ASOS JOURNAL

The Journal of Academic Social Science

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 9, Sayı: 122, Kasım 2021, s. 215-230

ISSN: 2148-2489 Doi Number: <http://dx.doi.org/10.29228/ASOS.52821>

Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date

1.10.2021

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date

29.11.2021

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Ferruh HAŞILOĞLU

Atatürk Üniversitesi, Grafik Sanatlar

fhasiloglu@atauni.edu.tr

Orcid: 0000-0001-9702-1366

KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİMDE GRAFİK TASARIMIN ROLÜ

Öz

Disiplinlerarası bir çalışma alanına sahip olan kültürlerarasılık; pek çok alanda olduğu gibi sanat tasarımında da etkin bir rol oynamaktadır. Küreselleşmenin her alanda hızla yayılan etkisi, yalnızca ekonomik ve siyasî olarak değil, kültürel bir küreselleşmeyi de gün yüzüne çıkarmıştır. Dünyadaki farklı kültürler arasındaki sınırların giderek erimesi kültürel bir geçirgenliği öne çıkarmaktadır. Hızla küreselleşen dünyada, farklı kültürler arasındaki iletişim ve etkileşim de buna bağlı olarak gelişim göstermektedir. Bu bakımdan pek çok disiplin de, kültürlerarası iletişim diline vakıf olmak sorunuyla karşı karşıya kalmıştır. İletişim teknolojilerinde meydana gelen çok hızlı değişimler, ekonomi, siyaset, ulaşım gibi pek çok alanda geniş bir dolaşım alanı yaratmıştır. Farklı kültürler arasında ortaya çıkan bu etkileşim, iletişim alanlarında geniş bir yaygınlığa ulaşarak çok kültürlü bir iletişim dilini zorunlu kılmıştır. Bu iletişim dili ulaşımdan ticarete, ticaretten siyasete ve ekonomiye kadar yayılan ve sanat alanlarında da kendini hissettiren etkiye sahiptir. Sanat Tasarımı da bu hızlı değişime ayak diremeden kendini yenilemeli ve kültürlerarası iletişim dilini yakalamalıdır. Çok geniş bir çalışma alanına sahip olan sanatsal tasarımlar, dünya üzerinde kültürün en önemli taşıyıcısı olarak, kültürlerarası iletişim dilini doğru, etkin ve hassasiyetle kullanmalıdır. Bu noktada tasarımcıya düşen; bir takım stratejik, estetik ve teknik kullanım araçlarını etkin kullanmaktır. Bu çalışma kültürlerarası iletişimde tasarımcıya düşen rolü göstermeyi amaçlamaktadır.

Anahtar kelimeler: Kültürlerarasılık, İletişim, Tasarım

THE ROLE OF GRAPHIC DESIGN IN INTERCULTURAL COMMUNICATION

Abstract

Interculturalism, which has an interdisciplinary field of study; As in many other fields, it plays an active role in art design. The rapidly spreading effect of globalization in every field has brought to light a cultural globalization, not only economically and politically. The melting of the boundaries between different cultures in the world brings forward a cultural permeability. In the rapidly globalizing world, communication and interaction between different cultures develops accordingly. In this regard, many disciplines have faced the problem of knowing the language of intercultural communication. Rapid changes in communication technologies have created a wide circulation area in many areas such as economy, politics and transportation. This interaction that emerges between different cultures has reached a wide spread in communication areas and has made a multicultural communication language obligatory. This communication language has an effect that spreads from transportation to commerce, from trade to politics and economy and makes itself felt in the fields of art. Art Design should also renew itself and catch the language of intercultural communication without resisting this rapid change. Artistic designs, which have a wide range of work areas, should use the language of intercultural communication accurately, effectively and sensitively as the most important carrier of culture in the world. At this point, the responsibility of the designer; To use a number of strategic, aesthetic and technical tools effectively. This study aims to show the role of designer in intercultural communication.

Keywords: Interculturel, Communication, Design

Giriş

Özellikle 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren hızla artan teknolojik gelişmeler ve buna bağlı olarak geniş bir kapsamda yayılımı süren küreselleşme, grafik tasarım anlayışını da temelden etkileyerek, grafik tasarıma yeni roller ve sorumluluklar yüklemiştir. Teknolojik gelişmeler sonucu bir düşüncenin kitlelere ulaşma hızı, kültürlerarası etkileşimi ortaya çıkarmış ve bu da yeni iletişim ve ilişki kurma anlayışlarını doğurmuştur. Bu aşamada grafik tasarım anlayışı, yeni anlatım dilleri bulma, farklı kültürlerin, kültürel kodlarını anlayarak yeni çözümler üretmek zorunda kalmıştır. Grafik tasarımcılar, kültürlerarası iletişimde karşılaşacakları zorlukların üstesinden gelebilmek için kültürlerarası iletişim yöntemlerini kullanmak zorundadır.

Hızla yaygınlaşan küreselleşme karşısında, grafik tasarımın da doğası değişmektedir. Grafik tasarımcılar, kültür ve görsel iletişim arasında bulunan çok kapsamlı bağı çok iyi kavrayarak çözüm üretmelidir. Dünyada küreselleşme hızla artsa da kültürel farklılıklar hâlâ devam etmektedir;

“Küreselleşme sürecinin etkisi altında bütün dünyanın adeta tek bir Pazar haline dönüştüğü söylene de, ülkelerin kültürel farklılıkları varlıklarını hâlâ sürdürmektedirler. Ekonomik küreselleşme süreci kültürel farklılıkları ortadan kaldırmadığı gibi, kültürlerin farklılıklarına karşı duyarlı olma gereksinimini hatta arttırmaktadır (Ügeöz, 2003: 8).”

Kültürlerarası iletişim, farklı ülkelerden ve kültürlerden insanların çevrelerindeki dünyayı nasıl anladıkları ve buna bağlı nasıl davrandıklarını, iletişim kurduklarını ve algıladıklarını keşfetmeyi içerir.

Her toplum kendine özgü kültürel değerlere göre bir başka toplumdaki farklılık gösterir. İçine doğduğumuz toplumun çok geçmişe köklenen verili, hazır değer yargıları, inanışları ve toplumsal ideolojileri mevcuttur. Farklı kültürlerin farklı değerlerini ve davranış biçimlerini anlayabilmek için benzerlikler ve farklılıklarını belirli kriterlere göre karşılaştırarak çözümlemek tasarımcı için başlangıç aşaması niteliği taşımaktadır.

Kültürlerarası İletişimde Tasarım Odaklı Düşünmek

Klişeleşmiş bir söylem olarak, yaşadığımız dünyanın hemen her alanda sınırlarının eriyerek geçirgenleştiği “küresel bir köy”e dönüştüğü kabul edilir bir gerçekliktir. Bu bakımdan nerdeyse tüm dünya içinde homojen bir toplum yapısının varlığından söz etmek zordur. Toplumlar çokkültürlü bir yapıya dönüşerek, farklı kültürlerle ev sahipliği yapmaktadır. Böylece farklı kültürlerden insanların oluşturduğu çokkültürlü bir toplumsal yapı ortaya çıkmaktadır ve bu yapı da her türden iletişim sürecine etki etmektedir.

Günümüz modern dünyasında çokkültürlülük, kimlik, farklılık, ötekilik ve küreselleşme gibi birbiriyle ilgili kavramlar, bilimsel ve politik anlamda hem de kamusal alanda farklı yönleriyle tartışılan önemli kavramlardır. Küreselleşmeyle birlikte, söz konusu vakaların ve gelişmelerin, farklı ülkeleri ve kültürleri de işin içine dâhil ederek dünya ölçeğinde paylaşılan ve dünya ölçeğini etkileyen ortak bir gündem ve süreç olarak ortaya çıkmıştır (Öğüt, 2018: 24).

Çokkültürlülük adına yaşanan bu değişim süreci farklı kültür ve kimlikler arasındaki iletişimin sağlıklı yürümesini zorunlu kıldığı gibi, hemen her alanda kültürlerarası iletişim disiplinlerinin öne çıkmasına da neden olmaktadır. Bu aşamada karşımıza “kültür kavramı çıkmaktadır ki; bu kavram da tanımı tam olarak net olmayan, kişiden kişiye değişkenlik gösteren muğlak bir yapı arz etmektedir. Kültürü; “*insanların sembolik temsil pratikleri yoluyla anlam inşa etmeye çalıştıkları bir yaşam düzeni*” olarak tanımlayan John Tomlinson’un tanımlaması grafik tasarım sanatı açısından en yakın tanımlama olarak öne çıkmaktadır (Tomlinson, 1999: 18). Grafik tasarım açısından önemli olan bir başka tanım ise; “*insanların sembolik temsil pratikleri yoluyla anlam inşa etmeye çalıştıkları bir yaşam düzeni*” ifadesidir (Kartari, 2006: 16).

“Kültürü sembol, anlam ve normlar üzerinden ele alan kültür tanımları, özellikle, semboller sistemini, bu sembollere atfedilen anlamları ve normları vurgulayarak, iletişim sürecini de göz önünde bulunduran bir yaklaşım benimsemeleri bakımından, kültürlerarası iletişim bağlamında yapılan bir çalışma için oldukça yararlıdır. Bir bakıma kültür iletişimde anlam aktarımını sağlamaktadır (Ökeli, 2017: 166).”

Kültürü, toplumsal grupların ayırt edici yaşam tarzları olarak tanımlayan Heskett’e göre; *değerler, iletişimler, örgütlenmeler ve insan yapımı şeyler gibi kimi boyutlar aracılığıyla ifade edilen öğrenilmiş davranış kalıplarıdır.* (Heskett, 2002; 51)

Kültürlerarası ilişkilerin ve iletişimin hızla yayılarak zorunlu gereklilikleri dayattığı bu çağda; özellikle taşımacılık, iletişim, ticaret ve göç gibi gerçeklikler grafik tasarım sanatı açısından yeni bir iletişim dilini zorunlu kılmaktadır.

Kültürlerarası iletişimin merkezinde doğru ve çözüm üreten bir anlayış bulunmalıdır. İster göçmen, ister sürekli seyahat edem bir iş adamı ya da küresel bir göçebe olun, kültürlerarası iletişim herkes için önemlidir. Çünkü size dünyanın farklı bölgelerinde insanların nasıl iletişim kurduğu ve davranış farklılıkları konusunda bir bakış açısı oluşturur. Burada esas olan kültürlerarası iletişimin odak noktasının, sadece size farklılıkların var olduğunu göstermek değil, bu farklılıkları nasıl yöneteceğinizi öğretme olduğudur. Bu farklılıkları yönetmek çok fazla yaratıcılık gerektirir!

“Farklı kültür, milliyet ve dil gruplarına ait insanlar arasındaki iletişim yoğunlaşmıştır. İnsanlar eskisine göre daha çok yolculuk yapıyorlar ve tabela, harita, yön bulma, yer tespit etme ve yol tarifi gibi alanlarda daha çok yönlendirmeye ihtiyaçları var. Dolayısıyla grafik tasarım öğretimi küresel bağlamda – yani farklı insanlar ve kültürler arasında iletişimin ve hareketliliğin devam edeceğinin ve artacağına varsayıldığı bağlamlarda – gerçekleşmelidir. Bunun grafik tasarım müfredatının geleceği açısından anlamı nedir? Grafik tasarımcılar kozmopolit olmalıdır – farklı kültürlerde rahat edebilmeli, toplumsal ipuçlarını anlayabilmeli ve grafik iletişim yoluyla eyleme geçmeyi kolaylaştırabilmelidir. Dolayısıyla küresel kültürü, başlıca özelliklerini, nasıl işlediğini ve insanın içinde nasıl işleyebileceğini bilmek temel önem taşır. Sosyoloji ve antropolojinin yanı sıra, küresel görsel kültür, semantik veya semiyotik teorisi ve iletişim teorisi alanında dersler böyle bir temeli sağlayabilir. Kısacası, grafik tasarımcılar insanları ve kültürel ortamlarını tanımalıdır.” (Margolin, 2012:1).

Kültürlerarası iletişimde tasarım odaklı düşünme; tasarımcıdan, alışlageldik, verili olan tasarım anlayışına meydan okumanızı ve olağan düşünme, iletişim ve her zaman yapılan gelenekselleşmiş tasarım anlayışından uzaklaşmanızı ister. Yenilikçi ve başka gerçekliklere açık olmanızı ve dünya hakkındaki algınızın her zaman doğru olmayabileceğini kabul etmenizi ister.

“Günümüz dünyasında bilişim ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler görsel ortam ve olanakların gelişmesini sağlamıştır. Çağımızda insanoğlu daha önce hiç olmadığı kadar çok görsel imgeyle karşılaşmaktadır. Gazete, dergi, televizyon, sinema ve açık hava reklamları gibi nispeten daha eski mecraların yanında artık internet, bilgisayar, akıllı telefonlar, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamalarıyla dünya, görselliğin egemenliğindedir. (...) Küreselleşme sürecinde dünya küçülmekte ve tektipleşmektedir fakat buna karılık yerellik kavramı da güç kazanmaktadır. Yerel kültür, aynı coğrafyayı paylaşan insanların, inançları, gelenekleri, alışkanlıkları ve yaşam pratikleriyle oluşturduğu kültürel birikimlerini ifade etmektedir. Yerel kültür, küçük ölçekli ve coğrafi olarak sınırlı bir yapıyken küresel olan daha geniş ve tüm dünyaya yayılmış kültürel güç yapısıdır. Küreselleşme ve yerelleşme birbirine karıt iki kavram gibi görünse de birbirleriyle var olan ve birbirlerini var eden kavramlardır.” (Uyan Dur, 2015; 443-445)

Kültürlerarası iletişimin esas olan yalnızca farklılıkları görmek değil, aynı zamanda bu farklılıkları nasıl yöneteceğinizi öğretmektir. Kültürlerarası tasarımlarda alternatif düşünme biçimi büyük önem taşımaktadır. Tasarımcı kendini sınırlayan yerel kalıplardan kurtularak farklı kültürleri bir arada kaynaştırabilmelidir.

Grafik tasarım sanatı diğer sanatlar karşısında kısa bir geçmişe sahip olmasına rağmen, sosyo – ekonomik temeller üzerinden gelişen bir sanattır. Bu bakımdan kültürlerin sahip olduğu anlam ve kavramların inşasında büyük rol oynamaktadır (Nejat, 2009: 44)

Teknolojinin ve internetin hızla yaygınlaştığı ve hakîmiyet alanını geliştirdiği bu çağda tasarımcılar, eskisine nazaran, bilgiye çok daha kolay ulaşabilmekte, bu bakımdan kültürel farklılıkları algılayarak tasarım sürecine farklı dil ve kültürel kodlar yüklemeli ve yerelden evrensele doğru bir bakış geliştirmelidir (Ürkmez, 2006:32).

Kültürü Oluşturan Genel Faktörler

- Dil
- Din ve İnançlar
- Değerler ve Normlar
- Semboller, Tutumlar
- Örf ve Adetler
- Yasalar ve Ahlak Kuralları

Bu faktörler toplumsal kültürü oluşturan temel yapıtaşlarıdır. Her biri diğerinden bağımsız gibi algılansa da esasında görünmez bir bağ ile sıkı sıkıya bağlı organik bir ilişki içerisinde. Bu faktörler arasındaki bağ, adeta zincirin halkaları arasındaki gibi parçaların bütünü oluşturduğu bir yapı teşkil etmektedir. Dolayısıyla; grafik tasarımda, tasarımcı kültürel kodları referans alarak bir tasarım amaçlıyorsa bu faktörleri asla göz ardı etmemelidir. Aşağıda örneklerini göreceğimiz her bir afişte kültürleri oluşturan faktörlere ait tasarım öğeleri görülmektedir.

Richmond Göçmen Kültür Festivali için yapılan afiş, (<https://richmondsf.org/event/immigrant-cultural-festival/>)

ABD’nde, Virginia eyaletinin Richmond Bölgesi’nde göçmenlerin ve yerli kültürlerin birarada yaşama olanakları ve kültürel kaynaşmasının sağlanması amacıyla düzenlenen “Göçmen Kültür Festivali” için tasarlanan afişte; farklı kültürlerle ait kültürel kodların

kullanıldığı gözlenmektedir. Farklı kültürlerle ait sembol, değer ve kültürel nesneler afiş yüzeyinde eşit oranda yayılarak kültürlerarası bir mesaj, çok kültürlülüğün önemine ve gerekliliğine vurgu yapan bir mesajı içermektedir. Bu afiş tasarımı gözlenebileceği gibi çok kültürlülük afiş yüzeyinin tamamını eşit oran ve uyumlu bir denge içerisinde taşımaktadır.

Afiş tasarımı çok kültürlülüğe vurgu yapmak amacıyla; Rusya'nın sembolleşmiş göstergelerinden biri olan "matruşka", Çin Halk Kültürü'ne ait olan "yelpaze", Orta Asya kültürüne veya Rusya kültüründe izlerine daha sık rastlanan "semaver", yine Rusya'ya ait olan "balalayka" adlı müzik aleti, Eski Yunan'da Zeus'un kutsal ağacı olarak da bilinen "meşe ağacı palamudu" gibi simgelere kültürlerarası iletişim ve çok kültürlülük açısından özellikle yer verildiği gözlenmektedir. Festivalin bağlamı kapsamında; müzik, sanat, yemek ve yerel örf ve adetler gibi etkinliklerin yer aldığı afişte; yazı tipi olarak serbest bir font uygulanmış, yazılardaki renkler çeşitli kültürlerin buluşacağı bir festivale de gönderme yapacak bir anlayışta tasarlanmıştır.

Multiflora Müzik Festivali için Afiş (<https://multifloraproductions.com/multiflora-music-festival-2017-full-lineup-announced/#.X93hA-kzbOQ>)

"Multiflora Music Festival" adıyla gerçekleştirilen bu festival; afiş tasarımı bir ortak dünya mirası olarak üzerinde yaşadığımız bitki örtüsünün, herkesin sahipliğinde ve herkesin ait olduğunu kültürlerarası imge, sembol ve değerler aracılığıyla anlatmayı hedeflemektedir.

"Multiflora Müzik Festivali" afiş tasarımı, farklı kültürlerle ait olan müzik aletleri ve farklı yöresel giysileri giyen insanların yer aldığı bir illüstrasyonla gösterilmiştir. Afişte, müzik festivalinde yer alacak şarkıcıların ve grupların isimlerinin yanı sıra çeşitli kültürlerle ait müzik türlerinin de olduğu gözlemlenmektedir. Bu tasarım; kültürlerarası ilişkilerin varlığına ve bu

ilişkinin tasarım üzerinden sağlanmasına iyi bir örnektir. Çok kültürlü bir dünyada tasarımcı kaçınılmaz olarak her kültüre yer vermek zorunda kalabilir/kalmalıdır...

Jaipur Edebiyat Festivali için afiş (<https://jlflitfest.org/about-jlf>)

Dünyadaki en büyük “edebiyat organizasyonu” olarak kabul edilen; “Jaipur Edebiyat Festivali” her yıl dünyanın çeşitli şehirlerinde yapılmaktadır. Gözlenebileceği gibi, afişlerde

festivalin yapılacağı şehre ait sembolik görüntüler yerel değer, sembol ve kültürel değerlerden hareketle düzenlenmektedir. Bu tasarımlarda afiş tasarımcıları, yerel değerlerden hareket ederek evrensel göndermelere ulaşmak amacı taşımaktadır. Burada genel olarak festivalin amacı doğrultusunda hareket eden tasarımcılar; festivalin turneleri doğrultusunda parçadan bütüne hizmet eden bir anlayışla hareket ederek bütünlüklü bir çalışmada her kültüre zaman içerisinde yer vererek yine çok kültürlü bir anlayışı parça bütün içerisinde tekrarlamışlardır. Festivalin bütünü göz önüne alındığında, her bir tasarımın bütüne hizmet eden kültürlerarası bir bağ kurmak anlayışı gözlenecektir.

Uluslararası İzmir Kukla Günleri için Banner tasarımı (<https://www.izmirkuklagunleri.com/tr/>)

Pek çok kültürün temel unsurlarından biri olan “kukla” olgusunun yansıtıldığı bu posterlerde, kültürel kodlardan hareket edildiği gözlenmektedir. Kukla; kavram, sosyoloji, inanç ve sanatsal bir varlık olarak hemen tüm kültürlerde varolan bir değerdir. Kültürel kodlara göre değişkenlik gösteren bu olguya karşı tasarımcı pek çok kültürel değer, inanç ve sembolden

hareket ederek bir tasarıma ulaşmayı amaçlamaktadır. Her kıtada ve her toplumda varlık gösteren kukla olgusu hem yerel hem de evrensel değerler taşıyan bir olgudur. Ancak afiş tasarımında gözlenebileceği gibi tasarımcı, kukla tasarımı ortak anlayışından hareket ederek yerel olana da vurgu yapmayı gözden kaçırmamıştır. Afişlerde yer verilen görseller kültürel değer ve nesnelere ait olup evrensel bir potada kaynaştırılması hedeflenmektedir.

Avustralya ve İran arasındaki diplomatik İlişkilerin 50. Yılı için yapılan afiş

(<https://en.irna.ir/news/83042796/50th-anniversary-of-Iran-Australia-diplomatic-relations-celebrated>)

Avustralya ve İran arasındaki diplomatik İlişkilerin 50. Yılı için yapılan afiş tasarımında iki ülkenin sembol yapılarından olan Avustralya'nın "Sidney Opera Binası" ve İran'ın Tahran şehrinde bulunan "Özgürlük Anıtı" çizgisel olarak afişte etkileşime girmiştir. Farsça ve İngilizce yazılan afişin zemininde İslâmî geometrik motif görülmektedir.

Afiş tasarımı bu yönüyle her iki kültürü oluşturan değer ve sembollerden hareket ederek, her iki kültüre seslenen ve her iki kültürel değerleri tek bir bünyede barındıran yapısıyla kültürlerarası bir anlayış içermektedir.

Coca cola içecek Ambalajı

(<https://www.packagingoftheworld.com/2019/03/coca-cola-its-time-to-eat-together.html>)

“Birlikte yemek yeme zamanı” sloganından hareketle küresel bir ambalaj kampanyası için tasarlanan bu tasarım; evrensel bir yelpazeye yerel olan değer ve sembollerden hareket etmekte. Aynı sofrada, aynı masada hep birlikte oturmak, kültürel çatışma ve ayrıcalıktan uzaklaşarak Coca Cola sayesinde kaynaşmak gibi bir mesaja gönderme yapmakta.

1980 Olimpiyatları ABD ve Rusya arasındaki buz hokeyi maçı için afiş (Tasarım: Mark Forton)
(<https://creativeaction.network/products/miracle-on-ice-lake-placid-feb-22-1980-by-mark-forton>)

1980 Olimpiyatları ABD ve Rusya arasındaki buz hokeyi maçı için yapılan afiş tasarımı iki ülkenin bayrakları buz hokeyi kaleci maskı üzerinde gösterilmiştir. ABD bayrağı üzerindeki eyaletleri simgeleyen yıldızlardan birisi olimpiyatların yapıldığı eyaletlerden birisi olan Newyork'u temsil ederken, diğer tarafta Komünist sistemin sembollerinden biri olan orak-çekiçin bir arada olduğu Rusya'yı temsil etmektedir. Sembolik değerlerden hareketle kültürlerarası bir göndermede bulunan tasarım, soğuk savaş yıllarının ezeli düşmanlığını bozarak barışçıl bir kaynaştırma anlayışı içerisinde kurgulanmış.

Takvimler Emin Nedret İşli

(Yayına hazırlayanlar: Sadık Karamustafa, Feza Kürkçüoğlu, Sadık Karamustafa, M. Ferruh Haşiloğlu, Tolga Sezen, Melis Bağatır "Zaman Tünelinde Beyoğlu Kent Müzesi'ne Doğru 6. Daire-i Belediye'den Beyoğlu Belediyesi'ne 155 Yıl" Eylül 2012, Basım Organizasyonu: İstanbul Organizasyon Baskı ve cilt: Express Matbaası)

Osmanlı İmparatorluğu'nda pek çok dünya dilinin yer aldığı, özellikle duvar takvimi, ajanda, muhtıra defteri gibi malzemeyi genellikle gayrimüslim yayıncılar basmış ve dağıtmışlardır. Arakel, Mateosyan, Serviçen, Teohari, Fratelli Haim (Societe Anonyme de Papeterie & D'Imprimerie) gibi matbaa ve kirtasiyeciler Beyoğlu'nda bol bol ajanda, cep ve

duvar takvimi basmışlardır. Kullanılıp atılan bu malzemeden günümüz ulaşanları nadir örnekler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türklerden ise bu alanın en önemli siması Ebüzziya ailesidir. Galata'da Arap Camii karşısındaki Matbaa-i Ebüzziya'da pekçok takvim, yıllık yayınlamışlardır. İster ticari ister kültür hizmeti olarak basılan bu takvimler büyük bir imparatorluk başkentinin çok dilli, çok kültürlü, çok inançlı toplum hayatının kâğıda yansımaları şeklinde karşımıza çıkmaktadır

Henri Zellich Basımevi'nin yayınladığı, her sabah bir yaprağı kopartılan türden, 7x10 santim boyutlarındaki takvim dokuz dillidir: Türkçe, Arapça, Farsça, Ermenice, Rumca, İbranice, Fransızca, Bulgarca ve Rusça. "Zaman Tünelinde Beyoğlu" sergisinde gösterilen örnekte görüldüğü gibi farklı takvim sistemleri, farklı ay ve gün hesaplamaları içerir. 1920 yılında Türkçe ve Fransızca okuyup yazanlara göre 2 Haziran günü, Araplar için 12 Ramazan; Bulgarlar için 31, Ruslar için 30 Mayıs olarak ifade edilir. Rumlara göre ise Mayıs'ın yirmisidir. Miladi takvim 1920 yılını gösterirken, sayfanın en üstünde Arap harfleriyle solda 1334, sağda 1338 yazmaktadır. Altta İbranice satırda 5680 yılını okuruz. Farklı diller için ayrılmış bölümlerde, o günün o kültürdeki anlamı ve önemini belirtildiği yazılar yer alır...(*Sadık Karamustafa, Feza Kürkçüoğlu*)

Kanada ve Meksika'nın İlişkilerinin 70. Yılı anısına yapılan logo tasarımı

(<https://www.alewisdesign.com/work/embassy-of-mexico>)

Kanada ve Meksika'nın İlişkilerinin 70. Yılı anısına yapılan logo tasarımında Meksika'da bulunan Aztek kültürüne ait savaşı ve gücü simgeleyen kartal sembolü ve Kanada'nın bayrağını da oluşturan ve milli sembolü olan akçaağaç yaprağı kullanılmıştır.

Dinlere Özgürlük Afişi (<https://mafmovement.com/graphic-design-1>)

Mark Forton tarafından Amerika seçimlerine için tasarlanan afişte “Dinlere Özgürlük Amerika’yı Büyük Yapar” sloganı kullanılmıştır. Afişte ABD bayrağındaki eyaletleri simgeleyen yıldızlar yerine dinlerin sembolik göstergeleri kullanılmıştır. Böylece tüm kültürlere eşit mesafede yer alınacağı mesajı iletilmek istenmekte. Her kültüre ve inanca saygı ve kucaklayıcı bir anlayışın benimsendiği bir politik anlayışın tasarlandığı afiş, Amerika bayrağı altında tüm din ve inançlara özgürlük vaat etmekte.

Kültürlerarası İletişimde Tasarım Odaklı Düşünmenin başlıca ilkeleri;

Empati kurmak; Tasarımcı ancak kendisini bir başkasının yerine koyabildiği zaman ve diğer kültürlere karşı açık ve saygılı olduğunda başarıya ulaşabilir. Farklı bakış açıları ve kültürel değerlere başkalarının baktığı pencereden bakabilmek gerekmektedir

Tanımlamak; farklı kültürleri gözlemleyerek doğru tanıma ulaşmak, tasarımcıyı doğru hedefe götürecektir.

Fikir üretmek; Herhangi bir yanlış iletişim veya kültürlerarası yanlış anlamaları çözmek için çeşitli yollar bulmak gerekir.

Prototipleme; Tipik olarak ürün tasarımı için kullanılan prototipleme; herhangi bir tasarım odaklı düşünme etkinliği için kullanılabilir. Kültürlerarası iletişim ile, fikir oluşturma aşamasını genişletir ve herhangi bir yanlış iletişim için birkaç olası çözüm bulursunuz. Daha sonra bu çözümleri araştırır ve kabul eder, reddeder, iyileştirir veya yeniden inceler.

Test etmek; Prototip oluşturma aşamasında belirlenen en iyi çözümleri denemek gerekmektedir. Daha az doğrudan bir iletişim yaklaşımı deneyin, daha süreç odaklı olmaya çalışın, grubu birey yerine vurgulamaya çalışın

Kültürel farklılıkların hızla yok olmaya doğru ilerlediği bu çağda dünya genelindeki standart ürünlerin pazarlama araçları olarak öne çıkacağı açık bir gerçekliktir. Küreselleşme geniş bir yelpazede ele alınması, düşünülmesi gereken bir kavramdır. Teknoloji ve iletişim araçlarındaki yönelimlerin dünyayı birleştirdiği ve kimi bakımlardan kültürel kaynaşmaya yol açan köklü değişimlere neden olduğu artık tartışılmaz bir gerçekliktir. Bu noktada tasarıma da, ulusal ya da etnik sınırları aşarak, değerlerde değişim yaratmak ve yeni gelişmelere açık olarak katkıda bulunmak gibi bir görev düşmektedir. (Heskett, 2002; 55) *Tasarım pratiğinde kültürel farklılıkların etkisi, küreselleşmenin hızını artmasıyla birlikte ortaya çıkan en derin sorunlardan biridir.* (Heskett, 2002; 129)

“...kültürel sınırlar boyunca tasarım konusundaki bir ikilem de kültürel kimliğin ne ölçüde sabitleneceği ya da değişime ne kadar açık olacağıdır. Kozmopolitiğin kalıplarına ve özellikle de küreselleşmeye özgü serbest ticaret akışı ile özgür iletişim modellerine karşı kültürel kimliği korumak adına yaygın biçimde gösterilen tepkilerin de doğruladığı üzere yanlış hesaplamanın yol açtığı sorunlar sıkıntı yaratabilir.” (Heskett, 2002; 130)

İnsanlar genellikle kültürel farklılıkların var olduğunun farkındadır, ancak çoğu yanlış iletişim ortaya çıktığında nereden başlayacağını bilmez. Kültürlerarası eğitim yardımcı olabilir. Ancak, disiplinin gelişmesi için kültürlerarası yeterliliği öğretmenin geleneksel yöntemlerine başka fikirleri de dâhil etmemiz gerekmektedir. (<https://www.linkedin.com/pulse/role-design-thinking-intercultural-communication-nicole-barile>)

SONUÇ

Küreselleşmenin büyük bir hızla ilerlediği çağımızda, özellikle göç olgusunun da artmasıyla farklı kültürlere sahip insanlar birarada yaşamanın zorluklarıyla karşılaşmaktadır. Küresel ekonomi, teknolojik gelişmeler, ticaret gibi pekçok alanda kültürlerarası iletişimin önemi de gün yüzüne çıkmıştır. Uluslararası ilişkilerin hızla yükseldiği bu çağda kültürlerarası farklılıklar hemen her alanda olduğu gibi grafik tasarımda da varlığını hissettirmekte ve tasarımcıları belirli farkındalıklar içerisine yönlendirmektedir. Geleneksel tasarım anlayışı ve etnik merkezci tasarım anlayışı artık geçerliliğini eskisi gibi koruyamamaktadır. Bu bakımdan tasarımcıların kültürlerarası iletişim gereklerini çok iyi özümsemesi ve tasarım anlayışlarını bu doğrultuda yenilemeleri gerekebilir.

Grafik tasarımda kültürlerarası tasarımlar üretirken, tasarıma yüklenecek mesajların nasıl kodladıkları, bunları iletmek için hangi ortamın seçildiği ve mesajların yorumlanma biçimindeki farklı uygulamalar dikkatle gözden geçirilmelidir. Kültürel farkındalık geliştirmek ve kültürlerarası duyarlılık tasarımcının esas ilkesi olmalıdır.

Çok kültürlü bir tasarım anlayışı içerisinde çözüm odaklı tasarım geliştirirken, kültürler arası bağlamlarda güven ve verimlilik inşa etmek tasarımcının çağımız tasarım anlayışındaki ön koşuldur.

Kültürlerarası iletişimde tasarım odaklı düşünme, kültürlerarası yanlış anlamaları çözmek için yaratıcı fikirler üretmek gelenekselleşmiş, tipik düşünme kalıplarını kırmaya yardımcı olabilir. Grafik tasarımda tasarımcı, çok yönlü iletişim yollarına açık olarak tasarım sürecini tamamlamalıdır.

Kültürlerarası iletişimde, başarılı sanat tasarımları farklı kültürlere yabancı olmayan, evrensel tasarım dilini yakalayan, yenilik ve yaratıcılığı benimseyen bir bakış içermelidir.

KAYNAKÇA

- Heskett, John. (2002) Tasarım. Ankara. Dost Kitabevi.
- Karamustafa S., Kürkçüoğlu F. (2012) “Zaman Tünelinde Beyoğlu Kent Müzesi’ne Doğru 6. Daire-i Belediye’den Beyoğlu Belediyesi’ne 155 Yıl”, Express Matbaası.
- Kartari, Asker (2001). Farklılıklarla Yaşamak: Kültürlerarası İletişim. Ankara. Ürün Yayınları.
- Öğüt, Nesrin. (2018) Kültürlerarası İletişim ve Duyarlılık. Konya. Literatürk Acedemia Yayınları
- Margolin, V.,“ Grafik Tasarım Eğitimi Ve Toplumsal Değişimin Getirdiği Zorluklar”. Leyla Tonguç Basmacı (Çev.). Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar (sayı. 123, s.1) içinde. İstanbul: Grafik Tasarımcılar Meslek Kuruluşu Yayınları.
- Nejat, S. B., (2009). “Gülizar Çepoğlu ”. *Grafist13* (ss.30-61) içinde. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Yayınları.
- Ökeli Ulusoy, Hande (2017). Akdeniz İletişim Dergisi, Kültürlerarasılık, Çokkültürlülük ve Etnisite: Eskişehir’deki Çerkeslerin Kültürlerarası İletişim Pratikleri
- Tomlinson, John. (1999). Globalization and Culture. Cambridge: Polity Press.
- Uyan Dur, Banu İnanç. Türk Görsel İletişim Tasarımı ve Kültürel Değerlerle Bağları. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi. Nisan 2015.
- Ügeöz, P. (2003). Kültürlerarası İletişim. İstanbul: Üstün Eserler Neşriyat evi.
- Ürkmez, B., (2006). “Savaş Çekiç”. *Grafist10* (ss.31-47) içinde. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Yayınları.

ELEKTRONİK KAYNAKÇA

- <http://izlekler.com/sanat-egitiminde-kulturlerarasi-estetik-yakinlasmalar-ve-karsilastirmalar/>
Erişim tarihi: 11.11.2021
- <https://arastirmax.com/en/publication/uluslararası-insan-bilimleri-dergisi/9/2/sanat-eseri-elestirisi-yoluyla-kulturlerarasi-etkilesim-cok-kulturlulugu-anlama/arid/99d1599c-5a40-4007-a1ce-d5c65314152b> Erişim tarihi: 11.11.2021
- <https://www.linkedin.com/pulse/role-design-thinking-intercultural-communication-nicole-barile>
Erişim tarihi: 11.11.2021
- Richmond Göçmen Kültür Festivali için yapılan afiş, (<https://richmondsf.org/event/immigrant-cultural-festival/>) Erişim tarihi: 11.10.2021
- Multiflora Müzik Festivali için Afiş (<https://multifloraproductions.com/multiflora-music-festival-2017-full-lineup-announced/#.X93hA-kzbOQ>) Erişim tarihi: 21.11.2021
- Jaipur Edebiyat Festivali için Afiş (<https://jlfest.org/about-jlf>) Erişim tarihi: 11.09.2021
- Uluslararası İzmir Kukla Günleri için Banner tasarımı (<https://www.izmirkuklagunleri.com/tr/>) Erişim tarihi: 11.11.2021

- Avustralya ve İran arasındaki diplomatik İlişkilerin 50. Yılı için yapılan afiş (<https://en.irna.ir/news/83042796/50th-anniversary-of-Iran-Australia-diplomatic-relations-celebrated>) Erişim tarihi: 11.09.2021
- Coca cola içecek Ambalajı (<https://www.packagingoftheworld.com/2019/03/coca-cola-its-time-to-eat-together.html>) Erişim tarihi: 11.07.2021
- 1980 Olimpiyatları ABD ve Rusya arasındaki buz hokeyi maçı için afiş (Tasarım: Mark Forton) (https://creativeaction.network/products/miracle-on-ice-lake-placid-feb-22-1980-by-mark-forton?_pos=44&_sid=071ef0991&_ss=r) Erişim tarihi: 21.10.2021
- Kanada ve Meksika'nın İlişkilerinin 70. Yılı anısına yapılan logo tasarımı (<https://www.alewisdesign.com/work/embassy-of-mexico>) Erişim tarihi: 21.11.2021
- Dinlere Özgürlük Afişi (<https://mafmovement.com/graphic-design-1>) Erişim tarihi: 24.11.2021