Turkish Studies
International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 12/23, p. 151-172
DOI Number: http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.11901
ISSN: 1308-2140, ANKARA-TURKEY

Article Info/Makale Bilgisi
Referees/Hakemler: Prof. Dr. Melda ÖZDEMİR – Doç. Dr. Uğur ATAN

This article was checked by iThenticate.

DEĞİŞEN PARADİGMALARIN GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI LİSANS VE LİSANSÜSTÜ EĞİTİM PROGRAMLARINA YANSIMALARI

Selma KARAAHMET BALCI[*]

ÖZET

Grafik tasarım kavramının tanım ve içerik olarak yeniden ele alınması gerekliliğini savunan bu çalışma ile alan adı için gerekli olan değişimin zorunlu bir olgu olarak incelenmesi gerekliliği vurgulanmıştır. Alan adında oluşan bu değişim görsel iletişim/grafik tasarım eğitimi açısından bakıldığında da bir karışıklık ortamı gözlemlenmiştir. İçerik olarak benzerlik göstermesine rağmen görsel iletişim/grafik tasarım eğitiminin üniversitelerin birçoğunda farklı fakülte ve bölümlerde farklı adlandırmalarla verilmesi bu çalışmanın temel problemleri arasında bulunmaktadır.

Bu çalışma; hem nicel hem de nitel yöntemlerin birlikte kullanılması ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında görsel iletişim/grafik tasarım alanında eğitim veren fakülte ve bölümler incelenmiş ayrıca bu bölümlerde görev yapan öğretim elemanlarına uygulanan bir anket ile alan hakkındaki fikirleri saptanmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulguların da değerlendirilmesi ile amaçlanan sonuç hakkında yorumların yapıldığı bu çalışma 'grafik tasarım' kavramı ile 'görsel iletişim tasarımı' kavramı arasındaki terminoloji sorununu derinlemesine incelemesi bakımından önem taşımaktadır.

20. yüzyılın başında Avrupa sanat ve tasarımını yönlendiren modern sanat hareketlerinin etkisi ile grafik tasarım kavramı ve işlevi de zaman içerisinde değişime uğramaya başlamıştır. Bu yüzyılın ilk yıllarından itibaren insan yaşantısı sosyal, politik, kültürel ve ekonomik anlamda büyük değişimlere uğramış gelişen teknolojinin ve endüstri devriminin etkisi ile görsel iletişim tasarımı kitle iletişiminin en güçlü unsuru haline gelmiştir.

Teknolojik, ekonomik ve ekolojik alanlarda oluşan gelişmeler, sanat ve tasarımda paradigma değişikliklerini beraberinde getirmiştir. Bu yeni paradigmalar ekseninde gelişimini sürdürerek varlığını koruyan görsel

[*] Dr. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, El-mek: selmakaraahmet@gmail.com

iletişim tasarımı ve bu alanda ulusal ve uluslararası düzeyde verilen eğitimin bir analizi olarak çalışma önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Görsel iletişim tasarımı, grafik tasarım, grafik tasarım eğitimi.

REFLECTIONS OF CHANGING PARADIGMS ON THE VISUAL COMMUNICATION DESIGN TO THE UNDERGRADUATE AND POST GRADUATE EDUCATION

ABSTRACT

It has been pointed out that the necessity of examining the change, essential for the name of the department, as a mandatory case along with this study which advocates the necessity of rehashing the concept of graphic design as a definition and content. This change in the name of the field is observed a turmoil in terms of also visual communication and graphic design education. In spite of showing similarities in term of the content, nominating the visual communication and graphic design education under the diverse names in the different departments and faculties of the several universities is among the fundamental problems of this study.

This study is carried out along with using both quantitative and qualitative methods. Within the scope of this study, the faculties and departments which give education in the fields of visual communication and graphic design as well as the opinions of the instructors are tried to be detected with a questionnaire by conducting them. This study in which there are reviews about the intended result with the evaluation of the findings obtained, has an importance in terms of examining in depth the terminology problem between the concept of graphic design and visual communication design.

At the beginning of the twentieth century, along with the impact of the modern art movements which leads the European art and design, the concept and function of the graphic design also have begun to change in time. Since the first years of this century, human life has undergone major changes in social, political, cultural and economic aspects and visual communication design with the influence of changing technology and industrial revolution has become the most powerful element of the mass media.

Advances in the field of technology, economy and ecology have brought the paradigm changes also in art and design. Visual communication design, which survives by continuing its development on the axis of these new paradigms, and this dissertation study, which is an also analysis of the education in the national and international levels, are all important.

STRUCTED ABSTRACT

Graphic design, as a language of visual expression, has become the main communication element in the later 19th and early 20th century in which mass communication exhibits a rapid increase. With the influence

of modern art movements that directed European art and design in the beginning of the 20th century, the concept and function of graphic design has undergone a change over time. In the first years of this century, human life has been driven into a great chaos in social, political, cultural and economic aspects. In reaction to this environment, a series of art movements have been announced by the leading artists through manifestos and these movements have influenced the current art and design processes. What influences the change in visual communication language is differentiating paradigms.

According to Kuhn, who argues that the paradigm is the basis of scientific inquiry, "To have a mental or conceptual model in a subject means to have a paradigm in that subject. When evaluated in this context, the differentiation of the paradigms in the field of graphic design started in 1930's and continued to 1980's as a result of visual, communicational, sociological, economical, technological, cultural, ecological, educational etc. factors.

The concept and content of graphic design needs to be redefined and structured. Instead of the term "graphic design", the term "visual communication design" is found appropriate. Visual communication design is a creative process of organizing and visualizing the text and imaging elements on two or three dimensional surfaces and all digital media in order to transmit information to a predetermined audience in the direction of planned marketing purposes and strategies for a product, service, idea or organization.

The major problem in the field of Graphic Design / Visual Communication Design is the chaos that is experienced in graphic design teaching. Courses being taught in visual communication design education in different state and foundation universities affiliated to the Higher Education Institution differ from faculty to faculty and from department to department. These courses both differ in terms of course name and show inconsistency in their contents. In fine arts, fine arts and design, fine arts design and architecture, arts and design or communication faculties, there are departments called as graphic design, graphic arts, communication design and visual communication design. On the other hand, in some newly founded faculties, there are some departments still providing training under the name of graphic design or graphic. When naming the faculty, the area of expertise of the faculty members working in these departments is also one of the elements that determine the boundaries.

The revision of the design training programs offered at universities to train a visual communication designer with versatile skills and intellectual sensitivity is also needed. In our country, visual communication design training program is offered in approximately 80 universities under different faculty and department names. But, to what extend does the education policies of these universities accord with the changing paradigms? In the curricula of the universities which are designed to provide the visual communication designers with the ability to identify the problems that they face and to produce creative, functional and environmentally-friendly solutions that meet their content, target mass and universal norms, substantial qualitative and planned working processes should be realized in the names of departments and courses

and the contents of training and various sharing should be extended through agreements.

At first, with the great influence of technology, innovations have occurred in the field of design, and different forms of expression have been included in design processes. With the influence of the changing paradigms, design education has acquired a different dimension. Because of the economic, ecological, cultural and technological factors that force this change, the department and course names, content, and methods of conducting the courses in the undergraduate and graduate education at universities should be reviewed and restructured about every three years. As a result of these constructions, designers can be trained to meet the necessities of the time.

With the aesthetic concern occurring in visual communication design in late 19th century, the concept of graphic design has changed its function. "Graphic design has become much more valuable than the products being advertised" (Berman, 2009: 85). As a result, the designer now works on a mission beyond being a product promoter. With the method he uses and the visual language he chooses, the designer plays an important role in mass communication. "Visual literacy" is defined as the ability to read visual messages- "as different languages are influenced extensively by cultural content "(Young, 2003: 37). Therefore, now the visual communication designer should be able to use a universal visual language and also should be aware of the cultural differences. For a good visual communication designer who is aware of environmental conditions and the bringing of cultural diversity, educational environment has become very important.

In Turkey, visual communication design education differs from those examples abroad. These differences vary in the context of paradigms that differ in each culture. One of the main problems is the effort to repeat Europe away from a critical point of view. Since the paradigms vary greatly from culture to culture, it is necessary to develop methods suited to these differences. The visual language is so flexible that it can be read differently in every society. Each country has its own verbal language as well as its own visual language. The first step towards resolving this problem in our country should be to restructure the undergraduate and graduate education program in universities in a way that is appropriate for the society and at the same time in line with European standards.

In this study, mixed method, a combination of qualitative and quantitative methods, was used. In the qualitative part of the study, undergraduate and graduate education programs of graphic design / visual communication design in Turkey and abroad, and their development in the historical process were examined and the literature on graphic design training programs were reviewed comprehensively. For the evaluation of numerical data concerning visual communication design departments of universities in Turkey and course catalogs, graphic design training programs in Turkey and abroad were reached and examined. In the quantitative part of the study, the screening method was used. In order to provide an insight to the study, a questionnaire was applied to the instructors and titles in these departments. The results

were converted into numerical data and analyses were presented with comments.

In conclusion, this study which investigates the Reflections of Visual Communication Design on Undergraduate and Postgraduate Curriculum in the Changing Paradigms, primarily deals with the terminology problem in the field of graphic / visual communication design. We studied the new paradigms emerging in the field of art and design in the axis of consumption culture in end of 19th century and the modern art movement in the 20th century and the necessity of using the term "visual communication design" rather than "graphic design" in this age as a result of these paradigms.

The terminology problem with graphic / visual communication design also is experienced in the educational environment. Within the scope of this study, graphic / visual communication design education offered from many universities in Turkey and abroad was examined within the context of faculties, departments and courses and the results were presented in detail.

A questionnaire was applied to the instructors teaching graphic / visual communication design courses at various universities in Turkey and the opinions of the instructors were obtained and the results were analyzed using a SPSS program.

Courses in visual communication design education in different state and foundation universities affiliated to the Higher Education Institution differ from faculty to faculty and from department to department. These courses both differ by their names and their contents. (Same results were found in the faculties of the universities abroad). In fine arts, fine arts and design, fine arts design and architecture, arts and design or communication faculties, there are departments called as graphic design, graphic arts, communication design and visual communication design. On the other hand, in some newly founded faculties, there are some departments still providing training under the name of graphic design or graphic. On the other hand, in some newly founded faculties, there are some departments still providing training under the name of graphic design or graphic.

The necessity of revising the design education programs offered at universities in order to train a visual communication designer with versatile skills and intellectual sensitivity is indicated in this study.

Versatile, equipped and sensitive visual communication designers who are able to identify the problems that they may face in the fields related visual communication environments and who can produce creative, functional and environmentally-friendly solutions to the content, target mass and universal norms should be trained. Therefore, substantial qualified and planned working processes in department names, course names and contents of all programs offered by the universities providing academic education at the academic level should be done and various sharing should be extended through agreements.

At first, with the changes in technology and sense of consumption, innovations have occurred in the field of design, and different forms of expression have been included in design processes. With the influence of the changing paradigms, design education has acquired a different

dimension. Because of the economic, ecological, cultural and technological factors that force this change, the department and course names, content, and methods of conducting the courses in the undergraduate and graduate education at universities should be reviewed and restructured about every three years. As a result of these constructions, designers can be trained to meet the necessities of the time.

To train the designers who can meet the necessities of the time and the future, "the special talent examination had been held until 2016 but then it was abolished for departments of visual communication design with a new decision taken by the Higher Education Institution in 2016. As a result of this decision, despite the wishes of the instructors to replace the concept of graphic design by visual communication design, it will not be possible to update the names of the departments to receive student with the special talent examination.

In order to eliminate the problems related to outdated contents of the courses and department names and chaos in the terminology, it was argued in this study that student admission to this department should be conducted with "the special talent examination" as it used to be.

Visual communication design education in Turkey is different from those examples of abroad. These differences vary in the context of paradigms that differ in each culture. One of the main problems is the effort to repeat Europe away from a critical point of view. Since the paradigms vary greatly from culture to culture, it is necessary to develop methods suited to these differences.

The visual language is so flexible that it can be read differently in every society. Each country has its own verbal language as well as its own visual language. The first step towards resolving this problem in our country should be to restructure the undergraduate and graduate education program in universities in a way that is appropriate for the society and at the same time in line with European standards.

Keywords: visual communication design, graphic design, graphic design education

1.Giriş

Kitle iletişiminin hızlı bir yükselişte olduğu 19. Yüzyılın sonu ile 20. Yüzyılın başlarına denk gelen süreçte görsel anlatım dili olarak grafik tasarım, başlıca iletişim unsuru haline gelmiş ve William Morris'in 19. yüzyılın sonuna doğru, endüstri devriminin, sosyal, ahlaksal ve sanatsal karmaşasına karşı çıkış olarak Arts and Crafts (Sanatlar ve El Sanatları) hareketini başlatmasıyla da estetik ve işlev bir araya getirilmiştir.

20. yüzyılın başında Avrupa sanat ve tasarımını yönlendiren modern sanat hareketlerinin etkisi ile grafik tasarım kavramı ve işlevi de zaman içerisinde değişime uğramaya başlamıştır. Bu yüzyılın ilk yıllarında insan yaşantısı sosyal, politik, kültürel ve ekonomik anlamda büyük bir kaosa sürüklenmiştir. Bu ortama tepki olarak bir dizi sanat hareketi öncü sanatçılar tarafından manifestolar aracılığıyla duyurulmuş ve mevcut sanat ve tasarım süreçlerini etkilemiştir.

Özellikle 1930'lu yıllardan itibaren endüstriyel bir dünya için geliştirilen yeni dünya görüşünün ifade aracı olarak grafik tasarım ve tipografi ağırlık kazanmaya başlamıştır. 20 yıllık bu yenilikler döneminde, sanatçı, filozof, şair ve yazarlar beraberce, grafik tasarım için tamamıyla yeni

bir görsel dil yaratmışlardır. Modern sanat hareketlerinin bazıları; Fovizm ve Alman Dışavurumculuğu, grafik tasarıma pek etki etmemekle beraber, bazıları da; Kübizm, Dada, Sürrealizm, De Stijl, Suprematizm ve Konstruktivizm grafik dilin biçimini ve çağımızdaki görsel iletişimi doğrudan etkilemişlerdir (Bektaş, 1991: 39).

Çağımızda varlığını sürdüren görsel iletişim dilinin değişmesine etki eden farklılaşan paradigmalardır. Paradigmanın bilimsel sorgulamanın temeli olduğunu savunan Kuhn'a göre "Bir konuda zihinsel veya kavramsal modele sahip olmak demek o konuda bir paradigmaya sahip olmak demektir. Bilim adamlarının hangi deneyleri nasıl yapacaklarını, hangi sorunları öncelikli kabul edeceklerini, hangi soruları soracaklarını belirleyen şey sahip oldukları paradigmalardır" (Güneş, 2003:52). Bu bağlamda değerlendirildiğinde grafik tasarım alanındaki paradigmaların farklılaşması aslında 1930'lu tarihlerden başlayarak yaklaşık 1980'li yıllara kadar, kitlelerle görsel iletişim açısından yeterli olabilen bir sistem halinde iken; sosyolojik, ekonomik, teknolojik, kültürel, ekolojik, eğitim vb. etmenler nedeniyle olmuştur.

Grafik tasarım, kavram ve içerik olarak yeniden tanımlanması ve yapılandırılması zorunlu bir olgu olmaya başlamıştır ve tasarımcılar tarafından grafik tasarım yerine görsel iletişim tasarımı adlandırmasının kullanılması uygun bulunmuştur. Görsel iletişim tasarımı bir ürün, hizmet, fikir ya da kuruluşa ilişkin planlanmış pazarlama amaçları ve stratejileri doğrultusunda bilgi iletimini daha önceden belirlenmiş bir hedef kitleye iletmek amacıyla iki ya da üç boyutlu yüzeyler üzerinde ve tüm dijital ortamlarda yazı ve görüntü öğelerinin organize edilerek görselleştirilmesini ve çeşitli medya araçları ile iletimini içeren yaratıcı bir süreci kapsamaktadır.

Grafik Tasarım Dernekleri Uluslararası Konseyi (ICOGRADA), 2000 yılında Seul'de yayınladığı manifestosunda grafik tasarım teriminin görsel iletişim tasarımı olarak kullanılması konusunda bilgilendirmeler yapmış ve gereken değişiklileri ifade etmiştir. "Grafik tasarım" terimi teknolojik olarak yetersiz kalmaktadır. Görsel iletişim tasarımı terimi yapılan işi daha iyi ifade etmektedir. Görsel iletişim tasarımı, birçok disipline ait terminolojiyi ve yaklaşımı, çok katmanlı ve derinlemesine bir yeterlilikle birleştiren bir meslek haline gelmiştir. Disiplinler arasındaki sınır giderek daha akışkan bir yapıya bürünmektedir (www.icograda.org, 2000).

ICOGRADA'nın açıkladığı değişimlere bağlı olarak tasarımcıdan beklentiler de farklılaşmıştır. Postmodernizm ile birlikte fikirlerin ve çizgilerin esnemesiyle grafik tasarım kavramı artık tam manasıyla işlevini ifade edemeyecek hale gelmiştir. Bu durumun sonucunda ise öncelikle bu alanın adının değişikliği gündeme gelmiştir, iletişim tasarımı, görsel iletişim tasarımı gibi değişik adlandırmalar ile arayışlar başlamıştır.

Tüm bu arayışlar eşliğinde grafik tasarım eğitimi de değişime gitmelidir. "Görsel iletişim tasarımının ve tasarım eğitiminin yapısı, tasarımcının kimliği, toplumsal, ekonomik, kültürel ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak sürekli değişiyor" (www.icograda.org, 2011). ICOGRADA'nın Dünya İletişim Tasarımı Günü olarak kutlanan 27 Nisan'da yayınladığı manifestolarda değişen paradigmaları ve bu değişime zorlayan etmenleri incelemiş ve açıklamıştır.

Tüm dünyada 'grafik tasarım' teriminin yapılan gerçek işi artık karşılamadığı düşüncesi gündeme gelmiş ve bunun yerine 'görsel iletişim tasarımı' kavramının gerekliliği tartışılmıştır.

1.1.Problem

Yükseköğretim Kurumu'na bağlı çeşitli devlet ve vakıf üniversitelerinde sürdürülen görsel iletişim tasarımı eğitimiyle dersler, fakülteden fakülteye, bölümden bölüme farklılık göstermektedir. Bu dersler hem adlandırmalar açısından hem de içerikleri bakımından tutarsızlık sergilemektedirler. Güzel sanatlar fakülteleri, güzel sanatlar ve tasarım fakülteleri, güzel sanatlar tasarım ve mimarlık fakülteleri, sanat ve tasarım fakülteleri ya da iletişim fakültelerinde; grafik tasarım, grafik sanatlar,

iletişim tasarımı, görsel iletişim tasarımı gibi adlandırmalar eşliğinde bölümler bulunmaktadır. Diğer taraftan yeni açılan bazı fakültelerde ise halen bazı bölümler grafik tasarım ya da grafik adı altında eğitim vermektedir.

Entelektüel duyarlılığa sahip, çok yönlü becerileri olan bir görsel iletişim tasarımcısı yetiştirmek üzere üniversitelerde verilen tasarım eğitim programlarının da revize edilmesi söz konusudur. Görsel iletişim tasarım eğitimi ülkemizde yaklaşık 80 üniversitede farklı fakülte ve bölüm adları altında verilmektedir. Ancak bu üniversitelerin eğitim politikaları değişen paradigmalara ne derecede uyum sağlamaktadır? Çeşitli ortamlarda karşılaştığı problemleri tespit edebilen ve problemlere yaratıcı, işlevsel ve çevreci çözümler üretebilen görsel iletişim tasarımcılar yetiştirebilmek için tasarım eğitiminde iyileştirilmeler yapılmalıdır. Bu iyileştirmeler akademik düzeyde eğitim veren tüm üniversitelerin öğretim programlarında, bölüm adları, ders adları ve içeriklerinde ciddi anlamda nitelikli ve planlı çalışma süreçleri gerçekleştirilerek ve çeşitli paylaşımlar yaygınlaştırılarak gerçekleşebilir.

Öncelikle teknolojinin büyük etkisi ile tasarım alanında yenilikler meydana gelmiş ve tasarım süreçlerine farklı duyular arası ifade şekilleri dahil edilmiştir. Değişen paradigmaların etkisi ile tasarım eğitimi farklı bir boyut kazanmalıdır. Bu değişime zorlayan, ekonomik, ekolojik, kültürel, teknolojik etmenler söz konusu olduğundan üniversitelerde sürdürülen lisans ve lisansüstü eğitiminde bölüm ve ders adları, içerikleri, derslerin yürütülme yöntemleri yaklaşık üç yılda bir gözden geçirilmeli, yeniden yapılandırılmalıdır. Ancak bu yapılandırılmalar sonucunda çağının gereksinimlerine cevap verebilen tasarımcılar yetiştirilebilecektir.

Görsel iletişim tasarımında 19. yüzyılın sonlarından itibaren meydana gelen estetik kaygı ile birlikte grafik tasarım olgusu işlevini değiştirmiştir. "Grafik tasarım tanıtımını yaptığı üründen çok daha değerli hale gelmiştir" (Berman, 2009: 85). Bu yüzden tasarımcı artık ürün tanıtımcısı olmanın ötesinde bir misyon ile çalışmaktadır. Tasarımcı kullandığı yöntem ve seçtiği görsel dil ile kitle iletişiminde büyük role sahiptir. Dolayısıyla artık görsel iletişim tasarımcısının evrensel bir görsel dili kullanabilmesi ile birlikte kültürel farklılıklarında bilincinde olması gerekmektedir. Çevresel koşulların farkındalığını yaşayan, kültürel çeşitliliklerin getirilerinden haberdar olan iyi bir görsel iletişim tasarımcı için eğitim ortamı oldukça önem kazanmıştır.

İletişim tasarımcılar üzerinde oluşan bu kavram karmaşası ve görev tanımlamasından kaynaklanan baskıyı ortadan kaldırmak için yeni paradigmalar ile paralel ve beklentileri karşılayabilecek eğitim metodolojilerini oluşturmak gerekmektedir. Güçlenen materyal desteğinin güdümlü grafik tasarımcılıktan bilgi işlem devrine geçilmesi şeklinde özetlenebilmesi fikri ile tasarımcıların yeni teknik ve metodolojileri kullanırken yaratıcılıklarını doğru yönde kanalize edebilmeleri için iletişim tasarımı eğitiminin içeriği de bu yeni yönelimleri destekler nitelikte olması bir zorunluluk halini almıştır. "Karşılıklı faydalı iletişim ya da etkileşimin farkında olmak tasarımcılar için ayrı bir doğal kuvvettir" (Fishel, 2005: 182). Tasarımcı elinde bulundurduğu bu kuvvetin farkında olduğunda tasarladığı iletişim görseli ile tüm dünyaya açılabilecek bir kapıyı aralayabileceğini hissederek gücünü kullanabilecektir.

Türkiye'de görsel iletişim tasarımı eğitimi yurtdışı örneklerine göre bazı farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklar her kültürde farklılık gösteren paradigmaların eşliğinde çeşitlenmektedir. Temelde yaşanılan problemlerden birisi Avrupa'yı eleştirel bir bakış açısından uzak olarak tekrar etme çabasıdır. Paradigmalar kültürden kültüre farklılık gösterdiğine göre bu farklılıklara uygun metotlar geliştirmek gerekmektedir. Görsel dil her toplumda farklı okunabilecek kadar esnektir. Her ülkenin kendi sözlü dili olduğu gibi kendisine özgü bir görsel dili de vardır. Ülkemizde bu sorunun çözülmesi için atılacak ilk adım üniversitelerde verilen lisans ve lisansüstü

eğitimin topluma uygun biçimde ve aynı zamanda Avrupa standartlarına uygun olacak şekilde yeniden yapılandırılması nasıl olmalıdır?

2.Kavramsal Çerçeve

2.1.Grafik Tasarım Tarihinde Değişen Paradigmalar

Grafik tasarım, bir ürün ya da hizmetin tanıtımının yapılabilmesi, onlarla ilgili mesajı iletebilmesi için tipografik öğeler ile fotoğraf, illüstrasyon, karikatür gibi çeşitli görsel öğelerin belirlenen işlevsel yön bilgi (brief ya da konkur) doğrultusunda tasarım ilkelerinin de dikkate alınarak kurgulaması ile ilgilidir. Ürün / hizmete ilişkin olarak gerçekleştirilen tasarımın hedef kitleye uygun medya ile aktarılabilmesine, duyurusunun ve tanıtımının yapılabilmesine kadar olan süreci kapsayan bir disiplin olarak ifade edilebilir.

Grafik tasarım ürünleri genellikle ticari olarak reklamcılığa hizmet etmiş ve bu yönüyle daha etkili bir gelişim ve değişim izlemiştir. Reklamcılığın Onsekizinci yüzyılın ortalarında bölgesel gazete ve dergilerde başladığı ve böylece 1780'lerde güçlü bir bölge basınının da gelişmesini sağladığı söylenebilir. Bu dönemlerde yani yaklaşık olarak 18.yy'ın ilk altmış yılını kapsayan bölümünde insanların evlerini ve bedenlerini süsleyebilecekleri malların ve bu malları satın alabilecekleri güçleri olduğunun benimsetilmesi için reklamcılık aracılığı ile bir tüketim devrimi yapılmıştır denilebilir. Gösterge ve sembollerin tüketim ve tüketim ile ilgili ideolojide özellikle de tüketim mallarının çeşitli türdeki reklamlarında, çok belirgin şekilde göze çarpması endüstriyel toplumlarda gösterge ve sembollerin önemini ortaya koyması bakımından önemlidir. "Bilinçaltı mesajlar yardımı ile tetiklenen bazı faktörler ister bir ürünün alım aşamasında olsun, isterse bir konudaki propaganda da insanın kabullenmesini sağlamaya hizmet eder" (Ceylan, 2015:124).Bu yönüyle grafik tasarım reklam görsellerini oluşturması, tüketim algısını ve tüketim kültürünü yönetebilecek bir alan olmasından dolayı endüstriyel toplumlarda tüketim kültürünün merkezinde bulunmuştur. Tüketim olgusu çeşitli etkili reklam mecralarını kullanarak kapitalizmi çok büyük kitlelerce kabul edilebilir, geçerli ve saygın hale getirmeye yardımcı olmuştur.

"1922 yılında William Addison Dwiggins "grafik tasarım" tanımlamasını ilk kez kullanan tasarımcıdır" (Bektaş, 1991: 16). Bu tarihin öncesinde de görsel bir dil olarak var olan grafik tasarım, teknolojinin etkileri ile gelişimini sürdürmüş ve bu şekilde adlandırılmasına kadar olan süreçte çeşitli alanlarda faaliyet göstermiştir. Grafik tasarım I. Dünya Savaşı yıllarında özellikle İngiltere, Almanya ve Amerika'nın propaganda amaçlı afişleriyle başlamış, endüstrinin büyük katkıları sonucu ticari amaçlarla gerçekleştirilen kurumsal kimlik tasarımı gibi uygulamalarıyla varlığını devam ettirmiştir. Yeni bir endüstri ve toplum anlayışının benimsenmesi sonucu daha büyük kitlelere ulaşılması bakımından endüstri üretimine yönlenilmiştir.

Grafik tasarım ürünleri sosyal içerikli kampanyalar ya da projeler dışında çeşitli amaçlarla gerçekleştirilebileceği gibi daha çok ticari içerikli yapısı gereği geçmişten günümüze kadar varlığını sürdürebilmiştir. Bu ticari içerikli yapısı ile grafik tasarım endüstri döneminin getirdiği seri üretim olgusuna hizmet etmeye başlamıştır. Ancak seri üretimin getirdiği bu niteliksizden çıkmak için William Morris'in 'Arts and Crafts' hareketini gündeme getirmesi yeni bir sürecin başlangıcı olmuştur. "Sanatlar ve el sanatları anlamına gelen 'Arts and Crafts' hareketi, 19. Yüzyılın sonuna doğru, endüstri devriminin sosyal, ahlâksal ve sanatsal karmaşasına bir karşı çıkış olarak doğmuştur" (Bektaş, 1991: 14). Bu hareketle birlikte tasarımda sanatsal bir boyut arayışı başlamış, endüstri ve teknolojinin ürünü olan, yaratıcılıktan uzak ürünler yerini yavaş yavaş estetik içerikli nesnelere bırakmaya başlamıştır.

19. Yüzyılın sonlarında endüstri çağının oluşturduğu sıradan ve beğeniden yoksun ürünlerden rahatsız olan duyarlı ve aydın tasarımcılar sanat ve işlevi yeniden bir araya getirmeyi

amaçlamış, böylece tek tipleşmiş seri üretim ve tüketim odaklı ticari amaçlarla yapılan endüstriyel ürünlerin aynı zamanda estetik kılınabilmesi için bir takım oluşumları başlatmışlardır.

Kapitalist düzene uyum sağlamış toplumlarda reklamcılık endüstriyel ve ticari kuruluşların gereksinimleri doğrultusunda yön bulmuş ve bu hedefte ilerleme göstermiştir. "1950'li yıllara varıldığında, Amerika Birleşik Devletleri'nde çoktan yerleşmiş olan bir modeli izleyen "kitlesel tüketim", önce İngiltere'de sonra Batı Avrupa'nın diğer ülkelerinde, belirgin biçimde modern bir yaklaşımla, çok yoksul olanlar dışındaki tüm guruplar arasında gelişmeye başlamıştı" (Bocock, 2005: 30). Kapitalist girişimcilerin katkıları eşliğinde endüstriyel üretimin başlaması ile birlikte hızla gelişen kapitalizm olgusu ve değişen tüketim alışkanlıkları teknolojik gelişmelerin en çok etkilediği alanlardan olmuştur.

Teknolojinin büyük katkısı ile gerçekleştirilen seri üretimler dünya çapında faaliyetlere dönüşüp birçok kişinin ulaşabileceği konuma gelmiştir. "Toplu üretilmiş metinler, imgeler ve nesneler ilk olarak 18. ve 19. Yüzyıllardaki Endüstri Devrimi'yle ortaya çıkarlar. İlk defa kitleler, görsel kültür ürünlerine erişebilmek ve daha da önemlisi onları ele geçirmekte seçenek sahibi olurlar" (Barnard, 2002: 148). Kitle iletişimi ve basım teknolojisinde, bilim, ekonomi ve sosyolojik gelişmelere bağlı olarak değişen ve gelişen dinamik yapısıyla varlık gerekçesine ilişkin bir takım etmenlerin gündeme gelmesi kaçınılmaz olmuştur. "1960'lardan itibaren, özellikle de 1980'li yıllarda kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle, gündelik hayatın motifleri endüstriyel madde haline gelmeye başlamıştır" (Argın, 1992:118). Böylece iletişim ve bilişim teknolojileri ile kitle iletişimi ve grafik tasarım arasında oluşan sarmal kuvvetlenmeye devam etmiştir.

Kitlesel iletişim çağının başlaması aynı zamanda çağdaş grafik tasarımın da zeminini hazırlamıştır. Grafik tasarım, Modern sanat hareketlerinden de etkilenerek yirminci yüzyılın başından itibaren estetik kaygıların da iletişimde işlevsellikten ayrı olamayacağı düşüncesini belirgin kılmıştır. "Modern sanat hareketlerinin de ilk tohumlarının atıldığı bu dönemden başlayarak grafik tasarım, görsel anlatım yoluyla kurulan kitlesel iletişimin başlıca unsuru olmuştur" (Bektaş, 1991: 13). Bu postmodernist iletişim anlayışından ötürü grafik tasarım, ticari kültür ve tüketim kültürünü yönetmesi bakımından önem kazanır.

Pazarlama ve reklamcılığa hizmet eden grafik tasarımın faaliyet alanları çeşitli sosyolojik, ekonomik ve kültürel etmenlerin de katkısı ile farklı amaçlarla da değişim göstermeye başlamıştır. Ticari yapısının dışında sosyal içerikli konularda da aktif olan grafik tasarım toplumsal farkındalık yaratabilecek ve bireylerin algısını yönetebilecek yapısı ile de gelişimini sürdürmeye devam etmiştir. Halkı bilinçlendirmek ve sosyal değişimi sağlamak grafik tasarım ürünlerinin ve grafik tasarımcıların görevleri arasında yer almaya başlamıştır.

Evrensel bir dil olarak kabul edilebilen grafik tasarım, toplumların tüketim algılarını yönetebildiği gibi politik ve kültürel anlamda eleştirel bir üslupla toplumsal sorunlara karşı farkındalık yaratabilmektedir. Tarihsel süreç içerisindeki bu değişim ve gelişimini çeşitli paradigmalar ile ortaya koyan grafik tasarım kavramı zamanla birçok kez farklılık göstermiştir.

2.2. Görsel İletişim Tasarımı Adlandırmasının Gerekliliği

İnsanlar çevrelerinde olup biten olayları ve durumları öncelikle görerek algılarlar. Görsel olarak algılanan mesajlar, kalıcılığı ve dolaylı olarak farklı zamanlarda etkinliğini sürdürebilmesi bakımından işitsel mesajlara göre farklılık göstermektedir. Bu önemli fark görsel iletişimin kalıcılığını ve belge niteliğinde kullanılmasını öne çıkarmıştır" (Uçar, 2004:19). Görsel olarak oluşturulan mesajların tasarımcı ve alıcı arasındaki etkileşim sürecinde önemli bir rol üstlenmesi bakımından grafik tasarım ürünleri varlığını tüm dönemlerde korumuştur. Fakat gelişen ve değişen süreç içerisinde özellikle teknolojinin de gelişmesi ve kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi sonucu

grafik tasarım kavramı tek başına yetersiz kalmaktadır. Grafik tasarım terimi, daha çok iki boyutlu görsel iletişim ürünlerini ifade etmesi bakımından tasarım mecralarını açıklamakta yetersiz hale gelmiştir. Görsel iletişim alanında artık, iki ve üç boyutlu görüntüler, video, ses, internet mecraları, sosyal medya ürünleri gibi birçok şekilde çeşitlilik göstermiştir.

Görsel yollarla kurulan iletişim diğer iletişim biçimlerine göre daha kalıcı ve anlaşılır olması bakımından büyük farklılık göstermektedir. Bu alışveriş sürecinde hem kitle kültürel alıcının hem de tasarım ürünü olarak vericinin aktif ve etkileşimli rolleri bulunmaktadır. İletişim kurmak grafik tasarımcının temel hedefidir. "İletişim tasarımcısının bu hedefe sağlıklı bir biçimde ulaşabilmesi için; tasarım ilkeleri, tipografi, grafik iletişimin tarihçesi, baskı teknikleri, renk, kağıt ve grafik iletişimin farklı uygulama alanları hakkında bilgi sahibi olması gerekir" (Becer, 2005: 17). Bu yönüyle iletişim tasarımcılar aracılığı ile görsel iletişim tasarımı toplumun geneline yansıyan entelektüel ve estetik eğilimlere tabi bir tasarlama süreci olarak görülebilir.

Grafik tasarımın amacı, etkili görsel iletişim ürünlerinin oluşturulmasıdır (Mazlum, 2006: 53). İletişim kurmak basitçe bilgi alışverişi şeklinde tanımlanabilirken görsel iletişim, bilgilendirici, uyarıcı grafik ürünlerle, görsel olarak iletişimde bulunmak ve okuyucu, izleyici ya da hedef kitle ile tüm grafik ürünler arasında karşılıklı ileti alışverişinin görsel olarak gerçekleşmesi gibi tanımlanabilir. "Görsel olan, insanlar tarafından üretilmiş, yorumlanmış ya da meydana getirilmiş, işlevsel, iletişimsel veya estetik amacı olan şeydir" (Bernard, 2002: 47). Bu durumda görsel iletişim tasarımı ürününün, görsel olanın bir takım amaçlar doğrultusunda bireysel ya da kitlesel düzeyde bilinçli olarak yönlendirilmesidir. Bu, günümüz medya araçlarının toplumu belirli bir etki altında da bırakmak için sıklıkla kullandığı yöntemdir.

1980'li yıllarda ekonomik anlamda pazarlama ve reklamcılık alanında yaşanan patlamalar ve teknolojideki büyük gelişmeler özellikle de Apple firmasının ürettiği Macintosh bilgisayarların ortaya çıkışı ile grafik tasarım en popüler dönemini yaşar. "1980'li yıllarda A.B.D.'nin güney batısındaki pazarın patlaması daha yeni oluşan bir meslek dalı için beklenmedik bir olaydı. Bu grafikçiliğin ilk rönesansıydı ve grafik sanatların A.B.D.' de kendine gitgide daha büyük bir yer edindiğini gösteriyordu" (Weill, 2009: 139). Pazara ve pazarlamaya dolayısı ile reklamcılığa hizmet eden grafik tasarım bu dönemde en ihtişamlı zamanını geçirmiştir. "Tüm dünyada grafik tasarımın ve tasarımcısının gelişiminin baskı ve çoğaltma teknikleriyle birlikte anılmasına karşın, artık günümüzde bu mesleğin temel probleminin görsel iletişim tasarımı olduğu gerçeği çağımızda yaygınlık kazanmıştır" (Uçar, 2004: 93).

Etkili iletişim kurabilen grafik tasarımcı artık tanıtım yapmanın ötesinde dünyayı yönlendirebilecek güçlü bir görsel dil olarak iletişimi tasarlayabilir ve insanların algıları üzerinde çeşitli manipülasyonlarla onları yönlendirebilir. "Tasarımcı dünyayı daha doğru işleyen üstelik daha güzel bir yer yapabilir" (Twemlow, 2011: 73). Bu yönü ile görsel iletişim tasarımı endüstri ve tüketimin desteklediği grafik tasarımdan bir adım daha önde bulunur. Grafik tasarım, özellikle reklamlar aracılığı ile kapitalizme hizmet eden ve insanların tüketim alışkanlıklarını yöneten bir olgu iken artık etkili iletişim kurarak toplumdaki sosyal kültürü ve bireylerin farkındalık düzeylerini de yönetebilecek konuma geldiğinden görsel iletişim tasarımı olarak adlandırılması da daha isabetli olabilecektir.

Günümüzde grafik ürünler görsel iletişim tasarımı aracılığı ile insanların yaşamsal etkinliklerini ve tüketim kültürlerini yönetebilecek konumdadır. "Örneğin, tasarım dünya görüşümüzü değiştiren alanlara yönelik cevaplar üretebilir. Bu durum, Modernizm, Postmodernizm, ve Yapısöküm gibi akımlarda belirgin biçimde görülmektedir" (Ambrose, 2012: 24). Güçlü iletişim aracı olarak kabul görmüş olan grafik tasarımın çağımızdaki teknolojik gelişmeler ve artan görsel

iletişim gereksinimleri sonucunda yeniden tanımlanması birçok tasarımcı tarafından da gerekli görülmüştür.

Disiplinler arası bir terim olan grafik tasarım, görsel olarak hazırlanmış iletileri, hedef kitleye görsel olarak aktarmak üzere iletişim, sunum ve pazarlama üzerine odaklanmış birçok disipline gönderme yapmaktadır. O nedenle son dönemlerde grafik tasarım kavramı çoğunlukla görsel iletişim olarak adlandırılmaktadır.

ICOGRADA (Grafik Tasarım Dernekleri Uluslararası Konseyi) 2000 yılında Kore'nin başkenti Seul'de yayınladığı manifestosunda grafik tasarım teriminin görsel iletişim tasarımı olarak kullanılması konusunda bilgilendirmeler yapmış ve gereken değişiklileri ifade etmiştir. Grafik tasarım terimi teknolojik olarak yetersiz kalmaktadır. Görsel iletişim tasarımı terimi yapılan işi daha iyi ifade etmektedir. Görsel iletişim tasarımı, birçok disipline ait terminolojiyi ve yaklaşımı, çok katmanlı ve derinlemesine bir yeterlilikle birleştiren bir meslek haline gelmiştir. Disiplinler arasındaki sınır giderek daha akışkan bir yapıya bürünmektedir (www.icograda.org, 2000).

Tüm dünyada 'grafik tasarım' teriminin yapılan gerçek işi artık karşılamadığı düşüncesi gündeme gelmiş ve bunun yerine 'görsel iletişim tasarımı' kavramının gerekliliği tartışılmıştır. Ancak ICOGRADA 2011 yılında yayınladığı manifestosu ile görsel iletişim tasarımı teriminin yerine iletişim tasarımı teriminin kullanılmasını önererek kavramın içeriğini genişletmiştir. "İletişim tasarımı, entelektüel, yaratıcı, stratejik, idari ve teknik bir faaliyettir. Temel olarak iletim sorunlarına görsel çözümler sağlamaya dayalıdır. İletişim tasarımı, başka disiplinlerden kaynaklanan ifade şekillerinin ve yaklaşımların çok boyutlu ve karışık bir görsel kabiliyet içerisinde giderek daha çok birleştiği bir meslek haline gelmiştir" (www.icograda.org, 2011).

İletişim tasarımının ve iletişim tasarımcısının rolünün tanımı, biçimin güçlenmesi ile birlikte değişime zorlanmıştır. Değişime zorlayan koşullar ve zorluklar toplumsal, kültürel, sosyolojik, teknolojik, ekolojik ve ekonomik alanlarda meydana gelmiştir. Değişen paradigmaların görsel iletişim tasarımlarını ve eğitim süreçlerini de derinden etkilemesi kaçınılmaz durumdadır.

2.3. Değişen Paradigmaların Günümüzün ve Geleceğin Görsel İletişim Tasarımına Yansımaları

Günümüz görsel iletişim tasarımcısı, estetik, yaratıcı, özgün ve işlevsel uygulamaları ile satışı amaçlanan ya da tanıtımı gerçekleştirilen ürüne/hizmete ilişkin farkındalık oluşturmaktadır. Bu nedenle artık görsel iletişim tasarımı eğitiminde öğrencilere sadece yazılım bilgisi ve ya ticari amaçlı tasarım ürünleri ortaya koyabilecekleri süreçler değil, bunların yanında sosyal içerikli projelere de duyarlı olmayı iyi bir görsel iletişim ürünü tasarlamayı öğretebilecek eğitim ortamları oluşturmak temel hedeflerden birisi haline gelmiştir.

Grafik tasarım adlandırmasının artık yetersiz kalmasının temel nedenlerinden birisi de bu alanda değişiklik gösteren teknolojik, ekonomik, sosyolojik ve ekonomik paradigmalar sonucu ortaya çıkan yeni hedefleri ifade edememesidir. Her geçen gün çoğalan iletişim ve tasarım alternatifleri, sürekli yenilenen teknoloji ile sosyal medya ve hızlı erişim olanağı, üç boyutlu tasarımlar, video ve sesin de görsel iletişime dahil olması gibi nedenlerden ötürü grafik tasarım kavramı yerine görsel iletişim tasarımının kullanılması uygun görülmektedir.

Global düşünebilme gereksinimi görsel iletişim tasarımının merkezinde bulunmaktadır. Bunun temel sebeplerinden birisi de toplumsal sınıf ayrımlarının artık ortadan kalkmış olması ve bir tasarım ürününün toplumun tüm düzeylerinden bireylere ve farklı kültürlere çeşitli medya araçları ile çok hızlı ulaşabiliyor olmasıdır. Bu durumda görsel iletişim tasarımı ürünlerinin sunulması ve tüketilmesi bakımından kolay ulaşılabilir ve hızlı tüketilebilir olması açısından bakıldığında tasarım eğitiminde eğitimciye ve öğrenciye düşen görevler sürekli değişim göstererek dinamik bir şekilde

ilerlemektedir. Toplumsal bir sorumluluk da üstlenen görsel iletişim tasarımcısından beklentilerin değişimine neden olan bu hız ve dinamik olma durumu düşünüldüğünde tasarımcıların algılarını sürekli canlı tutmaları ve sürekli yenilikçi olmalarının gerektiği söylenebilir.

İyi bir tasarlama sürecinden sonra ortaya çıkan görsel iletişim tasarımı ürünlerinden her birinin estetik kaygıları barındırmasının ötesinde tasarım ürünü olduğu kabul edilecek olursa eğitimde bireysel farklılıkların ön plana çıkacağı bir ortamdan söz etmek mümkün olacaktır. Görsel iletişim tasarımı öğrencilerinin algıları diğer alanlarda öğrenim gören tüm öğrencilerde olduğu gibi çeşitlilik göstermektedir. Böyle bir eğitim ortamında öğrencilerin yeterliliklerini ortaya çıkaracak ve kendilerini tanımalarına imkan sağlayacak yöntemlerin kullanılması ile çağın gerekliliklerine cevap olabilecek tasarımların üretilmesi sağlanabilir. Bu tasarım ürünlerinde estetik unsurlar kadar işlevselliğin aranması ile görsel iletişim tasarımı ürünü farklı bir açıdan ele alınarak değerlendirilmelidir.

Toplumsal konularda duyarlılık ve sorumluluk gösterebilmek adına etkin bir alan olan görsel iletişim tasarımı için iyi tasarımcılar eğitmek ve yetiştirmek önemlidir. Konuya bu açıdan bakıldığında teknik donanım geliştirmek kadar zekasını kabiliyetini ve tasarım beceresini, duyarlılığı ile birleştirerek kullanabilecek tasarımcılar yetiştirmek temel hedeflerden biri olmalıdır.

Değişen tasarım paradigmaları eşliğinde değişim ve gelişimini sürdüren görsel iletişim tasarımı eğitimi varlığını korumaya devam edecektir. Bir dönem grafik tasarım adlandırması yeterli iken şimdilerde hedefi tam olarak tanımlamadığı için yetersiz kalan bu alan belki de gelecekte görsel iletişim tasarımı ya da iletişim tasarımı olarak adlandırıldığında yetersiz kalıp başka bir adlandırma ile fakat benzer içerikle var olmayı sürdürebilir.

Tüketim ve kitle kültürü değiştikçe bu alanlara hizmet eden programlarda değişimler gözlemlenmesi oldukça doğal olacaktır. Geçmişe oranla günümüzde bir çok üniversitede farklı adlandırmalar ya da farklı fakülteler altında olsa da artık görsel iletişim tasarımı eğitimi daha çok önemsenmektedir. Bu yükselen ivme göz önünde bulundurulduğunda gelecekte görsel iletişim tasarımı eğitimi programlarına verilecek önemin artacağı hakkında olumlu fikir yürütülebilir.

Evrenselleşen dünya göz önüne alındığında kültür ve tüketim kavramı temel taşlar arasındadır. Toplumsal meseleler sosyolojik paradigmalar, problem çözme eğilimi kadar görsel iletişim tasarımının tüketime de hizmet ettiği yadırganamayacak gerçeklerden birisidir. Tüketim kültürü her geçen gün toplumda egemenliğini biraz daha artırıyor bu durumda pazarlamacılığa ve reklama hizmet eden tarafı ile de görsel iletişim tasarımı eğitimi gerekliliğini devam ettirecektir.

"Kültür bir değişken olarak tüketicilerin davranışlarını etkilediği için bir pazarlamacının öncelikli görevi kültürü anlamaya çalışmak, kültür yaratım sistemlerine yönelik bilgiler edinmektir. Pazarlama sadece değişen kültüre adapte olmanın yollarını aramaz, aynı zamanda kültürel sürecin aktif bir parçası konumundadır" (Çelik, 2009: 15). Pazarlamanın kültürel sürecin aktif bir parçası olarak düşünülmesi halinde pazarlamaya hizmet eden reklamcılığın ve bununla birlikte görsel iletişim tasarımının da yapısı kültürel paradigmaların gölgesinde ilerleyecektir. Bu durumda görsel iletişim tasarımı eğitimi alan öğrencilerin kültürel alanlarda da donanım kazanması her zamankinden daha gerekli hale gelebilir.

Grafik tasarım kavramının ortaya çıkışından bu güne gösterdiği gelişim ve değişim göz önüne alındığında sürekli değişen tasarım algısı ve yeni paradigmaların doğuşu sonucu hızla ilerleyen bir döngü izlenmektedir. Bu döngünün her döneminde yeni bir paradigma etkin olmuş ve bu paradigma ışığında tasarımlar ve tasarım algısı şekillenmiştir.

Bugün 'grafik tasarım' adlandırması dahi konuyu ifade etmekte yetersiz kalırken gelecekte varılacak olan nokta hakkında kesin hükümler verebilmek imkansızdır. Grafik tasarım öncelikle

teknolojinin, ekonominin ve tüketim kültürünün etkisi altında sürekli değişim göstermek zorunda olan bir alandır. Tüketim kültürü ve görsel kültürün ortak temel alanı olarak da kabul edilebilecek olan grafik tasarım, kültür kavramı gibi esnek ve değişkendir. Bu sayede grafik tasarım değişen kültürün getireceği paradigmalara bağlı olarak bugün tahmin dahi edilemeyecek düzeyde değişim gösterebilecek bir alandır.

Teknolojik gelişmeler mutlaka grafik tasarımı etkilemektedir kullanılan malzeme ve teknoloji bakımından ele alındığında gelecekte çok daha yeni teknolojilerin var olacağı yadsınamaz. Fakat en az teknolojik gelişmeler kadar önemli olan değişen kültür ve algı grafik tasarım ve tasarımcının göstereceği farklılık etkili olacaktır. "Tüm dünyada grafik tasarımın ve tasarımcısının gelişiminin baskı ve çoğaltma teknikleriyle birlikte anılmasına karşın, artık günümüzde bu mesleğin temel probleminin görsel iletişim tasarımı olduğu gerçeği çağımızda yaygınlık kazanmıştır" (Uçar, 2004: 93).

3.Yöntem

Araştırma nitel ve nicel yöntemlerin birlikte kullanılması nedeniyle karma bir yöntemdir. "Karma yöntem, araştırma problemlerinin sadece nicel ya da sadece nitel araştırma yaklaşımıyla değil, her iki yaklaşımın birlikte ele alınmasının daha iyi sonuç vereceğini varsayan bir yöntemdir" (Creswell ve Plano-Clark, 2007).

Çalışmanın nitel boyutunda, Türkiye ve yurt dışındaki lisans ve lisansüstü grafik tasarımı / görsel iletişim tasarımı eğitim programları ve bu programların tarihsel süreç içerisindeki gelişimi incelenmiş, günümüze değin geliştirilmiş olan grafik tasarımı eğitim programları betimleyici bir biçimde sunulduğundan kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. "Literatür taraması, bilgi kaynakları olarak kabul edilen uzmanlar, kitaplar, dergiler, tezler, konferans dokümanları ve önceki araştırmaların mekanik ve bilgisayar destekli olarak taranmasıdır"(Balcı, 2011:75). Türkiye'de bulunan üniversitelerin görsel iletişim tasarımı bölümlerine ilişkin sayısal veriler ve ders kataloglarının incelenmesi için yurtiçinde ve yurtdışında uygulanan veya uygulanmış lisans ve lisansüstü grafik tasarımı eğitim programlarına ulaşılmış ve ulaşılan dokümanlar incelenmeye tabi tutulmuştur. "Doküman incelemesi araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsar" (Yıldırım ve Şimşek, 2008).

Araştırmanın nicel boyutunda ise tarama yöntemi kullanılmıştır. "Tarama yöntemi, geçmişte veya halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır" (Karasar, 2000). Çalışmaya ışık tutabilmesi bakımından bahsi geçen bölümlerde çeşitli ünvanlar ile dersleri yürüten öğretim elemanlarına yönelik bir anket uygulaması yapılmıştır. Sonuçlar sayısal verilere dönüştürülerek analizleri yorumları ile birlikte sunulmuştur.

4.Bulgular ve Yorum

4.1. Türkiye'de Bulunan Üniversitelerin Görsel İletişim Tasarımı Bölümlerine İlişkin Sayısal Veriler ve Ders Kataloglarının Analizi

"Türkiye'de 2015 yılı itibariyle 190 üniversite vardır. Bunlardan 114'ü devlet üniversitesi, 76'sı vakıf üniversitesidir." (www.wikipedia.org). Bu üniversitelerin lisans düzeyinde, araştırma konusu kapsamında ilgili bölümleri içeren 171 fakülte yer almaktadır. Bu fakültelerin dağılımı aşağıdaki gibidir:

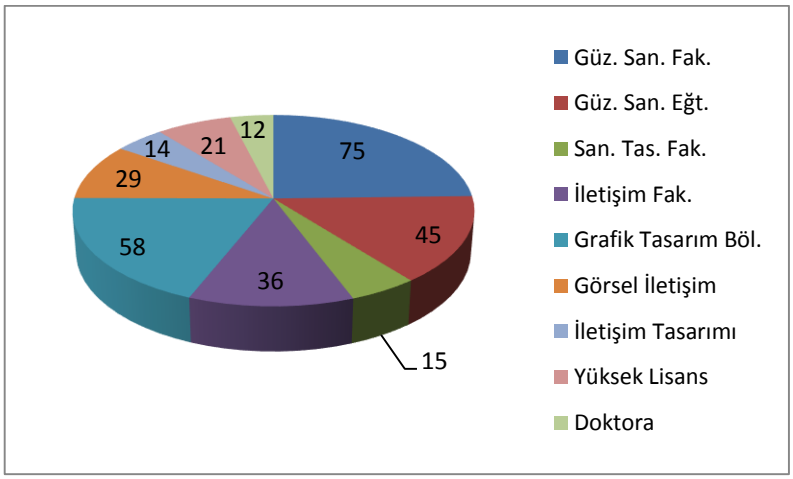
52 devlet üniversitesi + 23 vakıf üniversitesi bünyesinde olmak üzere; 75 güzel sanatlar fakültesinde, 21 devlet üniversitesi + 15 vakıf üniversitesi bünyesinde olmak üzere; 36 iletişim fakültesinde, tamamı devlet üniversitesi bünyesinde olmak üzere 45 eğitim fakültesinde, 8 devlet üniversitesi + 7 vakıf üniversitesi bünyesinde (olmak üzere); 15 sanat ve tasarım, "güzel sanatlar,

tasarım ve mimarlık", "güzel sanatlar ve tasarım" fakültelerinde, "grafik", "grafik tasarım", "görsel iletişim tasarımı", iletişim tasarımı", "iletişim tasarımı ve grafik bölümü", "iletişim ve tasarım", "görsel iletişim", "görsel sanatlar ve tasarım", "görsel sanatlar ve görsel iletişim tasarımı", "sanat ve tasarım" bölümleri mevcuttur.

Üniversiteler arasında oluşan alan adı çeşitliliğini gösteren sayılar ve yüzdelik tablo aşağıdaki gibidir.

Tablo 1: Türkiye'de bulunan üniversitelerin tamamında ilgili fakülte ve bölümlerin dağılımını gösteren tablo

	Güz. San. Fak.	Güz. San. Eğt.	San. Tas. Fak.	İletişim Fak.	Grafik Tasarım	Görsel İletişim	İletişim Tasarımı	Yüksek Lisans	Doktora
Sayı	75	45	15	36	58	29	14	21	12
Yüzde	39,5	23,7	7,9	18,9	30,5	15,3	7,4	11,1	6,3



Şekil 1: Türkiye'de bulunan üniversitelerin tamamında ilgili fakülte ve bölümlerin dağılımını gösteren pasta grafiği

Tablo 1. incelendiğinde Türkiye'de grafik tasarım / görsel iletişim tasarımı alanında eğitim veren fakülte ve bölümlerin dağılımında 75 adet güzel sanatlar, 15 adet sanat tasarım, 36 adet iletişim fakültesi, 58 adet grafik tasarımı, 29 adet görsel iletişim tasarımı, 14 adet iletişim tasarımı bölümü ve 45 adet güzel sanatlar eğitimi bölümünde grafik tasarım anasanat dalı olduğu gözlemlenmiştir.

Fakültelerin kuruluş yılları ve vakıf ve ya devlet üniversitesi olması durumu bu sayıları etkilemiştir. Genellikle yeni kurulan fakülte ve bölümlerde görsel iletişim tasarımı kavramı tercih edilirken daha eski olan üniversitelerde herhangi bir güncelleme yapılmamış ve bölüm adları halen grafik tasarım olarak kullanılmaktadır. Bölüm adlandırmalarında oluşan bu güncellenmeme durumu da bu çalışma kapsamında ele alınan problemler arasındadır. Kuruluş yılı yirmi yıldan fazla olan çoğu üniversitede alan adında güncelleme yapılmaması gibi ayrıca farklı fakültelerde olmak üzere hem grafik tasarım hem görsel iletişim tasarımı eğitimi verilmektedir.

4.2. Görsel İletişim Tasarımı ve Grafik Tasarımı Derslerini Yürüten Öğretim Elemanlarının görsel iletişim / grafik tasarım eğitimi hakkındaki fikirleri

Madde frekanslarını içeren aşağıdaki tablo incelendiğinde anket katılımcılarının her soru için verdikleri yanıtlar ve yüzdeleri derlenmiş olarak sunulmaktadır. Katılımcılar arasındaki değişkenlerin farklılık göstermesi çoğu kez yanıtlara yansımamış ve genelde benzer cevaplar tercih edilmiştir. Bu durumun tersine anlamlı farklılıklar içeren birkaç soru için detaylı inceleme bir sonraki bölümde mevcuttur. Tabloyu genel olarak ifade etmek gerekirse sırası ile sorulara verilen yanıtların yoğunluğu ve teknik çözümlenmesi tablonun ardından özetlenmiştir.

Tablo 2: Anketi Uygulayan Öğretim Elemanlarının Kendilerine Yöneltilern Sorulara Verdikleri Yanıtlara Göre Madde Frekansları

	Tamamen Katılıyorum		**Katılıyorum**		**Kısmen Katılıyorum**		**Katılmıyorum**		**Hiç Katılmıyorum**	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1- Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili gelişen teknolojiler kapsamında bilgisayar programı yazılım yeterliklerimi geliştiriyorum.	34	52	26	40	3	5	2	3		
2- Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili yürüttüğüm derslerin içeriklerini niteliksel açıdan güncelliyorum.	47	72	15	23	3	5				
3- Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili bölüm ders içeriklerinin günümüze ve yakın geleceğe uygun olduğunu düşünüyorum.	23	35	15	23	23	35	3	5	1	2
4- Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili ulusal yükseköğretim kurumlarının ve alanla ilgili bazı vakıf ve kurumların (GMK, Yahşibey vb.) haberlerini, etkinliklerini, yayınlarını vb. takip ediyorum.	24	37	29	45	9	14	2	3	1	2
5- Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili uluslararası eğitim kurumlarının haberlerini, etkinliklerini, yayınlarını vb. takip ediyorum.	25	39	30	46	7	11	2	3	1	2
6- Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili uluslararası eğitim kurumlarının haberlerini, etkinliklerini, yayınlarını öğrencilerimle paylaşıyorum.	26	40	27	42	10	15			2	3
7- Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımı müfredatları tasarım paradigma değişimlerine duyarlıdır.	26	40	31	48	7	11	1	2		
8- Evrensellik kavramı gibi sosyal alanda gelişen paradigmalar görsel iletişim tasarımı eğitimini de etkilemektedir.	37	57	24	37	4	6				
9- Bilişim teknolojisi ve sosyal medya ile kolay erişilebilirlik gibi teknolojik alanda gelişen paradigmalar görsel iletişim tasarımı eğitimini de etkilemektedir.	39	60	22	34	4	6				
10- Değişen tüketim alışkanlıklarının etkisi ile ekonomik alanda gelişen paradigmalar görsel iletişim tasarımı eğitimini de etkilemektedir.	34	52	27	42	3	5	1	1		
11- Sürdürülebilirlik kavramı gibi ekolojik alanda gelişen paradigmalar görsel iletişim tasarımı eğitimini de etkilemektedir	26	40	26	40	13	20				

12- Mobilizasyon, kollektivizm ve esneklik gibi endüstriyel alanda gelişen paradigmalar görsel iletişim tasarımı eğitimini de etkilemektedir.	22	34	36	55	7	11				
13- Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımı eğitimi sürecine dâhil edilebilen paradigmaların olumlu yansımalarını yürüttüğüm derslerde gözlemliyorum.	16	25	32	49	16	25	1	2		
14- Öğretim üyesi arkadaşlarım grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili paradigmaları tasarım eğitimi sürecine dâhil ediyor.	4	6	29	45	30	46				
15- Lisansüstü öğrenci adaylarıyla birlikteliğimizde grafik tasarım / görsel iletişim tasarımı alanında değişen paradigmaların farkında olup olmadıklarını önemsiyoruz.	4	6	28	43	2	3	2	3		
16- Gelişen süreç içinde grafik tasarım alanında güçlü izler bırakan Gestalt algı teorisi paradigmasına tasarım eğitimi programımda yer vermiyorum.	2	3	4	6	3	5	27	42	29	45
17- Gelişen süreç içinde grafik tasarım alanında güçlü izler bırakan Less is more (minimalizm) paradigmasına tasarım eğitimi programımda yer vermiyorum.	1	2	3	5	5	8	28	43	28	43
18- Gelişen süreç içinde grafik tasarım / görsel iletişim tasarımı alanında güçlü izler bırakan İsviçre Tasarım Okulu ve Eğitimi paradigmasına tasarım eğitimi programında yer vermiyorum.	2	3	2	3	9	14	34	52	18	28
19- Gelişen süreç içinde grafik tasarım / görsel iletişim tasarımı alanında güçlü izler bırakan postmodernizm paradigmasına tasarım eğitimi programımda yer vermiyorum.	3	5	1	2	10	15	33	51	18	28
20- Bölüm öğretim üyesi arkadaşlarımla birlikte bir takım paradigmaları ve paradigma değişimlerini göz ardı etmeden bir tasarım eğitimi metodolojisi uyguluyoruz.	7	11	10	15	19	29	10	15	7	11
21- Değişen paradigmalar ekseninde gerilla ve viral reklam gibi uygulamalara tasarım eğitiminde yer vermiyorum.	2	3	7	11	13	20	20	31	23	35
22- Tüketim kültürü ve postmodern pazarlama tekniklerine tasarım eğitiminde yer veriyorum.	13	20	32	49	9	14	8	12	3	5
23- Derste grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili paradigmalara özgü geliştirdiğim bir tasarım eğitimi metodoloji uyguluyorum.	16	25	33	51	9	14	5	8	2	3
24- Gelişen süreç içinde grafik tasarım / görsel iletişim tasarımı alanında güçlü izler bırakan Uluslararası Tipografik Stil ve New York Okulu paradigmalarına tasarım eğitimi programımda yer vermiyorum.	1	2	4	6	10	15	26	40	24	37
25- Gelişen süreç içinde grafik tasarım / görsel iletişim tasarımı alanında güçlü izler bırakan Bauhaus Okulu paradigmalarına tasarım eğitimi programımda yer vermiyorum.	4	6	1	2	7	11	28	43	25	39

Bu verilere bağlı kalarak; öğretim elemanlarının genel anlamda kendilerine sunulan maddelere karşı verdikleri yanıtların çoğunlukla tektip oluşu konu hakkında Türkiye'de yerleşik bir algı olduğunun göstergesi olarak değerlendirilebilir. Görsel İletişim Tasarımı alanında yaşanan kavram karmaşası ve üniversitelerde kullanılan bölüm ve ders adlandırmaları ile birlikte incelendiğinde ise öğretim elemanlarının görüşleri ve program analizleri arasında uyumluluk gözlenmiştir. Zaman zaman öğretim elemanları gerçek durumları değil olmasını istedikleri durumu düşünerek yanıtlar vermişlerdir.

4.3. Değişkenlere Göre Anlamlı Farklılıklar Gösteren Maddelerin Analizleri

4.3.1. Yaş Değişkeni

Yaş Değişkeniyle Madde 1'e Verilen Cevaplar Arasındaki Çapraz Tablo (Ki-Kare) Analiz Sonuçları;

"Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili gelişen teknolojiler kapsamında bilgisayar programı yazılım yeterliklerimi geliştiriyorum." (Madde 1) Maddesine verilen cevaplarla ilgili kay-kare analizi sonuçları incelendiğinde yaş değişkeninin verilen cevaplarla ilgili farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (**X^2=21,816 sd=12, p=.040)**. Buna göre "tamamen katılıyorum" cevabını veren katılımcılardan 34-40 yaş aralığında olan akademisyenlerin diğer gruplara göre öne çıktığı görülmektedir. "Katılıyorum" cevabını veren akademisyenlerden ise 41-46 yaş aralığında olanların ön plana çıktığı görülmektedir.

Yaş Değişkeniyle Madde 2'ye Verilen Cevaplar Arasındaki Çapraz Tablo (Ki-Kare) Analiz Sonuçları;

"Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili yürüttüğüm derslerin içeriklerini niteliksel açıdan güncelliyorum." (Madde 2) Maddesine verilen cevaplarla ilgili kay-kare analizi sonuçları incelendiğinde yaş değişkeninin verilen cevaplarla ilgili farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır **(X^2=15,808 sd=8, p=.045)**. Buna göre "tamamen katılıyorum" cevabını veren katılımcılardan 34-40 ve 41-46 yaş aralığında olan akademisyenlerin diğer gruplara göre öne çıktığı görülmektedir. "Katılıyorum" cevabını veren akademisyenlerden ise 34-40 yaş aralığında olanların ön plana çıktığı görülmektedir.

Yaş Değişkeniyle Madde 13'e Verilen Cevaplar Arasındaki Çapraz Tablo (Ki-Kare) Analiz Sonuçları;

"Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımı eğitimi sürecine dâhil edilebilen paradigmaların olumlu yansımalarını yürüttüğüm derslerde gözlemliyorum." (Madde 13) Maddesine verilen cevaplarla ilgili kay-kare analizi sonuçları incelendiğinde yaş değişkeninin verilen cevaplarla ilgili farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (**X^2=26,075 sd=12, p=.010)**. Buna göre "tamamen katılıyorum" cevabını veren katılımcılardan 34-40 yaş aralığında olan akademisyenlerin diğer gruplara göre öne çıktığı görülmektedir. "Katılıyorum" cevabını veren akademisyenlerden ise 41-46 yaş aralığında olanların ön plana çıktığı görülmektedir.

Yaş Değişkeniyle Madde 15'e Verilen Cevaplar Arasındaki Çapraz Tablo (Ki-Kare) Analiz Sonuçları;

"Lisansüstü öğrenci adaylarıyla birlikteliğimizde grafik tasarım / görsel iletişim tasarımı alanında değişen paradigmaların farkında olup olmadıklarını önemsiyoruz." (Madde 15) Maddesine verilen cevaplarla ilgili kay-kare analizi sonuçları incelendiğinde yaş değişkeninin verilen cevaplarla ilgili farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (**X^2=21,144 sd=12, p=.048)**. Buna göre "katılıyorum" cevabını veren katılımcılardan 34-40 ve 41-46 yaş aralığında olan akademisyenlerin diğer gruplara göre öne çıktığı görülmektedir.

4.3.2. Ünvan Değişkeni

Ünvan Değişkeniyle Madde 14'e Verilen Cevaplar Arasındaki Çapraz Tablo (Ki-Kare) Analiz Sonuçları;

"Öğretim üyesi arkadaşlarım grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili paradigmaları tasarım eğitimi sürecine dâhil ediyor." (Madde 14) Maddesine verilen cevaplarla ilgili kay-kare analizi sonuçları incelendiğinde ünvan değişkeninin verilen cevaplarla ilgili farklılık gösterdiği

anlaşılmaktadır (**X^2=14,736 sd=6, p=.022)**. Buna göre "katılıyorum" ve "kısmen katılıyorum" cevabını veren katılımcılardan öğretim görevlisi ve yardımcı doçent doktor olan akademisyenlerin diğer gruplara göre öne çıktığı görülmektedir.

Ünvan Değişkeniyle Madde 15'e Verilen Cevaplar ArasındakiÇapraz Tablo (Ki-Kare) Analiz Sonuçları;

"Lisansüstü öğrenci adaylarıyla birlikteliğimizde grafik tasarım / görsel iletişim tasarımı alanında değişen paradigmaların farkında olup olmadıklarını önemsiyoruz." (Madde 15) Maddesine verilen cevaplarla ilgili kay-kare analizi sonuçları incelendiğinde ünvan değişkeninin verilen cevaplarla ilgili farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (**X^2=23,674 sd=9, p=.005)**. Buna göre "katılıyorum" cevabını veren katılımcılardan yardımcı doçent doktor olan akademisyenlerin diğer gruplara göre öne çıktığı görülmektedir.

4.3. Hizmet Süresi Değişkeni

Hizmet Süresi Değişkeniyle Madde 1'e Verilen Cevaplar Arasındaki Çapraz Tablo (Ki-Kare) Analiz Sonuçları;

"Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili gelişen teknolojiler kapsamında bilgisayar programı yazılım yeterliklerimi geliştiriyorum." (Madde 1) Maddesine verilen cevaplarla ilgili kay-kare analizi sonuçları incelendiğinde hizmet süresi değişkeninin verilen cevaplarla ilgili farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (**X^2=29,880 sd=15, p=.012)**. Buna göre "tamamen katılıyorum" ve "katılıyorum" cevabını veren katılımcılardan bölümlerinde çalıştıkları toplam hizmet süresi bakımından 1-15 yıl deneyimi olan akademisyenlerin diğer gruplara göre öne çıktığı görülmektedir.

Hizmet Süresi Değişkeniyle Madde 13'e Verilen Cevaplar Arasındaki Çapraz Tablo (Ki-Kare) Analiz Sonuçları;

"Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımı eğitimi sürecine dâhil edilebilen paradigmaların olumlu yansımalarını yürüttüğüm derslerde gözlemliyorum." (Madde 13) Maddesine verilen cevaplarla ilgili kay-kare analizi sonuçları incelendiğinde hizmet süresi değişkeninin verilen cevaplarla ilgili farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (**X^2=35,885 sd=15, p=.002)**. Buna göre "katılıyorum" cevabını veren katılımcılardan bölümlerinde çalıştıkları toplam hizmet süresi bakımından 6-15 yıl deneyimi olan akademisyenlerin diğer gruplara göre öne çıktığı görülmektedir.

Hizmet Süresi Değişkeniyle Madde 22'e Verilen Cevaplar Arasındaki Çapraz Tablo (Ki-Kare) Analiz Sonuçları;

"Tüketim kültürü ve postmodern pazarlama tekniklerine tasarım eğitiminde yer veriyorum." (Madde 22) Maddesine verilen cevaplarla ilgili kay-kare analizi sonuçları incelendiğinde hizmet süresi değişkeninin verilen cevaplarla ilgili farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (**X^2=33,125 sd=20, p=.033)**. Buna göre "katılıyorum" cevabını veren katılımcılardan bölümlerinde çalıştıkları toplam hizmet süresi bakımından 1-15 yıl deneyimi olan akademisyenlerin diğer gruplara göre öne çıktığı görülmektedir.

4.4. Fakülte Değişkeni

Fakülte Değişkeniyle Madde 4'e Verilen Cevaplar Arasındaki Çapraz Tablo (Ki-Kare) Analiz Sonuçları;

"Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili ulusal yükseköğretim kurumlarının ve alanla ilgili bazı vakıf ve kurumların (GMK, Yahşibey vb.) haberlerini, etkinliklerini, yayınlarını vb. takip ediyorum." (Madde 4) Maddesine verilen cevaplarla ilgili kay-kare analizi sonuçları incelendiğinde hizmet süresi değişkeninin verilen cevaplarla ilgili farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır

(**X^2=23,868 sd=12, p=.021)**. Buna göre "tamamen katılıyorum" ve "katılıyorum" cevabını veren katılımcılar arasından güzel sanat fakültelerinde görev yapan akademisyenlerin diğer gruplara göre öne çıktığı görülmektedir.

Fakülte Değişkeniyle Madde 5'e Verilen Cevaplar Arasındaki Çapraz Tablo (Ki-Kare) Analiz Sonuçları;

"Grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili uluslararası eğitim kurumlarının haberlerini, etkinliklerini, yayınlarını vb. takip ediyorum." (Madde 4) Maddesine verilen cevaplarla ilgili kay-kare analizi sonuçları incelendiğinde hizmet süresi değişkeninin verilen cevaplarla ilgili farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (**X^2=24,174 sd=12, p=.019)**. Buna göre "tamamen katılıyorum" ve "katılıyorum" cevabını veren katılımcılar arasından güzel sanat fakültelerinde görev yapan akademisyenlerin diğer gruplara göre öne çıktığı görülmektedir.

Fakülte Değişkeniyle Madde 23'e Verilen Cevaplar Arasındaki Çapraz Tablo (Ki-Kare) Analiz Sonuçları;

"Derste grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili paradigmalara özgü geliştirdiğim bir tasarım eğitimi metodoloji uyguluyorum." (Madde 23) Maddesine verilen cevaplarla ilgili kay-kare analizi sonuçları incelendiğinde hizmet süresi değişkeninin verilen cevaplarla ilgili farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (**X^2=21,069 sd=12, p=.049)**. Buna göre "tamamen katılıyorum" ve "katılıyorum" cevabını veren katılımcılar arasından güzel sanat fakültelerinde görev yapan akademisyenlerin diğer gruplara göre öne çıktığı görülmektedir.

4.5. Bölüm Değişkeni

Bölüm Değişkeniyle Madde 23'e Verilen Cevaplar Arasındaki Çapraz Tablo (Ki-Kare) Analiz Sonuçları;

"Derste grafik tasarım / görsel iletişim tasarımıyla ilgili paradigmalara özgü geliştirdiğim bir tasarım eğitimi metodoloji uyguluyorum." (Madde 23) Maddesine verilen cevaplarla ilgili kay-kare analizi sonuçları incelendiğinde hizmet süresi değişkeninin verilen cevaplarla ilgili farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır (**X^2=22,342 sd=12, p=.034)**. Buna göre "katılıyorum" cevabını veren katılımcılar arasından grafik anasanat dalı ve grafik tasarım bölümlerinde görev yapan akademisyenlerin diğer gruplara göre öne çıktığı görülmektedir.

5.Sonuç

Değişen Paradigmaların Görsel İletişim Tasarımı Lisans ve Lisansüstü Eğitim Programlarına Yansımaları'nı araştıran bu çalışma ile öncelikle grafik/görsel iletişim tasarımı alanında yaşanılan terminoloji sorunu ele alınmıştır. 19. Yüzyılın sonlarından itibaren tüketim kültürünün ve 20. Yüzyıl modern sanat hareketlerinin ekseninde sanat ve tasarım alanında ortaya çıkan yeni paradigmalar ve bu paradigmaların bir getirisi olarak çağımızda grafik tasarım kavramı yerine görsel iletişim tasarımı adlandırmasının gerekliliği üzerine detaylı çalışmalar yapılmıştır.

Grafik/görsel iletişim tasarımı alan adında yaşanan terminoloji sorunu bu alanın eğitim ortamlarına da yansımıştır. Bu çalışma kapsamında Türkiye'de ve yurtdışında birçok üniversitede verilen grafik/görsel iletişim tasarımı eğitimi fakülte, bölüm ve dersler kapsamında incelenmiş ve detaylı olarak sunulmuştur.

Türkiye'de grafik/görsel iletişim tasarımı alanında çeşitli üniversitelerde eğitim veren öğretim elemanlarına bir anket uygulanmış ve öğretim elemanlarının alan hakkındaki fikirleri alınarak sonuçlar SPSS programı aracılığı ile analiz edilmiştir.

Yükseköğretim Kurumu'na bağlı çeşitli devlet ve vakıf üniversitelerinde sürdürülen görsel

iletişim tasarımı eğitimiyle dersler, fakülteden fakülteye, bölümden bölüme farklılık göstermektedir. Bu dersler hem adlandırmalar açısından farklılık göstermekte hem de içerikleri bakımından tutarsızlık sergilemektedirler. (Bu durumun yurtdışındaki üniversitelerin ilgili fakültelerinde de aynı şekilde olduğu bulgulanmıştır). Güzel sanatlar fakülteleri, güzel sanatlar ve tasarım fakülteleri, güzel sanatlar tasarım ve mimarlık fakülteleri, sanat ve tasarım fakülteleri ya da iletişim fakültelerinde; grafik tasarım, grafik sanatlar, iletişim tasarımı, görsel iletişim tasarımı gibi adlandırmalar eşliğinde bölümler bulunmaktadır. Diğer taraftan yeni açılan fakültelerdeki bazı bölümler ise hala grafik tasarım ya da grafik adı altında eğitim vermektedir.

Entelektüel duyarlılığa sahip çok yönlü becerileri olan bir görsel iletişim tasarımcısı yetiştirmek üzere üniversitelerde verilen tasarım eğitimi programlarının revize edilmesi gerekliliği bu çalışma ile belirtilmiştir.

Çok yönlü, donanımlı, duyarlı, alanıyla ilgili görsel iletişime yönelik çeşitli ortamlarda karşılaştığı problemleri tespit edebilen ve onlara içeriğe, hedef kitlesine ve evrensel normlara uygun yaratıcı, işlevsel ve çevreci çözümler üretebilen görsel iletişim tasarımcılar yetiştirilmelidir. Bunun için akademik düzeyde eğitim veren tüm üniversitelerin öğretim programlarında, bölüm adları, ders adları ve içeriklerinde ciddi anlamda nitelikli ve planlı çalışma süreçleri gerçekleştirilmeli ve çeşitli paylaşımlar uzlaşımlar aracılığıyla yaygınlaştırılmalıdır.

Öncelikle teknolojinin ve tüketim algısının değişmesi ile tasarım alanında yenilikler meydana gelmiştir ve tasarım süreçlerine farklı duyular arası ifade şekilleri de dahil edilmiştir. Değişen paradigmaların etkisi ile tasarım eğitimi farklı bir boyut kazanmalıdır. Bu değişime zorlayan ekonomik, ekolojik, kültürel, teknolojik etmenler söz konusu olduğundan üniversitelerde sürdürülen lisans ve lisansüstü eğitimin de bölüm ve ders adları, içerikleri, derslerin yürütülme yöntemleri yaklaşık üç yılda bir gözden geçirilmeli ve gerekirse yeniden yapılandırılmalıdır. Ancak bu yapılandırılmalar sonucunda çağına ve yakın geleceğindeki gereksinimlerine cevap verebilen tasarımcılar yetiştirilebilecektir.

Çağın ve geleceğin gereksinimlerine cevap verebilen tasarımcılar yetiştirmek üzere verilecek eğitimde, ilgili alanlarda üniversiteye giriş için özel yetenek sınavı 2016 yılına kadar uygulanmaktayen 2016 yılında yeni alınan bir kararla görsel iletişim tasarımı bölümlerine öğrenci alımında özel yetenek sınavı Yüksek Öğretim Kurumu tarafından kaldırılmıştır. Bu karar neticesinde grafik tasarım kavramının görsel iletişim tasarımı kavramı ile yer değiştirilmesi öğretim elemanları tarafından istense de özel yetenek sınavı ile öğrenci alabilmek için bölüm adının güncellenmesi mümkün olmayacaktır. Ders içerikleri ve bölüm adlarının güncel olmayışını ve yaşanan terminoloji karmaşasını ortadan kaldırmak için öncelikle bu bölümlere öğrenci alımının grafik tasarım ile aynı olacak şekilde özel yetenek sınavları eşliğiyle olması gerekliliği bu çalışma kapsamında savunulmuştur.

Türkiye'de görsel iletişim tasarımı eğitimi yurtdışı örneklerine göre bazı farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklar her kültürde farklılık gösteren paradigmaların eşliğinde çeşitlenmektedir. Temelde yaşanılan problemlerden birisi Avrupa'yı eleştirel bir bakış açısından uzak olarak tekrar etme çabasıdır. Paradigmalar kültürden kültüre farklılık gösterdiğine göre bu farklılıklara uygun metotlar geliştirmek gerekmektedir.

Görsel dil her toplumda farklı okunabilecek kadar esnektir. Her ülkenin kendi dili olduğu gibi kendisine özgü bir görsel dili de vardır. Ülkemizde bu sorunun çözülmesi için atılacak ilk adım üniversitelerde verilen lisans ve lisansüstü eğitimin toplumuna uygun biçimde ve aynı zamanda Avrupa standartlarına uygun olacak şekilde yeniden yapılandırılması yönünde olmalıdır.

KAYNAKÇA

Ambrose, G. & Harris, P. (2012). **Grafik Tasarımın Temelleri**, Literatür Yayınları, İstanbul.

Argın, Ş. (1992). **Postmodern Yaşantı(lar), Medya ve Biz(ler),**Birikim Yayınları.

Balcı, A. (2011). **Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem Teknik Ve İlkeler**, Pegem Akademi, 5. Baskı, Ankara.

Becer, E. (2005). **İletişim Ve Grafik Tasarım**, Dost Yayınları, Ankara.

Bektaş, D. (1991). **Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Berman, D. B. (2009). **The Good Design**, Nancy Aldrich-Ruenzel, California.

Bernard, M. (2002). **Sanat, tasarım ve Görsel Kültü,** Ütopya Yayınları, İstanbul.

Bocock, R. (2005). **Tüketim**, Dost Yayınları, Ankara.

Ceylan, İ. G., Ceylan H.B., **Ambalaj Tasarımında Bilinçaltı Mesaj Öğelerinin ve Nöropazarlama Yaklaşımının Kullanımlarının Karşılaştırılması**, Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 10/2 Winter 2015, p. 123-142, ISSN: 1308-2140, www.turkishstudies.net, DOI Number: http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.7631, Ankara,Turkey.

Çelik, S. (2009). **Hazsal ve Faydacı Tüketim**, Derin Yayınevi, İstanbul.

Fishel, C. (2005). **How To Grow As A Graphic Designer**. Allworth Press, New York.

Güneş, B. (2003). Paradigma Kavramı Işığında Bilimsel Devrimlerin Yapısı ve Bilim Savaşları: Cephelerdeki Fizikçilerden Thomas S. Kuhn ve Alan D. Sokal, **Türk Eğitim Bilimleri Dergisi**, 1 (1), 23-44.

ICOGRADA (2000). **Design Education Manifesto.**

ICOGRADA (2011). **Design Education Manifesto.**

Karasar, N. (2009). **Bilimsel Araştırma Yöntem**i, Nobel Yayınları, Ankara.

Mazlum, S. (2006). **Masaüstü Yayıncılık**, Gazi Kitabevi, Ankara.

Shaughnessy, A. (2005). **How To Be a Graphic Designer Without Losing Your Soul**,Laurence King Publishing, London.

Twemlow, A. (2011). **Grafik Tasarım Ne İçindir**, Yem Yayınları, İstanbul.

Uçar, T. F. (2004). **Görsel İletişim Ve Grafik Tasarım**, İnkılap Yayınları, İstanbul.

Weill, A. (2009) **Grafik Tasarım**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Seçkin Yayıncılık, 7. Baskı, Ankara.

Young, R. E. (2003). **An Action Research İnquiry: Adult Education Principles And Philosophies For Undergraduate Visual Communication Design Education,** Unpublished Master Thesis, St. Francis Xavier University, Antigonish, Nova Scotia.