın anlamının*

[31] Margarita Tupitsyn, *"From Politics of Montage to the Montage of Politics"*, **Montage and Modern Life,** 1919-1942, Boston, The MIT Press, 1992, s. 99
[32] Dawn Ades, **Photomontage,** London, Thames and Hudson, 1986, s. 63

taşınması etkinliği"[33] idi. Dada ile birlikte imgenin anlamı kullanıldığı her bağlamda değişime açık hale gelmiştir.

2.1.4. 1960'lı Yıllara Doğru

Özetle kolaj ve alıntı yeni bir anlam yaratmak ve hemen arkasından da anlamsızlığa vurgu yapmak amacı ile kullanılmıştır. Kısa zamanda gündelik hayatta ve özellikle reklam tasarımı alanında ürünlerini görmeye başladığımız bu alıntı tavrı, 1950 ve 1960'lı yıllarda hem gündelik hayatın görsel dilini, hem de sanat üretiminin belirleyici karakterini oluşturmuştur. 1950'li yılların sonunda Sitüasyonist Enternasyonel ve Lettrist Enternasyonel'in alıntıyı bir politikanın parçası olarak kullanımı söz konusudur. Özellikle Guy Debord'un 1959 tarihinde Asger Jorn ile birlikte ürettiği "Memories" isimli çalışması, anlam kurgusunu bağlamından koparmaya, tarihselliği bireye indirgemeye ve anlamın yok oluşuna işaret etmesi açısından önemli bir dönüm noktasını oluşturmaktadır. Çeşitli kitap, gazete, ilan ve dergilerden kestiği metin ve görüntüleri bir araya getirdiği bu çalışma, farklı parçaların bir araya toparlanması açısından Sitüasyonizmin "detournement" kavramının bir uygulamasıdır.





R.15 Guy Debord, Asger Jorn, Memories, 1959

R.16 Guy Debord, Asger Jorn, Memories, 1959

[33] Dawn Ades, **Photomontage,** London, Thames and Hudson, 1986, s. 16

Jean Paul Sartre'ın "Durum" kavramından hareketle (Sartre'a göre var oluş, bireyin seçimleri ile içinde bulunduğu ve ötesine geçebildiği durumlarla şekillenmektedir) var olan verili durumları kabul etmeyip, dönüştürmek isteyen Sitüasyonist sanatçılar, detournement kavramını ortaya atmışlardır. Alexander Brener ve Barbara Schurs'un, "kültürel, politik, ekonomik ve sosyal her cephede planlı taciz" olarak özetlediği Sitüasyonist tavır Detournement'i, yani "çalıp değiştirme"yi (ki tam olarak daha önce kullanılan estetik öğelerin çalınıp değiştirilmesi) geçmişteki ve bugünkü sanat üretiminin, daha üstün bir ortam yaratmak üzere iç içe geçirilmesi olarak tanımlar ve ekler; *"Bu anlamda Sitüasyonist resim ya da müzikten değil, yalnızca bunların Sitüasyonist kullanımından söz edilebilir. Daha basit anlamıyla, eski kültürün çalınıp değiştirilmesi, bu alanların yıpranıp önemini kaybetmesini kanıtlayan bir propaganda biçimidir"*[34] diyerek tanımlar.

Bu anlamda Detournement bir pratik olarak formların anlamına değil kültür öğelerinin değersizleşmesine ve anlamsızlaştırmaya vurgu yapmaktadır. Oldukça radikal olan bu uygulama kolaj ve alıntıda ardıllarına referans vermiştir. Görsel formların tarihsel anlamına vurgu, yeni bir bağlamda anlam kavramına müdahaleyi gündeme getirmiştir.

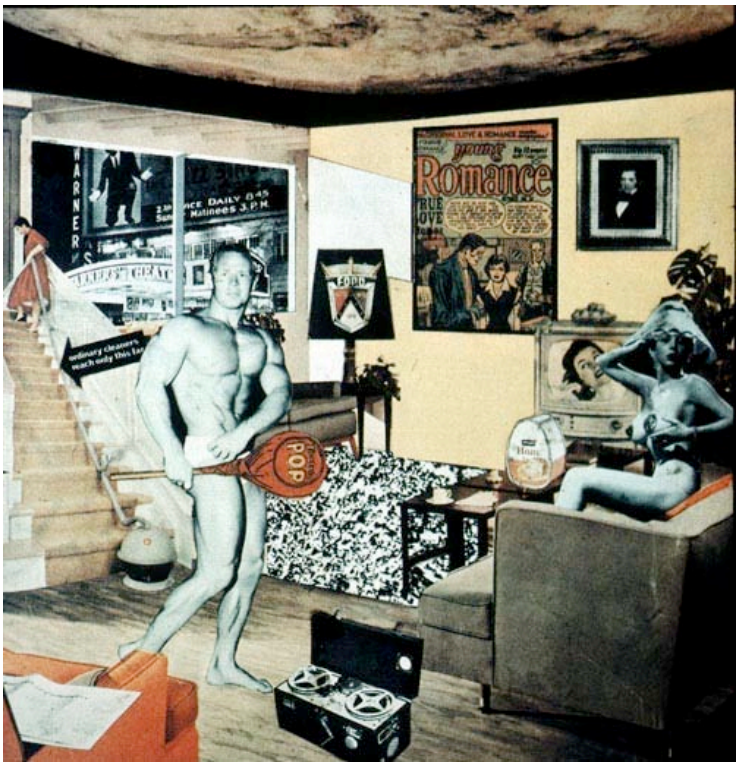
2.1.5. Pop Sanat; Gündelik Olan, Estetik Olan

1960'lı yıllara gelindiğinde sanat, politika ve sosyal hayatta ciddi dönüşümler yaşanmıştır. Alıntı 1950'lerde Pop Sanatı ile bir sanat üretim yöntemi olarak karşımıza çıkar. Daha öncesinde Dada ve Lettrist Enternasyonallerin bir ifade ve üretim biçimi olarak alıntıyı denemelerine karşın Pop Sanat bir yöntem olarak alıntıyı tekrarlama ve yeniden sunma ile birlikte sıklıkla ve çeşitlilikle kullanır. Pop Sanat günlük kullanım nesnelerini sanatın içine dahil etmiş, en önemlisi ise kopya ile orijinalin değerini eşitlemiştir. Pop Sanat'ın imgelere yaklaşımı -yeniden üretilebilirlik ve legalleştirme-

[34] **Art-ist Güncel Sanat Dergisi,** *"Tanımlar"*, **Situasyonist International,** Yıl: 1, No: 1, İstanbul, Haziran 2004, s. 279

sadece imgenin kullanım alanını değil, kullanım biçimini de çeşitlendirmiştir. Modern hayatta kitle kültürünün tüketicisi olmanın kaçınılmaz olduğuna ve bir yandan da o kültüre katkıda bulunduğuna işaret eden Pop Sanat, tüketim ürünlerini sanat nesnesine, sanat nesnesini ise tüketim ürününe çevirmek için günlük hayatın imgelerini, nesnelerini ve reklam ürünlerini sıkça kullanmıştır.

Pop Sanatın ilk ürünü olarak gösterilen 1956 tarihli Richard Hamilton'un "Just What Is It That Makes Today's Homes So Different So Appealing / Bugünün Evlerini Bu Denli Farklı Bu Denli Cazip Kılan Nedir?" isimli çalışması bir kolajdır. Tamamen hazır görsellerle oluşturulan bu çalışma, modern hayatın insanını bir ev içinden hareketle tarif eder. Tüketim toplumunun ve Pop Sanatının bütün göstergelerini barındıran bu çalışmayı oluşturan hazır görseller tamamen gündelik hayatın parçalarından toparlanmıştır.



R.17 Richard Hamilton, Bugünün Evlerini Bu Denli Farklı Bu Denli Cazip Kılan Nedir?, 1956

Sanatı bir yüksek kültür nesnesi olmaktan çıkaran, Andreas Huyssen'in saptamasıyla en geniş anlamda Pop Sanat, *"...bir postmodern nosyonunun ilk şekillendiği bağlamdı ve başlangıcından bugüne dek postmodernizm içindeki en önemli eğilimler, modernizmin kitle kültürüne amansız düşmanlığına meydan okudu"*[35] ve gündelik hayatın, tüketim kültürünün imgelerini kullanan Pop Sanat bir anlamda modernizmin sonunu hazırladı.

Pop Sanatı'nın kolajları Schwitters'in izinden giden ilk çalışmalarla Robert Rauschenberg ve Jasper Johns kaynaklıdır. Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg, Jim Dine, James Rosenquist, Andy Warhol Pop Sanat'ın öne çıkan isimleridir. *"Pop art terimi, modern olan, sanayiye ve toplumbilime ilişkin özellikler gösteren ve kentsel nitelikler taşıyan doğaya özgü yeni anlamın keşfiyle ortaya çıkmış çağdaş gerçekçilik alanının tümünü kucaklar."*[36] Gündelik kullanıma dahil olan nesneleri estetik olarak işleyen Pop Sanat, malzemesini çizgi film karakterleri, reklam panoları, tanıtım broşürleri, gazete ve dergilerden, kısacası medyadan alır.

Modern dönem sonrasında yaygın olarak kullanılan görsel alıntı, postmodern bir üretim biçimi olarak gösterilebilir. Kolaj, montaj ve asemblaj günümüzde modern insanın hayatındaki her türlü nesneyi sanat malzemesi olarak benimsemektedir. Nesnenin tarihi ile insanın tarihi arasındaki ilişkiyi de kaçınılmaz bir şekilde kapsayan bu tavır, bilinçli bir kışkırtıcı olarak toplumsal yaşamın bir izdüşümüdür. Öte yandan nesnenin günlük değerinin altını çizer ve *"gazete parçası resmin kendi bağlamında, yeni bir kimliğe kavuşur. Hem gündelik nesne, hem de estetik obje olarak algılanmaya başlar."*[37]

"Artık kolaj, görüntünün yeniden yapılanışının organik unsuru olarak ortaya çıkmaktadır; bu anlamda görmenin daha sentetik bir aşamasına karşılık gelir. Uzamın

[35] Andreas Huyssen, *"Postmodernin Haritasını Yapmak"*, Çeviren: Mehmet Küçük, **Modernite Versus Postmodernite,** Ankara, Vadi Yayınları, 2000, s. 214
[36] Pierre Restany, *"Pop Art"*, **Modernizmin Serüveni,** Hazırlayan: Enis Batur, İstanbul, YKY, 2002, s. 347
[37] Lütfü Kaplanoğlu, *"Sanatsal Bir değer Olarak Kolaj"*, **Sanat, Atatürk Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi,** Sayı: 13, Yıl: 2008, s. 99

yeni deformasyonlarının yaratıcısı kolaj, assemblage'a, çevre düzenlemesine, heykel-mimarlık sentezi kavramlarına ve eylem gösterisine (happening) götüren evrim zincirinin anahtar unsurudur."[38]

2.1.6. Postmoderne Doğru

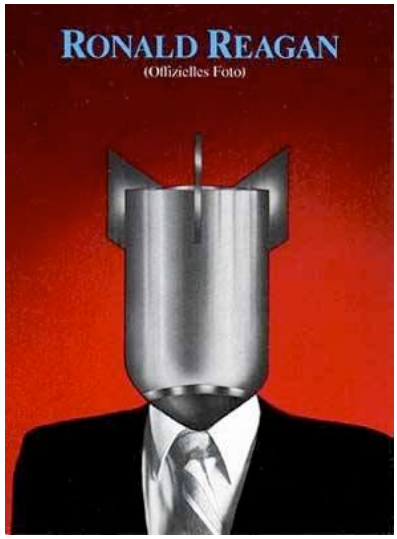
İki Dünya Savaşı sonrasında değişen toplumsal yapı, iletişim kanallarının çoğalması ve güçlenmesi, her tür estetik tavrın yayılmasına ve yeni bağlamlar içinde kullanılmasına neden olmuştur. 1960'lı yılların sanatının verdiği esinle gerçeklik algısında ve gündelik olanın değerlendirilmesinde keskin kırılmalar yaşanmaya başlanmıştır. Artan toplumsal ve sosyal hareketler, siyahların, kadınların ve diğer toplumsal grupların hakları için verdikleri mücadeleler görüntünün politik amaçlı kullanımını gündeme getirmiştir. Bu toplumsal gruplar, Guerilla Girls'ün kadını, sanat ve toplumsal hayatta daha görünür kılmak amacı ile ürettikleri fotomontajlardan, siyah mücadelesinin önemli ağırlık noktasını oluşturan Black Panther Party'nin iletişim amaçlı malzemelerine, komünist partinin yararına politik görüntüler üretmek amacı ile biraraya gelen Fransız tasarım topluluğu Grapius'un işlerine kadar yüzyılın görüntü üretimine hakim olan "alımlama estetiğini" etkili bir biçimde kullanmışlardır.

Etkili bir metafor kurmak amacı ile fotomontaj ve kolajı politik ve sosyal bir söylem üretmek adına kullanan Staeck'in afişleri çevre sorunlarından, politik ve sosyal etkinliklere kadar geniş bir yelpaze içerir. Staeck'in tavrı, 1920'li yılların Dada geleneğine dayanmaktadır. Hannah Höch, John Heartfield'ın yanı sıra George Grosz ve Raoul Hausmann'ın da dahil olduğu Berlinli Dadacılar kolajın karakterinden yola çıkarak oluşturdukları fotomontajlarda dönemin geriliminden ve hareketli politik ortamından kaynaklanan sert bir siyasi eleştiri dilini benimsiyorlardı. Heatfield'ın günümüze uzantısı olarak isimlendirilen Staeck, çevre sorunları, politik ikiyüzlülük, barış, ifade özgürlüğü, yoksulluk gibi konularda işler üretmiştir.

[38] Pierre Cabanne, *"Kolajlar"*, **Modernizmin Serüveni,** Hazırlayan: Enis Batur, İstanbul, YKY, 2002, s. 327

"Staeck, kitlenin belleğine ve bilincine medyalar aracılığıyla yerleşmiş olan bütün imgeleri kullanıyor; bir bakıma afişin bir reklam aracı olma özelliğini bire bir ölçüde kullanıyor. İzleyiciye tanıdık gelen ve ilk anda onu rahatsız etmeyen imge, bu imgeye eşlik eden yazı (sözcük ve tümceler) ile birleştiğinde sarsıcı bir ortam yaratıyor"[39]





R.18 Klaus Staeck, Kuzey-Güney Konferansı, 1979
R.19 Klaus Staeck, Ronald Reagan, 1980

Staeck afişlerini billboardlar ve afişler için ayrılan yerlere kira ödeyerek asmıştır. Belli bir politik söylem içeren bu tavır, sokaklara serbestçe afiş asmaktan daha farklı bir duruma işaret etmektedir. Otoritenin belirlediği yerlere, eleştirel işlerini asarak hem izleyicinin genel geçer alışkanlıklarını sarsmış, hem de otoritenin insanlar üzerindeki dikkat çekme dürtüsünü kullanarak kendi işlerini daha görünür kılmıştır. İşleri iletişimini 'resmilik' ve 'şaşırtma' üzerinden kurmuştur ve döneminin görsel tavrını etkili bir biçimde kullanmıştır.

Öte yandan Staeck'in afişleri, reklam araçlarını kullanarak reklama bilinçli bir karşı çıkışı içeriyordu. *"Bunu kendim için en başarılı yol olarak keşfettim. İnsanların belirli*

[39] Beral Madra, *"Staeck'in Afişleri Ne Anlatıyordu?"*, **Hürriyet Gösteri,** Ocak 1994, Sayı: 158, s. 26

bir görme alışkanlığı var; bu alışkanlık içinde çok belirgin bir noktada onları yakalamak istiyorum. Onları tedirgin ederek, bu resimlere karşı olan güvenlerini sarsmak istiyorum. (...) Yalnız sözlere karşı değil, resimlere karşı da şüphe oluşturmam gerekiyor"[40] diyordu. Bütün iletişimini fotomontaj üzerinden kuran ve iletişim kanallarını da tasarımına dahil eden tasarımcı, teknolojinin sunduğu imkânlar ile iyi işlenmiş fotomontajlar üretmiştir.



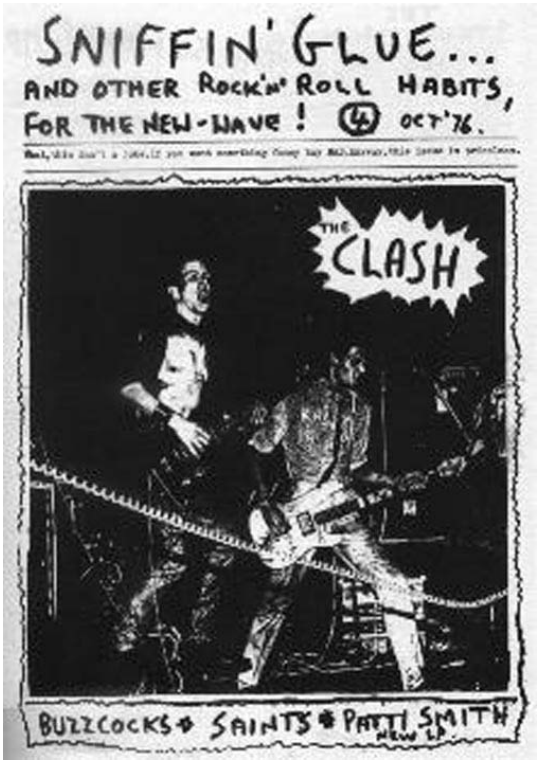
R.20 Fanzin, Rotten, 1979

R.21 Jamie Reid, Sex Pistols, God Save the Queen Albüm Kapağı, 1977

1970'li yılların ortalarına gelindiğinde bu kez müzik odaklı bir kültür, kolajı ve fotomontajı keşfediyor ve anarşist bir görsel tavır olarak benimsiyordu. İngiltere'de ortaya çıkan Punk; işsizlik, hayat pahalılığı ve toplumsal karamsarlığın hakim olduğu İkinci Dünya Savaşı'nın toplumsal ve sosyal yıkımından kurtulamayan alt orta sınıftan gençleri bir araya topluyordu. Anti burjuva, antikapitalist olarak konumlandırılan gençler birer toplumsal atık olduklarına inanıyordu. New York Dolls grubunun menajerliğini yapmış olan Malcolm Mc Larren'ın etrafında şekillenen Punk kültürü, kısa zaman içinde bilinçli bir anti tasarım tavrı olarak kolaj ve fotomontajı benimsemiş, bir anlamda bir görsel kültürü bağlamı ile birlikte 1970'li yılların sonuna taşımıştır. Fanzinlerinden, bilet ve konser afişlerine kadar sadece geçmişin görsel formlarını

[40] Beral Madra, *"Staeck'in Afişleri Ne Anlatıyordu?"*, **Hürriyet Gösteri,** Ocak 1994, Sayı: 158, s. 28

almamış, aynı zamanda şarkı sözlerinde Dadacı ve Sitüasyonist sloganları kullanmışlardır. Geleneksel kalıplar içinde yaşayan toplumun algısına saldıran bir antimoda haline gelen Punk, kendi "yıkıcı görsel"lerini oluşturmuştur.



R.22 Fanzin, Sniffin'Glue, Sayı: 4, 1976

Punk kolajları çirkinliği öngören anti tasarım tavırları ile gündelik kullanıma ait olan nesneleri, yine geçmişin formlarından kopyalarak fetiş nesneleri haline getirmiştir. Tamamen bir alıntı kültürü diyebileceğimiz punk, her türlü kültür öğesini geçmişten ödünç almış ve anlam kurgusunu değiştirmiştir. Greil Marcus, Ruj Lekesi isimli kitabında, punk kültürünün fetiş nesnesi olan çengelli iğnenin bile Atelier Populaire'nin bir posterinden alıntılandığını saptamıştır. Görsel üretiminde "çirkin olanı" yeniden kuran, işleve ait bir tavır benimseyen punk kolajları, *"... Dada'nın absürdlüğünden, Sürrealizm'in "başka bir gerçekliğe nüfuz edişine" kadar farklı tavırlar sergiler.(...)*

Alışılmış nesneleri alışılmadık bağlantıların içine sokarlar, bağlamı farklılaştırarak anlamı değiştirirler.[41]

Punk sadece geçmişteki görsel bir formu yeni bir bağlamın içine sokmamış aynı zamanda geçmişin kültürünü de bir yeniden kullanım olanağı olarak değerlendirmiştir. Greil Marcus, Dada, Sitüasyonist Enternasyonal, 1968 öğrenci olaylarının görselleri ve sloganları ile Punk kültürünün şarkı sözleri ve sloganlarının önemli ortaklıklar taşıdığını belirtir. Bu çerçeveden bakıldığında Punk kendi ideoloji ve söylemine uygun parçaları tarihten toplamış ve yeni bir söylem meydana getirmiştir. Postmodernin tartışıldığı yıllar olan 1970'ler böyle bir alıntılamanın teorik altyapısını da oluşturmuştur. Yüzyılın son 20 yıllık dönemine gelindiğinde Jacques Derrida'nın belirttiği gibi kolaj ve montaj, postmodern söylemin birincil biçimi haline gelmiştir.

[41] Tricia Henry Young, **Punk, Bir Alt Kültürün Oluşumu**, İstanbul, Dost Kitabevi, 1999, s. 18

2.2. Kavram Olarak Alıntı Yoluyla Yeniden Üretim

Küresel tüketim çağı olarak adlandırılan 20. yüzyılın son 20 yıllık dönemi, kopyalama, röprodüksiyon ve alıntının en çok kullanıldığı ve tartışıldığı dönem olmuştur. Bilinçli bir müdahale boyutu kazandığı bu dönem sanat ve sanat dışında postmodernizm kavramı ile birlikte tartışılmıştır. Postmodern alıntılama bir kavram veya olguyu tırnak içine alarak yeniden sunar ve bunu yaparken özerklik kavramını tartışmaya açar. Pop Sanat, Postmodernizm ve tüketim kültürü ile eş zamanlı varlık gösterdiği için birbirinin içine geçen kavram ve uygulama pratikleri olarak yine eş zamanlı bir gelişim ve etkileşim içindedir. Yüzyılın bitiminde ise artık postprodüksiyon döneminden bahsetmek mümkün duruma gelmiştir.

Alıntı, diğer kopyalama ve yeniden üretim modellerinden farklı bir düşünsel boyutu barındırır. Ahmet Oktay postmodern sanatın büyük ölçüde gösterişçi ve içeriksiz göründüğünü söyledikten sonra alıntı ile ilgili şu saptamayı yapar; "*Postmodern yapıtlardaki o bitmez tükenmez alıntıların (metinler ve resimler bağlamında) düşünsel gerilim yaratmaktan çok, tüketim ideolojisinden beslenen bir kültürel hedonizmi* kışkırtmaya yardımcı olduğunu düşünüyorum"*[42]

Ahmet Oktay; postmodern sanatta avangardın hedeflediği özgür imgelem dünyasını nesneleştirmek için kullandığı dilin şiddetinin olmadığını, sanatın devrimci amaçlarının terk edildiğini "imgelerin yakıcı referans düzeylerinin yok edilerek hoşlanılan tecimsel görüntüler haline getirildiğini" öne sürmektedir. "*Burada teknolojiyi, nesneyi ve alıntılar deposu kılınmış geçmişi öne süren sistem içi bir negativiteden söz edilebilir"*[43] der. Bu anlamdaki sanatın ve özelde ise tasarımın sadece eğlence sanayii içinde ve

---

* Hedonizm En üstün iyiliğin haz olduğunu ileri süren Aristippos'un öğretisidir. Bu öğretiye göre Sofokles'in iyi kavramının karşılığı Aristippos'a göre hazdır. Haz veren her şey iyi, acı veren her şey kötüdür, insanın her davranışının amacı mutlu olma isteğidir ve bu yönelişi haz arayışına çevirir.

[42] Ahmet Oktay, **Postmodernist Tahayyüle İtirazlar,** İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2000, s. 10

[43] Ahmet Oktay, **Postmodernist Tahayyüle İtirazlar,** İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2000, s. 10

pazarın gerektirdiğini basitçe yerine getirmek için güdümlendiğine, görüntü ve sözcüklerin tüketimine dayandığına vurgu yapar.

Frederich Jameson, postmodernizmin ana etkisi olarak üslupların yağmalanmasından bahsederken tarihselciliğe vurgu yapar. Jameson için tarihselcilik olgusu, *"... yani geçmişin tüm üsluplarının rastgele yağmalanmasını, tesadüfi üslupçu örtük-gönderme oyununu ve genelde Henri Lefebvre'in 'neo'nun giderek artan öncelliği diye adlandırdığı şeyi belirtmekte. Ne varki pastiche'in bu her yerde mevcutluğu (tüm tutkulardan arınmış olmaması gibi) belirli bir mizaha veya en azından iptilaya -sırf kendi kendisinin imgelerine dönüşmüş bir dünyaya ve sözde- olaylarla 'seyirlikler'e (Sitüasyonistlerin terimi) duyulan, tarihsel açıdan özgün, tüketici bir iştihaya- hiç yer tanımıyor sayılmaz. Platon'un 'benzeşim' -hiç bir zaman bir aslı bulunmamış olan özdeş kopya- kavramını belki de sırf bu tür nesneler için kullanmalıyız. Ve nitekim benzeşim kültürü, değişim değerinin kullanım değerini hafızalardan bile silecek ölçüde genelleşmiş olduğu bir toplumda, Guy Debord'un olağanüstü deyişiyle, imgenin meta şeyleşmesinin son biçimi haline geldiği (Seyirlik Toplum) bir toplumda hayat bulmaktadır."*[44]

Postmodern alıntı için iki farklı görüşün öne çıktığını söylemek mümkündür; bunlardan bir tanesi olumsuzlamaya, diğeri kabule dayanmaktadır. Geçmişin, tarihsel formların kullanıma hazır dekoratif elemanlar olarak değerlendirildiğini, bu yolla anlamsızlığa yol açtığını söyleyen kuramcılar ve bu eğilime karşı var olan bu yöntemin rasyonelliğine vurgu yapan eleştiriler bulunmaktadır. Buradaki asıl nokta, tarihsel bilgisinin farkında olmak, anlamı yeniden inşa etmek amacı ile formları yeniden kullanıma sokmak olarak belirlenebilir.

Emre Becer, Modern Sanat ve Yeni Tipografi isimli kitabında böyle bir endişeyi dile getirir; *"Amerika'da yayımlanan 'Rolling Stone' dergisinin Mayıs 1991 sayısında yer*

[44] Frederick Jameson, Jürgen Habermas, Jean François Lyotard, **Postmodernizm**, Hazırlayan: Necmi Zeka, İstanbul, Kıyı Yayınları, 1994, s. 78

alan bir makalenin sayfa tasarımı Rus Konstrüktivist tipografisinin bire bir taklididir. Postmodernist yöntemler doğrultusunda içeriği boşaltılan birçok tarihsel ve kültürel imge, belki doğru parodilerin uygulandığı bütün bu örneklerle gözler önüne serilmiştir. Ama çoğu okuyucu/izleyici bu parodilerin dayandığı kültürel referansların farkında bile değildir. Böylelikle günümüzde birçok modernist üslup, içeriğinden arındırılmış formlarıyla, postmodern tasarımın dekoratif klişeleri haline dönüştürülmüştür"[45]

Kültürel birikimi ve düşünsel arka planının farkında olmak kaydıyla, özellikle tasarımcı ve izleyici için zevk verici bir inşa ve okuma sürecine dönüşebilecek, yine tasarımcı için oldukça geniş ve zengin bir sözlüğün kapılarını açabilecek bu tür uygulamalar, anlamdan bağımsız dekoratif bir form olarak kullanılması durumunda, hem tarihsel bilgiyi hiçe sayarak tasarımcıyı oldukça zengin bir kaynaktan mahrum bırakıyor, hem de görsellerin tarihsel anlamlarına da zarar vererek anlamsızlaşma ve anlam kaybına tehlikeli bir katkıda bulunuyor.

Postmodernizm sonrası dilin çoğullaşması, özelde tasarımcının, genelde ise yaratıcının işlevini yerine getiren tasarım nesnesini ortaya koyarken, kendi mesajını ve algılama biçimini de ortaya koymasına olanak tanımıştır. Bu süreçte, diğer disiplinlerle bağını sıkılaştıran grafik tasarım, bir çok kaynaktan beslenir ve mühendislik çizimlerinden, antropolojik alanlara kadar bir çok alan ile etkileşim içinde üretim yapar duruma gelmiştir.

Alıntı yoluyla görsellerin yeniden üretimi, kuşkusuz izleyici/alıcıya yeni bir rol biçmektedir. Bütünsel koda karşılık evrensel dili mümkün kılan postmodernite, izleyiciye açık yapıt kavramını önermiş ve sanatta biricikliğin karşısına metinlerarasılığı koymuştur. Artık tasarımda da mesajın doğruluğunu, şiddetini ve etkisini izleyici/alıcı belirlemektedir. Sanat gibi tasarımda da yeni okumalara olanak tanıyan bu durum kuşkusuz etkili bir yöntem olarak değerlendirilebilir.

[45] Emre Becer, **Modern Sanat ve Yeni Tipografi**, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları, 2007, s. 281

Alıntı her şeyden önce düşünsel bir eylem içerir. Konu paralelinde farklı yöntemler kullanılarak ya da farklı türden müdahalelerle bir tasarım ürününü yeniden anlamlandırmak imkân dahilindedir. Tasarımın etkileşimde bulunduğu diğer alanlarda da tarihsel ve nesnel bilgiyi yorumlayabilecek, değerlendirebilecek bir arka plan gerektirir. 1980'li yılların ortalarından 1990'ların sonuna kadar sanatta yoğun olarak bir anlam üretme biçimi olarak kullanılan alıntı, günümüzde yapıt temelli olmaktan çıkarak, araç / ortam / yöntem odaklı alıntılamaya evrilmiştir.

Ahu Antmen, 1980'li yıllarda, sanat ortamında yeniden üretim süreçlerinin gündeme geldiğini belirterek, *"Sanatın alt-kültürü içinde yer alan bu üretim, pazarlanabilirliği kanıtlanmış medya imgeleri arasından bir resmi alıntılamak ve kendine mal etmekle gerçekleşiyor. Moda ya da basın fotoğraflarından, reklamlardan, filmlerden, televizyondan ve hatta başka sanat yapıtlarından (fotoğraf, resim ya da heykel olsun) alıntılar yapmak o yapıtın 'özgün' işlevini ve değişim değerini gündeme getirerek, doğal görüntüsünü gerilime sokuyor. Bir imgenin kırpılması, yeniden çekilmesi, bir yerine yazı eklenmesi ve yeniden oluşturulması gibi müdahaleler, imgenin yeterliliğine, özgünlüğüne, müellifine ve mülkiyetine ilişkin soruları gündeme getiriyor"*[46]

İletişim ve üretim modellerinin geliştiği günümüzde bu gelişimin kendisi bile alıntı yolu ile yeniden üretime olanak tanıyor, kullanım alanını çeşitlendiriyor.

Postmodern düşüncede, *"Sanatsal üretimde özgünlük ve dahilik görüşünün yıkılmasıyla beraber, bu görüşlerin yerini bundan böyle sanatın yalnızca yinelemeye dayalı bir etkinlik olabileceği görüşü aldı (...) Postmodernizmde sürekli olarak seçmeciliğe, düşünümselliğe, özgöndergeliliğe (self-referentiality), aktararak söylemeye, alıntılamaya, yapıntıya, rastlantısallığa, anarşiye, parçalılığa, pastişe ve benzetmeye*

[46] Ahu Antmen, **Sanatçılardan Yazılar ve Açıklamalarla 20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar**, İstanbul, Sel Yayıncılık, 2008, s. 283

başvurma sözkonusudur. Bunun da ötesinde, postmodernizmin son yıllardaki gelişimiyle birlikte hemen her şeyi "metinleştirme" yönünde bir hareket doğmuştur."[47]

Sonuç olarak Jale Erzen'in de belirttiği gibi kopya, alıntı, tekrar üretim, parodi veya pastiş gibi yeniden üretime ait kavramlara bakmanın en doğru yolu, sanat veya tasarım nesnesi ile onun okuyucusunun ilişkisini değerlendirmektir. Bu çerçevede, *"…sanatçılar arasındaki diyalog zamanın sınırları ötesinde de sürer, bir sanatçı kendine asırlar önceden birini yakın buluyorsa diyaloğunu onunla kurar ve ondan alıntılar yapar. Sanatını böyle geliştirir. Sanat öncelikle onu üreten ve onun içinde yaşayanların yaşam ortamlarıdır."*[48]

Parodi, pastiş ve alıntı sadece bir teknik belirtirler. İyi tasarlanmış bir üretimde yöntem olarak genel anlamda alıntının kullanımı, düşünsel arka planına bağlı kalmak ve yapıyı iyi kurmak kaydıyla bir zenginlik yaratmaktadır.

[47] Madan Sarup, **Post-yapısalcılık ve Postmodernizm**, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2004, s. 189
[48] Jale Erzen, *"Kopya"*, **Arredamento Mimarlık**, 2002, Şubat Sayısı, s. 60

3. POSTMODERNİZM VE GÖRSEL KÜLTÜR

Postmodernizmin tanımı, bu tanımın farklı disiplinlerdeki karşılığı ve disiplinler üzerindeki etkisinin tartışılması kadar, postmodernizmin görsel kültüre kazandırdıkları, görsellerin üretim ve algılamasında yol açtığı farklar, tüketim kültürü ile ilişkisi yeniden üretim ölçeğinde tartışmaya açılması gereken alanlardır. Bu bağlamda "tamamlanmamış proje modernizm"in ardılı ve bir kavramlar bütünü olarak postmodernizm, görsellerin üretimini hem kuramsal, hem de uygulama olarak dönüştürmüş ve değiştirmiştir. Postmodernitenin genel kavramlara getirdiği yeni açılımlarla birlikte ve aynı tarihlerde konuşulmaya başlanan elektronik röprodüksiyon, metinlerarasılık, hipermetin kavramlarının etkisi ve modernitenin kuralcı, izleyiciye mesafeli duran tavrının reddiyle, postmodernizm, sanat ve tasarım alanında 1960'lardaki "tıkanma"yı ortadan kaldırmış, bununla birlikte hâlâ tartışılan uygulamaların kapılarını aralamıştır.

Ali Akay, Jean-François Lyotard'ın "Moderniteyi Yeniden Yazmak" başlıklı makalesinde *"Postmodernite yeni bir çağ değil, modernliğin ortaya çıkardığı bazı çizgileri yeniden yazmanın kendisi"*[49] ifadesini kullandığını belirtmiştir. Akay postmodernizmi; zamansallığı, sözün, söz diziminin düzenini, kelimelerin anlamlarındaki sabitlikleri bozan ve bozduğu oranda da geçmişi, yani taklit edileni, temellük* edip saptıran eylemin kendisi olarak tanımlar. Bu tanım modernitenin kavramlarının büyük ölçüde postmodern anlayış tarafından yeniden yorumlandığı, üzerine tekrar düşünüldüğü ve değiştirildiği gerçeğini görünür kılmaktadır. Bu bağlamda postmodern düşüncenin genel tavrı kendisinden öncekilerin reddi değil, onların üzerine yeniden kurulan bir yapıyı önermektedir.

Bir pratikler bütünü olarak postmodernitenin sanat ve tasarıma etkileri, bir tanım altında genelleyemeyeceğimiz kadar çeşitli kültürel çalışmalarla desteklenmiş, çok farklı

[49] Ali Akay, **Sanatın Durumları**, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2005, s. 33

* Kendine mal etme

‘okumalar’a olanak tanıyan, sosyoloji, felsefe, antropoloji ve politika ile oldukça iç içe geçmiş bir süreci ve üretimi tarif etmektedir.

Postmodernist kültür her şeyden önce görsel bir kültürdür. Charles Baudelaire, “Modern Hayatın Ressamı” başlıklı makalesinde, ilk defa 18. yüzyılda görsel kültürün edebiyata üstün geldiğini söylemiştir. Görüntünün bu şekilde yayılması aynı zamanda tüm toplumsal ve sosyal kodları değiştirmiştir. Baudelaire, görüntünün algılanma ve anlamlandırılma sürecinin değişime uğradığı, yeni teknolojik ve sosyal gelişmelerle (sinema, fotoğraf, video, sanal gerçeklik, tüketim toplumu genelinde tüketimin üretilmesi, kişisel bilgisayarların çoğalması, internetin yaşamımıza girmesi ve hatta simülakrdan bahsettiğimiz modern dönem sonrasında) görsellerin artık tartışmasız hakimiyetini kabul ettiğimiz bu günleri işaret etmiştir.

Bu çerçevede postmodernizmin şekillenmesinin en önemli dinamiği, tüketim kültürü ve teknolojik gelişmelerle paralel olarak imgelerin anlamlarının değişmesidir. Tüketim kültürü, metalarını imgeler üzerinden dolaşıma sokmaktadır. Teknolojinin tetiklediği imge enflasyonu, imgenin okunması ve anlamlandırılması konusunda yeni teorileri gündeme getirmiştir. Artık öyle bir duruma gelinmiştir ki, görüntüsüz bilgi bizde enformasyonun gerçekliği konusunda şüphe uyandırmaktadır ve bu şekilde iletilen bilgi izleyici için belirsizlik taşımaktadır. Görüntü, gerçekliği anlama ve anlamlandırmanın birincil aracı olmuş, sözün yerine geçmiştir. Metin artık çok gerekli ise, görüntü de açık olmayan “şey”i tarif etmek için vardır. Görüntü üzerinden yapılanan bilginin dolaşımı, görüntünün gerçekliği üzerine olan tartışmaları başlatmıştır. Fotoğrafın tartışılmaz bir veri olarak kabul gördüğü zamandan bugüne, görüntünün manipülasyonunu mümkün kılan teknolojilerle filmler, fotoğraflar yeniden işlenebilir ve sırf kadraj ile bile anlam yeniden inşa edilebilir hale gelmiştir. Artık görüntünün taşıdığı enformasyonu eksiksiz aktarabilmesi artık sadece anlamlandırma süreci ile ilgili değildir, algılamanın dinamiği konusunda da yeni öneriler gündeme gelmiştir. İmgenin şiddeti ve pornografisinden bahsetmek söz konusu olmuş, manipüle edilen görüntü, dolaşıma girmiştir.

Görüntü üretimi ve tüketiminin en basit anlamıyla izleyici ile interaktif bir ilişki kurduğu bu yeni ortamda, üretime ait sınırların genişlemesi ve yeni denemeler bir anlamda postmodernite ile mümkün kılınmıştır diyebiliriz. Özellikle son 25 yıldır üzerine çok yazılan ve tartışılan postmodernitenin dinamiklerine ve ortaya çıkışına kısaca bakmak gerekirse, tüketim kültürü ve imge üretim teknolojisinin gelişimi, medyanın güçlenmesi ve çeşitlenmesi, dilin çoğullaşmasını sağlayan etkenler olarak değerlendirilmektedir.

3.1. Tüketim Kültürü ve İmge Üretimi

"Çağımızın, tasviri nesneye, kopyayı aslına, temsili gerçekliğe, dış görünüşü öze tercih ettiğinden kuşku yoktur. (...) Çağımız için kutsal olan tek şey yanılsama, kutsal olmayan tek şey ise hakikattir. Dahası hakikat azaldıkça ve yanılsama çoğaldıkça çağımızın gözünde kutsal olanın değeri artar, öyleki bu çağ açısından yanılsamanın had safhası, kutsal olanın da had safhasıdır."[50]

Geçtiğimiz yüzyılın başında Ford, T modelini bantta ürettiğinde 'üretim' ile kutsanan yeni yüzyıl, çok geçmeden 'tüketim' ve 'tüketim kültürü'nden bahseder duruma gelmiştir. İkinci Dünya Savaşı'nın yıkımından hemen sonra sanayileşmeye hız veren toplumlar, artan arz için talep yaratmak amacı ile sosyal yapıyı yeniden düzenleyen oluşumların önünü açtılar. Yeni tip tüketici yaratmaya yönelik bu kurgu kısa zamanda karşılığını buldu ve *"Batı tipi modern kapitalizmde tüketimin sosyal ve kültürel rolünün öyküsü o sıralarda, yani 1950'li ve 1960'lı yıllarda tanımlandığı şekliyle 'kitlesel tüketimin artması'yla devam etti."*[51] Aynı zamanda bu tarihler, kitlesel tüketimden bahsedilmeye başlandığı, tüketimin sosyal ve kültürel rolünün yeni teorilerle tartışılmaya başlandığı yıllardır. Tüketim, 1980'li yıllarda sosyal çalışmalar içerisinde önemli bir kavram olarak öne çıkmaya başlamıştır. Tüketim kavramının çalışmalara konu olan odağı, ekonomik ve meta üretimi ile ilgili olduğu kadar, yapısalcılıktan beslenen gösterge ve sembolleri de içeren sosyal ve kültürel yansımalarıdır. Bu anlamda tüketim sadece gereksinimleri değil, aynı zamanda arzuları işaret etmektedir ve kültürel bir olgudur. Metalar kültürün taşıyıcısı ve tanımlayıcısı haline gelmiştir.

1980'li yıllarda tüketim kültürü teorilerinin odak noktası, tüketim ile belirginleşen sosyal ilişkileri kavramsallaştırmak üzere, 'tüketimin üretilmesi' kavramına yaslanmıştır. Sanayileşmiş modern batı toplumlarında, bu sürecin devamında sosyal bir

[50] Aktaran: Guy Debord, Feuerbach, *"Hristiyanlığın Önsözü"*, **Gösteri Toplumu**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1996, s.13
[51] Robert Bocock, **Tüketim**, Ankara, Dost Kitabevi, 2005, s. 21

gelişme olarak tüketim kültürü; maddi dünyanın malları, alışveriş kültürü, meta üretiminin enflasyonu ve bunun birey ile ilişkisine dayanır. Tüketim üzerinden edinilen statü, arzu, haz ve estetik doyumlar merkeze alınmıştır. *"Modern kapitalist toplumlarda mal ve hizmetlerin pazarlanması ve tüketimine doğru yönsemenin kültürel bakımdan başat duruma gelmesi"*[52] bu yeni toplumsal davranış biçiminin belirleyici özelliğidir. Kitle kültürü olgusuyla birlikte modern toplumun eleştirisi için kullanılan tüketim kültürü, ücretli çalışan grubun 'tüketici' olması üzerine şekillenmiş ve kendi ekonomi politiğini yaratmıştır. 1950'li yıllardan hemen sonra ücretli çalışanlar, kendi temel ihtiyaçlarını karşılayabilme potansiyeline ve satın alma gücüne sahip hale gelmiştir. Bu grup otomobil, televizyon gibi yeni ürünlere talep göstermiş, gelişen reklamcılık sektörüne ve toplumsal baskılara duyarsız kalmayarak satın aldıkları mallar arasında bir seçim yapmaya başlamıştır ve marka imajı da bu gelişmelerle birlikte yerleşmiştir. Seri üretimin hız kazanması, üretimde uzmanlaşmanın oluşması ile yeni ürünler sunulmuş ve bu bağlamda yeni ihtiyaçlar yaratılmıştır.

1970 ve 1980'li yıllarda yaşamları tüketim üzerinden şekillenen yeni toplumsal gruplar ortaya çıkmıştır. Bu tarihlere kadar temelde ihtiyaçlarla doğrudan ilgili bir kavram olan tüketim, kimlik ve aidiyet duygusu ile ilişkilendirilmeye başlanmıştır. Baudelaire'in de vurgu yaptığı gibi modern insan artık "kendi sırlarını ve kendi gizli hakikatını keşfetmeye çalışan insan değil, kendini yaratmaya çalışan insandır." Tüketim mallarının kullanımı ve kültürün tüketim üzerine kurulması, sosyal gruplara aidiyetin, toplumsal statü ve farklılaşmanın bir yolu, bir formülü olmuştur. Bu yıllardan itibaren tüketimin üretilmesi de tartışmaya açılmıştır. Kuşkusuz bu anlamda sadece antropolojik ve sosyal olarak değil, ekonomik olarak da üretimdeki uzmanlaşmayla birlikte meta kalitesinin ve çeşitliliğinin artması, seri üretim ürünlerinin dolaşıma girmesi, 1960'lı yıllar sonrasında patlayan arz için talep yaratılması durumuyla da ilişkili olan tüketimin üretimi bir olgu olarak kendi kuramlarını yaratmıştır.

[52] Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Ark Yayınları, 1998, s. 338

Tüketim kültürü; kültürel, ekonomik, tarihsel bir yapının ötesinde tüketim ürünlerinin ve nesnelerin sosyal bir değer kazandığı bir düzene referans verir ve ürün bolluğu ile ilgili bir süreçtir. Tüketimin maddi bir süreç olmaktan çıkarak ürünlerin sembolik değerlerine göre kullanımını, nesnelere bağlı değer üretimini önceleyen bir durumdur ve *"nesne ve hazza yönelikmiş gibi görünen tüketim davranışları aslında tamamıyla başka amaçlara yanıt verir: Arzunun metaforik ya da dolaylı dışavurumu, farklılaştırıcı göstergeler üzerinden toplumsal bir değerler kodunun üretilmesi. Dolayısıyla belirleyici olan, nesneler toplamı üzerinden bireysel çıkar işlevi değil, bir göstergeler toplamı üzerinden değerlerin doğrudan doğruya toplumsal değiş tokuşu, iletişim, dağıtımı işlevi"*[53] olarak ifade edilebilir.

Tüketimin cevap verdiği şey, Abraham Maslow'un 1943 yılında kategorize ettiği "İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi"nin en alt basamağında yer alan "kendini gerçekleştirme gereksinimi" üzerine odaklanır. Bu dönüşümden sonra artık, nesneler ve ihtiyaçlar sürekli bir sirkülasyon içinde sonsuz bir şekilde yeni anlamlar üretir ve sınırsızca anlam aktarırlar.

Baudrillard'ın tanımlamasıyla *"yerinin doldurulamaz olduğu nesnel işlev alanının dışında, kendi anlam alanının dışında nesne, gösterge değerini kazandığı yan anlamlar alanında neredeyse sınırsız bir biçimde başka nesnelerle yer değiştirebilir"*[54] duruma gelir. Bu yer değiştirme nesnelerin anlamlarını aşarak işlevlerinin bile değişebilir olmasını gündeme getirir.

Kapitalist üretim tarzı, Fordizmden de yararlanan bir mantıkla yeni pazarların oluşturulmasını, medya ve reklam yardımıyla kitlelerin tüketiciye dönüştürülmesini olanaklı kılmıştır."*Boş zaman uğraşları, sanat ve genelde kültür, kültür endüstrisinin süzgecinden geçer; kültürün yüksek amaçları ve değerleri üretim sürecinin ve piyasanın mantığına yenik düştükçe kültürün alımlanması mübadele değerinin (exchange value)*

[53] Jean Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2008, s. 91
[54] Jean Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2008, s. 89

buyruğuna girer."[55] Bu durum, Fordizmin endüstriyel tarım toplumundan, seri üretim ve kitlesel tüketime geçişin tetikleyicisi olarak, tüketim tarzlarının türdeşleşmesine neden olan seri üretim ürünlerine yönelik pazarın genişlemesi mantığının bir sonucudur. 1970'li yıllarda yaşanan kriz Postfordizmi önerdiğinde, kişiye özel ürünler, küçük ve iyi tanımlanmış topluluklara, özellikle tasarımda ve kalitede farklılaşan ürün gruplarını sunar hale gelmiştir. Artık tüketim için hedef kitle aile ve sosyal gruplar değil tek tek bireylerdir.

Bireyin yüksek kültürün en iyi ürünlerini edinmeye yönelik gösterdiği çaba ve kendini bu ürünler üzerinden tarif etme kaygısı, edinileceği varsayılan doyum ve mutluluk, kendinden farklı bir öteki ideali, bireyin kendisini tüketim malları üzerinden yeniden tanımlamaya yönlendirmiştir. Baudrillard, "Tüketim, göstergelerin düzenlenmesini ve grubun bütünleşmesini güvence altına alan bir sistemdir" ifadesiyle, tüketimin bir ahlak, bir iletişim sistemi olduğunu ve tamamen toplumsal bir işlevi olduğunu öne sürmüştür. Tüketim artık bir değiş tokuş yapısıdır. Fakat artık söz konusu olan, bu yapının bireyleri aşması ve toplumsal baskı sonucunda kendini bireylere dayatmasıdır ki, bu Debord'un işaret ettiği "metanın toplumsal yaşamı tümüyle işgal etmeyi başardığı" andır ve nesneler ile anlamlandırılan bir kültürü işaret etmektedir.

Tüketimin hızından başı dönen bireyin farklılaşma idealinin peşinden gidişi, aynılaşma/ farklılaşma paradoksunu ortaya çıkarır. "*Başka bir deyişle uzlaşma statülerinin eşitlenmesi, toplumun bilinçli olarak türdeşikleşmesi değil, ortak olarak aynı koda sahip olma, sizi hep birlikte şu ya da bu topluluktan ayrı kılan aynı göstergeleri paylaşma olgusudur."*[56] Bu paylaşım bir yandan bireyi bir gruptan ayırdığı gibi, diğer yandan bir başka grupla "türdeş" haline getirir.

Roland Barthes'a göre kullanım nesneleri, nesnenin kendisinin bir gösterge olabilmesi için nesnenin toplumsal işlevi ile kodlanarak anlam kazanmaktadır. Postmodern

[55] Mike Featherstone, **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü,** İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2005, s. 38
[56] Jean Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2008, s. 89

kültürde ise nesnenin kendisi imgeye oranla önemini yitirmeye başlamış, üstlendiği işlev ise tamamen anlamsızlaşmış ve göstergeler bağımsızlaşmıştır. Nesnenin ideolojik işlevi o kadar öne çıkmaya başlamıştır ki, artık gerçeklikten söz etmek mümkün değildir. *"Her nesne, her imge yalnızca söylensel boyutların ikincil ya da daha üst dereceli gösterge işlevleri olarak işliyordu"*[57] diyen Baudrillard, artık nesnelerin ve insanların nasıl nitelendirildiğinin nesnelerin kendi gerçekliklerinden ve onların işlevsel düzanlamlarından daha önemli olduklarına vurgu yapmıştır.

Mike Featherstone, Postmodernizm ve Tüketim Kültürü isimli kitabında Adorno'nun "...mübadele değerinin başatlığının bir kez malların orjinal kullanım değerini yoketmeyi becerdikten sonra, metanın ikincil ya da ersatz (yapay) bir kullanım değeri edinecek şekilde özgürleştiğinden" söz ederek ekler, *"Bu durumda metalar geniş bir kültürel çağrışımlar ve yanılsamalar silsilesini üstlenecek şekilde özgürleşir. Özellikle reklamlar bu durumu sömürmeye muktedir olup sabun, bulaşık makinesi, otomobil ve alkollü içecekler gibi sıradan tüketim mallarına romantik sevda, egzotizm, arzu, güzellik, doyum, paylaşım, bilimsel ilerleme ve iyi hayat imgeleri iliştirirler."*[58] Bu imgeler, her zaman ideali ve ulaşılamayanı konu alır ki bu, tüketime yönlendirmenin ve satın alma dürtüsünü canlı tutmanın birincil gerekliliğidir.

Tüketim kültüründen bahsettiğimizde adını anmamız gereken kuramcılardan bir tanesi kuşkusuz Guy Debord'dur. Erken diyebileceğimiz bir tarihte, 1967'de "Gösteri Toplumu" adlı çalışmasıyla toplumsal histerik tüketimin, "gösteri" diye adlandırdığı, kapitalist ekonominin yarattığı kitlelerin davranış ve yaşam tarzlarını şekillendiren yeni odakların, kitle iletişim araçları ile yaratılan yapay haz ve arzuların erken kehanetinde bulunmuştur.

Guy Debord, tasarlanan bu yeni toplumda gösteri söyleminin kendisine uygun gelmeyen her şeyi susturduğunu, yok ettiğini söyler ve ekler, "*Gösterdiği her şeyi,*

[57] Mark Gottdiener, **Postmodern Göstergeler**, Ankara, İmge Kitabevi, 2005, s. 43
[58] Mike Featherstone, **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2005, s. 39

bağlamından, geçmişinden amaçlarından ve sonuçlarından tecrit eder."[59] Sadece maddi tüketim ürünleri üzerinden değil imgeler üzerinden de okuyabileceğimiz bu sistemde metalar gibi görüntüler de kullanım değerinden çok değişim değeri ile önem kazanır. Burada odak olan simgesel tatmindir; gerçek olmayan bir tüketim piyasasının üzerinden konuşulmaktadır.

Henry Lefebvre tüketimin gerçek olduğu kadar imgesel bir olay olduğuna vurgu yapar ve ekler; *"İmgesel tüketim, -imgeselin tüketimi, reklam metinleri ve gerçek tüketim arasında belli sınırlar yoktur- en büyük tüketim olarak ifade edebileceğimiz, malların göstergelerine yönelik tüketimdir."*[60] Tüketim kültürünün imge üretimi ile bağı tam bu noktada ortaya çıkar. Artık imgeler sadece tüketime çanak tutmak amacı ile kullanılmamaktadır, artık söz konusu olan imgenin kendisinin ve anlamlarının tüketimidir. Bireyin kendisini ve var oluşunu tarif etmek amacı ile kullandığı görsellik, kendi göstergelerinden bağımsız bir eklektik tavra, hiçbir şeyi tarif etmeyen bir yüzeye dönüşmüştür. Debord'un "gösteri"si nesnel tarih bilgisinin yok edildiğini, *"gösteri hakimiyetinin ilk hedefi, tarihsel bilgiyi temel anlamda yok etmekti, ve bu en yakın geçmişle ilgili hemen hemen bütün enformasyonlar ve makul yorumlarla başlamak suretiyle gerçekleştirilmişti..."*[61] diyerek bilgiyi denetim altında tutanların keyfiliğinde uysal ve değiştirilebilir hale getirildiğini vurgular. Metanın orijinal kullanım değerinin ikincil duruma geçmesi gibi imgenin de birincil anlamı artık önemli değildir, görüntü gerçek bir gösterge olmaktan çıkmış, simgesel bir göstergeye dönüşmüştür.

Guy Debord'un "gösteri" kavramının içine koyduğu en önemli işaret budur. Yapıtın, ürünün, göstergenin, nesnenin üzerine binen anlamlar ve bu yığının altında tuzla buz olan gerçek anlam. Artık her şey görsel form, bilgisayarlarımızın hard disklerinde yığılı, kullanılmayı bekleyen tarihsel bilgi olarak dekoratif yığınlara indirgenir. Bu anlamda sanatta olduğu kadar tasarımda da tarihselin yok oluşu, bilginin uğradığı erozyon ve

[59] Guy Debord, **Gösteri Toplumu**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1996, s.141
[60] Henry Lefebvre, **Modern Dünyada Gündelik Hayat,** İstanbul, Metis Yayınları, 1998, s. 94
[61] Guy Debord, **Gösteri Toplumu**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1996, s. 6

anlamın yok oluşundan bahsetmek mümkün olmaktadır. Enformasyon karmaşıklığı ve fazlalığı postmodern toplumun en önemli kırılma noktasına götürür bizi; anlam kaybına.

Mark Gottdiener'in tanımlamasıyla postmodern görüşte, kültür imgesinde; *"...anlam, yapısökümcülerin de savladığı gibi başka gösterenlerle ayrılıklarını tanımlıyarak anlam kazanan ve kendi göndermeleri olan kocaman bir Saussure sonrası gösterenler dünyası içine sıkıştırılmıştır."*[62]

Postmodernizm ile aynı tarihlerde ortaya konulan ve sosyolojik bir çalışma alanı olan tüketim-üretim ilişkileri, küreselleşme kavramıyla iç içe geçen yapısı ile ve Marshall McLuhan'ın küresel köy kavramıyla; dünyayı ortak bir kültürel kimlikte toplamak, bireyleri benzer davranış biçimleri altında kalıplaştırmak amacındadır ve aynı durumun yansımalarını sanat ve tasarım alanlarında da görebilmek mümkündür.

Bocock *"...modern tüketimcilik, kendine has bir dizi değerin yeterli sayıda insan grubu arasında geçerli ve anlaşılabilir hale gelmesine ve böylece tüketim ürünlerinin satışının yapılabilmesine bağlıdır. Tüketime yönelik bu değerler arasında, sunulan mal ve deneyimlerin satın alınmasını veya satın almanın etkili şekilde özendirilmesini sağlayan değerlerin de bulunması gerekir"*[63] ifadesini kullanır. Burada sözü edilen, metaların sadece arzu uyandırmaları değil, bu oranda tüketilmelerini de sağlamaktır. Modern tüketim, bir semboller dizisinin tüketici için anlaşılır duruma gelmesiyle mümkündür.

İmge üretiminde ve reklamda göstergeyi manipüle ederek gösterenin edindiği özerklik ve anlam kayması, göstergelerin nesnelerden ve anlamdan ayrı, serbest dolaşımını mümkün kılmaktadır. Bu anlamda göstergelerin ve bağlamından kopmuş imgelerin aşırı üretimi ve imajlarla simülasyonların yeniden üretimi, anlamın ve üst anlatının yok oluşuna ve sonsuz kolajların kitleleri etkisi altına aldığı bir duruma işaret eder.

---

[62] Mark Gottdiener, **Postmodern Göstergeler**, Ankara, İmge Kitabevi, 2005, s. 43
[63] Robert Bocock, **Tüketim**, Ankara, Dost Kitabevi, 2005, s. 61

İmgelerin bu hızlı üretimini ve anlamın yok oluşunu Baudrillard, *"...çağdaş kültür olarak gördüğü benzeti rejiminde, imgelerin sürekli olarak, bunları gerçekliğe bağlamak için hiçbir çaba gösterilmeden üretildiğini"*[64] söyleyerek teşhis etmektedir.

Guy Debord'un "Gösteri Toplumu" isimli çalışmasının en önemli kehaneti ise anlamın kaybıdır. Debord tarafından kastedilen sadece gelişmiş enformasyon teknolojilerinin ve enformasyonun fazlalığının yarattığı kopuş değil, aynı zamanda göstergesinden bağımsızlaşmış göstergelerin hızlı sirkülasyonunda kaybolan anlamdır ve "gösteri" tarafından sürekli olarak yeniden inşa edilmektedir.

[64] Steven Connor, **Postmodernist Kültür**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2001, s. 82

3.2. Modern Çağın Teknolojileri ve İmge Üretimi

Göstergeler çoğaldıkça doğruluk daha da anlaşılmaz, daha da kışkırtıcı olur.[65]

Sanayi Devrimi sonrası değişen toplumsal dengeler, 1830'lu yıllarda fotoğrafın bulunuşu, gündelik hayatın farklılaşması, teknolojinin gelişmesi, üretim teknolojilerinin esnekleşmesi ve ucuzlaşması ile birlikte kitle iletişiminin mümkün hale gelmesi, imgenin sosyal konumunda büyük değişiklikleri gündeme getirmiştir.

Bilgisayar teknolojisinin gelişimi, teknolojideki görüntüyü önceleyen buluşlar, sinema, video, kişisel bilgisayarların artışı, sayısal yoldan imge üretimini tetiklemiş ve bir anlamda sanal mekan çağı diyebileceğimiz bir dönemi hazırlamıştır. Artık zamandan ve mekandan bağımsız, sayısız imgeyi çok kısa bir zamanda üretebilmekte ve izleyiciye sunabilmekteyiz.

İmgelerin mekanik yoldan yeniden üretilebildiği dönemler öncesinde sanat yapıtı biricik ve özgün sayılıyordu. Anlamı, içinde bulunduğu mekâna bağımlı olarak ve üretim zamanı ile belirleniyordu. Günümüzde mekândan bağımsız, sonsuz derecede çoğalabilen, her türlü müdahaleyi olanaklı kılan ve yine sonsuz bir şekilde anlamlandırılabilen bir durum tarif edilmektedir. İ çinde yaşamakta olduğumuz enformasyon toplumu, iletişim üzerinden organize olmakta ve sonsuz bir şekilde dolaşıma giren bilgi, kullanımı oranında kendini yeniden ve yeniden üretmektedir. Daha önce bir tek yerde bulunan imge ve bilgi, bilgisayar ortamında sınırsızca gezinirken çoğaltım sayesinde artık birçok 'mekân'da bulunabiliyor; kitap, reklam, dijital medya, internet gibi farklı araç ve ortamlar üzerinden yeniden okunabiliyor. Kevin Robins, imajların şaha kalkan enformasyon sistemleri içine yerleştirildiğini söyleyerek, *"dijital elektronik sinyaller biçimindeki imaj-enformasyon ürünleri artık sınırsız bir işleme,*

[65] Roland Barthes, **S/Z,** İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1996, s. 63

manipülasyon, depolama ve aktarma olanaklarından..."[66] geçmekte olduğunun altını çizmiştir.

Walter Benjamin, "Tekniğin Olanaklarıyla Üretilebildiği Çağda Sanat Yapıtı" başlıklı makalesinde yeniden üretileni ikiye ayırır; elle yeniden üretilen ve teknik ile yeniden üretilen. Benjamin'e göre tekniğin olanaklarıyla yeniden üretilen, "elle gerçekleştirilene oranla hakiki yapıt karşısında daha bağımsız konumdadır." Bu anlamda bağımsız olan "yeniden üretilen", postmodern dönemde zaman ve mekân ile olan bağını da koparmış ve sonsuz bir dolaşıma girmiştir. Yeniden okumaya açık yapısıyla sürekli izleyiciyle karşılaşmaktadır. David Harvey, Walter Benjamin'in öngördüğü sonuçların geçerliliğinin *"…elektronik röprodüksiyonda ve imgelerin anında elde edilip kitlesel ölçekte kullanılmak amacıyla mekân ve zaman içindeki asıl bağlamlarından koparılarak saklanması konusundaki kapasitede yaşanan ilerlemeler dolayısıyla..."*[67] kat kat arttığını belirtir.

Teknolojinin gelişimi ve imgenin kolayca yaratılabilirliği, okumayı imgeler üzerinden olanaklı kılmış; bilgisayar, video ve dijital fotoğrafla birlikte görüntünün kaydedilmesi ve üretim teknolojilerinin çoğalıp ucuzlamasıyla görüntü enflasyonu diyebileceğimiz bir durumu gündeme getirmiştir. Turner Ödülü sahibi İngiliz heykeltraş Tony Cragg'in belirttiği gibi günümüzde *"gerçeklik, pazarlanan imgesine yetişemiyor"*[68] ifadesi bir çok açıdan doğrulanmaktadır.

1984 yılında Apple firmasının ilk Macintosh'u piyasaya sürmesi grafik tasarım alanında yeni bir çağın başlangıcını işaret etmiştir. Tasarım için yeni dil olanakları yaratmasının dışında, taşınabilir belleklerle ve özellikle internet ile birlikte üretilen görsellerin aktarılmasında ve dağıtılmasında büyük bir rol oynayarak bir çeşit iletişim ve dağıtım

---

[66] Kevin Robins, **İmaj, Görmenin Kültür ve Politikası,** İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1999, s. 72
[67] Harvey, David, "Elektronik Röprodüksiyon ve İmge Bankaları Çağında Sanat Yapıtı", **Postmodernliğin Durumu,** İstanbul, Metis Yayınları, 2003, s. 379
[68] Ahu Antmen, **Sanatçılardan Yazılar ve Açıklamalarla 20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar**, İstanbul, Sel Yayıncılık, 2008, s. 293

mecrası olmuştur. Bilgisayarın tasarım alanında kullanılmasının sağladığı kolaylıklar, kısa zaman içinde aynı mesaja ait birçok alternatif üretmeyi olanaklı kılmış, baskı öncesi sürecini ve maliyetini ciddi bir oranda düşürmüş, tasarımcının diğer disiplin ve çalışma alanlarından bağımsızlaşarak görsel ve tipografi ile ilgili kararı kendi başına verebilmesine ve özellikle fotomanipülasyonun mümkün kılınmasına neden olmuştur. Görüntünün masaüstünde sonsuz bir biçimde üretilebilmesi ile bu dönemde fotoğraf yeniden kullanılmaya başlanmıştır.

Fotoğraf dışında sadece basılı ürünlerde değil, özellikle sinema, televizyon ve video ile birlikte imgenin sonsuz biçimde üretilebilirliği ve çoğaltımı söz konusu olmuştur. *"...yirminci yüzyıl resminde teatral "öteki" olarak duran, onun bir ortam olarak bütünlüğünü tehdit eden şey, kusursuz yinelemeye izin veren mekanik yeniden üretim ortamlarıdır."*[69] Görüntü üretimindeki hız ve çeşitlilik görsel insana geçişe referans vermekle birlikte, aynı zamanda imgenin yersiz yurtsuzlaşmasına da önayak olmuştur

Rosalind Krauss "Avangardın Orjinalliği" isimli denemesinde, "*Heterojen imge ve teknolojilerin böyle birlikte kullanılması, saf köken ya da yapıtın tek yaratıcısı ideasını sorgu konusu haline getirir"*[70] derken işaret ettiği artık ilk yaratıcının öneminin tartışmalı olduğudur. Artık söz konusu olan, o görüntünün nasıl bir bağlam altında yeniden okumaya sunulduğudur. Modernizmin iletişimi inşa eden mühendis tavrı yerine, günümüzde, görüntünün yeni bir anlam katmanında yeniden inşası mümkün olmuştur.

Günümüzde dijital fotoğraf makinesi ile bir günde kaydettiğimiz yüzlerce görüntüyü, internet ve bilgisayar sayesinde dünyanın dört bir yanına aynı gün içinde dağıtabilme imkânımız var. Bu anlamda Baudrillard'ın *"Kitlelere verilen yalnızca sanayisel röprodüksiyon değil. Kitleye hem benzersiz ve tek, hem de toplumsal olan sanat eseri*

[69] Steven Connor, **Postmodernist Kültür**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2001, s. 141
[70] Steven Connor, **Postmodernist Kültür**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2001, s. 141

veriliyor: çokluk"[71] vurgusu sadece üretilmiş olanın yeniden üretimine değil, bir bağlam dışındaki görüntünün anlamsızlığına da vurgu yapmaktadır.

Teknolojik gelişmelerle imge üreticisi ile tüketici/izleyici arasındaki sınır kalkmış, sadece imgeye kolayca ulaşılabilirlik sağlanmamış, aynı zamanda tüketici/izleyiciye yaratıcı olabilme şansı da verilmiştir.

Postmodernitenin ve geçtiğimiz yüzyılın sanatı ve tasarımı şekillendiren ana etkilerinden biri, kuşkusuz tekniğin olanaklarının gelişmesi ve değişmesiyle öne çıkan yayılma, kopyalanabilirlik ve üretimde yeni teknolojileri içeren bir değişmeler bütünüdür. Postmodernitenin etkilerinin oluşmaya başladığı kuramsal tartışmaların ve üretime yönelik dilin çoğullaşmasının sonuçlarını ve süreçlerini görsel iletişim tasarımında izlemek mümkündür.

Daha önce üretilmiş olanı alıntılamak Benjamin'e göre onu aynı zamanda güncelleştirmektir ve ifade ettiği gibi; *"Yeniden-üretim tekniği, yeniden-üretilmiş olanı geleneğin alanından koparıp almaktadır. Bu yeniden-üretilmişi çoğaltarak, onun bir defaya özgü varlığının yerine, yine onun bu kez kitlesel varlığını geçirmektedir. Ve yeniden üretilmiş olanın, alımlayıcıya bulunduğu konumda seslenmesine izin vermekle, üretilmiş olanı güncelleştirmektedir."*[72]

Elektronik çoğaltımın mümkün kıldığı, görüntünün her an izleyiciye ulaşabilmesinin yanı sıra, günümüz teknolojileriyle sağlanan, görüntünün her bir izleyici tarafından yeniden müdahale edilerek değiştirilebilirliği, bir anlamda sonsuz üretimin ve dolaşımın mümkün kılındığı bir ortamı sunmaktadır. *"Görsellik giderek, soyut görsel ve dilsel*

[71] Jean Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2008, s. 130
[72] Walter Benjamin, *"Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilebildiği Çağda Sanat Yapıtı"*, **Pasajlar**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2002, s. 55

öğelerin küresel çapta buluştuğu ve tüketildiği, dolaşıma sokulduğu, değiş tokuş edildiği sibernetik ve elektromanyetik bir alana yerleştirilecektir."[73]

Günümüzde karşılaştığımız çoğu görüntü ve tarif ettiği gerçeklik, algı sınırlarımızın altında kalmaktadır. İzleyici için uyarıcı olması, dikkat çekmesi için insan doğasının sınırları gittikçe zorlanmaktadır. Etkileyici görüntü üretebilmek tabu olan konuları gündeme getirmekte; din, şiddet, cinsellik içeren imgeler bu bağlamda oldukça fazla maruz kaldığımız konuların başında gelmektedir. Dikkat çekici bir görsel için masaüstü üretimler ise çoktan etkisini kaybetmiş durumdadır.

[73] Jonathan Crary, **Gözlemcinin Teknikleri, 19. Yüzyılda Görme ve Modernite Üzerine**, İstanbul, Metis Yayınları, 2004, s. 14

3.3. Postmodernizm

İlk kez, İ ngiliz tarihçi Arnold Toynbee'nin 1939 yılında yayınlanmış, "Bir Tarih İncelemesi" isimli kitabında "...modern dönem Birinci Dünya Savaşı ile son bulmuştur. Bundan sonraki dönem post-modern dönemdir" diyerek telaffuz ettiği postmodern dönemin başlangıcı, tarihçi tarafından iki dünya savaşı arasına konumlandırılır.

Postmodernizm 1950 ve 1960'larda terim olarak kullanılmaya başlanmışsa da, açıklık kazanması etkilerinin 1970'li yıllarda, öncelikle mimari, hemen ardından, felsefe, sanat, edebiyat, dans gibi disiplinlerde görülmeye başlanmasından sonra, disiplinlerarası çalışmalarla mümkün olmuştur. Plastik sanatlarda postmodernizm teriminin 1960'lı yıllarda Robert Rauschenberg'in resimlerinde kullandığı kolajlarla öne çıkmaya başladığı kabul edilmektedir. Bununla birlikte Jean François Lyotard'ın, 1979 yılında yayımladığı "Postmodern Durum" isimli kitabı bu anlamdaki felsefi tartışmayı başlatmıştır. Baudrillard, Lyotard ve Habermas'ın (postmodernitenin çıkışını Nietzsche'ye dayandırmış ve Hegel'i de başlangıç teorisyenlerinin arasına koymuştur) dahil olduğu ilk tartışmalar postmodernitenin olup olmadığı kadar, postmodernizmin "tamamlanmamış proje modernizm"i zamanından önce bitirip bitirmediğine odaklanmıştır.

İlk tartışmalarda modernizmden kopuş ve yeni bir çağ söyleminin üzerinde sıklıkla durulmuş, postmodernizmin ortaya çıkışı yapısalcılık sonrası ile ilintilendirilmiştir. Bununla birlikte sanayiye geçiş sonrasında toplumun kültürel yapısını yansıtan, çoğulcu hareket ve çoğulcu siyaset anlayışını merkez alan postmodern düşünce, modernizmin sistem üreten mantığının, düzen anlayışının, bilgi ve üretimin standartlaştırılmasını öngören tavrının, rasyonalist eğiliminin dışında, var olan sistemi eleştirerek ve bu eleştiriye referans vererek direnme noktaları oluşturan bir yapıya sahiptir.

Modernizmin Rönesans ile ortaya çıktığı ve antikiteyle birlikte tanımlandığı göz önünde bulundurulursa; 'post' öneki 'modern' olana karşı olarak, modernizmden kopmayı ve modernizmin tanımlanan ilkelerinde bir kırılmayı getirmektedir. Modernizm tanımı çerçevesi içinde "*Estetik bir özbilinçlilik ve düşünümsellik (reflexivity); eş zamanlılık ve montaj lehine anlatı yapısının reddedilişi; gerçekliğin paradoksal, muğlak ve belirsiz açık uçlu doğasının araştırılması ve yapısızlaştırılmış (de-structured), bütünlüksüz özneye ağırlık verilmesi lehine tümleşik (integrated) bir kişilik nosyonunun reddedilişi."*[74] sayılmaktadır. Bununla birlikte zamanın süreksizliği, gelenekten kopuş, yenilik kavramının ele alınışı ve şimdinin geçiciliği de aynı tanım içine oturtulmuştur.

Modernizmin belirleyici ayrımlarından bir tanesi de kuşkusuz yeni bir toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimi öneren evrensellik kavramıdır. Her disiplin ve alan için genel evrensel doğrular öneren modern düşünce, her anlamda yalınlığı referans almaktadır. Featherstone, modernizmin ve postmodernizmin çerçevesini çeşitli modern ve postmodern eleştirmen ve düşünürlere dayandırarak çizmeye çalışırken postmodernizm teriminin sorunlu olan yanına dikkat çeker; "Yerleşik bir terime karşıtlığıyla tanımlanan ve o yerleşik terimden beslenen bir terim, ne zaman tamamen farklı bir şeyleri göstermeye başlar?"

Yukarıda saydığımız modernizmin kaba çerçevesi içindeki kavramların birçoğu aynı zamanda postmodernitenin kavramlarıdır. Zygmunt Bauman postmodernizm ile modernizmin bu içiçe durumuna bir gönderme yapar ve "*postmodernliğin dışlama gücü zayıftır. Sınırlara sınır koyan postmodernliğin, kendi ayırt edici özelliği olan farklılığa, modernliği de dahil etmekten başka çaresi yok. Kendi kimliğini inkâr etmeden modernliği dışlayamaz"*[75] der. Bu anlamda postmodern tanımının içinden modernizme ait kavramların ayıklanması, postmodernizmin kendini inkârı ve eldeki her şeyin modernizme terk edilmesi anlamına gelir. Üzerinde anlaşma sağlanmış genel bir tanım

[74] Mike Featherstone, **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2005, s. 28
[75] Zygmunt Bauman, **Modernlik ve Müphemlik**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2003, s. 327

olmamasına karşın postmodernizm için bir ideolojiler, pratikler ve kavramsal denemeler dizisidir diyebiliriz.

Modern dönemin bitmeyeceğini savunan Marshall Berman, "Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor" isimli kitabında, modernite görüşünü; "*modern olmak, kişisel ve toplumsal yaşamı bir girdap deneyimi gibi yaşamak; insanın kendisini ve dünyasını sürekli bir çözülüş, yenilenme, sıkıntı, kaygı, belirsizlik ve çelişki içinde bulması demektir*"[76] diyerek özetlemeye çalışırken postmodern dönemin toplumsal yaşamının insan üzerindeki etkisini tarif ediyor gibidir. Oldukça içiçe geçmiş bu iki dönem, aynı zamanda postmodernitenin modern olanın devamı olduğunu savunan bir çok eleştiriye de referans vermektedir.

Necmi Zeka, postmodernitenin kavramlarına eklemeler yaparken postmodernizme bir bütünlük ve birlik kazandırmaya çalışmanın yapılacak en büyük hataların başında geldiğini söyler ve ekler; "*heterojenlik, çok seslilik, bölünmüşlük kadar, bunların beraberinde getireceği yanlış anlamaları, yanlış çıkarsamaları, yanılgıları da olumlayan, hatta meşruluk zemini olarak gören bir tavır postmodernizm.*"[77]

Modernizmin, özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası yaşadığı toplumsal hayat, sanat, politika, bilim ve düşünsel alanlarda girdiği tıkanma sonrasında, olanakların ve alanların sonuna kadar açılmasını öneren postmodernizmin farklı tanımlamaları arasında; gerçekliğin imajlara dönüşmesi, zamanın şimdilerden oluşan bir sonsuzluk halini alması, göstergelerin gerçekliğe dönüşümü, izleyici kültürünün oluşumu, öznenin parçalanışı, belleksizlik, kahramanların ölümü, enformasyon yoğunluğunun yol açtığı anlam erozyonu, anlamlı bir anlatı oluşturulamayacak kadar hızlı akan görüntüler arasında sadece yüzeydeki anlamlar arasında boğulan birey tanımı, Baudrillard'ın simülasyon kuramı *(...meta üretiminin gelişmesinin enformasyon teknolojisiyle birlikte*

[76] Marshall Berman, **Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor**, İstanbul, İletişim Yayınları, 1994, s. 460
[77] Frederick Jameson, Jürgen Habermas, Jean François Lyotard, Necmi Zeka, "Yolları Çatallanan Bahçe, Aynalı Gökdelenler, Dil Oyunları ve Robespierre" **Postmodernizm**, İstanbul, Kıyı Yayınları, 1994, s. 12

"anlamlandırma kültürünün zaferi"ne yolaçtığı varsayımına yaslanır. Bu da belirlenimin yönünü ters çevirir; böylece toplumsal ilişkiler değişken kültürel göstergelerle öylesine dolup taşar ki, bundan böyle sınıftan ya da normatiflikten söz edemeyiz ve "toplumsalın sonu"yla yüz yüze geliriz.[78]), sanat ve gündelik hayat arasındaki sınırın eriyişi, kitle kültürü ve yüksek kültür arasındaki hiyerarşinin yok oluşu, yüksek kültürün kitle kültürünün yeni ürünlerine bir ilk üretim alanı olarak değerlendirilişi, eklektik tavır ve her türlü kültürel kodun karıştırılması, tarihselin yeniden gündeliğe çevrilmesi, bu anlamda parodi, pastiş, metinlerarasılığın ve ironinin ön plana çıkması, sanatçının deha ve özgünlüğünün gözden düşüşü, toplumda arzu, zevk, haz arayışının bireyin temel içgüdüsü haline gelişi, 'üst-anlatılar'ın ölümü gibi başlıklardan oluşmaktadır. Postmodernizm öncelikle çeşitliliği ve homojenliği önererek her şeyin yeniden okunmasını ve yorumlanmasını gündeme getirir.

Postmodernite kavramının tarihsel olarak Pop Sanat, tüketim kültürü ve hemen ardından küresellik kavramları ile eşzamanlı olarak gelişim gösterdiğini düşündüğümüzde, geçtiğimiz yüzyılı dönüştüren bu yeni akım ve tanımların önemli ortaklıkları paylaştığını söyleyebiliriz; artık her şey bir arada ve yan yanadır. Böylece belleksizlik ve sürekli bir devingenlikten bahsetmek mümkün olmuştur.

Zygmunt Bauman ise postmodernizmi "müphemliğin (belirsiz, Bauman burada müphemin karşılığını dile özel bir düzensizlik, dilin icra ettiği adlandırma fonksiyonunun iflası olarak tanımlar ve bu düzensizliğin temel belirtisinin belli bir durumu doğru okuyamadığımız zaman ve alternatif eylemler arasında seçim yapamadığımız zaman oluşan rahatsızlık olduğunu söyler) üstesinden gelmeyi hedefleyen tipik modern güdüden özgürleşme" olarak tanımlar.

Featherstone, bu çeşitli ve bir başlık altında toplanamayacak kavramlar zincirine aynı öngörü ile birkaç ekleme daha yapmıştır; *"... postmodernizmin doyurucu bir tanımının*

[78] Mike Featherstone, **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2005, s. 26

yapılması sorunuyla karşılaşırız ve "tarihsel geçmiş duygusunun yitirilmesi", "şizoid kültür", "dışkı kültürü", "gerçekliğin yerini imajların alması", "simülasyonlar", zincirinden boşalmış gösterenler" vb. nosyonlarla dolu, gevşek bir kavramsal kargaşa görürüz."[79]

Tüm bu kavramsal yoğunluk postmodernizmi sınırlar içinde bir tarz, ekol ve akım olarak tanımlamak konusunda sorun çıkarmaktadır. Bu yapı, birçok kavramı içine alan bir uygulamalar pratiği olarak değerlendirilmeye daha açık gözükmektedir. Dilek Doltaş postmodernizmin her türlü tanımı reddeden, hiçbir çözümü ve kuramı kabul etmeyen bir yaklaşım olduğuna vurgu yapar ve "*Onun amacı modernizmi sorgulamak ve çözmektir, modernizmin yerini almak değil"*[80] der. Kavramların çoğunun uygulamalarını geçmişte görebilmemize karşın postmodernizm bu kavramların toplamı veya merkezde yer alan bir veya bütünleşik kavramlar dizisi değil, teker teker her birinin yeniden gündeme alınması, yeniden yorumlanması olarak uygulama alanı bulmuştur.

Dilek Doltaş postmodernizmin beş ayrı bağlamda ele alındığını söyler;

1- *Postmodernizm, modernist dünyaya karşı bir duruş ve modernizmi sorgulayan bir yöntemdir.*

   (...)

2- *Postmodernizm ideoloji karşıtı bir ideolojidir.*

   (...)

3- *Postmodernizm bir düşünce biçimidir.*

   (...)

4- *Postmodernizm bir sanat akımı ve kültür olgusudur.*

Postmodernizm ontolojik kuşkunun insan yaşamındaki yerini sanat yapıtlarında canlı bir biçimde, parodi, pastiş, yineleme, büyülü gerçekçilik (magical realism) gibi yöntemlerle sergileyen bir sanat akımıdır. (...)

---

[79] Mike Featherstone, **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2005, s. 33
[80] Dilek Doltaş, **Postmodernizm ve Eleştirisi**, İstanbul, İnkılap Yayınevi, 2003, s. 191

5- Postmodernizmi bir akım olarak postmoderniteden ayırmak gerekir.[81]

Postmodern o dönemde yaşayan her şeydir ve bu anlamdaki her türlü kuram ve üretim yaratıcısına bağlıdır. Bu noktada modernizmin en temel belirleyicilerinden biri olarak 'kahraman' söylemine tekrar göz atmakta fayda vardır. Walter Benjamin 'kahraman'ın modernizmin hakiki öznesi olduğunu söyler ve ekler; "Başka deyişle modernizmi yaşamak kahramanca bir yaradılış gerektirir." Bütün modernist kuram kahramanları ve üst anlatıları merkeze koymuş, bir bütün içinde rasyonel bir bakış açısı önermiştir. Buna karşın postmodernizm bu anlatıların ölümünü ilan ederek birçok alanda kendi küçük kahramanlarını yaratmıştır. Modernitenin kapsayıcı kahramanlarına karşı postmodernitenin subjektif, öznel kahramancıklarından ve herbirinin ayrı var oluş biçiminden söz edebiliriz.

Postmodernizm, görsel üretimi dahil her alanda kendi 'yıldızcıklar'ını yaratmıştır. Bu ise her yeni yapılan iş ile yeni bir algılama önerisinde bulunmak anlamına gelmektedir ve böylece görme ve bakma da değişime uğramıştır. Postmodern kültürde artık sadece kaynak merkezli değil, aynı zamanda bakanın deneyimine dayalı bir görmeden bahsederiz. Sadece bakılanın fiziki varlığına, gerçekliğine olan bağlılığından kurtulan görme edimi özerk hale gelmiştir. İmge her bir bireyin bakışı ile yeniden kurulur ve görme edimi öznelleşir.

Postmodernite, görüntü üretiminin patladığı, görüntünün anlamına ve anlamsızlığına vurgu yapan çok farklı teorileri içinde barındıran bir zaman dilimini işaret etmektedir. Postmodern kültür, başrolde medyanın yer aldığı görsel bir kültürdür ve medya çağı, evrensel uygarlığın hakim kültürünü yansıtır. Postmodern görüntünün en büyük tetikleyicileri, teknoloji alanındaki yeni gelişmeler ve Marshall Mc Luhan'a göre "bizi eğlendirip eğiten, bilgilendiren ve saptıran" medyanın ulaştığı güçtür. "*Yeni görme rejimi, imgelerin üretildiği yeni teknolojilerle birlikte örgütlenir. Bunlar genellikle*

[81] Dilek Doltaş, **Postmodernizm ve Eleştirisi**, İstanbul, İnkılap Yayınevi, 2003, s. 192

imgenin parçalara (fragmanlara) bölündüğü, bu parçaların belli bir sıra ve hızla izlendiği, sinemayı önceleyen seyirliklerdir."[82]

Geçtiğimiz yüzyılın başından itibaren teknolojinin gelişimindeki inanılmaz hız, fotoğraf, video, sinema, bilgisayar ve esnek üretim teknolojileri ile görüntünün üretiminin yaygınlaşması, Roland Barthes'in tanımıyla görsel insanın her türden görsel uyarıcı ile yüzyüze kalmasını beraberinde getirdi. Görsel kültürün kazanmaya başladığı ağırlık, ilanlar, reklamlar, yeni çoğaltım teknolojileri sonucunda hızla yayılmış ve görmenin başlı başına bir amaç, bir odak haline gelmesi sonrasında ise bu durumun tetiklediği arzu ile haz toplumundan, bununla ilintili olarak da tüketimin üretilmesinden bahsetmek mümkün olmuştur.

Post-postmodernizm, Neomodernizm terimlerinin telaffuz edilmeye başlandığı günümüzde halen postmodernizm teriminin üzerinde anlaşmaya varılmış bir tanımı yoktur. Halen kültürel bir araştırma alanı olarak kavramların ve olguların yer değiştirmesine yatkın organik bir süreç içerisindedir. Buradaki belki en kapsayıcı ve genelleyici tanımı işleyişi göz önünde bulundurarak yapabiliriz; *"Postmodernizm baskıcı bütüncüllük ile tümcül siyaset yerine çoğul ve açık bir demokrasi üzerinde durur"*[83]

[82] Charles Baudelaire, **Modern Hayatın Ressamı**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2003, s. 40
[83] Madan Sarup, **Post-yapısalcılık ve Postmodernizm**, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2004, s. 187

3.3.1. Postmodern Görüntünün Temel Özellikleri

Postmodernizm kuramcılarının en çok üzerinde çalıştıkları konu, kuşkusuz görüntü, kopya/orijinal ilişkisi, görüntünün anlamları, göstergeleri ve Baudrillard'ın tanımıyla simulakradır. Ali Akay, "Postmodern Görüntü" isimli kitabında modernizmin Neo-Platonculuktan edindiği en büyük ideallerden birinin, *"kopyanın gerçek kopya üzerine yapılması değil, ancak ilk olan modelin tözsel birliği üzerine yapılmasından ileri gelmekte"*[84] olduğunu söyler. *"…Bu açıdan görüntü, simülakr değerini kaybetmiş bir kopya değildir; orijinal olanı, kopyayı, modeli, röprodüksiyonu da yadsır. Artık ne model, ne orijinal ne de kopya kalır. Simülakr, Nietzsche'nin de belirtmiş olduğu gibi 'eğrinin (doğru olmayan) yüksek gücüdür.' Ebedi dönüş (bengi dönüş) sayesinde ikonalardan, modellerden kurtulunur ve temsili olan bir dünya sistemi saptırılır."*[85]

Ali Akay postmodernizm iki temel kavramını yersizyurdsuzlaşma ve kimliksizleşme olarak ortaya koymaktadır. Kuşkusuz bu iki kavramı imge üretimi üzerinden okumak mümkündür. Yersizyurdsuzlaşma, bağlamından kopan imgenin yeni metinler halinde, girdikleri her yeni bağlamda yeni anlam yaratması olarak okunabilir. Artık kopya, orijinal, anlam ve bir bütünün parçası olan görüntü, sayısal teknolojilerle var olan bilgisini yüklensin veya yüklenmesin, kendi başına dolaşıma girebilmektedir.

Örneğin bir buzdolabı, moda veya sosyal bir projenin aynı göstergeleri taşıyan imgeleri ve bu imgelerin kullanımı da kimliksizleşmeye referans veriyor. Hiç bir yere ait olmayan, sabit şekilde bir gösterene bağlı olmadan sunulan imge, görece fazla görünen seçeneklerin ardında neredeyse tek bir anlama işaret ediyor. Kısacası çeşitli gibi gözüken kimlikler arasında bir tür tek tiplilik öneriyor.

Bu bağlamda postmodern görüntü tüm bu farklılıklar içinde aslında tek bir öneri yapar; sözün çoğullaşması, zaman zaman anlamın eksikliğini örtmek üzere kurgulanır.

[84] Ali Akay, **Postmodern Görüntü**, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2002, s. 32
[85] Ali Akay, **Postmodern Görüntü**, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2002, s. 32

Yukarıda sayılan bütün kavramlar ve postmodernizmin önerdiği görüntü biçimlerini kabaca iki merkez belirleyerek toparlayabiliriz. İ lk olarak görüntünün öznelleşmesi, kişisel tavırların sanatta olsun tasarımda olsun modernizmi tamamen reddeder bir biçimde öne çıkarılışıdır. Görüntünün çeşitliliğinin artması ve bu anlamda üretilen her şeyin metinlerarası ve hiper metin olarak okunmasına olanak tanınması en belirleyici ayrımdır. Artık hiç bir metni, sanat nesnesini, tasarlanmış ürünü veya imgeyi geçmişten bağımsız, onun veya öncüllerinin anlamını okumadan kavrayamaz duruma geliriz. Her türlü üretim öznel okumalara ve yaratıya açılır. Sanatçının, tasarımcının, görüntüyü üretenin tavrı ve konumu onu okuyan/izleyen ile başat duruma gelir.

İkinci en önemli belirleyici ise alıntı üst başlığı altında parodi, pastiş, temellük, detournement ve son olarak postprodüksiyon*[86] kavramlarının baskın karakteridir. Postmodernitenin kendinden önce olan her 'şey'i sorgulaması, indirgemesi veya yüceltmesi anlamında kullanıma açması, geçmişi bilgisayarlarda yer alan bir malzeme deposuna dönüştürmüş olmasıdır. Nicholas Bourriaud postprodüksiyonun hızla üretilen, yayılan ve tüketilen küresel kültürün kaosuna bir tepki olduğunu söyler ve ekler; *"Kendi işlerini diğer insanların işlerine yerleştiren bu sanatçılar, üretim ve tüketim, yaratı ve kopya, hazır-nesne ve orijinal iş arasındaki geleneksel ayrımın kökünün kazınmasında rol oynuyorlar."*[87]

Sanatçılar ve tasarımcılar yeni bir sanat veya tasarım nesnesi yaratmak yerine hazır verilerden, günlük yaşamın formlarından, kültürel kodlardan faydalanarak onları işlevsel hale getirmeye çalışıyorlar. Bourriaud asıl sorunun, "*Günlük yaşamımızı oluşturan bu kaotik nesneler, isimler ve referanslar yığınından nasıl tekillik ve anlam*

[86] Sanatçıların artık orjinal sanat eserleri yerine kopyalanabilir işler üretmeleri bağlamında ortaya çıkan bir kavramdır ve üretim sonrasını imler, halihazırdaki kültürel formların yeniden yorumlanmasına dayanır. Bourriaud sanatsal sorunun artık 'Nasıl yeni bir şey ortaya çıkarabiliriz?' değil 'Elimizdekilerle nasıl bir şey yapabiliriz? olduğunu söyler.
[87] Nicholas Bourriaud, **Postprodüksiyon**, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2004, s. 28

üretebiliriz?"[88] olduğunu söyler. Ve ekler; *"Neden bir çalışmanın anlamı sanatçının ona ilişkin niyeti olduğu kadar, birinin ondan ürettiği kullanımla da ilişkili olmasın?"*[89]

Alıntının farklı karakterleri olarak değerlendirilebilecek parodi, pastiş ve detournement geçmişte olanı yeniden kullanarak Benjamin'in deyişiyle gündeme getirir. Yeni görseller veya anlamlar değil, yeni okuma biçimleri önerir.

Barthes'in yazın için örneklediği durum, yani yazınsal çalışmanın getirdiği, okuyucudan bir tüketici olarak değil de bir betik*[90] üreticisi yaratmak düşüncesi günümüzde görsellerin üretimi için de geçerlidir ve buradan hareketle "*Demek ki bu okur bir tür aylaklık, geçişsizlik, kısacası ciddiyet içine dalmıştı: kendisinin oynaması, gösterenin büyüleyiciliğine, yazının hazzına tam olarak varması şöyle dursun, betiği kabul etmek ya da reddetmek gibi garip bir özgürlük düşer payına: okuma yalnızca bir kanı yoklamasıdır artık."*[91] Barthes bu noktadan hareketle artık yazılabilir betiğin yerine "okunması olanaklı olanın" yani okunabilir olanın geçtiğini söyler.

Postmodern sonrası dönemde imgenin geldiği nokta tam da burasıdır. Artık görseli yaratmak, yeniden yaratmak, bir alıntının üzerine kurmak arasındaki fark, düşünsel arka planının iyi kurulmuş olması, ilk elde iletişim işlevini yerine getirebilmesi ve yeni okumalara açık olup olmadığı noktasında değerlendirmeye alınmaktadır.

David Harvey, "Postmodernizme Bir Bakış" isimli makalesinde postmodernizmin farklılığın ve çeşitliliğin önemine vurgu yaptığını, fakat farklılıkları üretken bir şekilde nasıl uzlaştırabileceğimizi belirtmediğini söyler. "*Postmodernizmin esas olarak bizlere öğrettiği, farklılığın ve çeşitliliğin önemli olduğu ve dünyayı betimlediğimiz dil ve*

[88] Nicholas Bourriaud, **Postprodüksiyon**, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2004, s. 28
[89] Nicholas Bourriaud, **Postprodüksiyon**, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2004, s. 33
[90] Barthes Betiği yazınsal yapıttan ayırmaktadır ve betiği "güzelduyusal bir ürün değil de anlam taşıyan bir kılgı; (Bir sanat ve bilim dalının ilkelerini düşünce alanından uygulama alanına geçirip gerçekleştirme işi, uygulama, tatbik, ameliye, pratik.) bir yapı değil de bir yapılaştırma; bir nesne değil de bir iş ve bir oyun" olarak tanımlar
[91] Roland Barthes, **S/Z,** İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1996, s.16

söylem üzerinde büyük bir dikkatle durup kafa yormamız gerektiğidir. Tüm bunlara rağmen postmodernizm, farklılıkları üretken bir şekilde nasıl birbiriyle uzlaştırabileceğimizi belirtmediği gibi, her birimiz karşımızdakinin dilini parçalarına böldükten sonra, nasıl birbirimizle iletişim kurabileceğimiz konusunda hiçbir ipucu da vermedi."[92]

Modernizm tüm tarihsel geçmişten ve geçmişin sembol ve mitlerinden bağımsız bir süreç başlatmıştır. Necmi Zeka'nın atıfıyla Jencks'e göre ise; postmodernizmle, "çoğulculuğun kapısı açılmış, tarih içeri alınmış, gelenek içeri alınmış, retorik, ikonografi, renk, heykel va hatta o çok korkulan süsleme içeri alınmıştır"

Postmodern tavrın eleştirisini ise, "sadece alıntılar, parantezler ve mecazlar.... ve bir çeşit sinsi fısıltı ki, tek bir şeyi söylüyor: Reklam"[93] ifadesi ile yapmıştır.

Lyotard postmodern olanın "modernin içinde gösterilemezi, bizzat gösterimin kendinde öne çıkaran" olduğunu söyler. *"Postmodern bir yazar ya da sanatçı, bir filozof konumundadır; yazdığı metin, ürettiği yapıt, prensip olarak, önceden yerleşmiş kurallar tarafından yönetilmez ve belirli bir yargı aracılığıyla, bilinen kategorilerin bu metne, bu yapıta uygulanmasıyla yargılanamaz. Bu kurallar ve kategoriler, yapıtın aramakta olduklarıdır. Dolayısıyla sanatçı ve yazar, kuralsız ve 'yapılmış olacak olan'ın kurallarını oluşturmak için çalışır"*[94] ve bu nedenden dolayı yapıtın ve metnin olay niteliği taşıdığını söyler.

[92] David Harvey, Postmodernizme Bir Bakış, Birikim Dergisi, Sayı: 49, http://www.birikimdergisi.com/birikim/dergiyazi.aspx?did=1&dsid=47&dyid=1474, Erişim: Mart 2010
[93] Necmi Zeka, *"Yolları Çatallanan Bahçe, Aynalı Gökdelenler, Dil Oyunları ve Robespierre"*, Frederick Jameson, Jürgen Habermas, Jean François Lyotard, **Postmodernizm,** Kıyı Yayınları, 1994, İstanbul, s. 18
[94] Jean François Lyotard, *"Postmodern Nedir Sorusuna Cevap"*, Frederick Jameson, Jürgen Habermas, Jean François, Lyotard, **Postmodernizm,** Kıyı Yayınları, 1994, İstanbul, s. 58

Bu çerçevede David Harvey, "Postmodernliğin Durumu" isimli kitabında Fordist* modernite ile postmoderniteye ait bir tablo kurar ve görsel üretimi konusunda merkeze alabileceğimiz bazı kavramları sıralar; bütünsel koda karşılık kişisel dili, hiyerarşiye anarşiyi, türdeşliğe çeşitliliği, yabancılaşmaya merkezsizleşmeyi, amaca karşılık oyunu koyar ve devam eder; evrenselcilik / yerelcilik, metropol / kentsizleşme, etik / estetik, semantik / retorik, bütünselleşme / yapıbozum, sentez / antitez, üst teori / dil oyunları, anlatı / imaj, ruhu arındıran sanat / seyirlik, işlev / kurgu, mekanik çoğaltma / elektronik çoğaltma, epistemoloji / ontoloji, kalıcılık / gelip geçicilik ve etkisini daha fazla görebildiğimiz karşıtlıklardan tasarlama / oyun, üretim / röprodüksiyon, özgünlük / pastiş, otorite / eklektizm.

Kuşkusuz bu durum her alandaki bilgi üretimini ve algıyı değiştirdiği gibi, görsel üretimini ve görsellerin toplumsal anlamlarını da etkilemiştir. Frederic Jameson modernizmin üsluplarının postmodernizmin kodları haline geldiğini öne sürmüştür. Bu noktada rahatlıkla, Ali Akay'ın temellük olarak ifade ettiği "kendine mal etme"nin bir üsluptan çok postmodernizmin genel karakteri olduğunu söyleyebiliriz. Alıntılama da postmoderniteye ait bir kod olarak bu noktada belirir. Metinlerarası bir 'okuma'ya olanak tanıyan bu durum, Hal Foster'ın gösterge manipülatörü tanımıyla bire bir örtüşmektedir.

"Toplumsal zeminde yaygınlık kazanmış stereotiplerin, klişelerin, alışkanlıkların, değer yargılarının gizlediği alt anlamları adeta 'okumaya' yönelen postmodern sanatçılar, toplumsal düzeni belirleyen göstergeler sistemiyle oynamayı, onları sahiplenerek,

* Fordizm; 1914 yılında Henry Ford Michigan'da kurduğu montaj hattında çalışan işçilere günlük 8 saatlik bir mesai için 5 dolar ücret verir. "Sekiz saatlik, beş dolarlık işgünüyle hedeflenen, sadece işçinin son derece üretken montaj hattı sisteminin gerektirdiği disipline uymasını sağlamak değildir. Bu uygulama, aynı zamanda, işçilerin, büyük şirketlerin gittikçe daha büyük miktarlarda piyasaya sürmeye hazırlandıkları kitle üretimi ürünlerini tüketmek için yeterli bir gelire ve boş zamana sahip olmalarını sağlamayı hedefliyordu. Ama bu, işçilerin paralarını doğru sarf etmeyi bildiklerini varsayıyordu. Bu yüzden Ford 1916'da, kitle üretiminin yarattığı "yeni insan"ın sermayenin ihtiyaçlarına ve beklentilerine uygun olabilmesi için ahlaki bakımdan dürüstlüğe, iyi bir aile hayatına (yani alkol tüketiminden kaçınan) ve "rasyonel" bir tüketim kalıbını uygulayacak kapasiteye sahip olmasını sağlamak amacıyla, çoğu göçmen olan "ayrıcalıklı" işçilerinin evlerine bir sosyal hizmet uzmanları ordusu gönderiyordu. **Harvey**, David, **Postmodernliğin Durumu**, İstanbul, Metis Yayınları, 2003, s. 148

kendilerine mal ederek dönüştürmeyi, bildik imgelerden yeni anlamlar yaratarak bir sorgulama sürecinin kapılarını aralamayı amaçlamışlardır. Amerikalı sanat eleştirmeni Hal Foster'a göre postmodern sanatçı, işte bu nedenlerle, bir tür 'gösterge manipülatörü'dür."[95]

Tasarımda ve sanatta öne çıkan tavır yeni görüntüler, görseller üretmek değil, yeni anlamlar kurmak ve görüntülerin içinde anlam katmanları oluşturarak farklı okumalara olanak sağlamaktır. Bu anlamda her türlü kod yeniden yorumlanır.

Postmodernitenin en çok öne çıkan üslupları veya Jameson'un tanımlamasıyla kodları; eklektik tavır, parodi, pastiş ve alıntı çerçevesinde birleşiyor. Yalçın Sadak *"...eklektizm, parodi ve pastişin, postmodern eleştirinin dört elle sarıldığı bu tekniklerin, alternatif bir durumun değil, sonul bir durumun ifadesi olduklarını, bağlı olarak da, modernizmin meşruluk gerekçesini tarihsel zorunlulukta, postmodernizmin ise ekonomik zorunlulukta aradığını..."*[96] belirtir. Modernizmin alıntıların kaynağını örten tavrına karşılık, postmodern alıntı geçmişi tüm çeşitliliğiyle, tam bir tarafsızlıkla geri çağırır ve alıntıların kaynağını abartarak vurgular.

Postmodern teoride hem toplumsal, antropolojik ve sosyolojik, hem de görsel alanda eleştirmenler ve teorisyenler tarafından sürekli yinelenen bazı kavramlar bulunmaktadır. Amelia Jones dönemin dergilerinin postmodernizmi belli kavramlar çerçevesinde tanımladığına vurgu yaparak; *"October ve Artforum gibi bazı odakların etkisi altındaki ana-akım eleştiri yazınında postmodernizm, sürekli olarak, temellük, alegori, pastiş ya da, daha geniş bir çerçevede kurumsal eleştiri gibi stratejiler çerçevesinde*

[95] Ahu Antmen, **Sanatçılardan Yazılar ve Açıklamalarla 20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar**, İstanbul, Sel Yayıncılık, 2008, s. 277
[96] Yalçın Sadak, *"Modernist ve Postmodernist Sanatta Alıntılar Sorunu"*, **Çağdaş Düşünce ve Sanat**, İstanbul, Plastik Sanatlar Derneği Yayınları, 1991, s. 29

tanımlanmaya başlandı"[97] ifadesine yer verir. Bu bağlamda bu kavramları görsel üretimi açısından ele almak yararlı olacaktır.

David Harvey'in oluşturduğu tabloda, moderniteye ait kavramların karşılığı olarak yazılan kavramlar kuşkusuz sadece postmoderniteye ait göstergeler değildir. Fakat bu dönemde fazlaca öne çıkan bu kavramlar ve uygulama alanları görsel üretimindeki farklılıklarla paralellik içindedir. Eklektisizm, metinlerarasılık, hipertekst, parodi, pastiş, semantiğe karşılık retorik, kişisel dil, elektronik çoğaltım grafik tasarımın bu dönemindeki gelişmesinde ve dönüşmesinde öne çıkan etkilere sahiptir.

3.3.1.1 Eklektisizm

Plastik sanatlarda farklı dönem ve akımlardan seçilen öğelerin yeni bir sanatsal ürün yaratılması amacı ile kullanımı anlamına gelen terim, sözlükte; *"Farklı sanatsal dizgelerden alınan öğelerin yeni bir dizge içinde yeniden kullanılması eylemi"*[98] olarak tanımlanmaktadır. Yunanca "eklektikos" kelimesinden türetilen kelime, sanata ait bir üslubu değil, bir davranış biçimini işaret eder.

Postmodernizme ait bir kavram olmayan eklektik tavır, sanat tarihinde herhangi bir dönemsel üslubu benimsemediğinden birçok farklı eklektisist durumdan bahsetmek mümkündür. Bununla birlikte bu tavır 19. yüzyılda yaygın bir ifade biçimi olarak kullanılmıştır. *"Eklektik terimi, tarihte ilk olarak Alman arkeolog ve sanat tarihçisi Johann Joachim Winckelmann tarafından, Rönesans ve Klasik döneme ait gelenekleri ve Michelangelo, Titian, Correggio gibi ressamlara ait üslupsal özellikleri eserlerinde bir araya getirmeye çalışan İt alyan ressam Carracci'nin sanatını tanımlamak için kullanılmıştır. Daha sonra, 18. yüzyılda, Londra'daki Kraliyet Sanat Akademisi'nin*

[97] Amelia **Jones,** *"Pastiş, Alegori ya da Montaj Olarak Postmodernizm: Beden/Benliğe Direniş"*, **Sanat Cinsiyet**, Editör: Ali Artun, Sanathayat Dizisi, İstanbul, İletişim Yayınları, 2008, s. 311
[98] Metin Sözen, Uğur Tanyeli, **Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1992, s. 74

başında bulunan Sir Joshua Reynolds eklektisizmin büyük savunucularından biri olarak ön plana çıkmış ve geçmişe ait sanatsal mirası, toplumun kullanımına açık ve her sanatçının istediği gibi alıntılaması gereken bir malzeme olarak tarif etmiştir."[99]

Eklektik tavrı postmodernizmin başat ifade biçimi olarak öne çıkaran Yalçın Sadak; *"Eklektik bir bütün tam da öğelerinin toplamından ibarettir. Bütünü oluşturan öğeler birbirlerine eklemlenmiş değil, eklenmiştir, öğeler arasında yan yanalık ilişkisidir belirleyici olan ve her öğe bir başınalığını korur; bulunduğu yere ait olmamazlık durumundadır ve bizi sürekli olarak asıl dizgesine geri götürür. Yanına katıldığı öğelerle bir anlam üretemez, birbaşındalığı içindeyse aslının "benzeşimidir"*[100] der ve bu anımsatışın hiçbir dizgeye dayanmadığını, geçmiş cansız imgelerinin toplandığı 'rastgele bir depo' olduğunu söyler.

Eklektik tavır bu anlamda tarihsel bütünlerin, anlamı barındıran parçaların gösterenden bağımsız göstergelerinden oluşan yeni bir 'benzeşim'dir. Farklı kaynaklardan, dönemlerden, tarzlardan seçilen parçalar bir bütün ve bir anlam oluşturmayacak şekilde toparlanır. Fakat bu toparlanma ve eklektik tavır o kadar yoğundur ki, yine Yalçın Sadak'ın tarifiyle "benzeşim" kendi belleğini kurar. Böylece geçmişte gerçek olana ait bilgi silinir ve burada söz konusu olan bir düzlem kaydırma, bir anlamda anlamsızlaştırmadır.

Nicholas Bourriaud eklektisizm için; *"Genellikle bir zevki, belirsiz ya da bir ölçütten yoksun olduğunda, ruhsuz bir entelektüel süreç, yani herhangi bir ahenkli görünüş kuran bir seçkiler bütünü olduğunda 'eklektik' olarak tanımlarız"*[101] ifadesini kullanır.

Sadece yüzeyde birlikte görünen ama bir bütün oluşturmayan, anlam olarak belli bir

[99] Erdem Ergaz, **Postmodern Teorinin Günümüz Estetik Söylem ve Pratiği Üzerine Getirdiği Açılımlar**, İstanbul, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Resim Ana Sanat Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2005, s. 18
[100] Yalçın Sadak, "Modernist ve Postmodernist Sanatta Alıntılar Sorunu", **Çağdaş Düşünce ve Sanat**, İstanbul, Plastik Sanatlar Derneği Yayınları, 1991, s. 30
[101] Nicholas Bourriaud, **Postprodüksiyon**, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2004, s. 140

duruma referans vermeyen, tek tek parçaların bir araya toplanmasından oluşan yığın, eklektik kelimesinin görsel üretimindeki karşılığıdır. Burada ait oldukları bütünden ve anlamdan koparılan parçalar bir yığın halinde yeniden sergilemeye sunulur. Amaçlanan, genellikle bir anlam değil bir yüzey oluşturmaktır ve sonuç "kitsch"e dayanan bir karmaşadır.

Lyotard, eklektizmin çağdaş genel kültürün sıfır derecesini oluşturduğunu söyler; *"Reggea dinleniyor, western seyrediliyor, öğlen McDonalds'da yeniliyor, akşam yerel mutfakların tadına bakılıyor. Tokyo'da parizyen parfümler kullanılıyor, Hong Kong'da retro giyiniliyor. Bilgi, televizyon oyunlarına malzeme olmuş durumda. Eklektik yapıtlar için alıcı-izleyici bulmak kolay. Sanat kendini kitsch kılarak, amatörün beğenisinde hüküm süren düzensizliği pohpohluyor."*[102] Bu anlamda eklektik bütün bir çatışma üretmez, *"keyfi biçimde kazandıkları yerlerini her an terk etmeye hazırdırlar; tam bir kayıtsızlık içinde değiş-tokuşa girebilirler."*[103]

Bu tavır anlama ait bütün farklılıkları siler; her şey aynı değerde, bir arada ve yan yanadır.

3.3.1.2. Metinlerarasılık (Intertextuality)

Metnin gerçek anlamı yoktur.
Paul Valery

Postyapısalcı Julie Kristeva tarafından 1966 yılında ortaya atılan bu kavram, bir metnin anlamının organik bir süreç içinde olduğuna ve o metnin anlamının başka metinler tarafından belirlendiğine işaret etmektedir. Postmodern kuramın eklektik yapısına

[102] Frederick Jameson, Jürgen Habermas, Jean François Lyotard, **Postmodernizm**, İstanbul, Kıyı Yayınları, 1994, s. 50
[103] Yalçın Sadak, "Modernist ve Postmodernist Sanatta Alıntılar Sorunu", **Çağdaş Düşünce ve Sanat**, İstanbul, Plastik Sanatlar Derneği Yayınları, 1991, s. 31

hipermetin kavramı ile birlikte zemin sağlayan metinlerarası kavramı, birbirinin içinden geçen ve öngörülemeyen bir anlam oluşumunu betimler.

Modernist söylemde gösterilen, mesaj ile gösteren veya medya arasında tanımlanabilir bir ilişki olduğu düşüncesi öne çıkar. Yapısalcılık sonrası düşüncede ise (post-strüktüalizm) anlamın sürekli kopuşu ve yeni birleşimler ile yeniden oluşması düşüncesi hakimdir. Yapıbozumculuk metinleri yeniden okumaya olanak tanır; "*Bu durumda kültür yaşamı metinlerin, başka metinlerle yolunun kesişmesi, başka metinler üretmesi olarak görülür.*"[104] Kristeva'ya göre metin, anlam gösterenlerini yeniden dağıtma işlevine sahip bir aygıttır. Metinlerarası kavramında dil üretilebilir bir konumdadır, dil yoluyla gösterenler yan yana eklenir ve bir bağlamdan yeni bir bağlam içine sokularak anlamı türetilir.

Yapısalcılık sonrası düşüncede var olan metin, kendi anlamı dışında başka bir şeylere göndermede bulunuyorsa, bu gönderme yapılan bir başka metindir. Burada söz konusu olan postmodern kültürdeki göstergelerin başka göstergelere göndermede bulunmasına benzer bir durumdur; *"Yapısökümcüler belli bir kesişme noktasını imleyen, durmaksızın genişleyen böylesi bir ağı metinlerarasındalık diye adlandırırlar."*[105] Metin bu sürekli yorumlarla çoğalır ve hiç bir yorum son veya doğru değildir. Roland Barthes, Stendhal'in alıntılandığı bir metni okurken küçük bir ayrıntıda Proust ile karşılaştığını söyler ve ekler; *"Ve metinlerarasılık, metnin-arası da tam olarak budur: bitimsiz olan metnin dışında yaşamanın olanaksızlığı."*[106] Bu metin Proust da olabilir, günlük bir gazete ya da televizyon ekranı da. Burada söz konusu olan, metnin okunmasının farklılaşması ve birbirinin içine geçen katmanlar halinde sonsuz bir şekilde birey tarafından deneyimlenen geçmişe gidebilmesidir.

Mikhail Mihaloviç Bahtin'in Dijalojik İ lişkiler* olarak tanımladığı kavramda nesne

[104] David Harvey, **Postmodernliğin Durumu**, İstanbul, Metis Yayınları, 2003, s. 67
[105] Madan Sarup, **A.g.k.,** s. 81
[106] Roland Barthes, **Yazı Üzerine Çeşitlemeler, Metnin Hazzı**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2006, s. 120

merkezli anlamsal ilişkinin diyalojik olabilmesi için somutlaşmaları yani başka bir var oluş alanı içine girmesi gerekmektedir. Bu bağlamda diyalojizm, *"...söylemin, konusunu kavramsallaştırma biçimini içeriden sarar ve söylemin hem anlamsal dizgesini hem de sözdizimsel yapısını dönüştürerek anlatım düzlemini bile etkiler."*[107]

Metinlerarası yapının kendine özgü bir yaşamı, kendi dinamikleri içinde ürettiği yeni okumalara açık bir anlam yapısı vardır. "*Yazdığımız şeyler kast etmediğimiz, hiç bir şekilde kastetmiş olamayacağımız anlamlar nakleder, sözcüklerimiz kast ettiklerimizi aktaramaz. Bir metne hakim olmaya çalışmak beyhude bir çabadır, çünkü metinlerin ve anlamların aralıksız bir biçimde okunmaları denetimimizin dışındadır."*[108] David Harvey buradan çıkışla Derrida'nın kolaj ve montajı postmodern söylemin birincil biçimi olarak gördüğünü söyler ve bu yapının "ne tek anlamlı ne de istikrarlı olabilecek bir gösterim üretmeye" teşvik ettiğini ekler. Bütün postmodern düşünce parçalanma ve yeniden oluşturmaya referans verir. Dada kaynaklı olan, Lettrist ve Sitüasyonist Enternasyonallerin kavramsal bağlamını oluşturdukları kolaj, montaj ve cut and paste (kes, yapıştır) teknik olarak (yeni bir yapı oluşturma tavrı olarak) postmodernitenin gerek metinsel, gerek görsel, gerek kültürel veya politik arka planı ile birebir örtüşen uygulamalar olarak öne çıkmaktadır.

Sonuç olarak, Frederic Jameson'un roman üzerinden verdiği örneği görselleri merkez alarak söyleyecek olursak; hem görselden, hem bu görselden üretilmiş başka versiyonlardan, hem de daha eski görsellerden haberdar oluşumuz, bütün bunların bilgisine sahip oluşumuz şimdi karşılaştığımız görselin asli ve ayrılmaz bir parçasını oluşturmakta ve inşa edilen anlamı değişime açık hale getirmektedir.

---

[107] Mehmet Rifat, **XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları,** 2. Temel Metinler, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2005, s. 269

[108] David Harvey, **Postmodernliğin Durumu**, İstanbul, Metis Yayınları, 2003, s. 67

3.3.1.3. Hipermetin (Hypertext – Aşkınmetin)

İletişim Sözlüğü'nde; *"Sözcüklerin yanı sıra sesleri, görüntüleri, film kliplerini ve bilgisayar gösterilerini de içeren metin"*[109] olarak geçen hipermetin kavramı, metinlerarası kavramına benzer ve gönderme yapar bir biçimde, okuyucunun veya izleyicinin metni/yapıtı, okuma/izleme sürecinde yeniden inşa ettiği ilkesine dayanmaktadır. Halil Turhanlı'nın "Yerleşik olanın başkalaştırılarak yeniye katılması" olarak tanımladığı kavram, gelişen enformasyon teknolojileri sayesinde mümkün olan, yapısı değiştirilmiş yeni bir metin formunu işaret eder. Günümüzün hipermetin ortamı olarak interneti gösterebiliriz.

"Bilişim teknolojileri dilindeki anlamıyla, diğer metinlere yönlendirilmiş otomatik çapraz referanslar içeren bir dokümantasyon sistemi olan hipermetin protokolü, metni, eski iki boyutlu hareket alanından, derinlemesine de hareket edebileceği üçüncü bir boyuta taşımaktadır."[110] Birçok metin, içinde bir yerden başka bir yere hareket etmemizi sağlayan bir ortamı tanımlar.

Okunma sürecinde ve okuyucu tarafından yazılmaya/yönlendirilmeye açık bir durumu işaret eden kavram, bu anlamda internetin yapısı ile bire bir örtüşmektedir. Var olan bir altyapı ve sistem üzerine kuruludur. Fakat metnin anlamı tamamıyla okuyucu tarafından, o ortamda var olan bir takım yönlendiricilerin yardımıyla oluşturulur. Bu anlamda postmodernizmin eklektik tavrına uygun düşen kavram, çok katmanlı bir şekilde sonsuza kadar genişleyebilen bir yapıyı tanımlamaktadır.

---

[109] Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Ark Yayınları, 1998, s. 157
[110] Erdem Ergaz, **Postmodern Teorinin Günümüz Estetik Söylem ve Pratiği Üzerine Getirdiği Açılımlar,** İstanbul, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Eser Metni, 2005, s. 21

3.3.1.4. Parodi (Yansılama/Gülünçleme/Parody)

Yunanca paro (karşıt) ve oidia (ezgi) kelimelerinin birleşmesinden oluşan parodinin Türk Dil Kurumu Gösterim Sanatları Sözlüğü'ndeki tanımı; *"Ciddi olduğu varsayılan bir yapıtın bir bölümünü ya da tümünü koşutlukları koruyarak alaya alan, biçimini bozmadan ona bambaşka bir içerik vererek, özle biçim arasındaki bu karşıtlıktan gülünç ve eleştirel etkiyi var eden oyun biçimi."*[111] olarak yer almaktadır.

Barthes parodinin açık bir alıntı olduğunu ve değerli bir metnin parodileştirilebilmesi için doğru ve yanlış karşıtlığını bozması, her türlü kökeni, yaratıcılığı yıkması, metne bütünlüğü sağlayan sesi bozması gerektiğini söyler ve ekler; "*…bir alıntı çevrelemesi ve bir tarlanın parselleri gibi, her parçanın sahibine göre, tümcelerin iyeliğini adil bir biçimde bölüştürmesi gereken tırnak işaretlerini acımasızca, hileyle ortadan kaldırması gerekir."*[112] Bu anlamda bir metne ait belirleyici ne varsa, onların üzerinde oynamak, onlara müdahale etmek parodinin birincil özelliğidir.

Parodi genel anlamıyla bir metni, bir görüntüyü, bir başka anlam yüklemek amacıyla kullanmaktır. Yazınsal bir yöntem olarak parodi anıtsal, klasik bir metni, konusu veya yazım tarzı ile sıradan bir olaya indirgemeye dayanır. Kullanılan metin ile yaratılan yeni metin arasında belli bir benzerlik kurulabilir ve özünde bir taklittir. Temel metin gülünç ya da yergisel olması amacıyla dönüştürülür. *"Bir yapıtı değiştirip yeni bir yapıt oluşturarak destan türüyle ya da soylu, ciddi olarak kabul edilen bir tür ile alay etmek ereğinde olan parodi yazarları, soylu, ciddi bir metni çoğunlukla sıradan başka bir metne, ya da soylu bir metnin biçemini – çoğunlukla da destanın biçemini- hiçbir kahramanlık olayı anlatmayan sıradan bir konuya uyarlarlar. Yazarlar üç yol izlerler: birinci durumda bir metnin konusunu değiştirerek vermek istediği anlamı saptırırlar, ikinci durumda metnin konusuna dokunmadan salt biçemini bütünüyle değiştirerek*

[111] http://tdkterim.gov.tr/?kelime=parodi&kategori=terim&hng=md, Erişim: Mayıs 2009
[112] Roland Barthes, **S/Z,** İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1996, s. 50

biçemsel bir dönüşüm uygularlar. Son olarak yazar bir metnin biçemini alır, onu yeni bir metinde, çoğunlukla karşı bir savla yeni bir konuya uygular."[113]

Parodi gülünç bir çelişki yaratarak metni yeniden kurgular. Linda Hutcheon'a göre parodi metnin benzerliğini değil, farklılığını temel alarak eleştirel bir tavır takınır; *"ikili bir ironi ve kurulum sürecinde parodi geçmişten gelen temsillere ve hem devamlılıktan hem farklılıktan gelen ideolojik sonuçlara işaret eder."*[114] Burada postmodern parodinin öne çıkan, farklı bir durumuna işaret edilmektedir. Postmodern parodi politiktir, anlamla oynayarak orijinallik ve özerkliğin altını oyarken, yeniden üretimin her türünü yasallaştırarak ortaya koyar. Eski bir konunun, tekniğin, görselin ya da imgenin kullanılışı olarak parodi, bir yandan tarihe referans verirken; hem var olanı inkâr etme, onun kapsamını ve anlamını genişletme, hem de eleştirel bir tavra sahip olmak gibi bir kaç işlevi yüklenmiştir.

"Modern sanat ve kültür bir yerde geleneğe ve tarihin egemenliğine karşı gelirken, bir yerde de onu tamamen dışlayamamıştır; zira her kültürel değer ve sembol bir birikim ve süreklilik içinde anlamlıdır. Bu bakımdan, özellikle sanatın kurallarını yıkanlar, anlamlarını vurgulamak için bir şekilde tarihe referans vermek durumundadırlar. O vakit parodi, eski bir konunun, tekniğin ya da imgenin kullanılışı, tarihle sürekliliği sağlayarak sanatçının yeniliğini ortaya koyar."[115] Benzer bir şekilde Roland Barthes yansılamanın hep klasik bir söz olduğunu söyler, çünkü başka bir metnin arasına kendi 'düşlem'ini koyan özne, daha da fazla bir biçimde o söylemin öznesi olur.

Klasizmin veya sanatın özerkliğinin parçalanışına referans veren postmodern parodi burada yine postmodernitenin diğer kavramları ile etkileşim içindedir. Sonsuz bir

---

[113] Kubilay Aktulum, "Yansılama-Parodi" http://www.serinselvi.com/forum/index.php?topic=179.0, Erişim: Eylül 2009

[114] Linda Hutcheon'dan aktaran, Bengisu **Bayrak**, **Fotoğraf, Resim, Sinema ve Video Sanatının Devinimli İlişkisi: Alıntılama ve Anlamlandırma**, Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı, 2008, s. 8

[115] Jale Erzen, *"Kopya"*, **Arredamento Mimarlık**, İstanbul, 2002, Şubat Sayısı, s. 60

şekilde değiştirilebilen, okunabilen ve yeniden üretilebilen metinler, sanat eserleri, nesneler, imgeler ve her tür biricik kültür ve sanat ürünü konu alınabilir.

3.3.1.5. Pastiş (Benzek/Öyküntü/Pastiche)

Türk Dil Kurumu'nun Büyük Türkçe Sözlüğü'nde pastiş; (Fransızca pastiche) "*Başka sanatçıların eserlerini taklit yoluyla meydana getirilen sanat eseri ve bir ekolün özelliklerine göre meydana getirilmiş eser"*[116] anlamına karşılık gelmektedir.

Pastiş edebiyatta kullanılan bir yazım tekniği olarak belirmekte ve bir başka yazarın edebi stilini uygulamak anlamında kullanılmaktadır. Postmodernist romanın ana tekniklerinden biri olarak öne çıkan pastiş, daha önce var olan bir metnin edebi özelliklerinin taklit edilmesi, yani biçimsel bir taklittir.

Pastiş, "*Çeşitli kökenlerden gelen parçaların ya aynen ya da kopya edilerek kullanılıp bir bütün içinde eritilmeksizin, özgün bir sanat ürünü oluşturmadan bir araya getirilmeleri"*[117] olarak tanımlanmaktadır. Pastişin kullanımı zaman zaman resim sanatında olumsuz bir referans olarak ele alınmıştır. Temelsiz, herhangi bir anlam veya yapı bütünlüğü gözetilmeksizin yapılan bir araya getirmeler için kullanılan kavram, postmodern kültürde yeni uygulamalar ile oldukça konuşulur hale gelmiştir.

Frederic Jameson, "Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı" başlıklı makalesinde postmodernite içinde pastiş kavramını; "*Bireysel öznenin kaybolması ve bunun formel sonucu olarak, kişisel üslubun giderek daha zor bulunur olması, bugün pastiche diye adlandırabileceğimiz neredeyse evrensel uygulamayı doğurmakta"*[118] şeklinde nitelemiş ve postmodernitenin belirleyici iki özelliği olarak pastiş ve

[116] http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=pasti%FE&ayn=tam, Erişim: Ekim 2009
[117] Metin Sözen, Uğur Tanyeli, **Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1992, s. 187
[118] Frederic Jameson, "*Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı"*, **Postmodernizm**, İstanbul, Kıyı Yayınları, 1990, s.76

şizofreniyi göstermiştir. Parodi fikrinden kesin sınırlarla ayırdığı pastişi "kendine has bir maskenin taklidi", "ölü bir dilde konuşma" olarak tanımlamıştır. Biçemsel olarak bir yeniliğin olamayacağını iddia ettiği dünyada bize kalan tek şey olan pastiş, Frederic Jameson'a göre; "boş parodi, gözü kör bir heykel"dir ve tarihsel olanın ortadan kayboluşuyla ilintilidir. Bilinirliği yüksek öğelerden etkileyici bir biçim yaratmak amacını taşıyan pastiş pratiği, yani ölü biçemlere öykünme, nostaljik her türlü üretimde rahatlıkla izlenebilir.

Madan Sarup, modern dönemin öznenin yabancılaşması düşüncesinin postmodern dönemde öznenin parçalanışına yerini bıraktığını söyler ve ekler; *"birey öznenin yok oluşu, eşsiz ve kişisel bir biçemin erişilmez oluşu bu anlamda yeni bir pratiğe yol açmıştır: pastiş. Özetlersek çağımızdan daha az sorunlu bir zamana geri dönmeyi arzuladığımızı ileri süren pastiş, aynı zamanda hemen her yerde rastlanan (özellikle de filmde) bir tarz haline gelmiştir."*[119]

[119] Madan Sarup, **A.g.k.,** s. 257

4. POSTMODERNİZM VE GRAFİK TASARIM

Postmodernizm grafik tasarıma, Aykut Köksal'ın tanımlamasıyla "zorunlu çoğulluk"u getirmiştir. Her disiplinde olduğu gibi tasarım disiplininde de subjektif bakışın geçerli sayıldığı postmodern dönem, modernizmin katı kurallarını ve işleve yönelik mekanik tasarım anlayışını yok saymıştır. Her şeyin mübah sayıldığı bu yeni çağ, Zygmund Bauman'ın deyişiyle evrensel başıboşluğa ve bütün düzenlerin yıkılışına referans vermiştir. Bu anlamda görsel üretiminin merkezi konumundaki görsel iletişim tasarımı da moderniteye ve öncesine ait bilinen bütün kuralların, sınırlamaların "büyük anlatı"ların yok edildiği, esnetildiği, yeniden kurulduğu, eklektisizmin, parodi ve pastişin kullanıldığı kişisel tarzları, izleyicinin okumasına olanak veren yeni durumları gündeme getirmiştir.

Postmodernizm birçok kavramın ve değişimin yanı sıra sanat, tasarım ve kültürü kitlelerin icrasına ve ilgisine sunmuştur. Disiplinlerarası sanatın veya Massimo Vignelli'nin *"Bir tasarımcı bir kaşıktan bir kente kadar her şeyi tasarlayabilmeli"*[120] sözünün ardında yatan postmodern düşünce, farklı disiplinlerle ve uzmanlaşmayı yok sayar biçimde hem birlikteliğe, hem üretimde bireyselliğe vurgu yapmaktadır. Hal Foster;"*Günümüz tasarımı, kapitalizmin postmodernizme ödettiği çok daha büyük bir bedelin parçası aslında: Sanatları, disiplinleri içiçe geçirmesinin bedeli, sınır ihlallerinin olağanlaşması"*[121] derken sadece interdisipliner durumu değil, uzmanlık alanlarındaki sınırların yok oluşunu da kayıt altına almıştır.

Görsellerin üretiminde sınır ihlali, fotoğrafın fotoğraf olmaktan çıkışı, tipografinin görsel bir form olarak belirişi, üst üste bindirilen ve geçmişten alınan formlar, giderek metinler ve imgelerin yanı sıra farklı disiplinlerin bir araya gelmesi bağlamında sosyoloji ile sanatın, tipografi ile üç boyutun birlikteliği gibi yeni çalışma alanları

[120] Martin B. Pedersen, Çeviren: Çağla Turgul, *"Bir Tasarımcı Bir Kaşıktan Bir Kente Kadar Her Şeyi Tasarlayabilmeli"*, **Dedi ki,** İstanbul, Sayı 1, Grafikerler Meslek Kuruluşu Yayınları, 2002
[121] Hal Foster, **Tasarım ve Suç**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2004, s. 42

önermiştir. Tasarımda postmodernizm çok katmanlı bir yapıyı, tasarımcının öngörüsüne ve sezgilerine dayanan bir anlayışı öne çıkarmış, özellikle 1980 sonrası yıldızlaşan tasarımcılar ve tasarım grupları postmodernitenin getirdiği bu "zorunluluğun ortadan kalkması" halini sonuna kadar benimsemişlerdir. Modernizmin sert, sistemli ve evrensel olanı hedefleyen görsel dilinden sonra postmodernite, tasarıma biçim ve stil çeşitliliği getirmiş, bir tür yeni dışavurumculuğun kapılarını açmıştır. Tasarımcı, iletişimi veya işlevi inşa eden mühendis olmaktan sıyrılıp, mesaj dahilinde kendini ifade eden bir sanatçıya dönüşmüştür. Postmodern tasarım anlayışı o güne kadar geçerli olan iyi-kötü değerlendirmesini, tasarımda mesaja, kurguya ve estetiğe ait düzenleri yıkmış, sınırları kaldırmıştır.

Yine aynı dönemde görsel kültürün toplumsal dönüşüm ve iletişimde başat rol oynaması, kültür ile görsel kültürün sürekli ve dinamik ilişkisini gündeme getirmiştir. Kültür bu anlamda, *"popüler hayatın, eğlencenin ve dinlenmenin yeniden inşasına doğrudan katılan görsel ve grafik sanatların her türlü müdahalesinin egemenliğindedir."*[122] Tasarımın bu anlamda yayılımı, farklı disiplinlerin içine nüfuz edişi kadar, reklamı öncelleyen toplumsal tüketim ile birlikte ivme kazanmıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında, dünyadaki sosyal, kültürel ve siyasi değişimler ve hak talepleri ise sosyal tasarıma olan ilgiyi arttırmıştır.

Grafik tasarımda 1970'li yıllardan itibaren postmodern terimi kullanılmaya başlanmışsa da, 1980'li yıllar postmodern grafik tasarımın ilk ürünlerinin görünür olduğu dönemlerdir. Postmodernitenin tasarıma getirdiklerini yine kavramlar yardımıyla sıralayacak olursak; geçmişi işleve yönelik bir bellek, bir bilgi deposu olarak gören postmodernite, aynı sanatta olduğu gibi tarihsel belleği değersizleştirmiş, nesneleştirmiş, bir anlamda oyun durumuna indirgemiştir. Postmodernist tasarımın hiyerarşileri yıkması, her şeyi bir tasarım nesnesi haline getirmesi, herkesin tasarım yapabilir duruma gelmesi, zaman zaman tasarımın işlevci yanından çok dekoratif,

[122] Ahmet Oktay, **Postmodernist Tahayyüle İtirazlar**, İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2000, s. 8

süslemeci yanının ön plana çıkması, geçicileştirmeyi ve anlam kaybını ön plana çıkarmıştır. Tasarlanan alan tipografik ve görsel elemanlarla doldurulmuş, düşük kaliteli fotoğrafların kullanımı ve teknolojinin sunduğu olanaklarla kişisel stiller keskinleşmiştir. Modernitenin sınırlarının belirliliğine karşılık, Umberto Eco'nun "Açık Yapıt"ına göndermede bulunan uygulamalar, kurgulanan tasarım nesnesi için alternatif okuma biçimleri geliştirmeyi öne çıkarmıştır. Tüketim kültürünün bireyi hedef alan yapısı ile paralel bir şekilde *"Artık sadece mimarlık projelerine ya da sanat sergilerine değil, kot pantolonlardan genlere kadar her şeye tasarım gözüyle bakılıyor"*[123] ifadesinde olduğu gibi tasarım enformasyon ve anlam üretiminin birincil aracı haline gelmiştir.

Tek önemsenen bakışın tasarımcının bakışı ve sezgilerinin olduğu Uluslararası Tipografik Stil'in hemen ardından gelen bu dönem, tasarımda kimi öncüllerini İsviçre'de bulsa da kısa zamanda Amerika Birleşik Devletleri, sosyal ve kültürel yapısının örtüşen dinamikleriyle, bu tasarım anlayışında çok çeşitli ve hızlı örnekler vermeye başladı. *"Amerika'da "Yeni Dalga", "İsviçre Punk", "Pluralizm", "West Coast", "Postmodern", "Avant Garde" ve "Deco" gibi çeşitli isimler alırken, etiketlere fazla önem vermeyen Avrupa'da hepsi de yeni bir deneysel tavırla olmak üzere birey ve grupların etkileşim ve yönelişlerine göre özgün ve farklı çalışmalar olarak ortaya çıkmıştır."*[124] Ettore Sottsass'ın işlevi bütünüyle reddeden Memphis akımı bunlara örnek verilebilir.

Postmodern alıntının grafik tasarımdaki örneklerini incelemeden önce, akımın disipline getirdiği yeni yönelimleri değerlendirmek yararlı olacaktır. Bu çerçevede postmodern düşüncenin tasarımcıyı mesaj üretiminin merkezine koyan tavrı, tasarımcıların sipariş dahilinde kendilerini tasarım sorusuna dahil etmesi, görüntüyü üretme ve kullanma pratiğinde geçirdiği değişimler görsel alıntı kullanımını gündeme getiren teorileri içermektedir. Grafik tasarım alanındaki ilk belirgin kırılma görüntünün değil, metnin

[123] Hal Foster, **Tasarım ve Suç**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2004, s. 33
[124] Dilek Bektaş, **Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1992, s. 230

kullanımında göze çarpmaktadır. Metni görüntü, görüntüyü metin olarak ele almaya olanak sağlayan bu yönelim kısa zamanda imgenin de katmanlara bölünmesini gündeme getirmiştir.

Önemli tipografik denemeler yapan ve postmodern anlayışa sahip tasarımcıların öncüsü ve en etkilisi olan Wolfgang Weingart (1941), İsviçre'de Basel Tasarım Okulu'nda Emil Ruder'in öğrencisi olarak öğrenim görmüştür. Emil Ruder'in ölümü üzerine tipografi dersleri vermeye başlayan ve Armin Hofmann ile çalışma olanağı bulan Weingart, tipografik dili sorgulamış ve yeni denemelerde bulunmuştur. Weingart 1972 yılında İsviçre tipografi tasarımında en azından iki yönelim olduğunu belirtir. Birisi iyi bilinen İsviçre Tipografisi, diğeri ise *"Yaygın olan tasarım dogmalarını reddeden alışılmışın dışında bir görünüş eğilimi barındıran canlı, özgür bir tipografi."*[125]





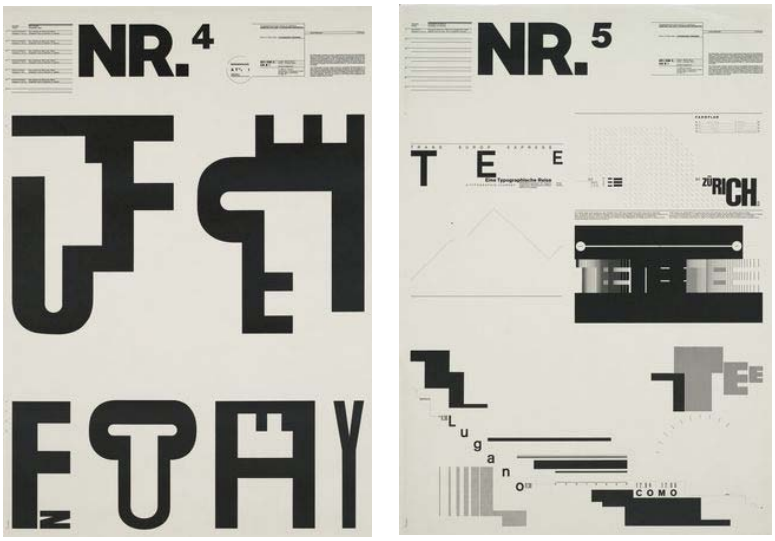
R.23 Wolfgang Weingart, Didacta Eurodidac, 1981

R.24 Wolfgang Weingart, The Swiss Poster, 1984

Weingart; kişisel tasarım kararları, diyagonal yerleştirmeler ve farklı harf boşlukları, reddettiği Emil Ruder'in minimalizm anlayışı ile sezgisel tasarım anlayışına yönelmesi,

[125] Wolfgang Weingart, *"How Can One Make Swiss Typography?"*, **Looking Closer 3**, Michael Bierut, Jessica Helfand, Steven Heller, Rick Poynor, New York, Allworth Press, 1999, s. 219

tasarlanan alanın yoğunluğunu artırmaya dönük çabaları ve mesaj kurgusundaki yeni düzenleme önerileri ile postmodern grafik tasarımın tipografideki ilk örneklerini verdi ve 1972-1973 yıllarında Amerikan Tasarım Akademilerinde yaptığı sunumlar ve verdiği derslerle, 1980'li yılların başındaki Amerikan Yeni Dalga Akımı'nın öncüsü oldu.



R.25 Wolfgang Weingart, Tipografik Yöntem, No 4, 1971- 1972
R.26 Wolfgang Weingart, Tipografik Yöntem, No 5, 1971- 1974

Serbest form tipografisi ile birlikte kullandığı kolajı, karmaşık görsel bilgiyi, anlamı gözeterek üst üste bindirerek, resimsel elemanlarla tipografiyi birleştirmiştir. *"Weingart modern İ sviçre Tasarımcılığının temel kavramlarına meydan okumuş, kendisine El Lissitzky, Piet Zwart ve öteki dışavurumcu tipografi sanatçılarını örnek alarak, çalışmalarını tipografik kolaj yönünde geliştirmiştir."*[126]

Weingart anlaşılmaz hale gelmeyecek kadar görselleri soyutlaştırarak, tipografi ile fotografik filmi bir araya getirmiş, ofset baskı tekniği ile yaptığı denemelerle tipografiyi özgür kılmıştır. Weingart'ın önemi, aynı zamanda grafik tasarımda *"...yeni teknolojilerle erken bir tanışmayı..."*[127] sağlamış olmasıdır. Bu dönemde kolaj ile

[126] Bill Bonnell**,** *"Amerika'da Postmodern Grafik"*, Çeviren: Sadık Karamustafa**, Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar**, İstanbul, GMK Yayınları, Sayı: 7, Mayıs 1988, s. 4
[127] Sergio Polano, Pierpaolo vetta, Abc of 20th-Century Graphics, Milano, Phaidon, 2003, s. 139

ürettiği işlere ağırlık veren tasarımcı, pozitif filme alınmış metin ve görüntülerle karmaşık enformasyonu üst üste gelecek bir şekilde kurgulayarak denemelerde bulunmuştur. Tasarım sürecinin her evresine dahil olunması gerektiğini söyleyen Weingart bu anlamda *"...grafik tasarımda 'Gutenberg yaklaşımını' savunmaktaydı."*[128]

Steven Heller, "Design Literacy, Understanding Graphic Design" isimli kitabında Weingart'ın grafik tasarıma katkılarının oldukça önemli olduğunu belirtir ve "*Geniş harf aralıkları, fotografik ve tipografik katmanlar, ağır katı bloklar, grid sistemini reddeden tavır, çizgiler, farklı puntolarla ve yazı karakterleri ile düzenlenen metin, diyagonal kurgu, geometrik şekillerin ve tipografik elemanların illüstratif bir işlev üstlenecek bir biçimde kurgulanması"*[129]*nın* Weingart'ın tasarımının öne çıkan özellikleri olduğunun altını çizer. Steven Heller bütün bu denemelerin çağdaş maniyerizme eklemlenebileceğini söylemektedir.

Weingart; deneysel kompozisyonları, tipografik denemeleri, sezgisel bir bakışla yarattığı yeni önermeleri, verdiği dersler ve konferanslarla birlikte, 1980'li yılların başında postmodern grafik tasarımın ve Amerikan Yeni Dalga Akımı'nın önünü açmıştır. Kolajdan yararlanarak karmaşık olan görsel bilgiyi üst üste bindiren, resimsel imgelerle tipografiyi birlikte yorumlayan serbest form arayışları, tasarım anlayışının temelini oluşturur. El Lissitzky ve Piet Zwart'tan etkilenen Weingart'ın işlerini, sembolik bir anlam kurgusu yaratmaya çalışan dışavurumcu tipografik kolaj olarak tanımlayabiliriz.

"Weingart, bir dizi konferans vermek üzere gittiği Amerika'nın çeşitli okullarında felsefesini açıklayarak, mevcut tipografik kuralları sorgulamak üzere tartışmaya açtı. Bu sırada Amerikalı tasarımcılar kurumsal kimlik çalışmaları çokluğu içerisinde, Helvetica harf karakterleri kullanmaktan bıkmış bir halde, ancak nereye gitmeleri konusunda da net bir görüş oluşturamamanın sıkıntısı içerisinde idiler. Weingart'ın

[128] Dilek Bektaş, **Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1992, s. 234
[129] Steven Heller, **Design Literacy, Understanding Graphic Design**, s. 257

konferanslarıyla atılan tohum, İ sviçre'de eğitim gören Amerikalı öğrencilerin ülkelerine dönerek onun düşüncelerini uygulamaya geçirmeleriyle pekişti ve Weingart'ın anlayışı yine İ sviçre'den Amerika'ya olmak üzere Amerikan tasarım dünyasına filtre olmaya başladı"[130]

Postmodernitenin grafik tasarıma etkileri sadece görsel arayışları değil, tasarımın düşünsel boyutunu da içine almıştır. Postmodern toplumun günlük hayatının karmaşası ve incelikleri tasarımcıyı, tasarım dilinde de yeni bir arayışa yönlendirmiştir. Bu noktada tasarım problemine bakışta ve tasarım ürününün değerlendirilmesinde yeni deneysel araştırma ve söylemler ön plana çıkar.

1980'li yılların başında tasarım disiplinin kurallarında bir esnemeye gösterilen hoşgörü gibi değerlendirilen tavır, stillerin karmaşasını öneriyor ve formal sözlüklerin kullanımında çeşitlilik sağlıyordu. Yöntem olarak kolaj, cut up, alıntıyı sıklıkla kullanan postmodern tasarım ilk Macintosh'un 1984'te kullanıma sunulmasıyla görsel sınırları özellikle tipografi ve görsel kullanımında zorlamıştır.

Amerika'da, "Post-modern Grafik" isimli 1984 tarihli makalesinde Bill Bonnell, postmodernizmin tasarımda daha önce hiç bir akımın görmediği kadar yoğun bir karşılık gördüğünü söyler ve bunu grafik tasarımda özgürlüğün yeniden keşfi olarak değerlendirir. *"Fakat gerçekte tasarım hakkında düşünmenin yeni bir yoluydu, tasarım için yeni bir önermenin kışkırtıcılığını yapıyordu. Kültürün arabulucuları olarak tasarımcılar, 'çözüm'ün olduğu yerde, 'problem'in arkasına daha fazla saklanama yacaklarını anladılar."*[131]

Postmodernizmin tasarıma getirdiği en önemli farklılık, tasarımcının tasarım sorununa yaklaşımının ve tasarımın sınırlarının yeniden sorgulanmasıydı. Disiplinlerarası çalışma

[130] Dilek Bektaş, **Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1992, s. 234
[131] Jeffery Keedy, "**Graphic Design in the Postmodern Era**", Émigré, 1998, Sayı 47 http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=20, 1998, Erişim: Ekim 2009

önermesi doğrultusunda tasarımcı artık çok çeşitli alanlarda üretimde bulunabiliyor; gömlekten halıya, sergi mekânından siparişini kendisinin verdiği işlere kadar (müellif) üretim alanını çeşitlendiriyordu ki, bu Massimo Vignelli'nin; "Tasarımcı bir kaşıktan bir kente kadar her şeyi tasarlayabilmeli" söylemi ile tam olarak örtüşüyordu.

Tasarımdaki postmodern kırılmayı 1981 tarihli makalesinde Bob Gill, tasarımların birbirine benzediğini ve sıkıcı olduğunu söyledikten sonra, *"Tasarım artık iletişim problemlerini çözmek için bir süreçti. O iletişim problemini kesin ve ilginç bir şekilde çözdüğü sürece, tasarım nasıl olursa olsun, doğruydu"*[132] diyerek tarif ediyordu. Tasarımda postmodern anlayışın her şeyi legal sayan tarafına vurgu yapan Gill, tasarım ürünündeki anlamı, tasarımcının probleme yaklaşımına bağlıyordu.

Postmodernizm ile 1980'li yıllarda tasarıma yerellik (vernacular; yerel, bölgesel ve günlük dil anlamında), yüksek kültür ve kitle kültürü (low and high), popüler kültür, nostalji, parodi, pastiş, ironi, yapısöküm ve anti estetik temsil dahil olurken, 1990'lı yıllarda postmodern tasarımın pratiği ve teorisi oluşmaya başlamıştır.

Kültürün arabulucuları olarak tanımladığı tasarımcıların postmodernite ile değişen konumlarını Jeffery Keedy·*,*"1980'li yıllardan sonra tasarımcılar belki hâlâ isimsiz bir şekilde var olmayı seçebiliyorlardı, ama bir daha asla görünmez olmadılar"*[133] diyerek özetlemiştir.

Postmodernitenin kahramancıklar yaratan tavrına uygun olarak 1980'li yılların sonunda yıldız tasarımcılardan ve onların belirleyici görsel tarzlarından bahsetmek mümkün olmuştur. Keedy'nin deyişiyle tasarımcılar, gri flanel takım elbiselerini hem reklam tasarımında, hem de grafik tasarım alanında çıkardılar. Anti estetik söylem ve tasarım

---

[132] Bob Gill, "*Grafik Tasarım Hakkında Öğrendiğiniz Bütün Kuralları Unutun"*, Çeviren: Serdar Erener, **Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar**, İstanbul, GMK Yayınları, Sayı: 5, Mart 1988, s. 1

· Jeffery Keedy Halen Los Angeles'ta yaşayan, tasarımcı, font tsarımcısı, eğitmen ve yazardır

[133] Jeffery Keedy, "**Graphic Design in the Postmodern Era**", Émigré, 1998, Sayı: 47 http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=20, 1998, Erişim: Ekim 2009

eğitimi almamış kişilerce üretilen tasarımların ön plana çıkışı ise kuşkusuz tasarımda kurallarla sıkı sıkıya belirlenmiş, kısıtlanmış geç modernizme tepki ve modernizmin tüm yerleşik kurallarının reddi olarak aynı tarihlerde izlenmekteydi. Malcolm Barnard grafik tasarım için toparlayıcı bir tanımı şu şekilde yapmıştır; *"Postmodernizm estetiğe dayanan riskli iş veya projelerin toplamıdır."*[134]

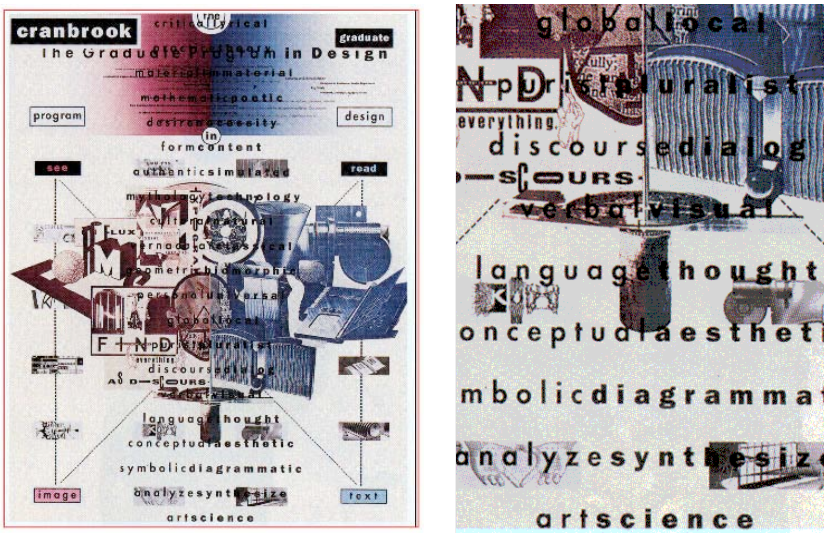
Postmodern dönem, teknolojinin de gelişimiyle tasarımcılara bireysel dillerini, stillerini genişletebilecekleri birçok araç ve ortam da sundu ki, bunlardan en önemlileri masaüstü yayıncılık, postscript fontlar ve internettir. Görsel efektlerden sıklıkla yararlanıldığı, fotoğraf, kolaj ve fotomontajın imkânlarının sonuna kadar kullanıldığı, okunaklılığın gözardı edildiği, akılcılık ve kuralların bir kenara bırakıldığı, sezgisel yaklaşımların hakim olduğu bu tavır, özellikle tipografinin kullanımında büyük bir çeşitliliğe yol açmıştır.

Yine Barnard'ın, Robin Kinross'un "The Rhetoric of Neutrality" kitabından aktardığı postmodern tasarım tanımı; *"Anlam değişkendir ve okuyucu tarafından oluşturulur. Her okuyucu farklı bir şekilde okuyabilir (...) Tasarımcılar metni görsel olarak iki anlamlı ve kavraması zor bir şekilde kurar. Okuyucunun saygısını kazanmanın yolu budur"*[135] şeklindedir ve izleyicinin yargılarını tasarıma dahil etmiştir.

Postmodern tasarım anlayışında deneysel çalışmalarla öne çıkan Cranbrook Akademisi'nin tasarım programı, grafik tasarımcı Katherine McCoy ve endüstri ürünleri tasarımcısı Michael McCoy tarafından şekillendirilmiştir. Deneysel ve biçim temelli işler üreten akademi öğrencilerinin görsel dili kısa zamanda tasarım alanında kendine bir yer açmıştır. Modernizmin kuralcı yaklaşımını sorgulayan, izleyiciye yeni bir rol öneren bu yeni tasarım anlayışı kolaj estetiğinde işler üretmiş ve yazıyı da görsel elemanların içine dahil ederek çok katmanlı bir yapı kurmuştur. Katherine McCoy'un konuşan tipografi olarak tanımladığı bu yapı; üst üste bindirilen ve artık resim haline

[134]Malcolm Barnard, **Graphic Design as Communication,** New York, Routledge, 2007, s. 139
[135] Malcolm Barnard, **Graphic Design as Communication,** New York, Routledge, 2007, s. 144

gelmiş tipografik düzenlemelerde görünür. Geleneksel görsel algılama hiyerarşisini üst üste gelecek şekilde inşa etmiş, asıl mesajı taşıyan elemanları okunaklı bir şekilde en öne, izleyicinin insiyatifinde farklı ve alt okumalara yönlendirecek mesajları daha okunaksız ve arka planda kalacak şekilde yerleştirmiştir. Bunlar formun katmanları kadar anlamın da katmanlarını oluşturan denemelerdir.



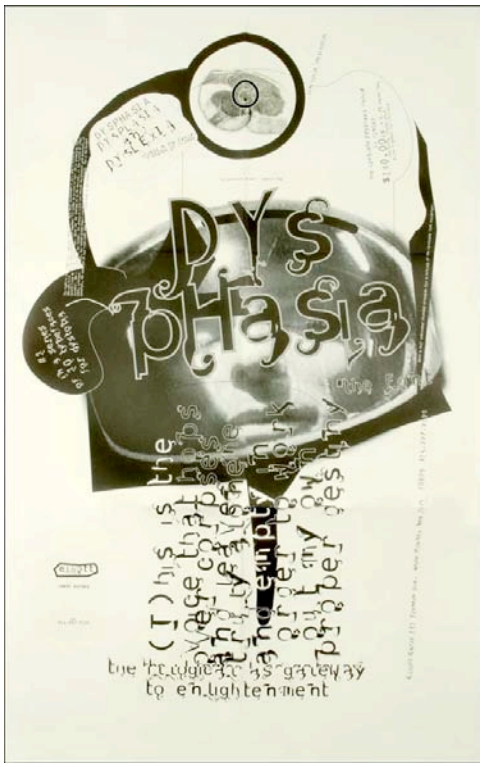
R.27 Katherine McCoy, Cranbrook Poster, 1989

R.28 Katherine McCoy, Cranbrook Poster, 1989

Steven Heller, Cranbrook Okulu'nun Programı'nın, tasarımın büyük ikilemine yeni bir bakış getirdiğini söylemiştir. "Biçim işlevi izler" söylemine karşılık Katherine McCoy; *"Biçim içeriğin düşmanı değildir ve içeriğin taşıyıcısı olduğunda form içeriğe dönüşebilir"*[136] diyerek formla içeriğin girdiği yeni ilişkiyi tanımlamıştır.

Malcolm Barnard, grafik tasarımdaki postmodern tavrı Elliot Earls'ın posterinden okurken, okumanın zor olduğunu, tipografik konstrüksiyonun postmodern anlayışa göre kurulduğunu, bu çalışmada font seçiminin ve tasarımının işin kurulumundan daha başarılı olduğunu söyler ve konuşma bozukluğu temasının posterde gösteriliş biçiminin postmodern teoriye göre doğru kurulduğunun altını çizer. Bu çerçevede postmodern grafik tasarımın mottosu daha fazla işaret ve kod üretmek olarak belirginleşmiştir.

[136] Steven Heller, **Design Literacy**, New York, Allworth Press, 2004, s. 260



R.29 Elliot Earls, Dysphasia, Konuşma Bozukluğu, 1995

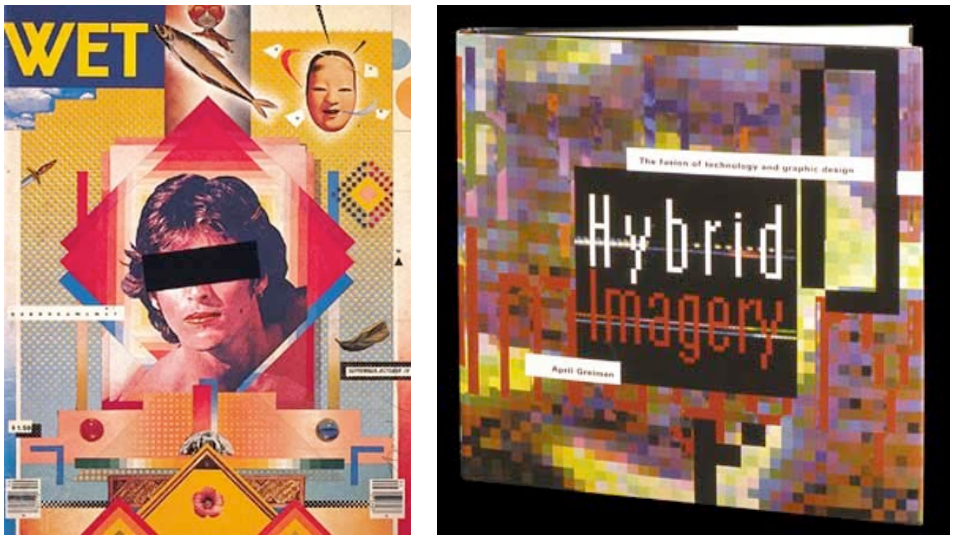
Bu eğilim Cranbrook Akademisi'nin tipografiyi anlamın görsel bir parçası yapma denemesinin bir sonucudur. Katherine McCoy, "*Biz izleyiciye tipik olarak imgeleri 'görme'sini ve kelimeleri 'okuma'sını öneriyoruz, ama bu model aynı zamanda metin ile birlikte görmenin ve imgelerle birlikte okumanın bağlantısını kurmakta"*[137] vurgusunu yapar ve görselleri sözcükler, tipografiyi ise görsel olarak değerlendiren anlayışın altını çizer. Bu çerçevede McCoy, "izleyicilerin değerlerine hitap ederken bir tasarımcı nasıl kendisi olabilir?" sorusunu cevaplamaya çalışmıştır. Okunaklılık ile okunabilirliği iki ayrı etkinlik olarak tanımlayan bu yeni anlayış, tasarım dilinde görsel bir zenginlik yaratmıştır.

Postmodern grafik tasarımın ilk dönem öne çıkan isimleri arasında Paula Scher, April Greiman, Dan Friedman, Willi Kunz, Gert Dumbar sayılabilir. Her bir tasarımcının

[137] Helen Armstrong, **Graphic Design Theory,** New York, Princeton Architectural Press, 2009, s. 95

farklı tasarım ve postmodernite yorumları grafik tasarım dilinin çeşitlenmesini, ama en çok da kişisel dilin ön plana çıkışını beraberinde getirmiştir.

Postmodern dönemin yıldız tasarımcılarından biri olan April Greiman, Weingart ile çalışma olanağı bulmuş ve onun tasarımlarından etkilenmiştir. Oldukça güçlü ve yeni bir araç olan Macintosh'u alarak tasarımına ilk dahil eden tasarımcılardan olan Greiman, bilgisayarın olanaklarını keşfetmiş ve kişisel tasarım dilini oluşturmakta kullanmıştır. Tasarımcı *"...bilgisayarı sadece fikirlerini uygulayacağı işlevsel bir alet olarak görmemiş, aynı zamanda yeni fikirlere kaynak olabilecek, tesadüflerle şekillenen yeni bir yol olarak deneyimlemiştir."*[138]



R.30 April Greiman, Jayme Orgers, Wet Dergi Kapağı, 1979
R.31 April Greiman, Hibrit Görseller, 1990

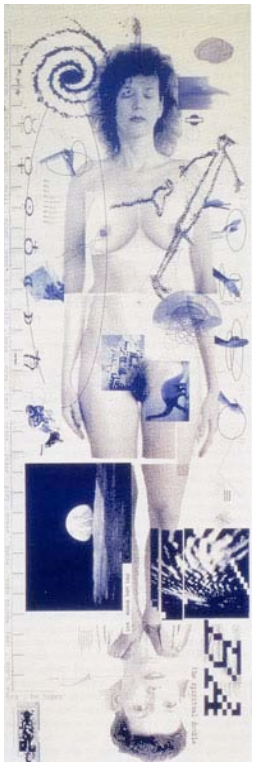
Greiman'ın tasarımında üst üste kurgulanan formlara, perspektif ve geometrik şekiller eklenmiş, hareket duygusu yaratmak amacıyla gölgeler, diyagonal çizgiler ve optik oyunlar, derinlik duygusu ile birlikte kullanılmıştır. Postmodern tasarım söyleminin öne çıkan durumu, yani anlamın katmanlara bölünüşünü Greiman'ın tasarımında izlemek

[138] Stephen J. Eskilson, **Graphic Design a New History,** London, Laurence King Publishing, 2007, s. 356

mümkündür. Fotoğraf sanatçısı Jayme Odgers ile yaptığı çalışmalarda fotografik kolajı tipografi ile birlikte kompozisyonuna dahil etmiştir. İkilinin yerçekimsiz düzenlemelerle yaptığı denemeler ve dondurulmuş video görüntüleriyle elde ettiği görseller, dijital teknoloji ile el çiziminin sentezine dayanan "Kişisel Hibrid Görseller" adını verdiği çalışmaların ortaya çıkmasını sağlamıştır.

"*Yüzeydeki katmanı, bilinçsizce, çaba göstermeden kavrayıveririz. Bu katman bizde şu veya bu şekilde duygusal bir tepki uyandırır. Ancak ben, insanı içine çeken, derin düşünceye zorlayan katmanları yeğliyorum"*[139] diyen Greiman, 1982 yılında "Yeni Dalga'nın Kraliçesi" ismini almıştır. Anlamın çözümleyicisi olarak izleyiciyi işaret eden tasarımcı, görevinin onlara bunun için yeterli malzemeyi vermek olduğunu söylemiştir.



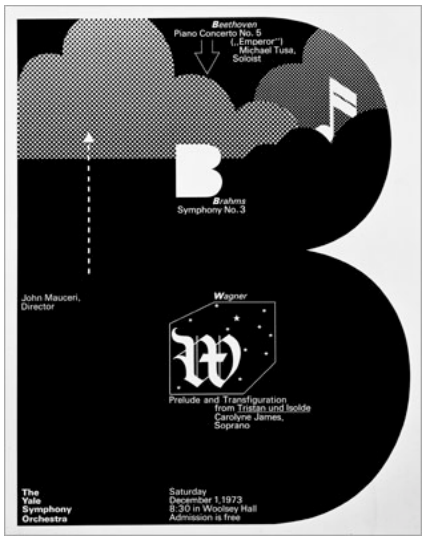


R.32 April Greiman, California Sanat Enstitüsü, Kitapçık Kapağı, 1979

R.33 April Greiman, Design Quarterly Dergi için Poster, 1986

[139] "*Yeni Dalga'nın Kraliçesi: April Greiman"*, Çeviri: Cem Çetin, **Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar**, İstanbul, GMK Yayınları, Sayı: 18, Nisan, s. 1

April Greiman ile aynı tarihlerde yine Weingart'tan etkilenmiş olan bir diğer tasarımcı kişisel dilini yaratmaya çalışıyordu. Dan Friedman (1945-1995) Weingart'ın eğitmen olarak işe başladığı 1968 yılında, Basel'de lisansüstü öğrencisi olarak eğitim almaya başladı. 1969'da Amerika'ya dönen tasarımcı, 1971 yılında April Greiman ile tanıştı ve Weingart'a Amerika'da verdiği konferanslar boyunca eşlik etti. Friedman *"1970'lerde grafik tasarımın ana kriteri olarak algılanan "okunaklılığı" güçlü bir şekilde reddetti ve yerine daha açık uçlu bir terim olan "okunabilirliği" koydu."*[140] Kendisini "radikal modernist" olarak tanımlayan tasarımcı, başta Yale olmak üzere çeşitli üniversitelerde dersler vermiştir. *"Bir tipografik önermenin nereye kadar hem işlevsel hem de estetik açıdan sıradışı"*[141] olabileceği sorusunun ardında denemeler yapan Friedman, avangart ile pratik tasarım uygulamasının ilişkisini kurmaya çalıştı.





R.34 Dan Friedman, Yale Senfoni Orkestrası, Poster, 1973

R.35 Dan Friedman, Typografische Monatsblatter Dergi Kapağı, 1971

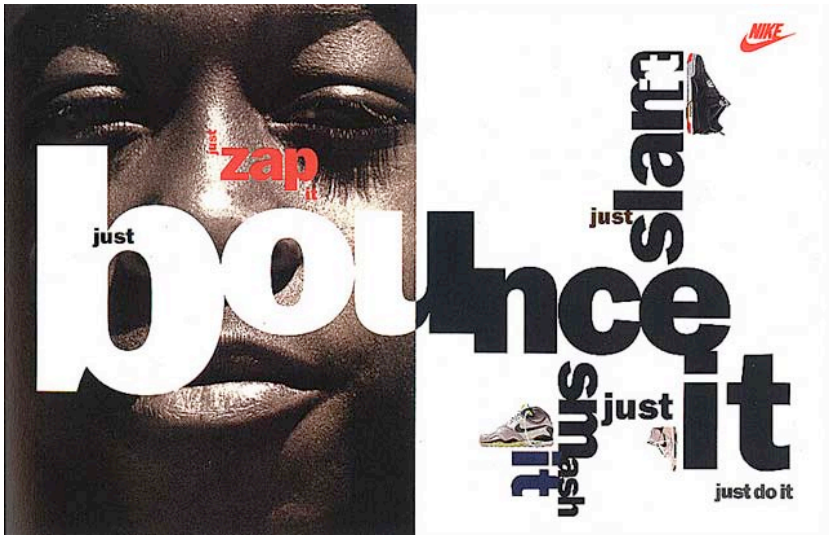
Postmodern tasarım içinde sayabileceğimiz birçok küçük akım vardır. 1980'li yıllardaki Ettore Sottsass'ın öncülüğündeki işlevsel tasarıma bilinçli bir karşı çıkış olan Milano

[140] Stephen J. Eskilson, **Graphic Design a New History,** London, Laurence King Publishing, 2007, s. 355

[141] Yazılar, **Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar**, İstanbul, GMK Yayınları, Nisan 1992, sayı 54,

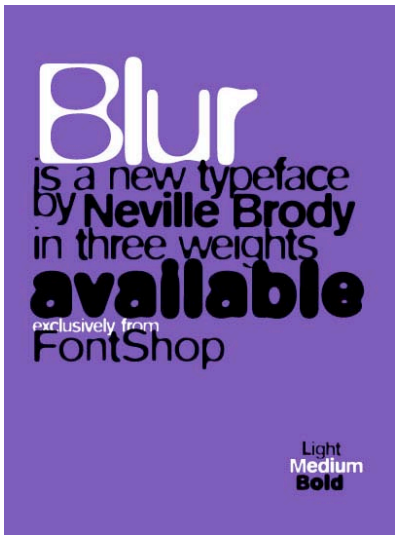
Memphis akımı, 1970'li yılların sonlarında İ sviçre'de eğitim gören tasarımcıların öncülüğündeki Amerikan Yeni Dalga, Fransa'da 1968 olaylarından etkilenerek Komünist partinin ihtiyacı olan "yüksek kaliteli görselleri üretmek" için bir araya gelmiş olan Grapus'un başını çektiği ve Alan Le Quernec'in ve Hollanda kökenli Studio Dumbar'ın dahil olduğu Avrupa Yeni Dalga, bir gençlik alt kültür hareketi olarak şekillenen kolaj ve çizgi romanların görselliği üzerine yapılanan Amerikan Punk ve ardılları olarak postmodern tasarımın Neville Brody, Duffy Design Group, David Carson, Johnatan Barnbrook ve Rudy Vanderlans gibi yıldız tasarımcıları grafik tasarımı şekillendirmiştir.

Neville Brody (1957-) postmodernizmin grafik tasarım alanındaki yönelimini değiştirmiş, 1981-1986 yılları arasında görsel yönetmenliğini yaptığı Face dergisinin tasarımlarıyla tasarım ürününün merkezine tasarımcıyı koymuştur. İ letişimin içinde duygunun olması gerektiğinin altını çizen Brody, "Face" dergisinin her hafta değiştirdiği tasarımıyla, her an her şeyin değiştiğine dikkat çekmiştir. Yüzyılın başındaki sanat akımlarını, özellikle Dada ve Konstrüktivizmi üretimlerinin esin kaynağı olarak belirleyen ve Post Punk'tan da etkilenen tasarımcı, deneysel tipografik yaklaşımı ile font tasarımına yön vermiştir.



R.36 Neville Brody, Nike, İlan

“Gelecekte bilgisayar bir sanatsal araç olarak daha ciddiye alınacak ve duygulara dönüş yolu olarak görülecek” diyen Brody, 1976-1979 yılları arasında London College of Printing’de eğitim aldı. 1980’li yılların başında yaptığı ilk plak kapakları onu müzik sektörüne yaklaştırdı ve Punk’ın anarşist görselliği Brody’nin The Fuse ve I-D tasarımlarında yerini aldı. Aynı dönemde sayısal font tasarımına başlayan tasarımcı, fontların giderek bireyselleşeceğini öngörerek günümüz tipografisini değiştirdi. Arcadia, Fuse, Industria, Blur, Pop, Gothic, Insignia’nın da içinde bulunduğu onlarca font tasarımına imza atan Brody; The Times, The Observer, The Guardian, Actual ve Arena gibi birçok gazete ve derginin görsel yönetmeni olarak görev yapmış; Depeche Mode, Cabaret Voltaire gibi ünlü müzik gruplarına albüm kapakları hazırlamıştır. Yapıbozumcu tasarım anlayışını bilgisayarın olanakları ile birleştirmiş, kopyalanan, kesilen, filtreler uygulanan, oyuna dayanan tipografiden yarattığı görseller kaotik bir dil oluşturmuştur.



R.37 Neville Brody, Font Tasarımı, Blur

“Ben dijital teknolojiyi kullanan bir ressamım”[142] söylemi ile öne çıkan Brody grafik tasarımın anonim veya kişiliksiz olması gerektiğine karşı çıkmıştır. Tipografinin gizemini kırmak amacı ile gelecekte herkesin kendi yazı karakterinin olacağını ve

[142] Yazılar, **Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar**, İstanbul, GMK Yayınları, 69

sağlıklı olanın da bu olduğunu belirtmiştir. Tasarımın bir tür tapınak olmaktan çıkması gerektiğine ve herkesin görsel olarak iletişim kurabileceğine vurgu yapmıştır. Tasarımın problemini ise; *"...duygunun göstergesini vermek değil, bizahiti duygu olabilmektir"*[143] biçiminde açıklamıştır.



R.38 David Carson, Ray Gun Dergi, Sayı: 55

R.39 David Carson, Kitap Kapağı, 2003

San Diego Üniversitesi'nde sosyoloji eğitimi alan David Carson (1956-) kişisel çaba ve araştırmalarla başlayan tasarım kariyeri ile 1990'lı yılların en çok konuşulan ve esinlenilen tasarımcısıdır. İlgi alanında sörf dergileri olan, 1989-1991 yıllarında Beach Culture ve 1991-1993 yılları arasında görsel yönetmenliğini üstlendiği Surfer ile geleneksel grid sistemini, okunaklılık kurallarını ve görsel hiyerarşi kurgusunu reddeden Carson, 1992 yılında aylık müzik kültürü dergisi Ray Gun'ı yayımlar ve görsel yönetmenliğini yürütür. Cranbrook Akademisi ve Weingart'ın çalışmalarından etkilenen Carson, yapıbozumcu ilkelerini tipografik düzenlemelerinde kullanmış; sezgisel tasarım yaklaşımını benimsemiştir. *"Okuyucular, bilerek birbiri içine girdirilmiş yazılar ve satırlar, garip ve rahatsız edici yazı karışımları, mantıkdışı boyut*

[143] Yazılar **Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar**, İstanbul, GMK Yayınları, Temmuz, Sayı: 9

değişiklikleri, harf parçalarına bölünmüş başlıklar ve birbiri içine girmiş cümle sonları arasında yollarını bulmak zorundalar."[144]

Biçim ile bir tür deney yapan tasarımcı, bir alt kültür olan grunge stiline uygun bir biçimde kaba, enerjik, öfkeli bir tavırla çoğu zaman içeriği önemsemeden görüntüyü geleneksel olmayan bir tarzda düzenlemiştir. Harfleri birleştirmesi veya bozması, metni görsel bir şekilde düzenlemesi, okuyucuyu zorlayacak şekilde küçük puntolarla hazırladığı yönlendirmeler Carson'un belirgin görsel tavrını oluşturmaktadır. Lewis Blackwell'in başarısını *"...radikal dijital değişimin ilk dalgasına karşı direnen bir merkez..."*[145] olmasına bağladığı tasarımcı, okuyucunun kapasitesinin küçümsenmemesi gerektiğini söyleyerek okuyucunun algısını değiştirmeye yönelik denemelerde bulunmuştur. Rudy VanderLans birçok kişinin Ruy Gun'un stilistik bir karmaşa olarak gördüğü tasarımından nefret etse de *"...okunabilirlik kurallarındaki genişlemeye ve dergi tasarımına büyük katkıları olduğunu"*[146] söyler. Carson'un stilistik tarzı Citibank ve Nike gibi büyük ticari firmaların işlerini de yapması ile yayılmıştır.

Bu gelişim çizgisi içinde postmodernizm grafik tasarımın modernizme ait kurallarını esnetmiş, farklı disiplinlerin kuramlarını tasarım alanına dahil etmiştir. Postmodernizmin tasarım alanına yansıyan etkileri; okunaklılığın ve okunabilirliğin iki ayrı etkinlik olarak tanımlanması, tasarımcıların kişisel tarzlarını zaman zaman işlevi tamamen ihlal eder biçimde ön plana almaları, anlamın katmanlarını görüntünün katmanları olarak düzenlemeleri, her türlü yeni arayışa açık olmak, dijital teknolojinin sağladığı olanakları deneysel yaklaşımlar için kullanmak olarak sıralanabilir.

---

[144] Rick Poynor, "Orada da bulundum, onu da gördüm, yarın yapıyorum **Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar**, İstanbul, GMK Yayınları, Yazılar 69

[145] Lewis Blackwell, David Carson, **The End Of Print: The Grafik Design of David Carson**, Revised Edition Blackwell, Chronicle Books, San Francisco 2000, 9.s.

[146] Rudy VanderLans, "**Radical Commodities"** By Rudy VanderLans This article was first published in 1995 in *Emigre* 34. http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=17

Tarihsel formların alıntılanması, postmodern dönemin artık tasarım sorusuna müdahale eden tasarımcı duruşunu, hem dijital teknolojinin sağladığı geçmişin formlarını kolayca kullanabilme imkânını, hem izleyiciye okuma ve yorumlama sorumluluğu veren grafik üretimin yeni konumunu içine alan bir eğilim olarak belirmiştir.

5. GÖRSEL İLETİŞİMDE ALINTI ODAKLI YENİDEN ÜRETİM

To take an image to make an image[·]*

Harun Farocki, 2004

Sanat alanında olduğu gibi grafik tasarım disiplininde de alıntı yolu ile yeni bir iş üretmek postmodern dönemin öncesine dayanmaktadır. Alıntının temel davranışı olarak bilinen simge, sembol ve görüntüler üzerinden bilgi üretmek görsel iletişimin ana eksenini oluşturmaktadır. Bununla birlikte postmodernizm, ortak kültürel simgelerin yeniden kullanım ve anlamlandırılması önerisini, yani alıntılamayı gündeme getirmiş ve etkili bir yöntem olarak sunmuştur. Postmodern dönemde grafik tasarım disiplininde, her kültür tarafından aynı göstergesel anlamı taşıyan yerel, evrensel, anonim görsel ve işaretlerin bir önceki anlamına referans verir ve bilgisini taşır biçimde yeni bir yapı içinde kullanılması, yaygın bir ifade biçimi olarak kabul görmüştür.

Ellen Lupton, "*Roland Barthes'in 'müellifin ölümü' isimli teorik makalesinden esinle tasarımcılar metni katmanlar halinde bölen ve gridlere bağlanmış bir şekilde yapılandıran ve anlamı okuyucu / izleyicinin oluşturduğu işler ürettiler*"[147] ifadesiyle, 1980'li yıllar boyunca ve 1990'ların başında, deneysel çalışan birçok grafik tasarımcının okunabilir metin kavramını kucakladığını belirtmiştir. Bu durum tipografik dile yansıyan, mesajın katmanlar halinde kurgulanmasını gündeme getirdiği kadar görüntünün de izleyicinin deneyim ve bilgisi ile paralel bir şekilde okunmasına da dikkat çekmiştir.

Grafik tasarımda okuyucuyu aktive eden, bilgiye dayanan bir anlamlandırma sürecini içeren bu anlayış, sadece tipografik dili değil, görsel üretimini de deneysel bir yaklaşımla dönüştürmüştür. Çok katmanlı olarak kurulan anlam, farklı okumalara açık

---

· İmaj yapmak için imaj almak, Harun Farocki, Counter Music, Video, 2004, 27"05'

[147] Ellen Lupton, *"The Birth of User"*, **Looking Closer 5,** Editörler: Michael Bierut, William Drenttel, Steven Heller, New York, Allworth Press, 2006, s. 23

bu yapı, izleyicinin etkin zihinsel aktivitesini gerektirmektedir. Postmodern döneme kadar mesajı hızlı ve eksiksiz iletebilmek için süsten ve ikincil elemanlardan arınmış, Fransız tasarımcı Adolphe Mouron Cassandre tarafından "...hemen göze çarpan bir telgraf" olarak nitelendirilen tasarım pratiği ve "telgraf memuru" olarak tanımlanan tasarımcı, izleyici ile iletişimini kısa zamanda etkili bir şekilde kurmak görevini benimsemişti. Tasarlanan grafik bir ürünün işlevi, üzerinde bulunan bilgiyi net, anlaşılır ve hızlı bir biçimde iletmektir. Bu grafik ürün isterse bir poster olsun, ister bir kitap kapağı, izleyiciye bilgisini algılanabilir bir şekilde aktarıyorsa, en önemli işlevi olan iletişim kurma işlevini yerine getirmiş kabul ediliyordu.

Modernizmin tasarım için evrensel doğrular belirleyen tavrı, postmodernizm ile kırılmış, tasarımcı, üretiminin içinde kendini görünür kılmış, kendi seçimlerini ve bilgisini "anlam katmanları" yaratarak işine dahil etmiştir. Bu önermenin en önemli uygulamalarından bir tanesi de alıntıdır. İşlevini yerine getiren fakat farklı bir okumaya olanak tanıyarak, izleyiciyinin konumunu, gerektirdiği bilgi ve kurduğu anlam ile değiştiren üretimler, tasarıma ait birçok sınırı zorlamış ve tasarım ürününü yeniden tanımlamıştır.

Bob Gill, grafik tasarımda 1970'li yılların sonu, 1980'li yılların başında görünür olmaya başlayan alıntı pratiğini, 1981 tarihli makalesinde insanların son 8 milyon yıldır görüntü yarattıklarına vurgu yaparak açıklar: *"…X-ışınları, bayraklar, NASA'nın ay fotoğrafları, çizgi-romanlar, mağara duvarlarındaki resimler, tiyatro maskeleri, mühendislik çizimleri, bar kapıları, grafitti, iç savaş afişleri, gravürler, Christmas kartları, Mona Lisa, çıkış işaretleri vs. Bu görüntüler, kullanış şekillerine göre, asıl amaçlarını aşabilirler. Tarihte bir devri veya kültürel bir tavrı temsil edebilirler. Veya çok açık seçik fikirleri sembolize edebilirler. Bir tasarımcı, bu görüntülerden birinin (mesela, Edward dönemine ait bir dans eden çift gravürü) söylemek istediği şeyi tamı tamına söylediğini keşfederse, yeni bir görüntü bulmasına ne gerek var? Neden gravürü kullanmasın? Bir tasarımcının işini, tamamen ona ait ve benzersiz yapan şey,*

görüntüleri, iletişim için, problemleri çözmek için kullanış şeklidir. Fikirleridir. Bunlar görüntülerin kendisi olmak zorunda değildir."[148]

Postmodern tasarımcı, tasarım problemini yeniden tanımlamakla işe başlar. Tasarımda anlamı oluşturan ise görüntüler değil, görüntülerin kullanış biçimi ve tasarımcının tasarım sorusuna yaklaşımıdır. Anlamını, politikasını, sözünü üzerinde taşıyan, bilinirliği olan görsellerin, yeni bir bağlam içine sokularak kullanılması, tasarım adına güçlü bir iletişim kurma olanağını işaret etmektedir.

Katherine McCoy, *"Bir mesajın içerdiği enformasyon, anlaşılabilir katmanlarda sıralanmalı"*[149] önermesi dahilinde, ilk okumanın, nesnel anlamın ilk katmanı olduğunu belirtmiştir. Grafik tasarımın hem karmaşık, hem de okunabilir olması gerektiğinin altını çizen McCoy, kurgulanan asıl bilginin ilk katmanda olduğunu, fakat diğer anlam katmanlarının tasarım ürününün ömrünü uzattığını, daha değerli kıldığını, tasarımcının birey olduğunu ve kişisel eğilimlerini yansıtmasının son derece önemli olduğunu ifade etmiştir. Postmodern toplumun günlük hayatının karmaşıklığı ve inceliklerine oldukça uygun olan bu söylem, kurallarla sınırlandırılmış bir dönemin ardından kişisel tarzları desteklemiş ve tasarım dilini çeşitlendirmiştir.

Postmodern alıntılama bir kavram, olgu, nesne ya da imgenin altını çizerek yeniden sunar, öznel görüş bağlamında anlama dair yeni önermelerde bulunur. Kuşkusuz bu biçimdeki bir alıntılama, yeni bir şekilde anlam üretimine katkıda bulunmaktadır. Yapıt temelli diyebileceğimiz bu anlamdaki ilk örnekler, bir sanatçı veya tasarımcının kendisine ait olmayan bir "iş"in tamamını veya bir bölümünü kendi "iş"ine kaynak olarak belirlemesidir. Bu çerçevede Nicholas Bourriaud'un postprodüksiyon kavramı, sanatçı ve tasarımcıların "orijinal" işler üretmek yerine, küresel kodlara sahip imgelerden alınmış, kopyalanmış işlerin üretimini tanımlamaktadır.

---

[148] Bob Gill, Çeviren: Serdar Erener, *"Grafik Tasarım Hakkında Bildiğiniz Bütün Kuralları Unutun"*, **Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar,** İstanbul, GMK Yayınları, Mart 1988, Sayı: 5

[149] Söyleşi: Steven Heller, Çeviri: Mine Haydaroğlu, *"Katherine McCoy"*, **Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar,** İstanbul, GMK Yayınları, Eylül 1995, Sayı: 71

Tasarımcı, farklı kaynaklardan alınan parçalarla geçmişi yeniden canlandırmaz, güncel olan için yeniden anlam inşa eder. Önemli olan tasarım sorusuna verilen cevabın doğruluğudur. Postmodern grafik tasarımda alıntı yöntemi ile kurulan işlerde, farklı toplumsal ve tarihsel formlardan faydalanmak gündelik bir pratiktir. Grafik tasarım disiplini çerçevesinde, alıntılanan görsellerin çoğu klişe haline gelmiş ve ortak popüler kültürün parçası olmuş görsellerdir. Açık ve net iletişim kurarlar. Alıntı yapan tasarımcı onlara farklı bir bağlam, yüksek olasılıkla politik bir bakış, farklı bir referans noktası oluşturmaktadır. Tasarımcının oluşturduğu bağlam, görselin izleyici tarafından okunma etkinliği sırasında güncel bir anlam kurmaktadır.

Doğru kurulan bir alıntı öyle bir konuma gelebilir ki, orijinalinin anlamını değişime açık hale getirebilir ve Walter Benjamin'in deyişiyle *"... özgün yapıtın kopyasını yapıtın aslı için düşünülemeyecek konumlara getirebilir."*[150] Alıntı, bir imgenin değerini ve anlamını, sadece sahip olduğu referans ve çağdaş olanla yan yana geliş biçimi ile değil, üretim teknolojilerinin izin verdiği çoğaltılabilirlik ile de değiştirebilir. En etkili örneklerden biri 1990'lı yıllarda eşcinsel hareketin sembolü haline gelen pembe üçgen işaretidir. Naziler tarafından 1935 yılında eşcinsel ilişkiyi yasaklayan kanun ile birlikte eşcinsel erkekleri tanımlamak amacı ile üretilmiş pembe ters üçgen, 1980'li yılların başında eşcinsel hareketin sembolü haline gelmiştir. AIDS konusunda çalışan bir sivil toplum kuruluşu olan ACT UP (AIDS Coalition to Unleash Power) pembe üçgeni ters çevirerek hastalıkla aktif mücadelenin sembolü olarak kullanmıştır.

Bu çerçevede, *"Ters çevrilen üçgen, geçmişin homofobik sembolüne yeni bir anlam kazandırır. Bu uyarlama ve trans-kodlama ya da orijinal sembolün anlamını değiştirme, önemli politik anlama sahiptir, çünkü orijinal sembolün gücünün içini -bu durumda pembe üçgen- boşaltır. Sessizlik = Ölüm imgesinin mesaj iletiminin etkisi, doğruca çoğaltılma ve aynı anda birçok yerde bulunabilme imkânına bağıntılıdır. Ne*

[150] Walter Benjamin, *"Tekniğin Olanaklarıyla Çoğaltılabildiği Çağda Sanat Yapıtı"*, **Pasajlar,** İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2004, s. 54

kadar çoğalırsa, mesaj o kadar güçlenir. Daha da önemlisi, tescilli değil, ücretsiz ve sahipsiz olması, serbestçe çoğaltılan ve dağıtılan bir imge olmasını sağlar."[151]



R.40 AIDS Aktivistlerinin Sembolü

Grafik tasarım disiplininde alıntı birçok şekilde yapılabilir. Belirli bir dönemin karakteristik özellikleri yeniden üretilebilir, bir tasarım üslubu tarihsel bilgisi ile güncel olana eklemlenebilir, bilinirliği yüksek simge, sembol, tasarım ürünleri ve görüntülerin parçaları merkez alınarak yeni bir bağlama sokulabilir. Bunların dışında Berlin Dadacılarının anlam transfer etmek amacı ile ürettiği kolajlara benzer bir mantıkla ironi üzerinden görseller alıntılanabilir veya sadece Bob Gill'in önermesi ile daha önce üretilmiş, mesaja uygun bir görüntü yeniden kullanılabilir. Postmodern süreçte grafik tasarım tarihinde, Linda Hutcheon'un pastişi olumlayan tavrına uygun, ironi ile birlikte yeni bir gerilim yaratan ve anlam kuran işlerin yanı sıra, Frederich Jameson'un "dekoratif form" başlığı altında özetlediği eleştirilerini haklı çıkaran veya eklektik karakterle üretilmiş tasarım ürünlerine de rastlamak mümkündür. Bu çerçevede doğru ve kurulmuş alıntıların izlerini tasarım ürünleri üzerinden izlemek daha doğru bir tavır olacaktır.

[151] Marita Sturken, Lisa Cartwright, **Practices of Looking, an Introduction to Visual Culture,** Çeviri: Mehmet Emir Uslu, New York, Oxford, 2005, s. 132

Steven Heller ve Veronique Vienne, "Illustration: Pastiche - The Thin Line Between Right and Wrong" başlıklı makalelerinde retro ve pastişi birbirinden kesin sınırlarla ayırırlar. Retro geçmişe öykünme ve geçmişin yeniden canlandırılmasıdır. Heller ve Vienne, bir tasarımcının retro ve pastişi neden kullandığını, bir müşterinin bunu neden kabul ettiğini sorar ve şöyle devam ederler; *"Nedenlerden bir tanesi, var olan bir üsluptan yapılan alıntının benzer kodların daha kolay tanınmasını sağlamasıdır. Bir diğer neden ise, çoğu izleyicinin henüz doğmadığı zamanlardan alınanlarla kurgulanan yapay bir nostaljinin, popüler anlayış için tasarlanması"*[152] dır.

"Tarihsel olan" ile güncele ait bir anlam kurmak, ironiye dayalı bir gerilim gerektirir. Seymour Chwast; tarihsel malzemeyi kullanarak nasıl güncel bir iş üretebiliriz? sorusuna, *"Bu ancak tarihsel malzeme parçasının üzerindeki düşünce, çağdaş olanı tanımladığında olur"*[153] cevabını verir. Kısacası çoğu zaman tarihsel olan ile güncel olanın bir gerilime girmesi söz konusudur.

Postmodern düşünce var olanın yeniden kullanımı üzerine şekillenmiştir. Görüntü üretiminde bilgisayar teknolojilerinin gelişimi, üretim süreçlerinin hız kazanması ve esnekleşmesi, var olan formların kullanımını kolaylaştırmıştır. Postmodernitenin her disiplinde öne çıkardığı parodi, pastiş, eklektik tavır ve metinlerarası okuma anlayışının izlerini alıntı çerçevesinde grafik tasarım alanında izlemek mümkündür.

Bu çerçevede alıntıyı iki başlık altında değerlendirebiliriz. Alıntılandığı orijinal ile çağdaş olan mesaja ait bir gerilim kuran işler ve bu çerçevede üretilen mesaja uygun görseller, anlamına bağlı yeniden üretim başlığı altında incelenebilir. Diğer başlık ise, ölü bir dilde konuşma olarak özetleyebileceğimiz tarihsel formların, anlama herhangi bir katkı yapmayacak şekilde kullanılması çerçevesinde anlamından bağımsız yeniden üretimdir. Postmodernizme ait öne çıkan tavırlar olan parodi, pastiş, eklektisizmin izini

[152] Steven Heller, Veronique Vienne, *"Illustration: Pastiche-The Thin Line Between Right and Wrong"*, **Art Direction Explained, at Last,** London, Laurence King Publishing, 2009, s. 42
[153] Steven Heller, Veronique Vienne, *"Illustration: Pastiche-The Thin Line Between Right and Wrong"*, **Art Direction Explained, at Last,** London, Laurence King Publishing, 2009, s. 42

her iki başlık altında da sürmek mümkündür. Yanlış kurulan ve parodiyi işaret eden bir üretim, tarihseli değersizleştirmekte veya işin kuruluşu iyi bir alıntıyı ve güçlü bir mesajı meydana getirebilmektedir.

5.1. Anlamından Bağımsız Yeniden Üretim

Sadece grafik tasarım disiplininde değil, her alanda tarihsel olanın bilgisine sahip olmak, güncel olanı geliştirmek için gerekli altyapıyı sağlar. Bir tasarım öğrencisi kendisini, daha önce yapılan işlere bakarak ve onları taklit ederek geliştirmeye başlamaktadır. Tarihsel olanın bağlamını kavrayarak, görüntülerin politikasını anlamaya çalışmak tasarım eğitiminin önemli bir parçasını oluşturur. Bu çerçevede güncel görüntü üretimi tarihselden bağımsız düşünülemez. *"Bir grafik tasarımcı, aralarında yeni ve makul bir ilişki kurarak geleneksel form ve fikirleri bir konsepte bağlı çağdaş bir bakış açısı ile bir araya getirebilir."*[154] Eğitimde ve gelişimde amaçlanan, bir öncekinin üzerine yeni bir yapı kurabilmektir. Tasarımcıların üretimleri en temel anlamda geçmişten gelen ile şekillenir.

Michael Bierut, "I'm a Plagiarist" başlıklı yazısında, bazı alıntı ve esinlenmelerin çok da farkında olmadan yapıldığını, görsel belleğin öğrendiklerini kullanmak konusunda kendi iradesi olduğunu vurgular. Alıntı olduğunu sonradan fark ettiği bir iş ürettiğini söyler ve bunu şu şekilde açıklar; *"Bir şey gördüm, onu zihnimde depoladım, bir fikir olarak belirene ve ona ihtiyacım olana kadar onu tamamen unuttum."*[155] Hafızasının tamamen başkaları tarafından üretilmiş tasarım ürünleri ile dolu olduğunu söyler ve "Aklıma gelen bir fikrin tamamen benim olduğundan nasıl emin olabilirim?" sorusunu sorar. Buradaki sınır kuşkusuz kurulan anlamın doğru olması, alıntının kaynağının bağlamının işin içine dahil edilmesi ile çizilebilir.

Bununla birlikte, formları bağlamları dışında, süsleme ve eklektik bir dil oluşturmak amacı ile kullanmak en temel anlamıyla tarihseli değersizleştirmektir. Tasarımda alıntı, pastişi işaret ettiği durumlarda tarihselin değersizleştirilmesini ve çalıntıyı gündeme

[154] Steven Heller, Julie Lasky, **Borrowed Design, Use and Abuse of Historical Forms,** New York, Van Nostrand Reinhold, 1993, s. 1
[155] Michael Bierut, **Seventy-nine Short Essays on Design,** New York, Princeton Architectural Press, 2007, s. 198

getirmektedir. Çalıntı *"...kayda değer bir biçimde ve planlı olarak bir başkasının işini kopyalamaktır."*[156] Bir tasarımcı bir metodu, bir stili en ufak bir değişiklik bile yapmadan olduğu gibi güncel işe taşıdığında bu eylem çalıntı olarak tanımlanmaktadır.

Örnekler üzerinden inceleyecek olursak 1923 tarihli Joost Schmidt'e ait çok bilinen Bauhaus sergi posteri benzer bir tavırla kopyalanmıştır. Hilary Stanton Zunin'in bir metninden yapılan alıntının görsel düzenlemesi, kopyalanan form ile hiçbir şekilde anlamsal veya dönemsel bir ilişki içermemektedir. Bu üretim amaçsız olduğu kadar anlamsızdır da. Düzenleme hiçbir müdahalede bulunulmadan kopyalanmış, içerik ile hiç bir ilişki kurulmamıştır.





R.41 Joost Schmidt, Poster, 1923

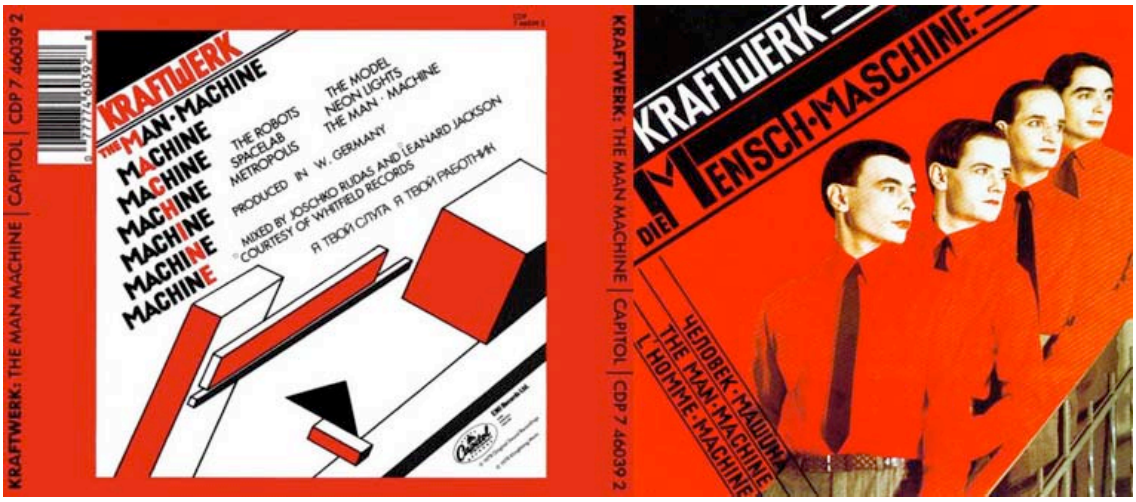
R.42 Hilary Stanton Zunin'in şiiri için görsel düzenleme

Grafik tasarımda, parodi, pastiş ve eklektisizm ile kurulan alıntı pratiğinin güncel mesajla olan bağlantısı tasarım ürününün doğruluğunu ve etkisini belirlemektedir. Eklektik bir iş, bağlamı dahilinde geçmişi güncele çok doğru bir şekilde taşıyabilir, iyi bir bağlantı kurabilir. Parodi ise, geçmişte olanı günümüze yergisel olması amacıyla dönüştürür ve bu anlamda politiktir. Kötü bir parodi, en basit anlamı ile bir pastiştir. Bu

[156] Steven Heller, Julie Lasky, **Borrowed Design, Use and Abuse of Historical Forms,** New York, Van Nostrand Reinhold, 1993, s. 45

çerçevede postmodern alıntıyı örnekler üzerinden incelemek, doğru kurulan bağlantıyı görebilmek açısından yararlı olacaktır.

Rick Poynor, "No More Rules, Graphic Design and Postmodernism" isimli kitabında postmodern alıntının grafik tasarım alanındaki ilk belirgin örneğini, Alman müzik grubu Kraftwerk'in, 1978 tarihli Die Mensch-Maschine (İnsan-Makine) adlı albümünün kapağı olarak göstermiştir. Kitaptaki bölüm başlığı için appropriation∗ başlığını uygun gören Poynor, başka bir tasarımcıya veya sanatçıya ait bir yapıtı, izinsiz olarak belli bir amaç için kullanmaya vurgu yapmıştır.



R.43 Karl Klefisch, Albüm Kapağı, 1978

Zamanının müzik anlayışının ötesinde, radikal bir duruşu olan grubun albüm kapağı, Kraftwerk'in dört grup elemanının kırmızı gömlek, siyah kravat ile diyagonal olarak fotoğraflandığı görsel üzerine kurulmuştur ve robotik ritimlerin baskın olduğu müziği tarif etmeyi amaçlamıştır. Kırmızı, siyah ve beyazın kullanıldığı kapak, tipografik düzenlemesi ile 1920'li yılların Rus Konstrüktivist tasarımı ile birebir örtüşmektedir. Albüm kapağının tasarımcısı Karl Klefisch, El Lissitzky'nin 1922 tarihli "About 2" isimli işinden esinlendiğini söylemiştir. Rick Poynor bu çalışma için; "*Kraftwerk'in*

∗ Appropriation: Kendine mal etme

albüm kapağı kısa zamanda trend haline gelecek olan postmodern bir fenomenin erken işaretiydi"[157] ifadesini kullanmıştır.

Bununla birlikte Poynor, belirgin bir parodi taşımayan albüm kapağı ile ilgili olarak; *Zamanında avangard olduğunu öne süren, yeni bir fütürizmi öneren grup ve müziği neden tam olarak nostaljik sayılmayan bu alıntıyı kullanıyor?* sorusunu ortaya koymuş ve eklemiştir; *"Eğer Kraftwerk'in müziği gerçekten yenilikçi ve güncel bir müzikse, neden geçmişteki muğlak bir politik imgeyi referans göstermeye ve kendini bununla sunmaya ihtiyaç duyuyor?"*[158]



R.44 El Lissitzky, About 2, 1922

Konstrüktivist tasarımın belirgin tüm göstergelerini kullanan tasarımcı, görsel kaynak olarak belirlediği akımın politik ve kavramsal bağlamını görmezden gelmiş, sadece formları transfer etmiştir. Grafik tasarım disiplinindeki bu söylem, Frederic Jameson'un bir yeniliğin olanaksız olduğunu söylediği çağdaki pastişi işaret etmektedir. Hemen ardından Neville Brody, tasarımını yaptığı The Face dergisinin Kraftwerk'i konu alan

[157] Rick Poynor, **No More Rules, Graphic Design and Postmodernism**, London, Laurence King Publishing, 2003, s.71
[158] Rick Poynor, **No More Rules, Graphic Design and Postmodernism**, London, Laurence King Publishing, 2003, s.70

sayfa tasarımlarında, albüm kapağının tasarımını ve konstrüktivist tipografiyi referans alarak görsel düzenleme yapmıştır. El Lissitzky ve Bauhaus tasarımcısı Laszlo Moholy-Nagy'den aldığı formları yeniden yorumlayarak, neredeyse bütünüyle tanınmayacak şekilde kullanan Brody'nin tamamen bağlam dışına çıkan bu sayfa düzenlemeleri, orijinal işten bağımsız olarak kurulmuştur.



R.45 Neville Brody, The Face Dergisi Sayfa Tasarımı, Sayı 23, 1982

İkincil referansına, yani albüm kapağının Karl Klefisch tarafından hazırlanan görsel düzenlemesine bağlı kalan, bu anlamda albümü tanımlayan sayfa düzenlemesi, albüm kapağı gibi orijinalin bağlamını görmezden gelmiş ve sadece görsel formu transfer etmiştir.

Bununla birlikte 1980'li yılların başında sadece tasarım alanında değil, bütün kültürel ve sanatsal üretimlerde tarihsel olana dönüş söz konusudur. Romandan müziğe, modaya, plastik sanatlardan mimarlığa kadar bütün disiplinler geçmişten alınan formları

ve nostaljiyi kullanmışlardır. Jon Savage, 1983 tarihli "The Age of Plunder" başlıklı makalesinde bu durumu; "*Thatcher İngilteresinde geçmişten gelen imajlara boğulmuş, her yere sıçramış aşırı bir nostaljiye gömülmüş durumdayız"*[159] diyerek özetlemiştir. Rick Poynor ise Frederic Jameson'un 1983 tarihinde kaleme aldığı "Postmodernism and Cultural Society" başlıklı makalesine gönderme yaparak bu dönemdeki üretimlerin geçmişin üretimleri ile ilgili kültürel bir takıntı olduğunun altını çizmiştir.

1980'li yıllardan bu yana özellikle müzik alanı için üretilen albüm kapakları ve konser afişlerinde sıklıkla gördüğümüz tarihselin kullanımı, genellikle pastişi işaret etmektedir. Özgün bir üretim olmayan pastiş, bu işlerde tam anlamı ile "ölü bir dilde konuşma"dır. Geçici bir karakterle üretilen bu tasarım ürünleri, tarihsel olan yoluyla ilgi çekmeyi amaçlamış, geçmişi hazır bir formlar sözlüğü olarak değerlendirmiştir.





R.46 Pul Tasarımı, 1961
R.47 Konser Posteri, 2010

[159] Jon Savage, *"The Age of Plunder"*, **Looking Closer 3,** Michael Bierut, Jessica Helfand, Steven Heller, Rick Poynor, New York, Allworth Press, 1999, s. 268



R.48 Malcolm Garret, A Different Kind of Tension Albüm Kapağı, Buzzcocks, 1979

Tasarımcı Malcolm Garret, 1980'lerin başındaki müzik endüstrisi ağırlıklı tasarımlarını aynı etki altında gerçekleştirmiştir. Buzzcocks müzik grubunun 1979 tarihli, "A Different Kind of Tension" isimli albüm kapağı için, El Lissitzky'nin 1919 tarihli "Beat the Whites With the Red Wedge" (Beyazları Kızıl Kamalar ile Vur) isimli çalışmasını görsel referans olarak kullanmıştır. Bolşevik "red" devrimcilerle, yönetime sadık olanlar "white" arasındaki sivil savaşı ve mücadeleyi anlatan soyut bir kompozisyon olan çalışma, konstrüktivist grafik tasarımın en önemli işlerinden birisidir. Dönemi için oldukça yenilikçi bir politik mesaj taşıyan El Lissitzky'nin çalışması son derece güçlü bir anlam taşımaktadır ve düşünsel bağlamda Buzzcocks'un kapağı ile hiçbir ortaklığı paylaşmamaktadır. Albüm içeriği ile tarihsel bir ilişki kurmayan tasarım, herhangi bir anlamı işaret etmeyen bir yorumlama olarak görülmektedir.



R.49 El Lissitzky, Beyazları Kızıl Kamalar ile Vur, 1919

El Lissitzky'nin posteri pizzacıdan, konser afişine kadar birçok defa kültürel referansından bağımsız olarak kullanılmıştır**.** Müzik endüstrisinin hâlâ sıklıkla kullandığı bu imge ve görsel alıntı yöntemi zaman zaman bazı gruplar için süreklilik kazanan bir tavır haline gelmiştir. 2002 yılında kurulan İsveç punk rock topluluğu Franz Ferdinand, bu yöntemi yine El Lissitzky'nin çalışması üzerinden benimseyen topluluklardan birisidir.



R.50 Franz Ferdinand "This Fffire" Albüm Kapağı, 2004

Albüm kapakları ve konser afişleri için konstrüktivist tasarımın görsel sözlüğünü kopyalayan Franz Ferdinand, 2005 tarihli isimsiz albümleri için Lilya Brick'in ünlü portresini kullanmıştır. Kapaktaki görsel grubun adını haykırmaktadır. Pop sanatın görsel stili ile yeniden üretilen çalışma, albümün şarkı sözleri ve grubun duruşuyla bağlantı kuramayan bir pastiş niteliği taşımaktadır.





R.51 Alexander Rodchenko, Poster, 1924, Lilya Brick
R.52 Rick Costey, Franz Ferdinand Albüm Kapağı, 2005

Konstrüktivist tasarım, güçlü görselleri ile birçok alıntıya konu olmuştur. Tasarımcılar görsel formun tamamını kopyalamayı, uyarlamayı, aslına sadık kalarak yeniden üretmeyi yöntemlerden biri olarak seçmişler ve çoğu zaman anlamı transfer etmek, korumak, gönderme yapmak veya kültürel referansından yararlanarak bir anlam üretmek yoluna gitmemişlerdir. Pastişi niteleyen bu durum, "yapıştırma formların" grafik tasarımın görsel sözlüğüne yeni bir olanak olarak sunulma çabasıdır.

1993 tarihli, Steven Heller'in "Borrowed Design" kitabının alt başlığı, "Using and Abusing Historical Form" olarak geçmektedir. Tüketim kültürü ve popüler kültür ile ilişkilendirdiğimizde abuse, yani kötüye kullanım bu tarz alıntının özeti olarak nitelendirilebilir. Formları, imgeleri sahip olduğu anlamdan bağımsız sadece bir dekoratif form olarak görmek postmodern teorinin en çok eleştirilen noktalarındandı. Bu şekilde kurgulanan yeniden üretim, imgelerin sahip olduğu anlamı yok ettiği gibi,

potansiyel kullanım olanaklarını da ortadan kaldırmaktadır ve ortak görsel kültüre zarar vererek toplumsal belleğimizde tahribat yaratmaktadır.

Malcolm Barnard, grafik tasarımın her zaman diğer alanlardan imgeleri ödünç aldığını söylemiş ve Frederic Jameson'un eleştirel tavrını destekler biçimde bundan pek de memnun olmadığını aktarmıştır. Postmodern alıntının daha önceki alıntılardan farklı olup olmadığı sorusunu soran Barnard, bunu Paula Scher'in 1986 tarihli çalışması üzerinden örneklemiştir. Sher'in Swatch saatleri için yaptığı poster, Herbert Matter'in 1934 tarihli turistik posterinin yapısını, görsel kullanımı ve düzenlemesiyle yeniden üretmiştir.



R.53 Herbert Matter, Poster, 1934

R.54 Paula Scher, Poster, 1986

"Scher'in posteri Poynor'a göre problemlidir, çünkü herhangi bir yergi taşımadığı için parodi değildir. "Herbert Matter in genel olarak tüm görüntüsünü aldığı için" pastiş özelliği de taşımaz."[160]

Paula Scher, neredeyse aynı görseli küçük birkaç değişiklikle kendine mal ederek yeniden kullanıma sunmuştur. Herbert Matter'in kayak yapan insanlar, karlı dağlar ve yerel simgelerle kurduğu poster tipik bir İsviçre görüntüsüdür. Scher, kadın görselini olduğu gibi korumuş, Swacth yazısını Schweiz yazısının iki katı büyüklüğünde yerleştirmiştir. Paula Scher'in posteri Poynor'a göre, metnin büyüklüğü dışında aynen üretilmiştir, herhangi bir metafor taşımamaktadır ve "hayalgücü az ve fazla betimlemeli"dir. Herhangi bir eleştiri taşımaz, açıklamaz ve ima ettiği herhangi bir analiz yoktur.



R.55 Herbert Matter, Poster, 1935

R.56 Paula Scher, Poster, 1986

[160] Malcolm Barnard, **Graphic Design as Communication,** New York, Routledge, 2006, s. 147

Paula Scher, "Make it Bigger" isimli kitabında, Tibor Kalman'ın bir sempozyumda Swatch posterine değindiğini ve çalışmayı "nostaljik olduğunu iddia eden bir modernizm yutturmacası" olarak nitelediğini söylemiştir. Scher, Matter'in posterinin üretiliş döneminin kendisi için konu dışı olduğunu, art nouveau veya güncel olmasının önemli olmadığının altını çizmiştir. Matter'in posterini konu almasının nedenini çok bilinen ve ünlü bir iş olmasına bağlamıştır. Scher, işinin anlaşılamadığını savunur ve posterini *"Bir espriydi, bir poster hakkında bir posterdi, bir parodiydi"*[161] diyerek tanımlar. Scher saygı gösterilen bir grafik ikonun parodisini yaptığını, fakat AGI'de (Alliance Graphique Internationale) İsviçreli tasarımcıların kendisini bu poster nedeniyle reddettiğini, bu süre içinde posterini derslerde sunmaktan ve savunmaktan vazgeçtiğini belirtmiştir.

Tibor Kalman bu tartışma dahilinde, postmodern alıntının politik bir içerik taşıyıp taşımaması gerektiği sorusunu açmıştır ve alıntının sınırlarının içine yerel (vernacular) olan görsellerin yeniden kullanımını sokmuştur. Vernaculları yani yerel olanı, *"Profesyonel tasarımcılar tarafından değil sıradan insanlar tarafından üretilmiş yol işaretleri, vitrin görselleri sosyal aktiviteleri veya satışları duyuran malzemeler"*[162] olarak tanımlayan Kalman, *"...çünkü onlar son derece sade ve dürüsttür ve iletişim kurmanın direkt yoludur. Biz yüzsüzce yerel çalışmalardan çalıyoruz"* ifadesiyle vernacular grafik ürünleri ile ilgilendiğini söylemiştir.

Kuşkusuz tarihsel formlardan yararlanma sadece ironi, eleştiri ve pastiş üzerine kurulamaz, fakat kurulan imgenin politikası olmasa bile anlamından bağımsız olarak yeniden üretim, anlamsızlaştırmayı gündeme getirmektedir.

Bu başlık altında yine Paula Scher'in "Best of Jazz" posterini örnek verebiliriz. Scher, 1979 yılında CBS müzik şirketinin tasarım departmanında çalışmaktadır ve şirketin

[161] Paula Scher, **Make it Bigger,** New York, Princeton Architectural Press, 2005, s. 98
[162] Rick Poynor, **No More Rules, Graphic Design and Postmodernism**, London, Laurence King Publishing, 2003, s.81

otuz albümlük bir seri olarak tasarladığı "Best of Jazz" için poster tasarımı siparişi almıştır. Tasarımcıya gelen sipariş, sanatçıların isimlerinin kolay algılanabilir ve büyük yazılması yönündedir. Hazırlanan albüm kapakları, kraft kağıda basılmıştır ve siyah, kırmızı ve sarı renklerin ağırlıkta olduğu düzenlemelerdir. Scher, albüm kapaklarının belli belirsiz bir konstrüktivist görünüşe sahip olduğunu, bunun tesadüf olmadığını, o dönem El Lissitzky ve Alexander Rodchenko'yu yeniden keşfettiğini belirtmiştir. Konstrüktivist yapıyı güçlü bir şekilde geri çağıran posterler, tarihselin kullanımı bağlamında retroyu referans vermiş ve Scher'in ilk kez New Wave akımının öncüsü ve postmodern olarak adlandırılmasına neden olmuştur. Scher, bu dönemde, *"Tasarım stillerini her zaman pragmatik olarak kullandığını"*[163] ifade etmiştir. Steven Heller bu tavrı, 1980'li yılların Ronald Reagan döneminin ulusal duygusunun nostaljiye dönmesiyle ilişkilendirir. Tarihsel olanın formunu kopyalayarak yeniden sunan Scher, dönemi için oldukça yenilikçi bulunan bir tasarım diline sahiptir, fakat tarihsel bilgi ile bağı zayıf olan toplumlar için bunun yeni bir şey olarak algılanması orijinal olanın anlamının içini boşaltmaktadır.



R.57 Paula Scher, The Best of Jazz Poster, 1979

[163] Paula Scher, **Make it Bigger,** New York, Princeton Architectural Press, 2005, s. 51

Heller, *"Görsel geçmişi ile bağı kopmuş olan tasarımcı ve müşteri jenerasyonunda "Best of Jazz" posterinin yeni ve benzerine rastlanmamış taze bir tavır olarak"*[164] değerlendirildiğini söylemiştir.

Rus avangard görsel sözlüğü üzerine yeniden kurulan iş tamamen tasarımcının kişisel etkilenimlerinden ve kişisel bakış açısından kaynaklanan bir durumu işaret etmektedir. Tasarımcı, konstrüktivistlerin güçlü tipografik kompozisyonunu temel alan yaklaşımı ve bu dilin simgesi haline gelen siyah ve kırmızıyı kullanması, bold ve majiskül kullanılan fontun yüksek kontrastlığı ile çarpıcı bir iş ortaya koymuştur. Buna rağmen bu posterin tasarımcı tarafından neden konstrüktivist yapı ile ilişkilendirildiği sorusunun anlamlı bir cevabı bulunmamaktadır.

Steven Heller bu posterden çıkışla, tarihsel formların etkili ve doğru kullanılmasının göründüğünden daha zor olduğunu söylemiştir. Heller görsel alıntının doğru kurulabilmesi için birkaç gereklilik olduğundan bahsetmiştir; *"Geçmişten ilham alan benzersiz özel bir imge yaratabilmek için birkaç özel becerinin bir araya getirilmesi gerekir; orijinal işin tarihsel bağlamını ve zamanındaki esinini bilmek, kaynak olan materyalin zamanındaki tınısını anlayabilmek, işi çağdaş normlara göre kurarken ne gibi bir etkisi olacağını bilmek ve tasarımcısının kişisel tarzı ve zevkini yansıtabilmesi."*[165]

Heller bu tartışma dahilinde, tasarımcıların geçmişi estetik ve kültürel bir sözlük, bir depo olarak kullanırken, dikkat etmesi gereken etik bir sınır olduğuna vurgu yapmıştır. İlham almak, etkilenmek, yorumlamak, alıntılamak ve parodinin karşısına kopyalamayı, taklit etmeyi, benzetmeyi ve çalmayı koymuştur.

---

[164] Steven Heller, **Design Literacy Understanding Graphic Design,** New York, Allworth Press, 1999, s. 253

[165] Steven Heller, **Design Literacy Understanding Graphic Design,** New York, Allworth Press, 1999, s. 254



R.58 Saul Bass, Poster, 1959

R.59 Lee Daniels, Poster, 2009

Otto Preminger'in 1959 tarihli filmi "Anatomy of Murder" için Saul Bass'ın tasarladığı poster, tasarım dünyasının en bilinen işlerinden birisidir. 1995 yılında Spike Lee'nin filmi Clockers için hazırlanan posterin tasarımcısı Art Sims, Bass'in işini neredeyse aynı şekilde alıntılamıştır. Tasarımcı, 13 Ekim 1995 tarihinde Herald Tribune gazetesine verdiği söyleşide, Clockers'ın posterinde Bass'ın işine gönderme olduğunu kabul etmiş ve Bass'a saygı olarak işi yeniden ürettiğini belirtmiştir. Saul Bass'in bu söyleşiye cevabı *"Saygı (Homage) ölülerden çalmanın kibarca söylenmesidir. Ben ölü değilim ve bu açıkça çalmaktır"*[166] olmuştur ve böylelikle kendi anlayışına göre çalıntı işlerin sınırını çizmiştir. Bass bu tür insanların bir tür hayalgücü eksikliği duyduklarını belirtmiş ve eklemiştir, *"...benim gibi tanınmış yaratıcı yönetmen eski işlerinden birinin aceleyle ve ucuz bir şekilde çalındığını fark eder."*

[166] Steven Heller, **Design Literacy Understanding Graphic Design,** New York, Allworth Press, 1999, s. 207

Steven Heller bu şekilde yapılan bir parçalama ve yeniden üretim şeklini, *"Sonuç olarak bu tip izinsiz olarak yapılan adaptasyonlar orijinalini değersizleştirir, dahası bu şekildeki adaptasyonlar medya tarafından parçalara ayırarak yapılan bu tip yaratıcı soygunları teşvik etmek anlamına gelecektir"*[167] ifadesiyle değerlendirmiştir.

Bu alıntı tavrını adaptasyon olarak değerlendiren Heller, kontrol edilmesi güç olan bu tip yeniden üretimlerin bir yandan da yaratıcı düşünce için oldukça tehlikeli bir durum içerdiğini işaret etmiştir. Güncel olan yeni görsel dilini oluşturamamakta, geçmişe dönük adaptasyonlar ile güncel olan arasındaki sınır belirsizleşmektedir.

Söz konusu olan sadece üretilen tasarım nesnesine, döneme veya stilin özelliklerine yönelik bir anlamsızlaştırma değildir. Aynı zamanda söz konusu olan, Baudrillard ve Guy Debord'un kuram ve öngörülerine uygun bir biçimde tarihselin bilgisinin silinmesi, kontrol altına alınması, uysallaştırılmasıdır. Bir toplumsal hareket, sosyal ve antropolojik bir çalışma alanı, tarihsel bir eylem de, aynı şekilde görselleri üzerinden anlamsızlaştırılabilir. Guy Debord'un gösteri olarak işaret ettiği medya *"...gösterdiği her şeyi bağlamından, geçmişinden, amaçlarından ve sonuçlarından tecrit"*[168] edebilir. Bu şekilde bir anlam erozyonuna neden olan bir örneği çeşitli ve yoğun medya kullanımı olan uzun zamana yayılan bir reklam kampanyası olan Genç Turkcell üzerinden örnekleyebiliriz.

Marka GNCTRKCLL adı ile ilk çıkışında hazırlattığı lansman kampanyasında gençlik aktivitesi olarak işaret ettiği grafiti ve stencili kullanmıştır. Toplumsal bir karşı tavrı ve politik bir duruşu olan her iki üretim de anlamından kopartılarak bir hobiye ve gösterilenden bağımsız bir göstergeye dönüştürülmüştür. Sosyologlar tarafından kentsel yerinden edilmelerle ilişkilendirilen ve bir kültürü temsil eden grafiti ve stencil üretimi

[167] Steven Heller, **Design Literacy, Understanding Graphic Design,** New York, Allworth Press, 1999, s. 209
[168] Guy Debord, **Gösteri Toplumu ve Yorumlar,** İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1999, s. 76

kampanyanın görsel diline de hakim olmuş ve izleyiciler tarafından sadece bu yönü ile algılanmıştır. Kampanyanın uzun süreli olması ve çok çeşitli mecralarda kullanılarak akılda kalıcılığının arttırılması bu toplumsal hareketin tarihsel anlamına zarar vermiştir. Bir söz söyleme mesaj iletme kaygısı olan bir protesto hareketine dayanan graffiti ve stencil söz konusu kampanyada içi boş, sığ bir gençliği ve onun aktivitesini işaret etmektedir.



R.60 GNCTRKCLL Kampanya Logosu, 2006

Tasarım tarihinde sıkça tekrarlanan bu tavır, kuşkusuz Heller'in eleştirisini haklı çıkarır ve Frederic Jameson'un söylemine uygun düşer biçimde tarihsel formları bağlamlarından koparmakta, değersizleştirmekte hiçbir politikası ve anlamı olmayan biçimde yeniden üretmektedir. Çoğu zaman bu işler orijinaline anlam olarak da ters düşebilmektedir (ki burada bahsedilen ironi değil) bu da orijinal olanın anlamını değiştirmektedir.

"Good History Bad History" başlıklı yazısında Tibor Kalman, 1980'li yılların tarihi yeniden çağırdıklarını söylemiş ve tasarım tarihi ile ilgili iki problemden bahsetmiştir. Birinci problem tarihin nasıl yazıldığıyla ilgilidir, Kalman'a göre tarihin yazarlar tarafından nasıl anlaşıldığı ve görüldüğü üretilen bilgiyi etkilemektedir. İkinci sorunu ise tasarım tarihinin yazılmadığını, sadece gösterildiğini söyleyerek saptamıştır. Kalman grafik tasarım tarihinin üzerinde fazla düşünce üretilmediğini, bir kuram yaratılmadığını ve birçok grafik ürünün tarihsel bağlamından kopuk olarak değerlendirildiğini öne sürmüştür.

Kalman bu tip uygulamalarda “transform” kelimesinin altını çizmiş ve eklemiştir, *“Kötü tarihselcilik tarihsel stilleri eksiltir, azaltır. (...) Kötü tarihsellik Cassandre’ın, Lissitsky’in, Mondrian’ın, Schlemmer’in ve Matter’in isimlerinin değerini düşürür ve bariz bir şekile tasarım etiketleri haline getirir. (...) Tasarımcılar, diğer medyalardan, tarihsel fikirlerden, güncel fikirlerden fikirler ödünç alabilirler ve bunları iyi tasarımlar için dönüştürebilirler.”*[169]

Yazılmış olan kötü tasarım tarihinin anahtar kelimesi olarak bağlam, yani içeriği ortaya koyan Kalman’a göre, tasarım tarihi sadece evrimsel gelişim zincirini izleyen bir yapı üzerine kurulmuştur. Elimizde olan, bağlam ve içerik üzerine yazılan bir tarih değildir ve yazar tarihsel formların anlamsızlaştırılmasını bu tür bir tarih yazımının sonucu olarak gördüğünü ifade etmiştir. Kalman bu açıklama ile birlikte grafik tasarımda bu tip uygulamalar için ready-made kavramını kullanmıştır.



R.61 Josef Müller Brockmann, Poster, 1960

R.62 Shepard Fairey, Poster, 2006

[169] Kalman, Tibor, Miller, J. Abbott, Jacobs Karrie, Good History, Bad History, Looking Closer, Critical Writings on Graphic Design, Edited by Michael Bierut, William Drenttel, Steven Heller, DK Holland, Allworth Press, 1994- New York, s. 30

Hazır malzeme olarak kullanılan tasarım tarihinin izi, tamamen tarihsel formları güncele taşıyan Shepard Fairey'in işleri üzerinden sürülebilir. Barack Obama'nın seçim kampanyasında Amerikan siyasi tarihi için ikon bir görsel yaratmayı başaran sanatçı ve tasarımcı Fairey çalışmalarında ağırlıklı olarak tasarım tarihinden işleri alıntılamaktadır. Milton Glaser için, *"Fairey'in çalışmaları ile onların kaynakları arasındaki ilişki rahatsız edici"*[170] dir. Zaman zaman sadece yaptığı metin değişikliği ile görseli yeniden sunan Fairey'in kaynağın anlamı ile ilişkisini kurmadığı birçok üretimi bulunmaktadır.

Josef Müller Brockman'ın 1960 tarihli "Less Noise" (Daha az gürültü) isimli posterinden yaptığı yeniden üretim için Glaser, çok fazla artistik öğenin taşındığını ve orijinal ile yeniden üretimin arasındaki ayrımın belirsiz olduğunu söyler. Fairey, Brockmann'ın kullandığı fotoğrafı kopyalayarak illüstre etmiş ve bütün yapıyı olduğu gibi bir başka anlam kurgusunu karşılaması amacı ile yeni işe alıntılamıştır.

"Tasarımcılar tarihi bir kısayol olarak kötüye kullandıklarında bu onların işlerine bir meşruluk ve ticari bir başarı kazandıracaktır. Tarihsel referans ve açıkça kopyalama ucuzdur, 1980'lerde ve hatta bugün 1990'larda bile güvenilir bir yedek oyuncudur." [171]

1990 yılında tasarımcı Malcolm Garret, "Retrievalist" (Retrieval tekrar ele geçirme, geri kazanım) terimini ortaya atar ve tasarıma dair bu metodu tanımlar; *"Geçmişin derin kuyusunun sınırsızca yağma edildiği retrivialist bir dünyada yaşıyoruz. Yeni buluşlar artık bir mit. Zaten olanları kullanarak yaratıyoruz. Yeni renkler yok. Hatta nostaljiden tiksiniyoruz. Retrievalism geçmişi kabul etmek demek. Geleceği yeniden oluşturmak için geçmişten geri almak zorundayız. Bu yeni bir fütürist çağdır."*[172]

---

[170] http://www.printmag.com/design_articles/MiltonGlaseronShepardFairey/tabid/492/Default.aspx
[171] Tibor Kalman, J. Abbott Miller, Karrie Jacobs, *"Good History, Bad History"*, **Looking Closer,** Critical Writings on Graphic Design, Edited by Michael Bierut, William Drenttel, Steven Heller, DK Holland, New York, Allworth Press, 1994, s. 28
[172] Rick Poynor, **No More Rules, Graphic Design and Postmodernism**, London, Laurence King Publishing, 2003, s.76

5.2. Anlama Bağlı Kalarak Yeniden Üretim

Bilinen imgelerin tarihsel ve politik anlamlarından hareketle yeniden kullanımı, oldukça heyecan verici yeni okumaların önünü açmaktadır. Görsel iletişim tasarımı ölçeğinde en doğru örneklemeyi ve en net okumayı en bilinen işler üzerinden yapabilmemiz mümkündür. Bir görsel ve uzun bir metin ile tarif edemeyeceğimiz bir kavramı, politikayı, tavrı basitçe alıntılanan formlar üzerinden iletmemiz söz konusudur. Günümüzde daha çok sosyal ve politik konular için kullanılan görsel alıntı, kurduğu ironi ile Heartfield'ın işlerine benzer bir anlam taşıma durumunu gündeme getirir. Yergisel, şiddetli, dikkat çekici olmak amacı ile dönüştürülen anlam, iyi kurulmuş bir parodiyi işaret eder.



R.63 James Montgomery Flagg, Seni Amerikan Ordusu İçin İstiyorum, 1917

Birinci Dünya Savaşı sırasında, James Montgomery Flagg tarafından 1917 yılında Amerikan Ordusu için üretilen "I Want You / Seni Amerikan Ordusu İ çin İstiyorum" afişi tasarım tarihinin en fazla basılan ve ortak görsel kültürün en iyi bilinen imgelerinden biridir. Sam Amca'nın karakterize edilişi, otoriter duruşu,

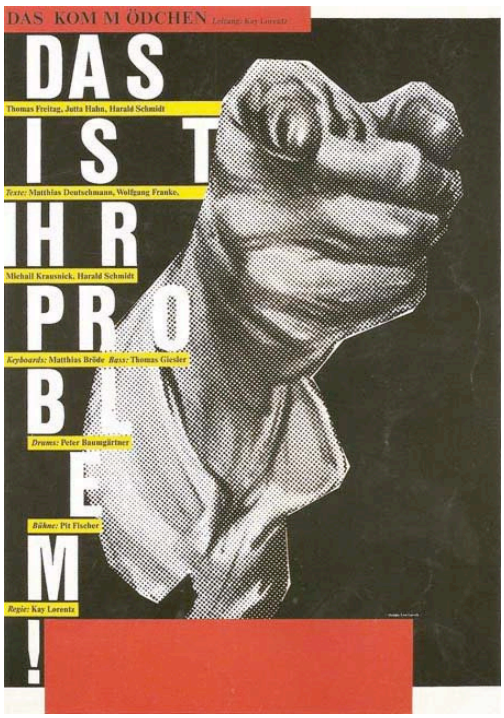
karşısındakini ‘işaret eden’ eli ve temsil ettiği Amerikan militarizmi, bu posteri güçlü kılan, tekrar tekrar kullanılmasına yol açan unsurlardır. Amerika’nın ikonu olan Sam Amca’nın en bilinen ve yaygın görüntüsünü yaratan Flagg’ın posteri politik bir anlam taşır ve güçlü bir anlatıma sahiptir. Zaman içinde dünyanın çeşitlenen politikalarıyla çok katmanlı bir anlama kavuşan bu görsel, artık sadece 1917 yılını değil günümüze kadar gelen süreçteki politik bir değişimi de tarif etmektedir. Bu çok bilinen görselin politik ve tarihsel anlamı üzerine yeni bir anlam kurabilmek, tasarım izleyici ve yaratıcıları için oldukça heyecan verici ve zengin bir okumayı mümkün kılmaktadır.

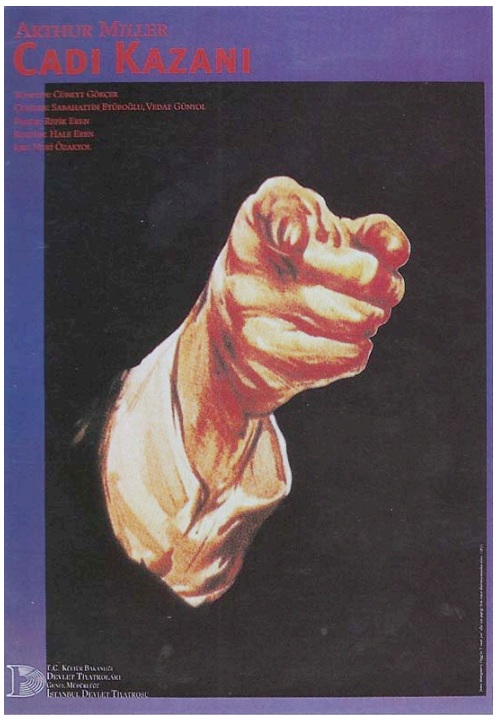


R.64 Steve Horn, Fotoğraf / Larry Dunst, Tasarım, Committe to Help Unsell the War, 1971
R.65 Stephen Kroninger, George Amca Seni İstiyor, 1991

Flagg’ın çalışmasını referans alan Alman tasarımcı Uwe Loesch’in 1989 yılında, politik kabare “Bu Sizin Probleminiz” (Das ist ihr Problem, Düsseldorf) için hazırladığı posterde kullanılan, itham eden Sam Amca’nın eli, tarihsel bilgiye sahip izleyici için yeniden anlamlandırılabilir bir katman öneriyor. Yaratıcısı tarafından interaktif bir alana yönlendirilen, okunma etkinliği için farklı bir algılama ve bilgi isteyen, yüksek kültür tasarım nesnesi olarak adlandırabileceğimiz bu iş, asıl görevi olan bilgiyi iletmek, dikkat çekmek, bir iletişim sorununu çözmek işlevini yerine getirdikten sonra izleyiciye

yeni bir okuma ve anlamlandırma alanı açmaktadır. Aynı zamanda postmodernitenin tasarımcıya sunduğu kendi bilgi ve eğilimini üretiminin içine katmasını sağlamaktadır.

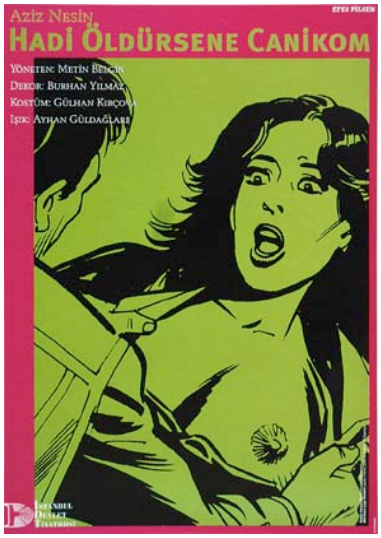


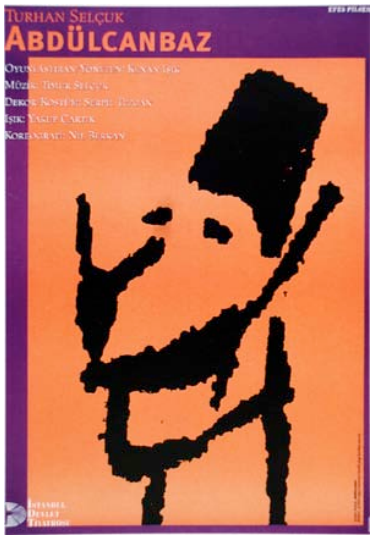


R.66 Uwe Loesch, Bu Sizin Probleminiz, Poster, 1989

R.67 Bülent Erkmen, Cadı Kazanı, 1994

Aynı kaynaktan çıkışla, Bülent Erkmen'in 1994 yılında Devlet Tiyatroları için yaptığı seriden, Arthur Miller'in 1950'li yılların Joseph McCarthy dönemini eleştirdiği, Cadı Kazanı isimli oyunu için hazırladığı posterde, yine Flagg'ın illüstrasyonundan alıntılanan el, politik duruşu ile dikkat çekicidir. McCarthy döneminin ihbar üzerine şekillenen toplumsal kaosunu Amerikan ikonunun "gösteren, işaret eden" eli üzerinden anlatmak, katmanlar halindeki birçok anlamı barındırmaktadır. Her iki üretim de görselin bilgisine sahip olmayan izleyici ile iletişimini kurduktan ve formal işlevini yerine getirdikten sonra, içerdiği ikinci anlam katmanı ile tasarım ürününün ömrünü uzatmaktadır.





R.68 Bülent Erkmen, Poster, 1994

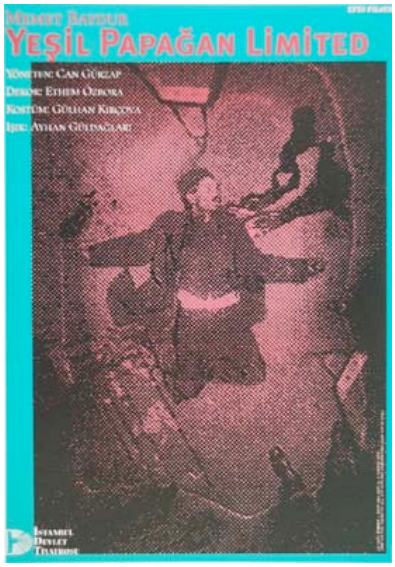
R.69 Bülent Erkmen, Poster, 1994

Serinin diğer posterleri, Hadi Öldürsene Canikom, Abdülcanbaz, Olmayan Kadın ve Yeşil Papağan Limited isimli oyunlar için hazırlanmıştır. Alıntının farklı karakterlerini yansıtan bu işlerde, Cadı Kazanı isimli oyun için orijinal görselin politik anlam taşıyıcısı olan Sam Amca'nın işaret eden eli dekupe edilerek alıntılanırken, diğer posterlerde farklı karakterde kullanılmıştır.

"Hadi Öldürsene Canikom" isimli oyun, iki yalnız ve yaşlı kadının evlerine gelen ve hırsız zannettikleri bir havagazı memuru üzerinden renklenen hayatlarını anlatmaktadır. Erkmen alıntıyı bir çizgi romandan yapmış ve görsel üretmek yerine, konuya uygun var olan bir görüntüyü renklendirerek kullanmıştır. Turhan Selçuk'un "Abdülcanbaz" oyunu için tasarımcının kullandığı görüntü, çizerin Milliyet gazetesinde yayımlanan bir karikatüründen kadrajlanarak poster mekânına taşınmıştır. Kenan Işık'ın yazdığı "Olmayan Kadın" oyunu, 1980 darbesi sonrasının yarattığı toplumsal gerilimde kadının durumunu konu almaktadır. Görsel kaynağını 1991 yılında sanatçı Christian Boltanski'nin, Amerika Charleston'da yaptığı eserinin sergi kitabından alan çalışma, şehrin kolektif belleğini yeniden yaratma ve geçmişi tasarımlama fikri üzerine odaklanır. Oyun metni ile içiçe geçen sanatçının çalışması, Erkmen'e doğru bir referans noktası sağlar. Görüntüyü tanınmayacak kadar tramlayan Erkmen seri mantığı

doğrultusuna tipografik düzenlemeyi sabit tutmuştur. Serinin son posteri olan "Yeşil Papağan Limited" isimli oyun için hazırlanan çalışmada tasarımcının kaynağı, New York Polis Teşkilatı'nın arşiv fotoğraflarını içeren bir kitaptır ve çalışma buradan alıntılanır. Oyun insanın yaşadığı yozlaşmayı ve mafya ilişkilerini konu almaktadır. Tasarımcı görsele müdahalede bulunarak tasarımına dahil etmiştir.





R.70 Bülent Erkmen, Poster, 1994

R.71 Bülent Erkmen, Poster, 1994

Beş posterden oluşan bu seride alıntılanan her bir görselin üzerindeki küçük oynamalarla, sabit tipografi ve çerçeve ile bütünlük sağlanmıştır. Alıntı yöntemini kullanarak bir seri mantığı oluşturmuş olan tasarımcı, aynı zamanda görsel bütünlüğü de sağlamayı başarmıştır. Her görüntüye, dekupe yapmak, tram vermek, kadraj almak gibi farklı müdahalelerde bulunan Erkmen, farklı kaynaklardan fotoğraf, çizim, illüstrasyon gibi farklı görsel karakterlerini bir seri altında toplamıştır.



R.72 Selçuk Milar, Demokrat Parti için seçim afişi, 1950

Alıntı, formların müdahalelerle veya orijinal olarak taşınmasını içerdiği gibi görsel bir anlatım tarzını da referans noktası olarak alabilir. Bu çerçevede 1950 genel seçimleri için Selçuk Milar'ın hazırladığı "Desteğinizi İstiyorum" başlıklı poster Montgomery Flagg'dan açık bir esinlenme taşımaktadır. Birinci ve İkinci Dünya Savaşları sırasında kullanılan asker toplama ve ajitasyon posterlerinin ana karakterini yansıtan görselin güncele uyarlanan illüstrasyon tavrı ve mesaja uygunluğu etkili bir görüntü meydana getirmiştir. İyi kurulan bir iş olmasına rağmen, işaret eden parmağın taşıdığı politik ve göstergesel ortaklık dışında bir ortaklık taşımamaktadır. Dönemi için doğru kurulmuş, etkili bir alıntı tavrı taşıyan bu poster, postmodern dönem öncesinde de grafik tasarım dilinin taşıdığı bazı ortaklıkları görmek açısından önemlidir.







R.73 Mickey Mouse, Disney Animasyon Karakteri

R.74 Ronald McDonald

R.75 Nick Ut, Vietnam, Haziran 1972

Görüntüler üzerinden anlam üretmek çok basit olarak daha önceden üretilmiş görüntüleri bir araya getirmekle mümkün olabilir. Kurulan gerilim sadece yanyana durmaktan kaynaklanabilir. Vietnam'a atılan napalm bombası sırasında gazeteci Nick Ut'un çektiği fotoğraf birçok protesto hareketinin görseli olmuş, süreç içinde politik bir anlam kazanmıştır. Banksy'nin grafiti olarak kurguladığı görüntü, Ut'un fotoğrafı ile birlikte yıkıcı kapitalizmin simgesi haline gelen McDonalds restaurantlarının simgesi olan Ronald McDonald'ı ve Amerikan eğlence dünyasının simgesi haline gelen Disney'in Mickey Mouse karakterini basitçe bir araya getirmiştir.



R.76 Banksy

İzleyicinin bilgisi ve yorumlaması dahilinde etkili bir ironi sergileyen grafiti, süreç içindeki tarihsel, toplumsal ve kültürel dönüşümün zengin bilgisini aktarmaktadır. Neredeyse hiç müdahalede bulunulmamış görseller, bir metin içermeyen düzenleme, sadece taşıdıkları bilginin yan yana gelmesinin yarattığı gerilimle, etkili bir alıntı oluşturmuştur.





R.77 Atelier Populaire, Poster, Gelecek kaygısından fazlasıyla nasibini almış bir gençlik, 1968
R.78 Didem Dayı, Faşizm Söylemeyi Yasaklamak Değil Söylemeye Zorlamaktır, 2008

Alıntının bir başka karakteri ise görüntüyü bilgisi ile beraber dönüştürerek taşımaktır. 1968 Paris olaylarında toplumla etkili, hızlı ve direkt bir iletişim kurmak amacı ile öğrencilerden meydana gelen bir üretim grubu olan Atelier Populaire son derece güçlü görseller yaratmıştır. Serigrafi tekniği ile bir gecede yüksek tirajlarda üretilen posterler, kısa zamanda kentin sokaklarında yerini almak üzere hazırlanmıştır. Bu çalışmalardan birisi olan "Gelecek Kaygısından Fazlasıyla Nasibini Almış Bir Gençlik" metnini içeren poster, aynı zamanda Greil Marcus tarafından yazılan Ruj Lekesi isimli kitapta, Punk kültürünün fetiş nesnesi olan çengelli iğnenin referansı olarak gösterilmektedir. Bu poster 2008 yılında ülkemizdeki artan protesto hareketlerinde ve kadına yönelik şiddete

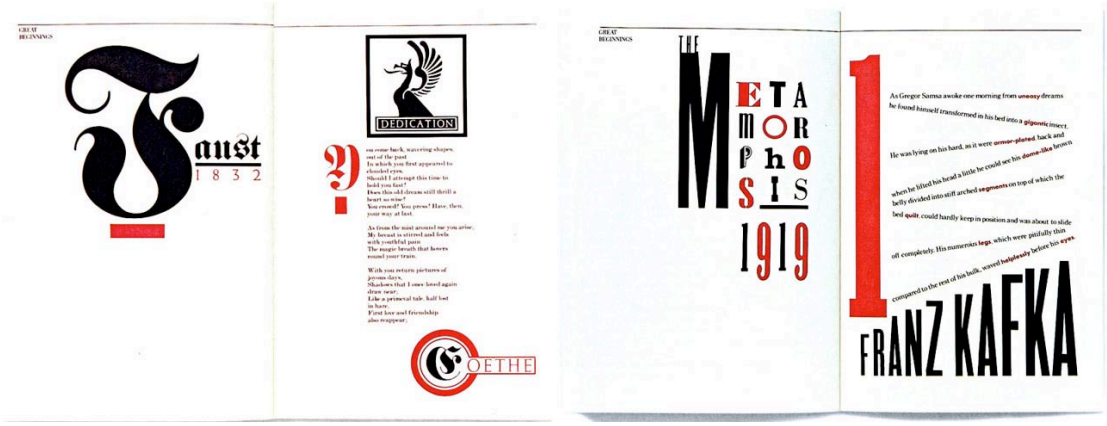
dikkat çekmek amacı ile alt metin hiç değiştirilmeden çağdaş araçlarla yeniden üretilmiştir. Çizimin yeniden üretilen fotoğrafı ile Roland Barthes'in "Faşizm söylemeyi yasaklamak değil, söylemeye zorlamaktır" metnini bir araya getiren görsel, eski olanı anlamıyla birlikte güncelleştirmiştir.



R.79 Paula Scher, Terry Koppel, Great Beginning, Kitap Tasarımı, 1984

Bir önceki bölümde anlamından bağımsız alıntı başlığı altında yer alan ve 1980'li yılların başında alıntıyı sıklıkla kullanan tasarımcı Paula Scher'in, Terry Koppel ile birlikte tasarladığı Great Beginnings ise son derece doğru kurulmuş bir iştir. Paula

Scher CBS'te, Terry Koppel ise Boston Globe'da tasarımcı olarak çalışmaktadır. Birlikte tasarım stüdyolarını kurarlar ve kendilerini potansiyel müşterilere tanıtmak için Great Beginnings'i tasarlarlar. Ünlü romanların ilk iki paragrafını içeren kitapçığı, 1984 yılında iki renk ve 6.000 kopya olarak basar ve dağıtırlar. Scher o süreci, *"Potansiyel müşteriler, sanat yönetmenleri ve tasarım eleştirmenleri henüz bizi postmodernist ve tarihçilik ile isimlendirmemişlerdi ama bizi formlara yeni bir bakış geliştirmekle tanımlıyorlardı"*[173] diyerek özetlemiştir.



R.80 Paula Scher, Terry Koppel, Great Beginning, Kitap Tasarımı, 1984

Koppel ve Scher hazırladıkları kitapçıkta, kitabın yazıldığı dönemin tasarım anlayışını, tipografi üzerinden merkez alarak ve stilleri çok doğru bir tasarım sorusu çerçevesinde alıntılamışlardır.

İşlerinde grafik tasarım tarihinden alıntılar yapan, bunları yeni tasarım ürünü veya sanat nesnesi olarak dönüştüren Shephard Fairey, kaynağın bağlamından bağımsız birçok görüntü ürettiği gibi, bağlamı güncele taşıyan üretimleri ile de dikkat çekici bir tasarımcıdır. Shephard Fairey'in 2008 seçimleri için tasarladığı Obama posteri Amerika'da James Montgomary Flagg'ın "I Want You" posterinden sonra en iyi bilinen politik simgelerden birisi haline gelmiştir.

[173] Paula Scher, **Make it Bigger,** s. 68



R.81 Shephard Fairey, Obama poster, 2008

Bir akımın görsel stilini yeniden üreterek kurduğu ortaklık, birçok izleyici için anlamsız, referansı belirsiz bir pop sanat alıntısı olarak görülebilir. Fakat Amerikan görsel tarihinin en parlak dönemi olan ve tamamen Amerika'yı, onun yaşam biçimini işaret eden Pop sanatın bu politik posterde yeniden canlandırılması bir anlamda parlak ve mutlu günlere dönüşü vaat etmiştir. Subliminal (bilinçaltı ile algılanan) bir iletişim kuran, sezgi üzerine kurulu bir duygu aktaran poster, bir dönemin özelliklerinin başarı ile güncele taşındığı bir üretimdir.



R.82 Starbucks Logo

R.83 Alışveriş Karşıtı Platform, Logo

Günümüzde daha çok sosyal ve politik bir tavrı görünür kılmak amacı ile ironi üzerinden anlam kurmak için kullanılan alıntı pratiği, iletişim kurma konusunda oldukça etkilidir. Starbucks'ın toplumsal ve kültürel anlamından hareketle tüketim

kültürünün eleştirisini yapmak, yeni bir görüntü yaratmaktan daha etkili ve akılda kalıcı bir yoldur. Tasarımcı var olan anlamı kullanır ve anlamı transfer eder, kurduğu James Heartfield'in fotomontajlarına benzer bir gerilimdir. İ roni içeren bu işler artık görüntüden çok görüntünün işaret ettiği bellek üzerine kurulmaktadır. Rick Poynor'un işaret ettiği gibi, bu tip parodilerde amaç alay etmek ve orijinalinin özelliklerini vurgulamaktır bu çerçevede kurulan *"parodi alaycı ve kötücüldür."*[174]





R.84 Kulüp Rakı Reklam Kampanyası, 2009
R.85 Kulüp Rakı Reklam Kampanyası, 2009

Bir görsel tarzı içerdiği dönemin anlamı ile birlikte güncel olana taşımak çok zor bir üretim biçimidir. Kulüp Rakı'nın gazete ilanları 70 sene öncesinin görsel tarzını, toplumsal tavrı ve dönemin kültürünü transfer etmek amacı ile yeniden üretir. Tasarımcının hedeflediği kültürel taşımanın izleyiciye hissetirilmesidir ki, bu anlamda oldukça doğru kullanılmış bir alıntıdır. Bir geleneğe ve kültüre bağlı bir tavrı vurgulamak isteyen tasarım, ürünün tarihini güncel olana bir ideal olarak tüm bağlamı ile birlikte transfer etmektedir. İ zleyici tarihselin doğru bilgisine sahip olmasa da

[174] Rick Poynor, **No More Rules,** s.71

hissettiği geriye dönüş ve gördüğü dönemsel özellikler, tasarım ürününün doğru kurulduğunun göstergesidir.

Alıntının doğru ve yanlış şekilde kullanımı yöntemden çok tasarımcının bilgi ve yaratıcılığına dayanmaktadır. Alıntı süreklilik kazanacak bir tasarım tavrı değil, tasarım sorusunun gerektirdiği çözüm dahilinde gündeme gelecek bir çözümdür. Stilleri ve görüntüleri yasal sınırlar çerçevesinde alıntılamak zor birçok tasarım sorusunun doğru cevabı olabilir.

Heller, doğru kurulan bir alıntı için tasarımcıların dikkatini beş ana başlığa çeker. En önemlisi kaynağın doğru bilgisine sahip olmaktır. Alıntılanacak işin hangi akıma dahil olduğu, bu akımın özellikleri, sosyal, politik ve kültürel bağlamı, öncülünün ve ardılının ne olduğu, kaynağın nasıl bir siparişle ve ne amaçla üretildiği ilk başlık altında değerlendirilebilir.

İkinci olarak güncel olan tasarım sorusu ile ilişkisi olup olmadığıdır. Bu tasarımcıyı pastişin sınırlarından ve anlamdan bağımsız formları transfer etmekten korur. Tarihsel olanın kulanımının müşterinin iletişim sorununa doğru cevap verip vermediği, mesajın iletimine katkısı, göz önünde bulundurulması gereken bir diğer noktayı oluşturmaktadır. Heller bir diğer unsuru aceleci kullanım olarak belirler ve tarihsel formları etki amaçlı kullanmayı önerir. Saygı bir diğer önemli başlıktır. Söz konusu olan sadece alıntılanan işe gösterilecek olan saygı değildir aynı zamanda işin tasarımcısına ve üretimine saygı göstermek etik bir zorunluluktur. Önemli olan bir diğer nokta, tarihsel formların duygusal gücünü kötüye kullanmamaktır. Heller'e göre *"...erken dönemlerin nostaljik cazibesine başvurmak, güncel toplumun gerçeklerini inkâr etmek anlamına gelebilir ve ürüne yanlış bir değer yükleyebilir."*[175]

[175] Steven Heller, **Borrowed Design,** s. 109

Tüm bunlardan ve günümüzde tasarımın elitleşen durumundan yola çıkarak, bu yönelimin sadece yeni bir dil yaratmadığını, aynı zamanda yeni ve heyecan verici bazı üretimlerin de önünü açtığını söylemek mümkündür. Görüntü artık okunabilir bir metin olarak var hayatımızda ve tasarımcılar bize artık yeni görüntü biçimleri değil yeni algılama biçimleri öneriyor. Postmodernizm sonrası dilin çoğullaşması, tasarımcının var olan, iletilen mesaja belli bir oranda katkısını olanaklı kılıyor. Tasarımcılar günümüzde verilmesi gereken mesajı yeniden tanımlayabiliyor, öznel çözümler önerebiliyor hatta toplum için bir öncü, aydın işlevi üstlenerek kültürel, sosyal ve estetik gelişim için yeni önerilerde bulunuyorlar. Yine hiç kuşkusuz belli bir bilgiye ve eğitime sahip izleyiciler tarafından anlamlandırılabilecek şekilde tasarlanmış bu ürünler, tasarımın var oluş işlevini yerine getirmenin dışında anlamı kuvvetlendirecek veya farklı bir okuma sağlayabilecek "yaratıcı" tarafından yönlendirilebilen heyecan verici bir alanı açıyor.

6. GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMINDA ALINTI MERKEZLİ UYGULAMA PROJESİ

6.1. Giriş

1980'li yılların başında, modernist ideolojinin erimesiyle birlikte ortaya çıkan nostalji ve tarihsel formlara dönüş, sadece sanat ve tasarımın değil aynı zamanda toplumsal ve sosyal gelişimin de önemli bir dinamiği olarak ön plana çıkmıştır. Toplumsal ve görsel bellek çok geniş bir araştırmanın konusudur ancak biliyoruz ki ortak görsel kodların içinde yer aldığı toplumsal bellek, kültürümüzü oluşturmakta ve hatırlama etkinliği toplumun içinde yaşadığı dinamikler ve olaylarla anlamlandırılmaktadır.

Bir görseli içinde bulunduğu sosyal, politik ve ekonomik durumdan bağımsız okuyamamaktayız. Bununla birlikte, okunan mesaj, zaman zaman görselin kendi anlamını hem aşabilmekte, hem saptırabilmektedir. Bireysel bellek bu çerçevede sosyal ve antropolojik alanla son derece dinamik bir etkileşim içerisindedir.

Bu anlamda görseller yoluyla alıntılardan bir tarih oluşturmak bu çok katmanlı okumanın ve inşa edilen anlamın, bir başka bağlam içinde kurgulanışını da gündeme getirmektedir. Tasarımcının veya görseli yaratanın bu anlamdaki görevi ve sorumluluğu bu katmanlı anlam dizisini yeni bağlantıların içine sokarken anlam bağlamını ve üretim zamanından kaynaklanan dinamikleri göz ardı etmemek olmalıdır.

6.2. Amaç

Bu tezin özet olarak başlığını oluşturan 'alıntı' kavramı görsel kültürde postmodernizm ile öne çıkan bir yöntemdir. Sanatta, edebiyatta, müzikte postmodernizm öncesinde alıntı ile yapılmış birçok işle karşılaşmamıza rağmen postmodernizm ile birlikte alıntı, görsel üretiminin başat tavrı olarak öne çıkmıştır. Postmodern alıntı iki tartışma

çevresinde şekillenmektedir; Frederick Jameson'un 'gözü kör parodi' tanımlamasıyla alıntıyı reddetmesine karşılık Linda Hutcheon alıntıyı uygulamalar üzerinden değerlendirir ve olumlar bir tavrı benimser. Kuşkusuz bu iki tartışmanın belirleyicisi uygulamanın üzerinden çözümlenebilir. Kötü bir uygulama izleyende herhangi bir etki yaratmadığı gibi postmodern eleştirinin tarihsel bilginin anlamsızlaştırılması, formların birer süs haline dönüştürülmesi düşüncesini de haklı çıkarmaktadır. İyi bir uygulama ise, görünenin altına gizlediği yeni anlamlar ve anlama kattığı yeni bağlamlarla zengin okumanın kapılarını açmakta ve oldukça heyecan verici bir üretimi işaret etmektedir. Bu çalışma görsel yöntem olarak bu bağlamda alıntıyı benimsemekte aşağıda belirtilen konu çerçevesinde görsel üretmek amacındadır.

6.3. Kavram

Postmodernizmin kuramsal tartışmalarının 1960'lı yıllarda başladığı kabul edilmektedir. Bununla birlikte uygulama sonuçları, grafik tasarım alanında geç diyebileceğimiz bir tarihte, 1980'lerde görünür olmuştur. Postmodernitenin yarattığı tasarımcıların yıldızlaşması, disiplinlerin iç içe geçişi, okunaksızlığı öngören tarzlar, metin ve görüntü ilişkisinin değişimi, mesajın katmanlar halinde izleyiciye sunulması, tasarım algısındaki farklılıklar ve alıntılar üzerinden işleri çözümlemek 1980'li yılların başlarında karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'deki sonuçların görünürlülüğü ise 1980'li yılların sonunda 1990'lı yılların başında mümkün olmuştur.

Bu projenin oluşturulması sırasında belirli bir görsel üretim tarzı için bir sipariş yaratmak amacı ile bir tarihsel ortaklıktan ve sosyolojik bir çalışma alanından yola çıkılmıştır. 1980 yılı ülkemiz için oldukça ayrıştırıcı ve olağanüstü bir durumu işaret etmektedir. Görsel kültürde, özelde ise grafik tasarımda postmodernitenin etkilerini görmeye başladığımız bu tarih ülkemiz için milat sayılabilecek bir dönemi; 1980 askeri darbesini ve sonrasında toplumun yaşadığı dönüşümü işaret etmektedir. Her iki oluşumun yansımaları ve etkileri günlük hayatı dönüştürmüş, davranış biçimlerinden

günlük hayata, eğitimden vatandaşlık kavramına kadar bir dizi yeniden anlamlandırmaya olanak tanımıştır. Askeri darbenin toplumun tüm katmanlarında, özellikle günlük yaşamda ve kültürün değişmesinde oynadığı rol, bu bağlamda geçtiğimiz 30 senenin postmodernite üzerinden günlük hayattaki izlerini yakalamak ve onları görsel olarak yeniden kurmak, projenin ana düşünsel eksenini oluşturmaktadır.

1980 askeri darbesi ve darbeyi oluşturan koşullar ülkemiz için oldukça keskin bir değişimin kapılarını aralamıştır. Bu tarihten sonra yaşanan toplumsal dönüşüm ve onun dinamikleri bazı tanım ve kavramların yeniden oluşturulmasını, yeni toplumsal duyarlılıklar geliştirmemizi gündeme getirmiş, en basit deyimiyle artık farklı bir Türkiye'de yaşadığımızın göstergesi olmuştur. Yaşanan toplumsal kırılma, postmodernitenin de etkisi ile her şeyin yeniden tarif edilmesi zorunluluğunu getirmiştir. Günlük hayattaki değişimler çerçevesinde, toplumsal rollerin değişimi, cinsiyete ait kırılmalar, vatandaşlık, zenginlik, faşizm, görgü, militarizm, eğlence, aile gibi kavramlar, toplumsal yaşamda geçirdiğimiz değişimler ve günümüzde yaşadığımız kontrastlıklar projenin çıkış noktası olarak belirlenmiştir.

6.4. Başlık

1980 Sonrası Türkiye'de Günlük Hayatta Postmodernizm

6.5. Yöntem

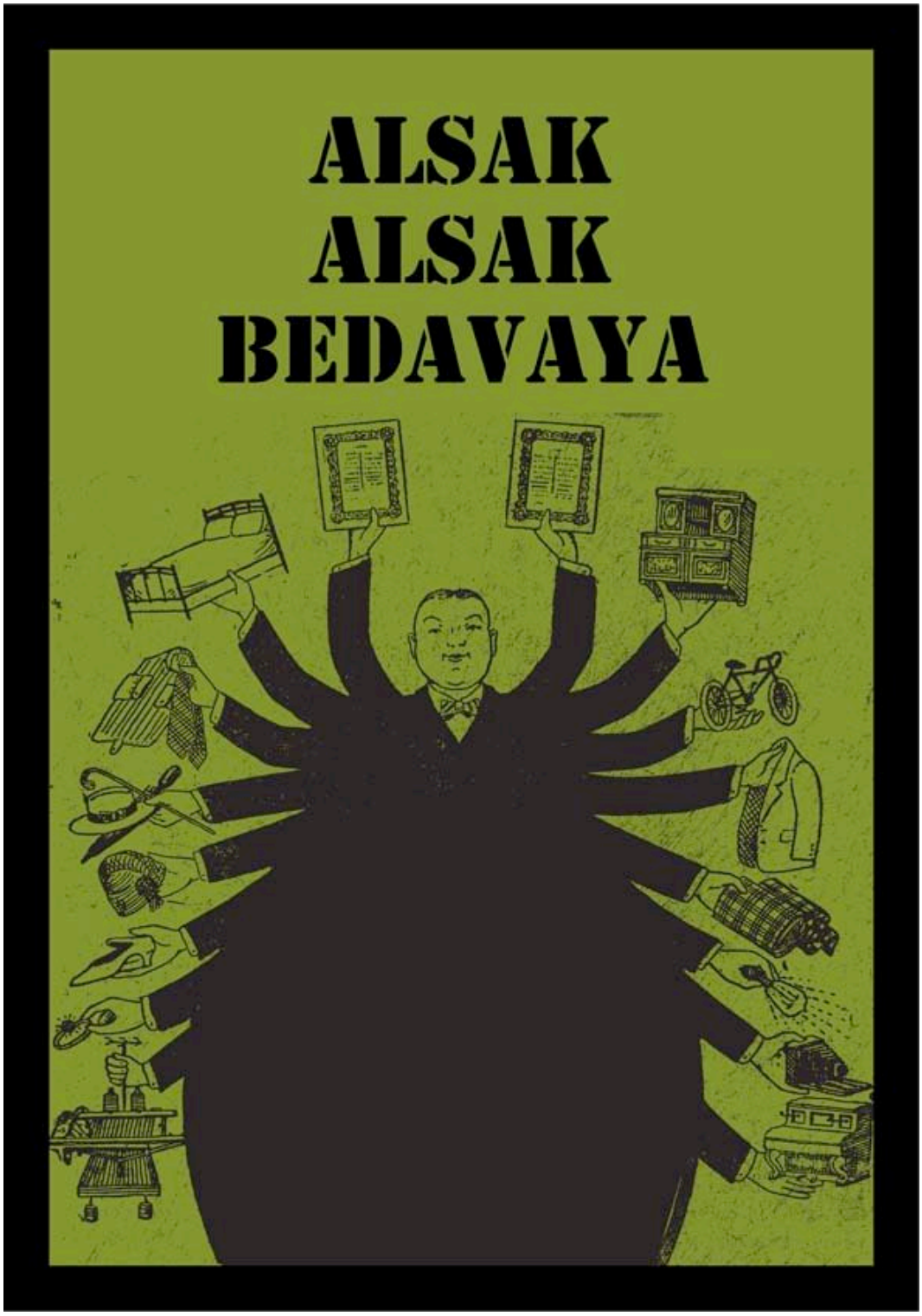
Görsel üretimdeki alıntı kavramının posmodernitenin öne çıkan tavrı olduğu saptaması üzerine, günlük hayatta postmodern Türkiye'nin görsel alıntı üzerinden tarif edilmesi amaçlanmaktadır. Bu proje için, Türkiye'deki günlük hayata ve sosyal toplumsal değişimlere odaklı metinler üzerinden kavramlar belirlenmiş ve belirlenen kavramlar için kısa metinler oluşturulmuştur. Bu metin ve kavramlardan hareketle Türkiye'nin

görsel kültürüne ait sözlükten görüntüler seçilmiş bunlar ortak bir karakter ve alıntı yöntemi ile bir araya getirilmiştir.

Oluşturulan işlere ait metinler yine aynı yöntemle ülkemizin sözlüğünden alıntılanmış, bu çerçevede film repliklerinden kitaplara, ilanlardan poster sloganlarına kadar çeşitli kaynaklardan yararlanılmıştır.

6.6. Görsel Proje

1980 Sonrası Türkiye’de Günlük Hayatta Postmodernizm


ALSAK
ALSAK
BEDAVAYA



Görsel Alıntı: Kırmızı Horoz firması için hazırlanan katalog kapağı, Tasarımcı Bilinmiyor, 15 Ağustos 1927

Kaynak: Albüm Dergisi, İstanbul, 1 Şubat 1998, Sayı:1

ALSAK ALSAK BEDAVAYA NE ALSAK BEDAVAYA

Metin Alıntısı: Garanti Bankası, Bonuscard, Reklam Cıngılı, 2005


Anne evişlerini görür,
ailenin öteki bireylerine
mutlu bir
yaşayış sağlamak için
didinir, durur.



Görsel Alıntı: Hoover süpürge, İlan, Tasarımcı bilinmiyor, 1951

Kaynak: İlhan Bilge arşivi

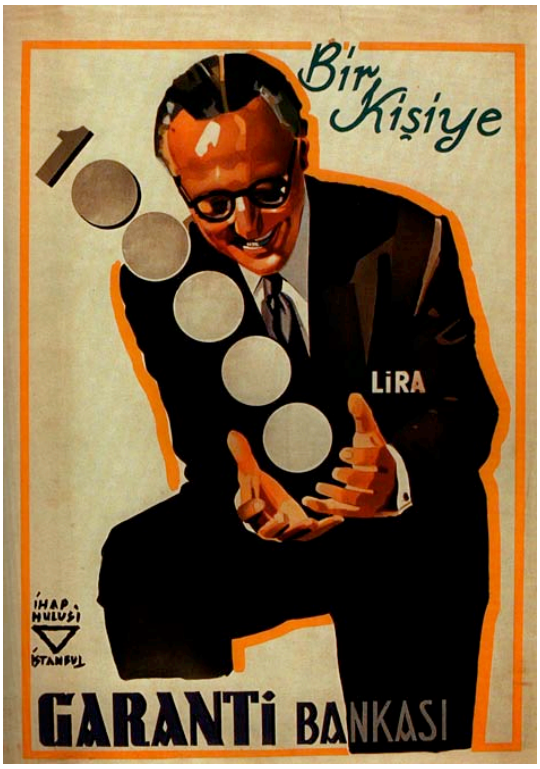
Baba, ailenin başkanıdır; geçimi sağlamakla yükümlüdür. Anne evişlerini görür, ailenin öteki bireylerine mutlu bir yaşayış sağlamak için didinir, durur. (...) Ailede herkes kendine düşeni seve seve yapmalıdır. Çünkü ailenin mutluluğu buna bağlıdır. (...) Görülüyor ki, ailenin var olması,

TÜRKİYE'DE 1970-1990 ARASI DÖNEMDE YURTTAŞLIK BİLGİSİ KİTAPLARI

Metin Alıntısı: Yazan: Erdem Konuk, Yurttaşlık Bilgisi Ortaokul 1, İstanbul 1973

Kaynak: Aylin Kılıç Oğuz, Fedakar Eş, Fedakar Yurttaş, İstanbul, Kitap Yayınevi, 2007


Benim
memurum
işini
bilir!



Görsel Alıntı:Garanti Bankası ilan, Tasarımcı: İhap Hulusi Görey

Kaynak: Müsellesten Üçgene, İstanbul, Tür Tanıtım Reklam Hizmetleri, 1998, s. 87

BENİM MEMURUM İŞİNİ BİLİR

Metin Alıntısı: 1980'li yıllardan politik başlık


-Ben Türküm: Anam Türk,
babam Türk, dedem Türk,
Türk oğlu Türküm, ben.



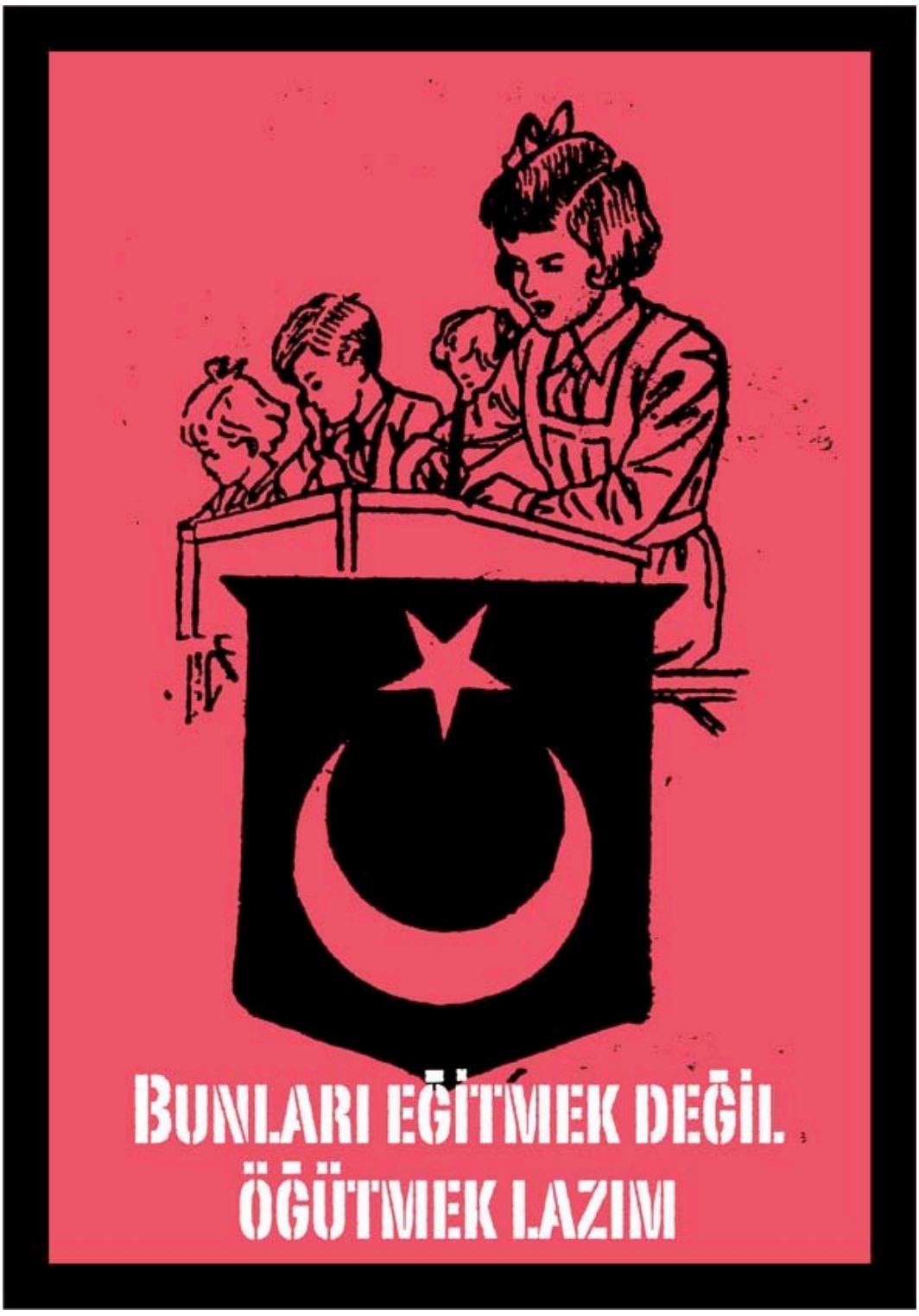
Görsel Alıntı: Bulgaristanın Türk asıllılara yönelik politikalarını protesto eden gurup, 1985

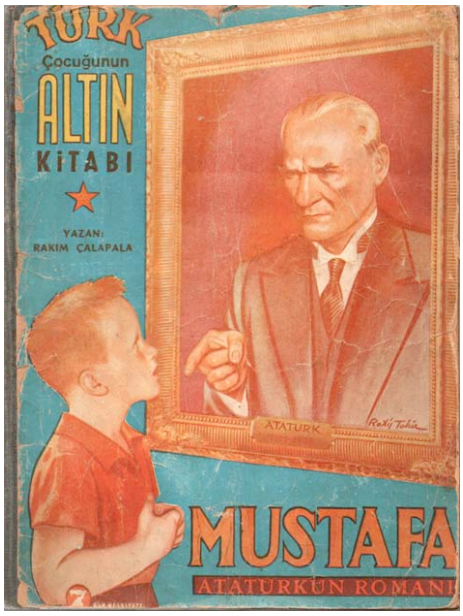
Kaynak: Cumhuriyetin 75. Yılı, 1954-1977, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1998



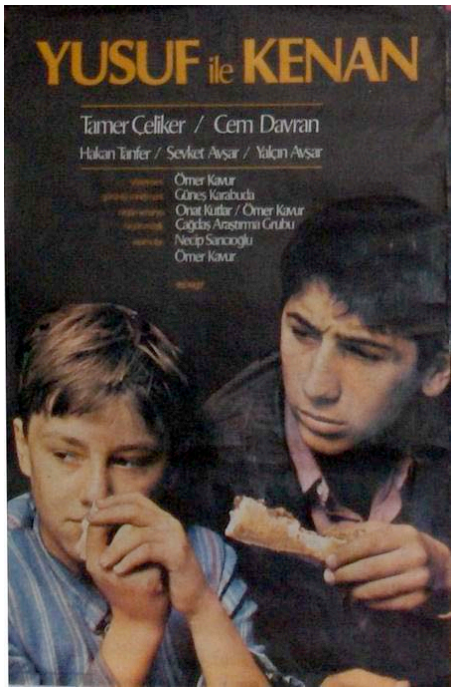
Metin Alıntısı: Alfabe, Milli Eğitim Bakanlığı, 1968

Kaynak: İlhan Bilge Arşivi

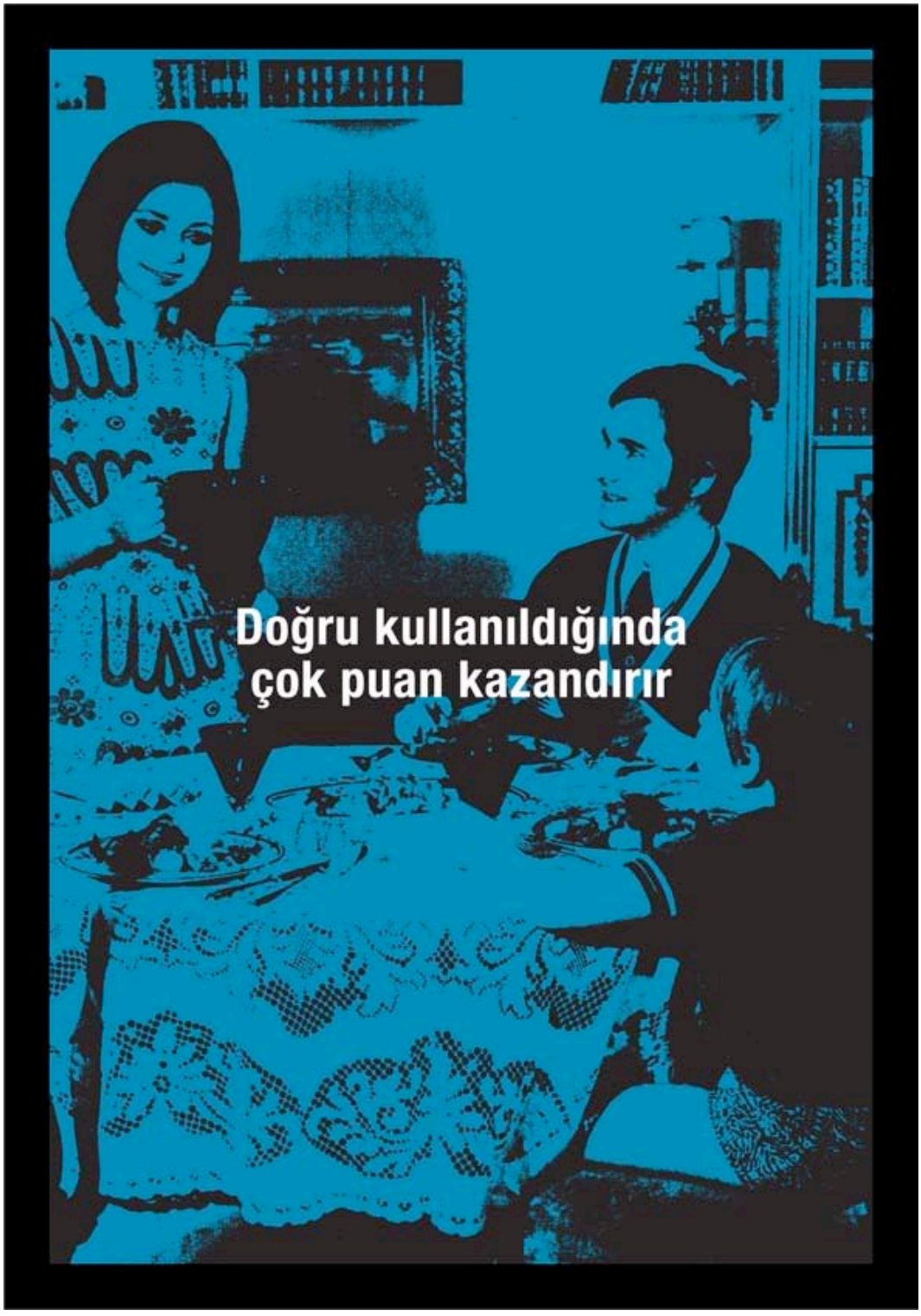

BUNLARI EĞİTMEK DEĞİL
ÖĞÜTMEK LAZIM



Görsel Alıntı: Türk Çocuğunun Altın Kitabı, Yazan: Rakım Çalapala, Mustafa Atatürk'ün Romanı, Yedigün Neşriyatı



Metin Alıntısı: Yusuf ile Kenan, Yönetmen: Ömer Kavur, 1979


Doğru kullanıldığında
çok puan kazandırır



Görsel Alıntı: Arçelik Dergi İlanı, Hayat Dergisi, Sayı: 45, 1964

DOĞRU KULLANILDIĞINDA ÇOK PUAN KAZANDIRIR

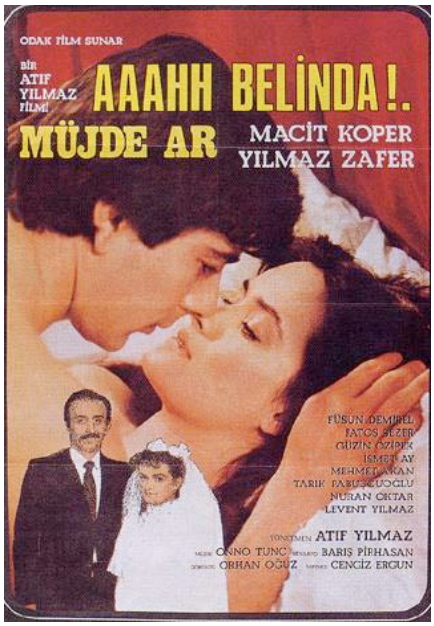
Metin Alıntısı: Maximumcard, İlan metni


-... şöyle hanım hanımcık, gündüzleri işinde,
geceleri evinde, çalışkan, fedakar, bakımlı,
hem güzel, hem alçakgönüllü...
- Kadri, sen hiç Karagöz oynatmış mıydın?
- Ne?
- Hiç, boşver!

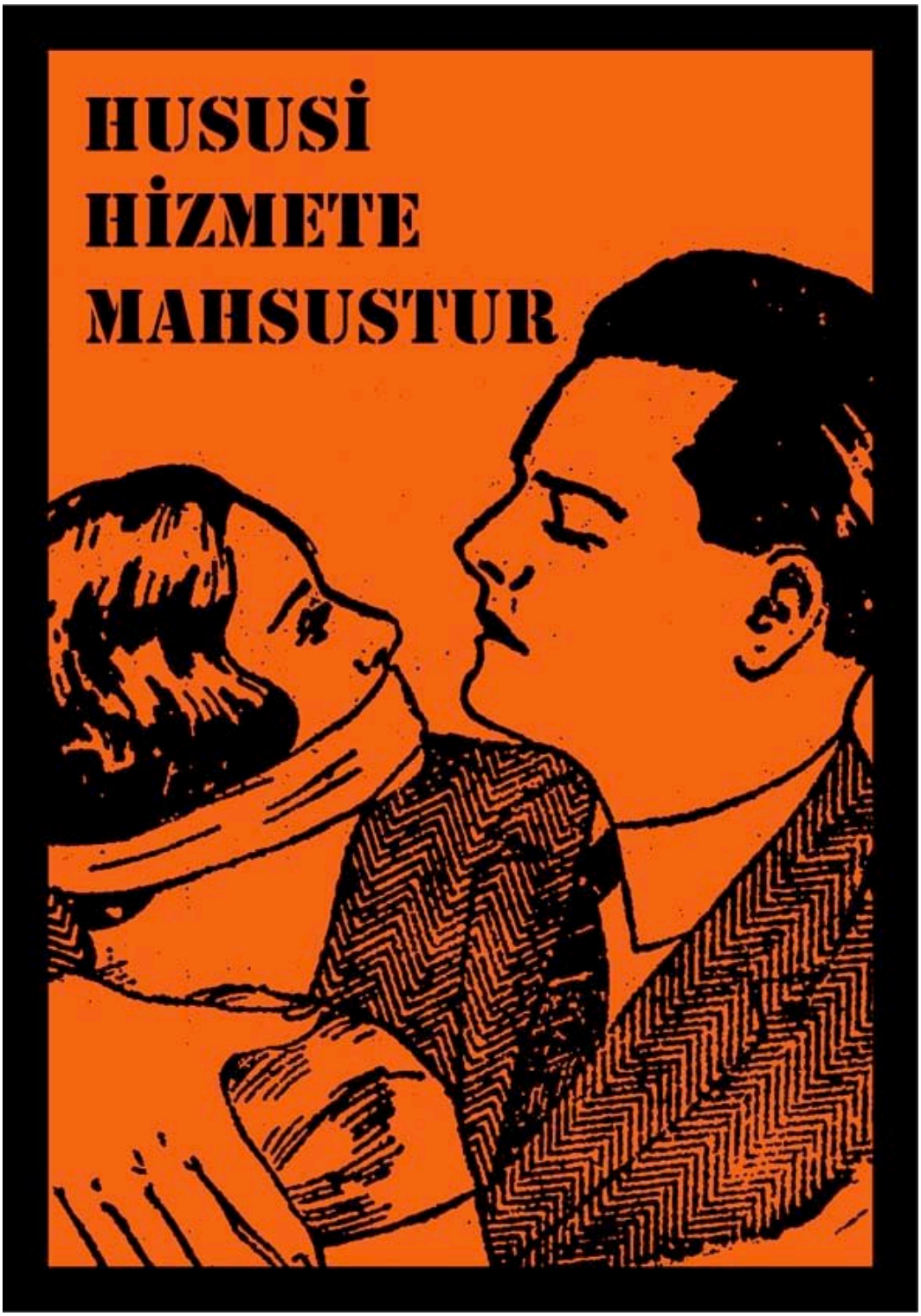


Görsel Alıntı: Gripin Dergi İlanı, 1951

Kaynak: İlhan Bilge Arşivi



Metin Alıntısı: AAAHH Belinda, Yönetmen: Atıf Yılmaz, 1986, 15"


HUSUSİ
HİZMETE
MAHSUSTUR

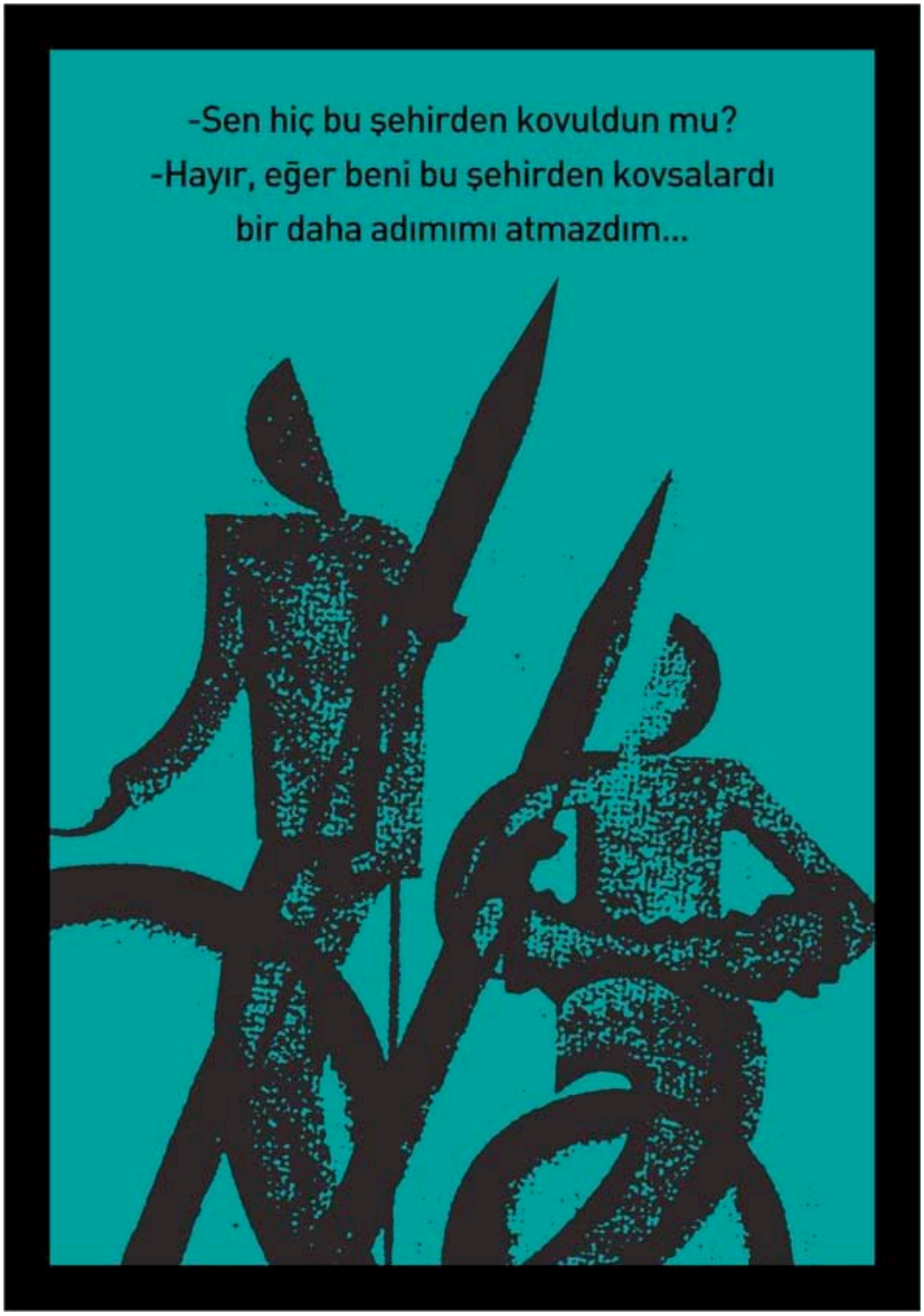


Görsel Alıntı: Diş Beyazlatma Ürünü İlanı, 1931

Kaynak: Aşk Kitabı, Gökhan Akçura, İstanbul, Om yayınları, 2003

HUSUSİ HİZMETE MAHSUSTUR

Metin Alıntısı: Günlük Hayattan Bir İbare


-Sen hiç bu şehirden kovuldun mu?
-Hayır, eğer beni bu şehirden kovsalardı
bir daha adımımı atmazdım...



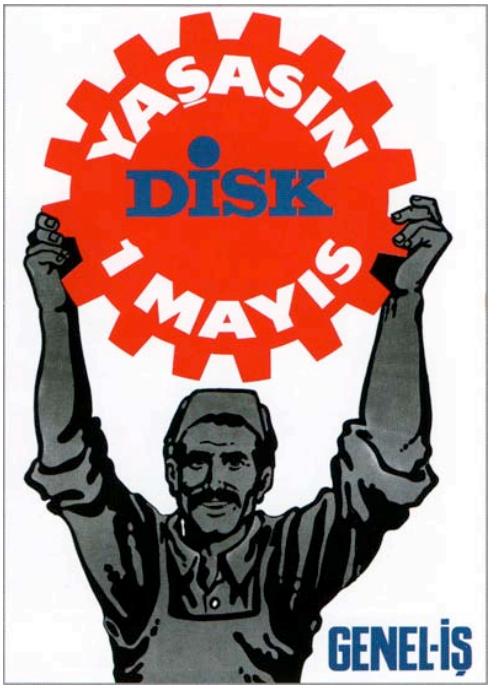
Görsel Alıntı: İstanbul Sokaklarında, Yönetmen: Muhsin Ertuğrul, Tasarımcı bilinmiyor, 1931

Kaynak: 5555 Afişle Türk Sineması, Türker İnanoğlu, İstanbul, Kabalcı, 2004



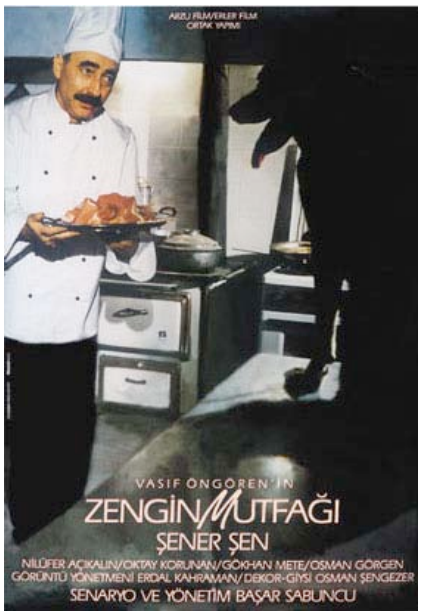
Metin alıntısı: Dönersen Islık Çal, Yönetmen: Orhan Oğuz, 1992, 36”


BEN KİME
HİZMET EDİYORUM YAA
KERİM BEYE Mİ?
KÖPEKLERİNE Mİ?



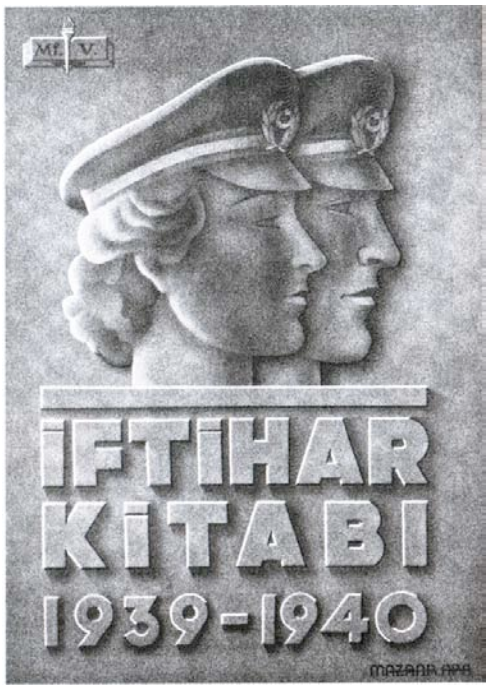
Görsel alıntı: Disk 1 Mayıs Afişi, Tasarımcı Bilinmiyor, 1976-1980

Kaynak: Bir Mayıs İlk Dileğimiz, İstanbul, Türkiye Sosyal Tarih Araştırma Vakfı, 2006, s. 47



Metin Alıntısı: Zengin Mutfağı, Yönetmen: Başar Sabuncu, 1988, 55"

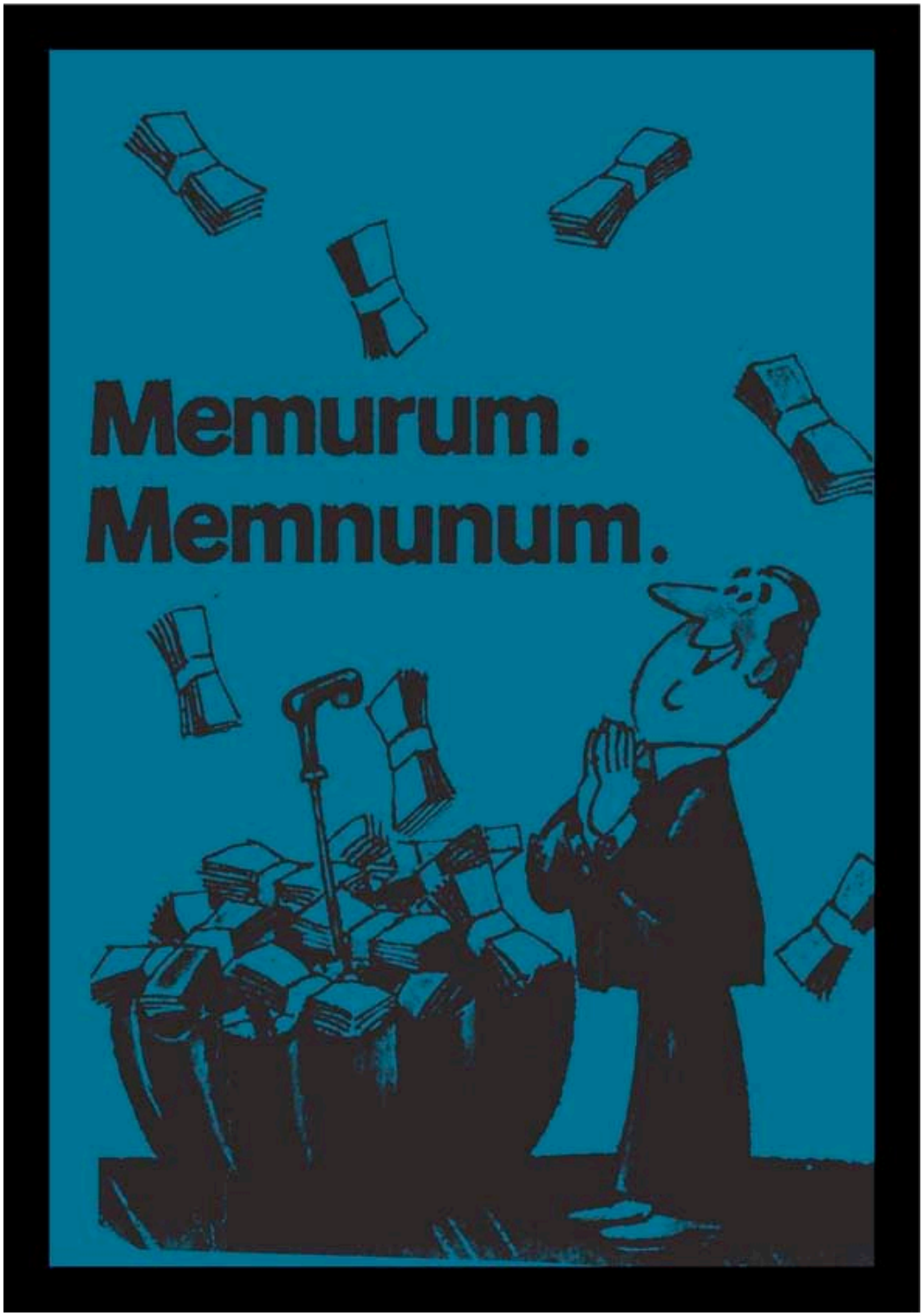

KONTROLSÜZ GÜÇ,
GÜÇ DEĞİLDİR

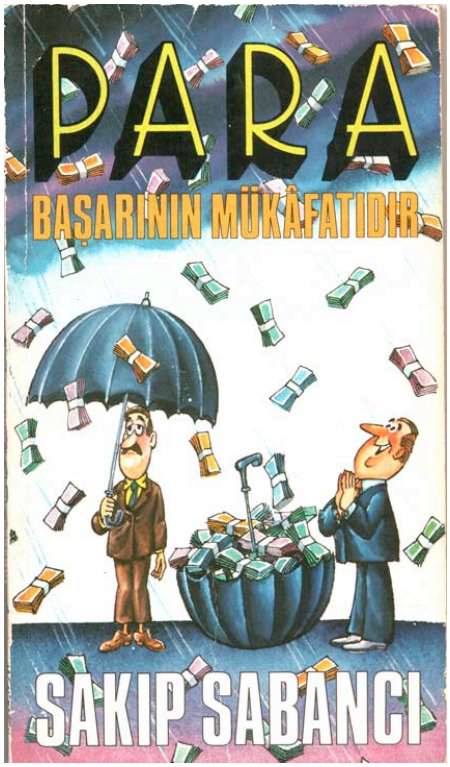


Görsel Alıntı: İftahar Kitabı, Tasarımcı: Mazhar Apa, 1940



Metin Alıntısı: Pirelli, Dergi İlanı, Nisan 2005


Memurum.
Memnunum.

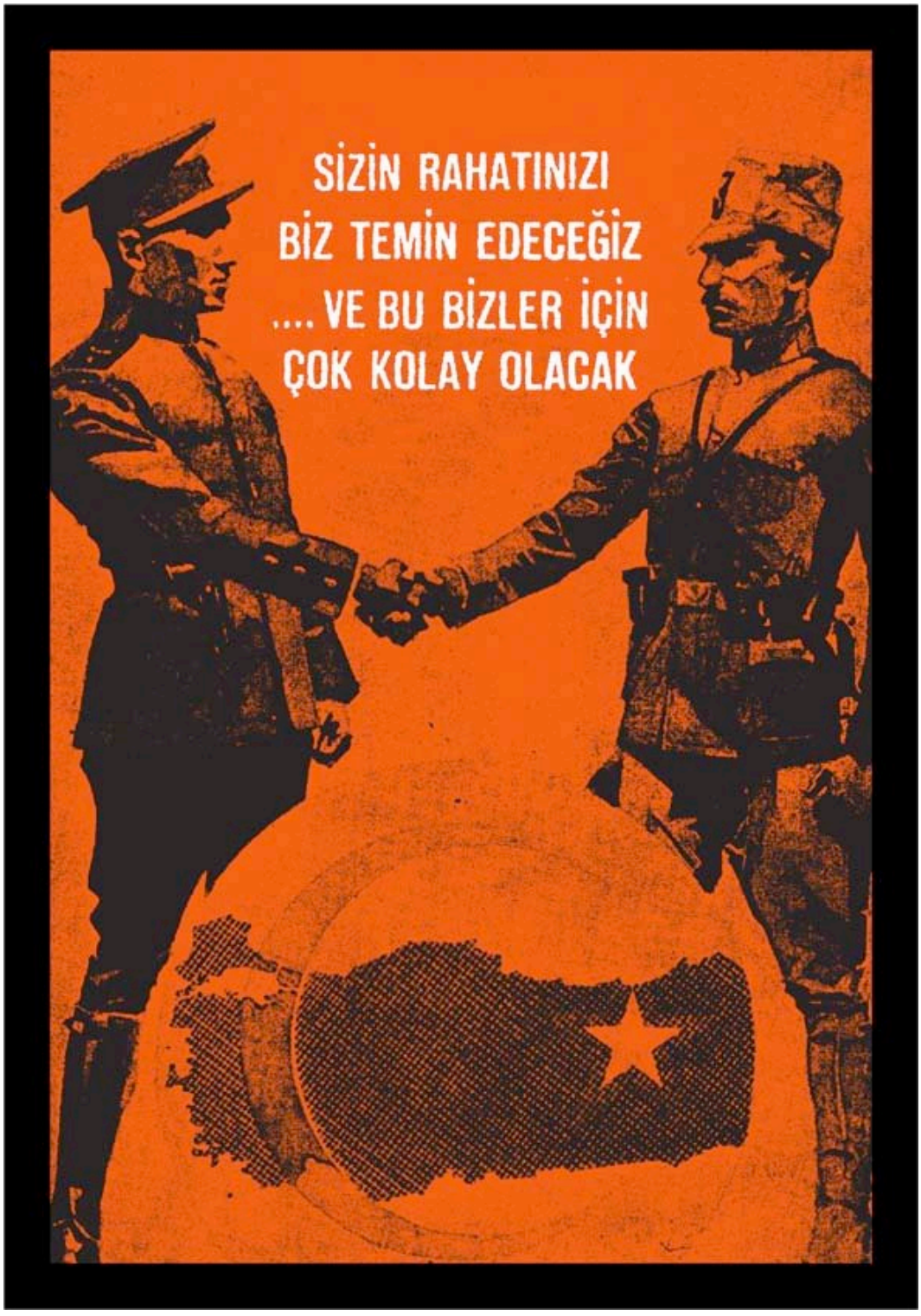


Görsel Alıntı: Para Başarının Mükafatıdır, Tasarımcı:Mıstık, 1986



Metin Alıntısı: Kelebek Mobilya İlanı, 1986

Kaynak: Reklam Dünyamızdan Bir Ajans Markom, Grafik Sanatı Dergisi, 1986, Sayı: 7,


SİZİN RAHATINIZI
BİZ TEMİN EDECEĞİZ
.... VE BU BİZLER İÇİN
ÇOK KOLAY OLACAK



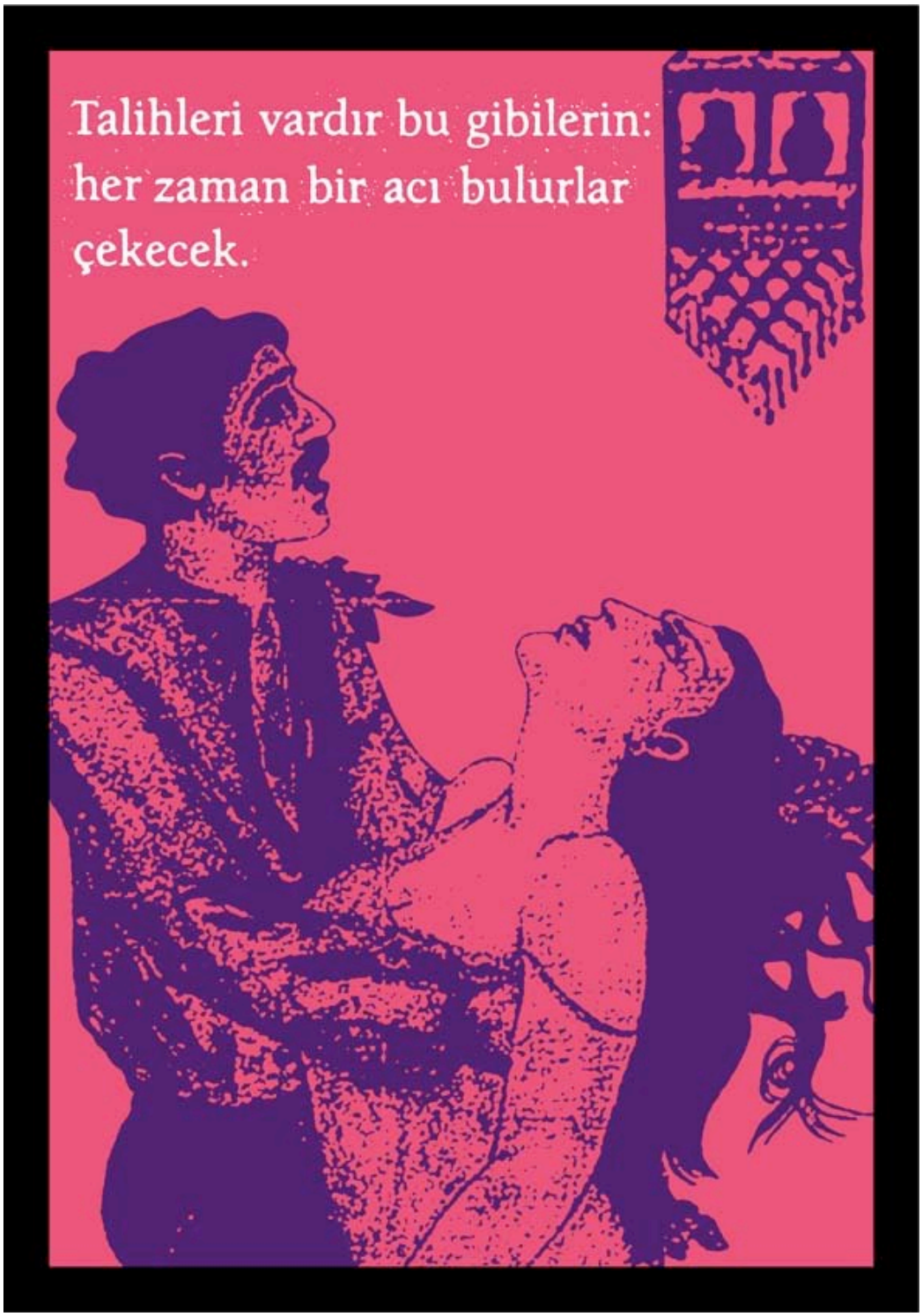
Görsel Alıntı:Polis Mecmuası Dergi Kapağı, Tasarımcı: İhap Hulusi Görey, 1930

Kaynak: Müsellesten Üçgene, İstanbul, Tür Tanıtım Reklam Hizmetleri, 1998, s. 61



Metin Alıntısı: Aygaz Gazete İlanı, 1966

Kaynak: Albüm Dergisi, Sayı: 5, Haziran 199


Talihleri vardır bu gibilerin:
her zaman bir acı bulurlar
çekecek.



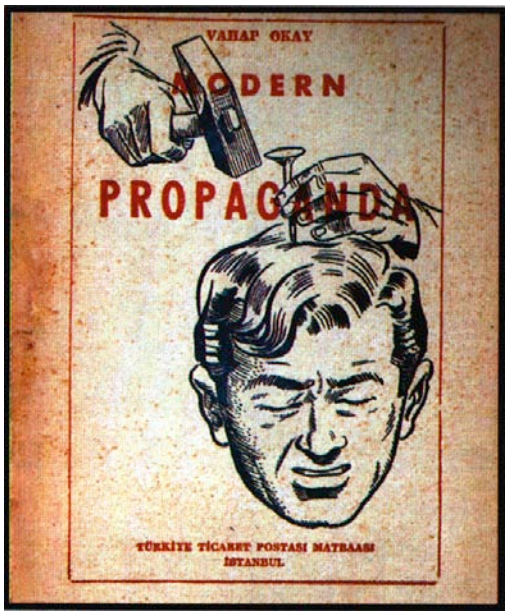
Görsel Alıntı: Gülsün Karamustafa, Ya Rabbi Sen Bilirsin, 1981

Kaynak: Güllerim Tahayüllerim, Gülsün Karamustafa Sergi Kitabı, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2007, s. 23

na benzemezler de ondan. Seni dinlerken gözlerini boşluğa dikmezler de ondan. Babasını ve ağabeyini kaybetmiş iki ay arayla. Ondanmış bu elem. "Talihleri vardır bu gibilerin: her zaman bir acı bulurlar çekecek. Senin de her işin iyi gider aksi gibi. "Selim nasıl, Turgut Bey?" "İyi, iyi," dedi Turgut aceleyle. Bu acıyı da kendimize saklayalım Metin Bey. "Sizi muhakkak aramamı söyledi, Metin Bey. Çok severmiş sizi."

Metin Alıntısı: Tutunamayanlar, Oğuz Atay, İstanbul, İletişim Yayınları, 2010, s. 247


TÜRK
ÖĞÜN.
ÇALIŞ.
GÜVEN.



Görsel Alıntı: Modern Propaganda, Kitap Kapağı, Tasarımcı Bilinmiyor

Kaynak: Editör: Uğur Tanyeli, Üç Kuşak Cumhuriyet, İstanbul,
Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, s. 150



Metin Alıntısı: Yurttaşlık Bilgisi, İlkokul 5. Sınıf Ders Kitabı, Remzi Kitapevi, 1964


YAŞINIZ NE OLURSA
OLSUN SAADETİNİZİ
MUHAFAZA EDİNİZ



Evlilik çarıp gibi zahidlikçe hıyrıtlenmiyor, Bıldıkla aradaki imtizaçsızlık fazlalaştıkça bir felâket haline geliyor.

BOŞANMAK

BİR MİZAHÇI EVLİLİK İÇİN ŞÖYLE ACI BİR TARİF YAPIYOR: «EVLİLİK İÇERİDEKİ SİNEKLERİN DIŞARIYA, DIŞARIDAKİ SİNEKLERİN İÇERİYE GİRMEK İSTEDİĞİ BİR TATLI KAVANOZDUR.» TARİF NEKADAR ACI OLURSA OLSUN ŞU MUHAKKAK Kİ, EVLİLİKTE BİR MİKTAR TAT VARDIR. ASIL MARİFET BUNU İDARE İLE VE İKİ TARAF ARALARINDA MÜSAVATEN PAYLAŞARAK HARCAMAKTADIR.

Yazan: ÖMER RIZA DOĞRUL

Görsel Alıntı: Ramiz Gökçe, İllüstrasyon, 1937

Kaynak: İlhan Bilge Arşivi



ZEVCİM Gözlerine İNANAMIYORDU

O kadar değiştim ki yepyeni bir yüzüm olduğunu zannediyordu.

Bir hanım diyor ki:
«Milyonlarca kadın gibi yapmağa tereddüt ediyordum. Hiçbir netice almadan bütün kremleri tecrübe etmiştim. Nihayet gece ve gündüze mahsus TOKALON Kremlerini kullandım. Ve görülmemiş neticeler elde ettim. O kadar değiştim ki yepyeni bir yüzüm olduğunu hissediyorum.» Bu harikulâde neticelerden dolayı o kadar memnunum ki size bu mektubu yazmağı borç bildim.» Bunun gibi tamamen doğru binlerce şahadet, emrinize hazır bulunuyor ve bunlar TOKALON Kreminin fevkalâde tesirlerini isbat ediyorlar. Akşamları da, terkibinde bulunan «Bionol» cild tabiatını, sayesinde buruşukları izale eden pembe renkli TOKALON Kremini kullanınız.

YAŞINIZ NE OLURSA OLSUN SAADETİNİZİ MUHAFAZA EDİNİZ

PARASIZ GÜZELLİK KUTUSU: Durununda (Beyaz ve pembe renkli TOKALON KREMİNİ ile muhtelif renklerde TOKALON Pudrasının nümunelerini havidir. Ambalâj ve sevk masrafı olarak 20 kuruşluk bir pulu TOKALON SERVİSİ: (37. A) Posta Kutusu: 622. İstanbul adresine gönderiniz.

Metin Alıntısı: Tokalon İlan, 1950

Kaynak: İlhan Bilge Arşivi


BİZ DAHA İYİSİNİ
YAPANA KADAR
EN İYİSİ BU



Görsel Kaynak: Kara Murat, Çizer: Abdullah Turhan, 8 Mayıs 1974, Sayı 15

BİZ DAHA İYİSİNİ YAPANA KADAR EN İYİSİ BU

Metin Alıntısı: Volkwagen Transporter İlan, 2008

SONUÇ

Baudrillard, imgelerin içinde artık görülecek bir şey olmadığını vurgularken, içinde yaşadığımız görüntü merkezli hayatın artık okunamayan ve dikkat çekmeyen imgelerinden bahsetmiştir. Görüntü, postmodernizm ile birlikte bize okunmayı vaat etti fakat günümüzde görüntülerin işgali altına giren birey, kendisini koruyabilmek amacı ile algısını kapattı.

Geçtiğimiz otuz yılın görüntü kuramları imge enflasyonunun tetiklediği iletişimsizlik merkezinde şekillenmektedir. Sosyal çalışmaların odağını oluşturan bilgi iletimi ve anlamlandırmaya dayalı kuramlar, 1980'li yılların sonundan bu yana Baudrillard'ın tanımlamasıyla "görülecek hiç bir şeyin olmadığı bir imge bolluğu imal edildiği" üzerinde duruyorlar. Günümüzde Guy Debord'un "gösteri"si imgeleri fiziken değil, hızlı ve yüksek miktarlarda üreterek yok ediyor. Görüntüler yoluyla anlam kuran bir disiplin olan grafik tasarım, mesajını gittikçe daha şiddet içeren imgelerden kuruyor, izleyicinin dikkatini çekebilmek ve durdurabilmek adına çeşitlenen mecralardan yararlanıyor.

Her kültür anlam kodlarını içeren malzemelerle ve daha önceden üretilmiş olanın anlamı ile zenginleşmektedir. Orijinal ve biricik olanın yerine, üretilenin kitlesel varlığının geçtiği kültür ve sanat ortamındaki güncel soru fiziki olarak biricik olanı üretmek değil, varolan ile nasıl tekil bir anlamın nasıl üretilebileceğidir. Tasarım alanında da yeniden anlamlandırılacak imgeler üretmektense, üretilmiş ve anlamın taşıyıcısı olabilen görüntüyü alıntılamak etkili bir yol olarak görülebilir. İ zleyiciye zihinsel bir etkinlik öneren postmodern anlayışın görsel alıntı pratiği bu çerçevede dikkat çekici ve okunma sürecini zenginleştirici bir tavır içermektedir. Görsel alıntı izleyicinin zihninde olan görüntülerden, metinlerden ve bilgilerden yararlanmaktadır. Tasarım ürününün anlamlandırma sürecine dahil olan izleyici, bu çerçevede aktif bir

okuma etkinliğinde bulunmakta, başka bir deyişle anlamın yaratıcısı olarak mesajı benimsemektedir.

Postmodernizmin tasarımcıya getirdiği sanatçı tavrı, müelliflik kavramı ve tasarımcının üretiminin içinde bilgisini ve deneyimini görünür kılabilme şansı, grafik tasarımdaki anlam katmanı yaratmaya yönelik ilk kuramlarla birlikte alıntı pratiğini gündeme getirmiştir. Tasarımcı mesajı eksiksiz ileten bir telgraf memuru olmaktan çıkmış, tasarım sorusunu yeniden tanımlayan, öznel çözümlere öncelik veren, tasarım çözümlerinde kişisel tercihlerini ön plana alan ve üretimlerinde kendisini görünür kılan bir auteur tavrını benimsemiştir.

Bu çerçevede günümüzün görüntü üretiminde öne çıkan unsur; estetik, yeni, birbirine benzer ve yeni anlamlandırılacak görüntüler yerine var olan anlamı yeniden kurgulamak üzerine hareket etmektir. Alıntı, estetik görüntüden çok anlam içeren, bilgi taşıyan, bir izlenim ve etki uyandıran görüntüleri bir başka deyişle politik görüntüleri kullanmayı önermektedir.

İroni üzerinden şekillenen alıntı pratiği yarattığı gerilimle etki oluşturmakta, gelişen masaüstü yayıncılığı ve üretim teknolojilerindeki değişim ile geniş bir görsel sözlüğü tasarımcının kullanımına sunmaktadır. Alıntılama izleyiciyi sadece yeniden anlamlandırmaktan kurtarmamakta, aynı zamanda bilgi gerektiren yapısı ve ironi üzerinden kurduğu zihinsel etkileşimle akılda kalıcılığı arttırmakta ve kültürün nesne ve öğelerini yaşatmaya devam etmektedir.

Tarihsel olan ile bağlarımızın koptuğu günümüzde görüntüleri alıntılamak görsel bir antropolojik tavır içeren politik bir etkinliktir. Bir görüntünün tarihsel bağlamına sadık kalarak ve taşıdığı anlamı kullanarak, basitçe yan yana getirilen iki öğe, direkt kurgulanan bir mesajın yanı sıra metaforları, yan anlamları, izlenimleri, görüşleri, duyguları, öngörü ve önyargıları, hayalgücünü, kısaca izleyicinin bilgi ve sezgisiyle paralel yeni okumaları gündeme getirmektedir.

Bu çerçevede alıntı pratiği ile görüntü üretimi sadece iletilecek bir düz metni değil bir tür görsel şiiri ifade etmektedir.

KAYNAKÇA

ADANIR, Oğuz, **İşitsel ve Görsel Anlam Üretimi,** İstanbul, +1 Kitap Yayınevi, 2001

AKAY, Ali, **Postmodern Görüntü**, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2002

AKAY, Ali, **Sanatın Durumları**, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2005

ANTMEN, Ahu, **20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar,** İstanbul, Sel Yayıncılık, 2008

ARNHEIM, Rudolf, **Görsel Düşünme,** İstanbul, Metis Yayınları, 2007

ARTUN, Ali, **Sanat, Cinsiyet**, Editör: Ali Artun, Sanathayat Dizisi, İstanbul, İletişim Yayınları, 2008

ARTUN, Ali, **Sanatçı Müzeleri,** Editör: Ali Artun, İstanbul, İletişim Yayınları, 2005

ASSMANNN, Jan, **Kültürel Bellek,** İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2001

BARNARD, Malcolm, **Sanat Tasarım ve Görsel Kültür,** Ankara, Ütopya Yayınları, 2002

BARTHES, Roland, **S/Z,** İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1996

BARTHES, Roland, **Yazı Üzerine Çeşitlemeler, Metnin Hazzı**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2006

BATUR, Enis, **Modernizmin Serüveni,** İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2002

BAUDELAIRE, Charles, **Modern Hayatın Ressamı**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2003

BAUDRILLARD, Jean, **Sanat Komplosu,** İstanbul, İletişim Yayınları, 2010

BAUDRILLARD, Jean, **Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm**, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2002

BAUDRILLARD, Jean, **Tüketim Toplumu**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2008

BAUMAN, Zygmunt, **Modernlik ve Müphemlik**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2003

BECER, Emre, **Modern Sanat ve Yeni Tipografi,** Ankara, Dost Yayınevi, 2007

BEKTAŞ, Dilek, **Çağdaş Grafik Tasarımının Gelişimi,** İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1992

BENJAMIN, Walter, **Pasajlar,** İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2004

BERMAN, Marshall, **Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor**, İstanbul, İletişim Yayınları, 1994

BOCOCK, Robert Bocock, **Tüketim**, Ankara, Dost Kitabevi, 2005

BOURRIAUD, Nicholas, **Postprodüksiyon**, İstanbul, Bağlam Yayınları, 2004

BUCHHOLZ, Elke Linda, ZIMMERMAN, Beate, **Pablo Picasso, Hayatı ve Eserleri,** Çeviren: Mine Dumanoğlu, İstanbul, Literatür Yayıncılık, 2005

BURNETT, Ron, **İmgeler Nasıl Düşünür,** İstanbul, Metis Yayınları, 2007

CONNOR, Steven, **Postmodernist Kültür**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2001

CRARY, Jonathan, **Gözlemcinin Teknikleri, 19. Yüzyılda Görme ve Modernite Üzerine**, İstanbul, Metis Yayınları, 2004

DANTO, Arthur C., **Sanatın Sonundan Sonra,** İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010

DEBORD, Guy, **Gösteri Toplumu**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1996

DOLTAŞ, Dilek, **Postmodernizm ve Eleştirisi**, İstanbul, İnkılap Yayınevi, 2003

DUBEN, İpek Aksüğür, ŞENGEL, Deniz, **Çağdaş Düşünce ve Sanat,** İstanbul, Plastik Sanatlar Derneği Yayın Dizisi, 1991

ERKMEN, Bülent**, 93/94 Çalışmaları,** İstanbul, 1994

FEATHERSTONE, Mike, **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü,** İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2005

FISKE, John, **İletişim Çalışmalarına Giriş,** Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2003

FOSTER, Hal, **Tasarım ve Suç**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2004

FOUCAULT, Michel, **Kelimeler ve Şeyler,** Ankara, İmge Kitabevi, 2001

GAVI, Phillipe, LAUDIER, Benoit, **İsyankar Yüzyıl,** İzmir, Sel Yayıncılık, 2004

GOTTDIENER, Mark, **Postmodern Göstergeler**, Ankara, İmge Kitabevi, 2005

HARVEY, David, **Postmodernliğin Durumu,** İstanbul, Metis Yayınları, 2003

KÜÇÜK, Mehmet, **Modernite Versus Postmodernite,** Ankara, Vadi Yayınları, 2000

LEPPERT, Richard, **Sanatta Anlamın Görüntüsü İmgelerin Toplumsal İşlevi,** İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2002

LEFEBVRE, Henry, **Modern Dünyada Gündelik Hayat,** İstanbul, Metis Yayınları, 1998

LYNTON, Norbert, **Modern Sanatın Öyküsü,** İstanbul, Remzi Kitabevi, 1991

MARCUS, Greil, **Ruj Lekesi, Yirminci Yüzyılın Gizli Tarihi,** İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1999

MUTLU, Erol, **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Ark Yayınları, 1998

OKTAY, Ahmet, **Postmodernist Tahayyüle İtirazlar,** İstanbul, İnkılap Kitabevi, 2000

RICOEUR, Paul, **Yorum Teorisi, Söylem ve Artı Anlam,** İstanbul, Paradigma Yayıncılık, 2007

RİFAT, Mehmet, **XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları, 2. Temel Metinler,** İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2005

ROBINS, Kevin, **İmaj, Görmenin Kültür ve Politikası,** İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1999

SARUP, Madan, **Post-yapısalcılık ve Postmodernizm**, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 2004

SÖZEN, Metin, TANYELİ, Uğur, **Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1992

VIRILIO, Paul, **Enformasyon Bombası,** İstanbul, Metis Yayınları, 2003

YOUNG, Tricia Henry, **Punk, Bir Alt Kültürün Oluşumu**, İstanbul, Dost Kitabevi, 1999

ZEKA, Necmi, **Postmodernizm**, İstanbul, Kıyı Yayınları, 1990

YABANCI DİLDE KAYNAKÇA

ADES, Dawn, **Photomontage,** London, Thames and Hudson, 1986

ALLOWAY, Lawrence, **American Pop Art,** New York, Macmillan Publishing Co., 1974

ARMSTRONG, Hellen, **Graphic Design Theory,** New York, Princeton Architectural Press, 2009

BARNARD, Malcolm, **Graphic Design as Communication,** New York, Routledge, 2007

BENNET, Audrey, **Design Studies Theory and Research in Graphic Design,** New York, Princeton Architectural Press, 2006

BIERUT, Michael, DRENTTEL, William, HELLER, Steven, HOLLAND, DK, **Looking Closer, Critical Writings on Graphic Design,** New York, Allworth Press, 1994

BIERUT, Michael, HELFAND, Jessica, HELLER, Steven, POYNOR, Rick, **Looking Closer 3**, New York, Allworth Press, 1999

BIERUT, Michael, DRENTTEL, William, HELLER, Steven, **Looking Closer 5,** New York, Allworth Press, 2006

BIERUT, Michael, **Seventy-nine Short Essays on Design,** New York, Princeton Architectural Press, 2007

BLACKWELL, Lewis, CARSON, David, **The End Of Print: The Grafik Design of David Carson**, San Francisco, Revised Edition Blackwell, Chronicle Books, 2000

BRIGADIER, Anne, **Collage a Complete Guide for Artists**, Newyork, Watson-Guptill Publications, 1972

DUNCOMBE, Stephen, **Notes from Underground Zines and the Politics of Alternative Culture**, New York, Verso, 1997

ESKILSON, Stephen J., **Graphic Design a New History,** London, Laurence King Publishing, 2007

GOMEZ PALACIAO, Bryony, VIT, Armin, **Graphic Design Referenced,** Massachussets, Rockport Publication, 2009

HELLER, Steven, **The Education of a Graphic Designer,** New York, Allworth Press, 1998

HELLER, Steven, **Design Literacy, Understanding Graphic Design,** New York, Allworth Press, 2004

HELLER, Steven, LASKY, Julie, **Borrowed Design, Use and Abuse of Historical Forms,** New York, Van Nostrand Reinhold, 1993

HELLER, Steven, VIENNE, Veronique, **Art Direction Explained, at Last,** London, Laurence King Publishing, 2009

KRESS, Gunther, LEEUWEN, Theo van, **Reading Images, The Grammer of Visual Design,** New York, Routledge, 2007

LAVIN, Maud, **Clean New World,** Massachusetts, MIT Press, Cambridge, 2001

LAVIN, Maud, MICHELSON, Anette, **Montage and Modern Life, 1919-1942,** Boston, The MIT Press, 1992

LALIBERTE, Norman, MOGELON, Alex, **Collage, Montage, Assemlage, History and Contemporary Techniques,** Canada, Van Nostrand Reynhold Company

MARGOLIN, Victor, BUCHANAN, Richard, **The Idea of Design,** London, MIT Press, 1996

MIRZOEFF, Nicholas, **An Introduction to Visual Culture,** London, Routledge, 2006

POLANO, Sergio, VETTA, Pierpaolo, **Abc of 20th-Century Graphics**, Milano, Phaidon, 2003

POYNOR, Rick, **No More Rules, Graphic Design and Postmodernism**, London, Laurence King Publishing, 2003

SCHER, Paula, **Make it Bigger,** New York, Princeton Architectural Press, 2005

STURKEN, Marita, CARTWRIGHT, Lisa, **Practices of Looking an Introduction to Visual Culture,** New York, Oxford University Press, 2001

WARNCKE, Carsten Peter, WALTHER, Ingo F., **Picasso,** Köln, Taschen, 2002

MAKALE

Art-ist Güncel Sanat Dergisi, *"Tanımlar"*, **Situasyonist International,** Yıl: 1, No: 1, İstanbul, Haziran 2004, s. 279

BEYKAL, Canan, *"Dada Akımı"*, İstanbul, **Sanatsanat Dergisi,** Sonbahar 2003, s. 11

BONNEL, Bill**,** *"Amerika'da Postmodern Grafik"*, Çeviren: Sadık Karamustafa**,** **Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar**, İstanbul, GMK Yayınları, Sayı: 7, Mayıs 1988

ERZEN, Jale, *"Kopya"*, **Arredamento Mimarlık**, İstanbul, 2002, Şubat Sayısı, s. 60

GILL, Bob, *"Grafik Tasarım Hakkında Bildiğiniz Bütün Kuralları Unutun"*, Çeviren: Serdar Erener, **Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar,** İstanbul, GMK Yayınları, Mart 1988, Sayı: 5

HELLER, Steven, *"Katherine McCoy"*, Çeviri: Mine Haydaroğlu, **Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar,** İstanbul, GMK Yayınları, Eylül 1995, Sayı: 71

HUTCHEON, Linda, *"İroni, Nostalji ve Postmodern"*, **Cogito**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, Sayı: 57, Kış 2008, s. 211-230

KAPLANOĞLU, Lütfü, *"Sanatsal Bir değer Olarak Kolaj***", Sanat, Atatürk Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi,** Sayı: 13, Yıl: 2008

KUSPİT, Donald, *"Görecelilik Çağında Sanatın Düzenleyici Kuralı: Kolaj"*, Çeviren: Dilek Türkmenoğlu, **rh+ Sanat,** Sayı: 45, Kasım 2007, s. 73

MADRA, Beral, *"Staeck'in Afişleri Ne Anlatıyordu?"*, **Hürriyet Gösteri,** Ocak 1994, Sayı: 158

"Neville Brody", **Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar**, İstanbul, GMK Yayınları, Temmuz, Sayı: 9

PEDERSEN, Martin B., Çeviren: Çağla Turgul, *"Bir Tasarımcı Bir Kaşıktan Bir Kente Kadar Her Şeyi Tasarlayabilmeli"*, **Dedi ki,** İstanbul, Sayı: 1, Grafikerler Meslek Kuruluşu Yayınları, 2002

POYNOR, Rick, *"Orada da Bulundum, Onu da Gördüm, Yarın Yapıyorum"*, **Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar**, İstanbul, GMK Yayınları, Ocak 1995, Sayı: 69

RODCHENKO, Alexander, *"The Line, 1921"*, **Rodchenko and Popova: Defining Constructivism,** London, Tate Publishing, 2009

"Yeni Dalga'nın Kraliçesi: April Greiman", Çeviri: Cem Çetin, Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar, İstanbul, GMK Yayınları, Sayı: 18

TEZLER

BAYRAK, Bengisu, **Fotoğraf, Resim, Sinema ve Video Sanatının Devinimli İlişkisi: Alıntılama ve Anlamlandırma**, Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı, 2008

ERGAZ, Erdem Ergaz, **Postmodern Teorinin Günümüz Estetik Söylem ve Pratiği Üzerine Getirdiği Açılımlar**, İstanbul, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Resim Ana Sanat Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2005

ERGİN, Zeynep, **Postmodern ve Tarihsel Eski Üzerine Çağdaş Çözümleme,** İstanbul, T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Resim Ana Sanat Dalı, Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi
1995

RADAU, Zümrüt, **Sanat Yapıtlarında Alıntı,** İstanbul, T.C. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Resim Anabilim Dalı, Resim Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 1993

YAĞCI, Murat, **Yazılı Kültürün Düşüşü, Sözlü Kültürden Yazılı Kültüre ve Elektronik Kültüre Geçiş Süreçlerinde Düşünsel ve Toplumsal Değişimler,** Ankara, T.C. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkbilim Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2005

İNTERNET KAYNAKLARI

AKTULUM, Kubilay, *"Yansılama-Parodi"* http://www.serinselvi.com/forum/index.php?topic=179.0, Erişim: Eylül 2009

HARVEY, David, *"Postmodernizme Bir Bakış"*, http://www.birikimdergisi.com/birikim/dergiyazi.aspx?did=1&dsid=47&dyid=1474, Erişim: Mart 2010

"Graphic Design Rips Offs or Inspiration" http://justcreativedesign.com/2008/02/20/graphic-design-plagiarism-rip-offs/ Erişim: Şubat 2010

http://dieselation.com/?tag=saul-bass

http://dieselation.com/?tag=appropriation

http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=pasti%FE&ayn=tam, Erişim: Ekim 2009

http://tdkterim.gov.tr/?kelime=parodi&kategori=terim&hng=md, Erişim: Mayıs 2009

http://tobatheinfilmicwaters.com/2009/09/18/list-magnificent-movie-posters-volume-6/

http://worldfamousdesignjunkies.com/album-art/extreme-graphic-design-plagiarism/

"Milton Glaser on Shephard Fairey" http://www.printmag.com/design_articles/MiltonGlaseronShepardFairey/tabid/492/Default.aspx, Erişim: Kasım 2010

KEEDY, Jeffery, *"Graphic Design in the Postmodern Era"*, Émigré, 1998, Sayı: 47
http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=20, 1998, Erişim: Ekim 2009

VANDERLANS, Rudy, *"Radical Commodities"*,
http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=1&id=17, Erişim: Ekim 2010

www.designishistory.com

UYGULAMA PROJESİ İÇİN KAYNAKÇA

AHISKA, Meltem, YENAL, Zafer, **Aradığınız Kişiye Şu An Ulaşılamıyor, Türkiye'de Hayat Tarzı Temsilleri 1980-2005,** İstanbul, Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma Merkezi, 2006

AKÇURA, Gökhan, **Aşk Kitabı,** İstanbul, Om yayınları, 2003

CANTEK, Levent, **Cumhuriyetin Büluğ Çağı, Gündelik Yaşama Dair Tartışmalar,** İstanbul, es İletişim Yayınları, 2008

CANTEK, Levent, **Türkiye'de Çizgi Roman,** İstanbul, İletişim Yayınları, 2002

CAYMAZ, Birol, **Türkiye'de Vatandaşlık, Resmi İdeoloji ve Yansımaları,** İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2008

EMİNOĞLU, Münevver, **Bir Yurttaş Yaratmak,** İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1998

GÜRBİLEK, Nurdan, **Kötü Çocuk Türk,** İstanbul, Metis, 2004

GÜRBİLEK, Nurdan, **Vitrinde Yaşamak, 1980'lerin Kültürel İklimi,** İstanbul, Metis, 2001

İNANOĞLU, Türker**, 5555 Afişle Türk Sineması,** İstanbul, Kabalcı, 2004

KABACALI, Alpay, **Bilinmeyen Yönleriyle Cumhuriyet Tarihi,** İstanbul, Denizbank Yayınları, 2004

KABACALI, Alpay, **Türkiye'de Matbaa Basın ve Yayın,** İstanbul, Literatür Yayınları, 2000

KAHRAMAN, Hasan Bülent, **Kitle Kültürü, Kitlelerin Afyonu**, İstanbul, Agora, 2003

KAHRAMAN, Hasan Bülent, **Postmodernite ile Modernite Arasında Türkiye,** İstanbul, Agora Kitaplığı, 2007

KANDİYOTİ, Deniz, SAKTANBER, Ayşe, **Kültür Fragmanları**, Türkiye'de Gündelik Hayat, İstanbul, Metis, 2003

KOLOĞLU, Orhan, **Reklamcılığımızın İlk Yüzyılı,** İstanbul, Reklamcılar Derneği Yayınları, 1999

KOZANOĞLU, Can, **Cilalı İmaj Devri, 1980'lerden 90'lara Türkiye ve Starları**, İstanbul, İletişim Yayınevi

KOZANOĞLU, Can, **Pop Çağı Ateşi,** İstanbul, İletişim Yayınevi

KOZANOĞLU, Can, **Yeni Şehir Notları,** İstanbul, İletişim, 2001

MERTER, Ender, **Müsellesten Üçgene,** İstanbul, Tür Tanıtım Reklam Hizmetleri, 1998

OĞUZ KILIÇ, AYLİN, **Fedakar Eş, Fedakar Yurttaş,** İstanbul, Kitap Yayınevi, 2007

ÖDEKAN, Ayla, **Cumhuriyet'in Renkleri Biçimleri,** İstanbul, Tarih Vakfı Yayınları, 1999

ÖZYÜREK, Esra, **Hatırladıkları ve Unuttuklarıyla Türkiye'nin Toplumsal Hafızası,** İstanbul, İletişim Yayınları, 2001

ÖZYÜREK, Esra, **Modernlik Nostaljisi, Kemalizm, Laiklik ve Gündelik Hayatta Siyaset,** İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 2007

SAKAOĞLU, Necdet, AKBAYAR, Nuri, **Binbir Gün Binbir Gece,** İstanbul, Denizbank Yayınları, 1999

SANCAR, Serpil, **Erkeklik: İmkansız İktidar**, İstanbul, Metis, 2009

TANYELİ, Uğur, **Üç Kuşak Cumhuriyet,** İstanbul, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, 1998

TUNÇ, Ayfer, **Bir Maniniz Yoksa Annemler Size Gelecek,** İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2001

TÜSTAV, **1 Mayıs İlk Dileğimiz,** İstanbul, Türkiye Sosyal Tarih Araştırma Vakfı, 2006

SÜRELİ YAYINLAR

Grafik Sanatı Dergisi, 1986, Sayı: 7

Albüm Dergisi, İstanbul, Sayı: 5, Haziran 1998

Albüm Dergisi, İstanbul, Sayı:1, 1 Şubat 1998

ANSİKLOPEDİLER

Sosyalizm ve Toplumsal Mücadeleler Ansiklopedisi, İstanbul, İletişim Yayınları, 1988

Cumhuriyetin 75 Yılı, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1998

Türkiye Ansiklopedisi, İstanbul, Kaynak Yayınları, 1974

RESİM LİSTESİ

Resim 1 Pablo Picasso, Gitar, 1913

Resim 2 Pablo Picasso, Vieux Marc Şişesi, 1913

Resim 3 George Braque, Meyve Tabağı ve Bardak, 1912

Resim 4 Raoul Hausmann, Dada Kazanıyor, 1920

Resim 5 Raoul Hausmann, Tatlin Evinde, 1920

Resim 6 George Grosz, John Heartfield, Dada-merica, 1932

Resim 7 Hannah Höch, Dada Panorama, 1919

Resim 8 John Heartfield, Tereyağ Bitti, 1935

Resim 9 John Heartfield, Hitler Selamının Anlamı, 1932

Resim 10 John Heartfield, On Yıl Sonra: Babalar ve Oğulları, 1924

Resim 11 Kurt Schwitters, Merzbild 25A, 1920

Resim 12 Alexander Rodchenko, Pro Eto, 1923

Resim 13 Gustav Klutsis, 1 Mayıs, 1930

Resim 14 Gustav Klutsis, Let's Fulfill the Plan of Great Works, 1930

Resim 15 Guy Debord, Asger Jorn, Memories, 1959

Resim 16 Guy Debord, Asger Jorn, Memories, 1959

Resim 17 Richard Hamilton, Bugünün Evlerini Bu Denli Farklı Bu Denli Cazip Kılan Nedir?, 1956

Resim 18 Klaus Staeck, Kuzey-Güney Konferansı, 1979

Resim 19 Klaus Staeck, Ronald Reagan, 1980

Resim 20 Fanzin, Rotten, 1979

Resim 21 Jamie Reid, Sex Pistols, God Save the Queen Albüm Kapağı, 1977

Resim 22 Fanzin, Sniffin'Glue, Sayı: 4, 1976

Resim 23 Wolfgang Weingart, Didacta Eurodidac, 1981

Resim 24 Wolfgang Weingart, The Swiss Poster, 1984

Resim 25 Wolfgang Weingart, Tipografik Yöntem, No 4, 1971- 1972

Resim 26 Wolfgang Weingart, Tipografik Yöntem, No 5, 1971- 1974

Resim 27 Katherine McCoy, Cranbrook Poster, 1989

Resim 28 Katherine McCoy, Cranbrook Poster, 1989

Resim 29 Elliot Earls, Dysphasia, Konuşma Bozukluğu 1995

Resim 30 April Greiman, Jayme Orgers, Wet Dergi Kapağı, 1979

Resim 31 April Greiman, Hibrit Görseller, 1990 yılında basıldı

Resim 32 April Greiman, California Sanat Enstitüsü, Kitapçık Kapağı, 1979

Resim 33 April Greiman, Design Quarterly Dergi için Poster, 1986

Resim 34 Dan Friedman, Yale Senfoni Orkestrası, Poster, 1973

Resim 35 Dan Friedman, Typografische Monatsblatter Dergi Kapağı, 1971

Resim 36 Neville Brody, Nike, İlan

Resim 37 Neville Brody, Font Tasarımı, Blur

Resim 38 David Carson, Ray Gun Dergi, Sayı: 55

Resim 39 David Carson, Kitap Kapağı, 2003

Resim 40 AIDS Aktivistlerinin Sembolü

Resim 41 Joost Schmidt, Poster, 1923

Resim 42 Hilary Stanton Zunin'in şiiri için görsel düzenleme

Resim 43 Karl Klefisch, Albüm Kapağı, 1978

Resim 44 El Lissitzky, About 2, 1922

Resim 45 Neville Brody, The Face Dergisi Sayfa Tasarımı, Sayı 23, 1982

Resim 46 Pul Tasarımı, 1961

Resim 47 Konser Posteri, 2010

Resim 48 Malcolm Garret, A Different Kind of Tension Albüm Kapağı, Buzzcocks, 1979

Resim 49 El Lissitzky, Beyazları Kızıl Kamalarla Vurmak, 1919

Resim 50 Franz Ferdinand "This Fffire" Albüm Kapağı, 2004

Resim 51 Alexander Rodchenko, Poster, 1924, Lilya Brick

Resim 52 Rick Costey, Franz Ferdinand Albüm Kapağı, 2005

Resim 53 Herbert Matter, Poster, 1934

Resim 54 Paula Scher, Poster, 1986

Resim 55 Herbert Matter, Poster, 1935

Resim 56 Paula Scher, Poster, 1986

Resim 57 Paula Scher, The Best of Jazz Poster, 1979

Resim 58 Saul Bass, Poster, 1959

Resim 59 Lee Daniels, Poster, 2009

Resim 60 GNCTRKCLL Kampanya Logosu, 2006

Resim 61 Josef Muller Brockmann, Poster, 1960

Resim 62 Shepard Fairey, Poster, 2006

Resim 63 James Montgomery Flagg, Seni Amerikan Ordusu İçin İstiyorum, 1917

Resim 64 Steve Horn, Fotoğraf / Larry Dunst, Tasarım, Committe to Help Unsell the War, 1971

Resim 65 Stephen Kroninger, George Amca Seni İstiyor, 1991

Resim 66 Uwe Loesch, Bu Sizin Probleminiz, Poster, 1989

Resim 67 Bülent Erkmen, Cadı Kazanı, 1994

Resim 68 Bülent Erkmen, Poster, 1994

Resim 69 Bülent Erkmen, Poster, 1994

Resim 70 Bülent Erkmen, Poster, 1994

Resim 71 Bülent Erkmen, Poster, 1994

Resim 72 Selçuk Milar, Demokrat Parti için seçim afişi, 1950

Resim 73 Mickey Mouse, Disney Animasyon Karakteri

Resim 74 Ronald McDonald

Resim 75 Nick Ut, Vietnam, Haziran 1972

Resim 76 Banksy

Resim 77 Atelier Populaire, Poster, Gelecek kaygısından fazlasıyla nasibini almış bir gençlik, 1968

Resim 78 Didem Dayı, Faşizm Söylemeyi Yasaklamak Değil Söylemeye Zorlamaktır, 2008

Resim 79 Paula Scher, Terry Koppel, Great Beginning, Kitap Tasarımı, 1984

Resim 80 Paula Scher, Terry Koppel, Great Beginning, Kitap Tasarımı, 1984

Resim 81 Shephard Fairey, Obama poster, 2008

Resim 82 Starbucks Logo

Resim 83 Alışveriş Karşıtı Platform, Logo
Resim 84 Kulüp Rakı Reklam Kampanyası, 2009
Resim 85 Kulüp Rakı Reklam Kampanyası, 2009