

TARİHSEL, KÜLTÜREL VE FELSEFİ BAĞLAMLARIYLA TASARIM OLGUSUNUN KAVRAMSAL ANALİZİ

Emrah PEK

Dr. Öğretim Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, pek.emrah@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2656-052X

Pek, Emrah. "Tarihsel, Kültürel ve Felsefi Bağlılarıyla Tasarım Olgusunun Kavramsal Analizi". ulakbilge, 76 (2022 Eylül): s. 965-976. doi: 10.7816/ulakbilge-10-76-06

ÖZ

İnsan ile nesne arasındaki ilişkiyi şekillendiren bir uygulama olarak tasarımın varoluşsal anlamı; endüstriyel uygarlığın yeni dönemiyle dikkatleri üzerine çekmeye başladı. Bununla birlikte, kazandığı yeni içerik ekonomiden psikolojiye kadar uzanan çok katmanlı bir kavram olarak, tasarıma farklı yaklaşım ve eleştirileri de beraberinde getirdi. Bu nedenle kavramın, ileri teknolojiye dayalı ekonomi, sosyo-ekonomik ilişkiler, politik ve kültürel özellikler ile birlikte ele alınarak irdelenmesi kaçınılmazdır. Çünkü çağdaş tasarımı anlamak için gerekli olan sosyal güçler örgüsü, hem maddi hem de manevi, hem olumlu hem de olumsuz çeşitli etkenlerden oluşmaktadır. Bu sebeple tasarımın kendisi önce ilerleme unsurlarından biri, ardından yıkıcı gücün güçlü bir etmeni olarak görülür. Küresel boyuttaki değişiklikler, bireyin yaşamında gözlenebilen değişimler, tasarım yoluyla ya da katılımıyla gerçekleştirilmektedir. Makale; tasarımın özünü, kavramsal temellerinin yapısını ve tasarım faaliyetlerinin problem bağlamının dinamiklerini yeniden düşünmeyi amaçlamıştır. Bireyin nesnel dünyayla uygun bir etkileşimi olarak tasarım faaliyetinin; göz ardı edilen geniş etki alanlarının, insanlığı sarmalamasının yaratacağı sorunlara dikkat çekmek istenmiştir. Çalışma, literatür tarama yöntemiyle elde edilen verilerin yorumlanmasına dayanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tasarım felsefesi, Tasarım kültürü, Tasarım teorisi, Proje kültürü, Meta - Tasarım

Makale Bilgisi:

Geliş: 19 Mayıs 2022

Düzeltilme: 9 Haziran 2022

Kabul: 16 Temmuz 2022

Giriş

“Post”ların moda olduğu bir dönemde, pek çok kavram gibi, tasarım kavramının da hızla değiştiği söylenebilir. Ancak bu değişim, bir önce - sonra alegorisiyle açıklanamaz. Kavramın karşılıklı ilişki içinde olduğu alanlar ve içerdiği tüm katmanlarla birlikte değerlendirilmesi gerekir. Bunu metodolojik olarak bütüncül yaklaşım diye ifade etmek mümkündür. Yine de kavramın herkes tarafından kabul edilebilir bir tanımı için olduğu kadar, gelişimini doğru kavrayabilmek için de yalnızca bütünlüklü bir biçimde ele alınması yeterli olmayacaktır. Çünkü tasarım kavramı, endüstriyel tasarımdan modaya, reklam ve pazarlama süreçlerine kadar pek çok alanda farklı biçimlerde farklı noktalardan ele alınmaktadır. Tüm bu alanları birlikte kapsayabilmek için öncelikle söz konusu alanların oturduğu ekonomik yapıyı göz önüne almak gerekir. Bu da ancak tarihsel bir bakış açısıyla olanaklıdır. Kökenine Latince “designare” sözcüğünün (ölçü, taslak) öncülük ettiği tasarım kavramı, İngilizcede birçok anlam kazanmıştır; desen, dekorasyon, proje, plan, niyet, amaç, entrika vb. Bir yandan terimin böylesine çok anlamlı olması, diğer yandan tasarımın kendisinin yoğun gelişimi, bu kelimeyi modaya uygun hale getirmiştir. Tüm kültür alanlarında pratik olarak kullanımı hızla yaygınlaşmıştır. V.F. Runge ve Senkovsky, bir kelimenin bu denli kullanışlı biçimde anlatıma girmesinin ilginç örneklerini sıralar: “... radyo istasyonunun liderleri ‘radyo tasarımı’ hakkında konuşuyor, Merkez Bankası temsilcileri ülkenin ‘finansal sisteminin yeni bir tasarımından’ bahsediyor. Daha önce kullanılan genetik mühendisliği kavramı yerine, ‘gen tasarımı’ nı giderek daha fazla duyuyoruz. Sanat eleştirmeni E.Yu. Andreeva operada ‘sahne tasarımı,’ Duchamp’ın ‘gerçeküstü tasarımı’, resimsel kompozisyonların ‘geometrik tasarımı’ hakkında yazıyor (Runge & Senkovsky, 2003: 16) Bugün ise nano yapıların, inorganik maddelerin ve materyallerin tasarımı hakkında konuşulması yadırganmıyor.

Günümüz profesyonelleri arasında tasarımı anlamlandırmada bir fikir birliği yoktur. Çeşitli araştırmacılar tasarımı şu çeşitlilikte anlıyorlar:

- Görünüş - nesnelerin biçimi,
- İşlevleri dâhil her şey,
- Zihinsel olarak bir şey yaratma süreci,
- Örgütsel faaliyetler,
- Profesyonel organizasyon – hizmet,
- Teori, uygulama, ürünler ve hizmet dâhil faaliyet kapsamı,
- Bir dünya görüşü ve hatta bir yaşam biçimi olarak özel bir düzenleme şekli.

Buna göre bugün, her biri yalnızca kendi nesnesini gören ve kendi dilini konuşan birçok tasarım teorisi vardır. Önde gelen tasarım kuramcısı ve uygulayıcısı olan Thomas Maldonado bu durumu, "Farklı tasarım felsefeleri, dünyaya karşı farklı tutumların ifadeleridir" şeklinde ortaya koyar (Maldonado, 1972: 23). Batı tasarımının eleştirel araştırmacısı V.L. Glazychev, profesyonel ideoloji düzeyinde var olan çeşitli ‘tasarımların’ çeşitli yazar ve kavramlarını sunmuş ve şunları dile getirmiştir: "Bir tasarımın fiili varlığına dair hipnotik inançtan kendimizi kurtardığımızda, çeşitli tasarım etkinliği biçimlerinin gerçek doğasını değerlendirme fırsatı elde edeceğiz" (Glazychev, 1970: 57).

Tasarımla ilgili yaklaşımları ve tanımlarını anlamak için tarihe bakmak gerekir. Genellikle iki dönemin belirgin bir biçimde öne çıktığı görülür; eski (el işi, sanayi öncesi, el emeğine dayalı) ve modern (tasarım, endüstriyel - makine üretimine yönelik) tasarım. Modern tasarımın tarihi 20. yüzyılın başında başlar. Almanya’da endüstriyel ürünleri iyileştirmek, toplumda nesnelerin güzelliği hakkında yeni fikirleri yaymak ve endüstride rasyonel biçimlendirmenin ürettiği estetik idealleri yaygınlaştırmaya çalışmak ile başlayıp etkili olduğu söylenebilir. Bu hareketin kurucuları, Alman Werkbund’un liderleri H.Muthesius’un, P. Behrens ve daha sonra Bauhaus okulunda W. Gropius; yeni nesnellüğün temelindeki özelliğe dikkat çektiler. Bu, ürünlerin pratik kullanışlılığıydı (Beyazova, 2012: 34). Başlangıçta Bauhaus’un kurucuların tasarladığı gibi okul, mimari ifade de işlevsellik kavramının ruhuna yöneldi. Walter Gropius, şüphesiz mimari ve tasarımın bütünlüğünü temsil eden en çarpıcı figürdü. Herhangi bir biçim oluşturma görevinin ve çözümünün ister sandalye, ister bina, bütün bir şehir ya da bir bölgenin planı, temelde aynı olması gerektiğine inanıyordu (Gropius V, 1971: 116). Çünkü yapay olarak yaratılmış herhangi bir nesne, nesnel çevrenin organik bir parçası olmalıydı. 1919’da W. Gropius, mimarların ve tasarımcıların paralel olarak eğitildiği Weimar’da Bauhaus’u kurdu. Görevleri; organik düzen ve güzelliği seri üretime, mimariye ve şehir planlamasına getirmektir.

Bütünsel tasarımın daha da geliştirilmesi reel ekonomi tarafından gerçekleştirildi. Diğer yandan ürünlerin güzelliğini çok yönlü pratik mükemmellikleriyle (verimlilik, rahatlık, yapıcılık, üretilebilirlik vb.) gören mühendislik ağırlıklı olarak rasyonel tasarımı güçlendirdi. Piyasa unsuru ise tüketici için çekici formlar (ticari tasarım), stil yaratarak ürün satışlarını yoğunlaştırma görevini gerçekleştirmiştir. “Büyük Buhran”

sırasında, Amerikan endüstrisi, Avrupa gibi, ürün satışlarında bir krizle karşı karşıya kaldı. Raymond Lowy, Walter Teague, Henry Dreyfus gibi sanatçılar tasarıma katıldı ve Amerikan endüstrisi on yılda büyük bir sıçrama yaptı.

II. Dünya Savaşı'ndan sonra, Bauhaus çizgisini sürdüren akademik tasarım temsilcileri, oldukça doğal bir şekilde modern mimarinin bu bakış açısına karşılık gelen ilkelerini tasarıma aktarırlar. V.L. Glazychev; Batı tasarımıyla ilgili makale yazarlarının çoğunluğunun görüşüne atıfta bulunarak, ideal bir tasarımcının betimlemesini yaptı. Tasarımcı; "Bir ürünün görsel olarak algılanan formu için amacına, malzemesine ve tasarımına uygun bir çözüm oluşturmalı ve oluşturduğu çözümün minimum maliyeti için çabalamalı, kullanıcı sayısını artıracak çekicilikle, üretim maliyetini düşürmelidir." (Glazychev, 1970: 4). Bu bakış açısı ile ideal durumda en faydalı ürünler, teknolojinin üretim sürecini basitleştirmesi ile üretilen ürünlerdi. Tasarım alanında çalışan firmalar için, ideal tasarımcının açık bir şekilde hedef tüketicisi, burjuva toplumuna uyum sağlamış orta gelir grubu içinde yer alan insanlardı. Hedef tüketiciyi belirleyen tek koşul; kârlılığın garantilenmesiydi.

1950'lerden başlayarak, sanatsal ve yenilikçi bir tasarımın gelişimi de canlanmıştır. Pratik bir işlevin temel rolünün kaybolduğu ve endüstriyel çoğaltmanın genellikle uygulanmadığı durumlarda; sanat tasarımı varlıklı tüketicinin ilgisini çekti. Sanatsal arayışlar dizisi, tüm Avrupa'ya yayılan İtalyan tasarımında önemli gelişme göstermekle kalmayıp, tasarım estetiğinde uzun yıllar belirleyici olmuştur. 1983'te, Domus Akademisi yeni bir tür profesyonel bilincin oluşumu için bir merkez olarak kurulmuştur. Bununla birlikte, 1950'lerin ortalarından itibaren tüm endüstrileri yörüngesine dâhil eden tasarımın, ağırlıklı olarak ticari olması teoriye kayıtsızlığını açıklamaktadır.

20. yüzyılın ilk yarısında tasarım teorisine yapılan atıflar, kural olarak yalnızca biçimsel veya tarihsel - kavramsal parçalara ayrılır ve sistematik değildir. Aynı eğilimler Sovyet tasarım tarihinde de bulunabilir. Üretim hareketi, kavramının ilkeleri ilk olarak, V. Mayakovsky'nin öncülüğü ile oluşturulan haftalık "Komün Sanatı" (Aralık 1918 - Nisan 1919) gazetesinin sayfalarında sunulmuştur. Art in Production (1921) koleksiyonunda, Lef dergisinde (1923-1924) ve sonraki birçok yayında daha da geliştirildi. Bu dönemde kavramın genel felsefesini ve terimlerini oluşturan, "endüstriyel" sanatın ana ideoloğu ve aynı zamanda tasarım teorisinin kurucularından biri Boris Arvatov'dur. Arvatov; yüzünü tarihe döndü ve ilk olarak ideolojik sorunları çözmeyi amaçlayarak, bir "şeyin" sanatının nasıl yozlaştığını göstermek istemiştir. İkinci olarak, kapitalizm öncesi dönemde sanatçının sadece bir zanaatkâr olduğunu, ancak daha mükemmel çalıştığını savunmuştur. B. Arvatov: "Proleter tasarımı-sanatı tanımlarken, biçimden değil, herhangi bir biçimi oluşturan faktörlerden" yola çıktı. Bu faktörleri; 1) malzeme, 2) üretim süreci, 3) örgütsel görev, 4) algı koşulları olarak sıraladı (Arvatov, 1923: 87). O, çoğu üretim işçisi gibi, kendisini geleceğin temsilcisi olarak görüyordu. Programın tamamının ancak tamamlanmış sosyalizm koşulları altında gerçekleştirilebileceğini düşünüyordu. Arvatov'a göre sanatçı - mühendis, hem doğrudan hem de nesnel aracılığıyla toplumsal yaşamı şekillendirmeye, bir koordinatör ve yönetmen olarak hareket etmeye ve gündelik yaşamda aktif olmaya çağrıldığı için olağanüstü güçlere sahip olmalıdır. Toplumsal ve gündelik inşa ile birleşen bu maddi ve sanatsal yaratıcılık, piyasa, ekonomi tarafından ya da teknik yeteneklerle değil, yaratıcılığın çıkarlarıyla, maddi biçimlerin tamamen ve dinamik bir şekilde yenilenmesinin çıkarlarıyla belirlenebilirdi. B. Arvatov'un naif yaşam kurma hayalleri, 1975 yılında, Moskova ICSID Kongresi ve orada yapılan Tasarım ve Politika raporundan sonra sonlandırıldı ve VNIITE ana enstitüsündeki teori bölümü kapatıldı.

Tasarım kültürü olgusunu anlamak, tasarım yaratıcılığının kapsamlı bir analizi ile mümkündür. Aslında kültür bilimleri; sosyal antropoloji ve sanat tarihi ile yakın ilişki içinde, bu olgunun doğasını incelemeye son 25 yıl içinde başladı. "Proje kültürü" kavramı son 10 yılda bilimsel kullanıma sokuldu. Bu makalede, bütüncül bir kültürel-tarihsel analiz için gerekli olan kültürel bir kategori olarak "proje kültürü" kavramını kullanmanın; tasarımın gelişiminin geleceğini tahmin etmenin sezgisel potansiyelini, geliştireceği düşünülmüştür. Çünkü bu kavram olguya geniş bir perspektiften bakmayı zorunlu kılmaktadır. Tasarım kültürü paradigmasının tarihsel evriminin incelenmesi, tasarım yaratıcılığı çerçevesinde yeni fikirlerin sürekli gelişmesinin ve yerleşik fikirlerin revizyonunun nasıl olduğunu izlememizi sağlar.

Tasarım alanına birçok felsefi yorum, tasarımın bir insan yaratıcı etkinliği biçimi olduğu fikrinden yola çıkar. Elde edilen ürünlerin özgülüğü ve buna göre onları elde etme yöntemi, sanatçılar tarafından farklı şekillerde adlandırılan, belirli zıt ilkelerin bir bileşimi olan dualiteden oluşur. Bunlar; fayda - güzellik, teknoloji - sanat, maddi - manevi, faydacı - estetik, pratik - sanatsal, doğal - sosyo-kültürel, rasyonel - sezgisel, araçsal - işaret, somut - aşkın, saygısız - kutsal vb. ikilemlerdir. Sayılan tüm kategorik çiftler tasarıma uygulandığında, toplumsal ideallerin taşıyıcısı olarak nesneyi (malzemeler, doğa, nesnelere, insan vücudu vb.) ve özneyi eşzamanlı olarak etkilemeyi amaçlayan çalışmalarının iki işlevini ifade ederler. Başka bir deyişle, bir güzellik duygusu yaratan, işin her yönden kusursuzluğu için sürekli ve zorunlu bir çaba

gösterilmesi anlamına gelir. Böyle bir çaba insana içkindir, tüm faaliyet alanlarına nüfuz eder.

Tasarım Felsefesi

Tasarım insana ait bir edimdir. John Heskett, "...tasarım, özünü kazıdığımızda, doğada örneği bulunmayan yollardan çevremizi biçimlendirip oluşturmaya, gereksinimlerimize hizmet etmeye ve yaşamlarımıza anlam katmaya yarayan insan özgü bir yetenek olarak..." ifade eder (Heskett, 2017: 21). Aslında bu durum yalnızca gereksinimleri için üretimden öte, yaşamı güzelleştirmek ve değiştirmek için yapılan üretimlerin tümüne içkindir.

Modern toplumda tasarım, kelimenin tam anlamıyla bir kişinin hem sosyal hem de kişisel yaşamının tüm alanlarını kapsayan en popüler, profesyonel ve yaratıcı faaliyet türlerinden biridir. Profesyonel ve kamu bilincinde tasarıma yönelik tutum genellikle kutupsaldır. Modern nesne dünyasını ve görsel ortamı dönüştürme alanında tasarımın radikal başarılarına duyulan hayranlıktan, tasarımın insan bilinci üzerindeki saldırgan etkisine dair endişeye kadar. Bununla birlikte, tasarımın en önemli rolünü toplumun işleyişinin çeşitli alanlarında abartmak pratik olarak imkânsızdır. Tasarımla ilgili fikirlerin kutupluluğu; bu tür profesyonel ve yaratıcı faaliyetin özellikleri, faydacı bir yönelim ve piyasa doğası ile birlikte bir kişinin duygusal dünyası üzerindeki güçlü etkisi ile açıklanmaktadır.

Latour; tasarım kavramının modern yorumu insan yapımı şeyleri anlamamanın iki tarzı olduğu iddiasında bulunur. Biri işlev, diğeri anlam olan bu iki yönelme tarzı tasarım alanında kimi zaman bir yöntem olarak benimsenip açıkça savunulur. Kimi zamansa tasarıma ilişkin her türden düşünmeyi gizlice besler. İşlev-anlam dikotomisi olarak adlandırabileceğimiz bu bakış açısı endüstriyel üretimi bir yandan mühendislik diğer yandansa tasarım işi olarak değerlendirir (Çelikel, 2015: 112-113).

Tasarımın özünün felsefi analizi ve doğrulanması kültürel ve tarihsel bağlamın dışında imkânsızdır. Tasarımın oluşumu ve gelişimi, 19. yüzyılın sonunda kitle kültürü çağının başlamasıyla, 1930'larda kitlelerin sosyal hareketliliklerinin artmasıyla, yakından bağlantılıdır. 20. yüzyılda kültürel paradigmalarda değişimi o kadar hızlı gerçekleşmiştir ki, devam eden kültürel değişimlerin mantığını ve yasalarını anlamak için en azından küçük bir süre gerekiyordu. Yüzyıllar boyunca kültürel döngüler çok daha uzun iken 20. yüzyılda durum temelden değişti. Artık bir sosyal döngü sırasında (kronolojik olarak yirmi beş yıldır) birkaç kültürel paradigma aynı anda değişebilir hale geldi. Yaygın olarak modernizm sonrası olarak ifade edilen, üretimde ileri teknolojinin öne çıktığı, pazarlama ve tüketim alışkanlıklarının farklılaştığı 21. yüzyılda, elit ve kitlesel kültür ilkeleri arasındaki (dışsal da olsa) çelişkilerin üstesinden gelmek, önceki kültürel dönemlerden daha karmaşık ve çeşitlendirilmiş zeminlerde tartışmayı gerekli kıldı. Kültürde böyle bir hızda oluşan değişikliklerin anlaşılması ve genel yönlerinin yansımalarının yorumlanabilmesi, postmodern kültür paradigması ve postmodern bilinç çözümlerinin yapılması gibi felsefi kavramlar, devam eden teorik gelişimiyle giderek yoğunlaştı.

Bir tür profesyonel ve yaratıcı etkinlik olarak tasarımın ortaya çıkma zamanıyla ilgili görüşlerde birkaç farklı yaklaşım vardır. İlk yaklaşım; tasarımın kapsamlı bir yorumuna dayanmakta ve onu bin yıllık geçmişini olan bir görüngü olarak ele almaktadır. Aynı zamanda, "modern" tasarımı, "geleneksel" olandan ayırımı; yalnızca birbirini izleyen bilimsel ve teknolojik devrimlerin bir sonucu olarak, değişen modern üretim teknolojilerinin koşullarının yarattığı farklılık olarak savunulmuştur. Bu yaklaşımın temsilcileri olan; R.Lowy, W.D.Tiig, G. Dreyfus ve N.B.Geddes'in savlarında ilk tanıtım ve reklam grafiklerini, modern tasarımın başlangıcı olarak kabul ederler.

19. yüzyılın ortalarında üç sistemik faktör kritiktir:

- Yüzyılın ilk yarısında teknoloji ve üretimde niteliksel bir büyüme oldu. İlk kez, pazar tüketim mallarına doydular ve ürün satışı sorunu ortaya çıktı. Bu koşullarda, tasarım ilk olarak üreticiler arasında etkili bir rekabet aracı olarak kabul edildi.

- Bu dönemde, temel gelişmelerden biri nüfusun okuryazarlığının artması ve kültürdeki iletişim kanallarının niteliksel olarak genişlemesidir. Yeni kültürel fikirlerin hızlı ve verimli bir şekilde yayılmasının yardımıyla, süreli yayınlara olan talebin artmasını sağlayan kamusal yaşamda kademeli bir liberalleşme ve demokratikleşme yaşandı. Avrupa toplumunun kültürel ve yaratıcı seçkinleri böylece yeni bir faaliyet alanı elde etti. Bu, henüz adlandırılmamış olan grafik tasarımıdır.

- Ticari tasarıma ek olarak, güçlü bir sosyal dokunuş her zaman kendiliğinden gelişmiştir. Liberal değerler kamusal uygulamaya sokulmaya başlanmıştı. Tasarımın başlangıcı yaşanıyordu, tasarımcının faaliyetinin temel amacının, toplumun tüm katmanları için insana yakışır yaşam koşulları yaratma şeklindeki klasik anlayış gelişmeye başlamıştı. Bu görüş önce kapitalist üretimde çalışan işçiler arasında yayıldı. Avrupa kültürü çerçevesinde, J. Ruskin ve W.Morris'in faaliyetleri sayesinde, tasarımın çıkış yeri olan Büyük Britanya'da, afişler, sosyal sorunları çözenin en güçlü aracı olarak görülüyordu.

20. yüzyılın başında teknolojinin büyümesini ve endüstriyel tasarımın önemini savunmak, Büyük Britanya'dan sonra Rusya'da Rus mühendislik okulu temsilcileri arasında başladı. Toplumunu tasarımın yardımıyla dönüştürmekle ilgili fikirlerin savunulduğu yayınlar yapıldı. PS Strakhov'un 1906'da yayınlanan "Teknolojinin Estetik Sorunları", adlı kitabı yazarın; yeni biçimlerin, toplumun manevi durumunu etkileyerek devasa ve güçlü bir şeyi hayata geçirdiğine inandığını gösteriyordu (Aktaran; Dmitruk 1985: 36). PS Strakhov mühendisliğin en önemli görevi olan tasarım faaliyetinin, yaşamı dekore etmeyi amaçlayan tamamen sanatsal görevin aksine, yaşamı iyileştirme görevi olduğunu belirtmişti.

Temel tasarım özelliğine yapılan vurguya bağlı olarak geliştirilen ilk tanımlar; tasarımın özüne ilişkin yaklaşımları da açığa çıkarır: Birinci grup; kavramın anlamının felsefi genellemesi düzeyindeki tanımlardır. Örneğin: "Tasarım, yaşamın maddi ve manevi birlikteliğinin, uyumudur." Bu tür tanımlar, insan kültürünün gelişiminin her tarihsel noktasında, yaşamın manevi ve maddi başlangıçları arasında bir birlik ve karşıtlık süreci ortaya koyduğuna ilişkin, diyalektik bakışın temel felsefi fikirlerini yansıtır. Maddenin varoluş biçimi, ilahi veya doğal projeksiyonun sonucu olarak düşünülebilir. Doğal formların tüm çeşitliliğinin gözlemlenmesi; zorunlu olarak, bunların yapımı için bazı genel tasarım yasaları olduğu fikrine götürür. Doğal veya biyo-tasarıma olan ilginin her zaman artması ve biyolojik verilerin çok sayıda ticari tasarım türlerinde aktif olarak kullanılması rastlantı değildir.

Modern felsefede tasarım, mekân, zaman ve gelişim ile birlikte var olmanın ontolojik özelliklerinden biri olarak tanımlanır. Her tarihsel an, daha önceki bir kültürel projenin uygulanmasını temsil eder ve aynı zamanda gelecekteki bazı tarihsel anların projesini de içerir. Örneğin, rekabet üzerine inşa edilmiş modern Batı uygarlığı, Hıristiyanlıkla birlikte Avrupa kültüründen miras kalan antik kültürün dünyevi objektivizm ilkesini, yaşama biçiminde sentezleyemeydi, bugün var olduğu biçimde var olamazdı.

İkinci grup yaklaşım, faydacı tanımlardır. Doğrudan pratik anlam ve uygulamaya sahip böyle bir tanıma "tasarım; seri endüstriyel üretimi yapılan ürünlerin, estetik biçimle yöntemidir" gibi bir tanım örnek verilebilir. Faydacı bir tasarım tanımının erken bir örneği, bir fabrikada tasarım için el işi örnekleri oluşturma sürecini çağırın J. Ruskin'in ifadesi olarak düşünülebilir. Faydacı anlayış, ana tasarım ilkesi olarak şunu ifade eder: biçim her zaman işlev tarafından belirlenir. Bu fikir ilk olarak 1830'larda formüle edildi. Bu grupta, tasarımın en şiirsel tanımlarından birini Chicago mimarlık okulunun bir temsilcisi olan John L. Sullivan "Gökyüzündeki bir kartalın ayak izi, sudaki bir balığın ayak izi gibi; form da işlevi takip eder. Kanun bu!" sözleriyle yapılmıştır (Marchetti, 2012: 155). Faydacı tanımlar aynı zamanda tasarım anlayışını "genel olarak tasarım" olarak değil, tüketiciyi kazanmanın bir yolu olarak endüstriyel ürünlere olan talebi artırmanın bir yolu, ticari bir görüngü olarak vurgulamaktadır. Aynı zamanda tasarım, ağırlıklı olarak sanatsal bir etkinlik olarak kalır.

V.L. Glazychev, tasarımın her şeyden önce 1929 dünya krizi sırasında ortaya çıkan bir Amerikan fenomeni olduğuna inanır. Tasarımın en önemli iki özelliğinin kitlesel tüketim ve gerçek ticari rekabetin olduğu teziyle bu sonuca ulaşır. VL Glazychev'e göre, "tasarım, maddi ve manevi kitlesel tüketim ürünlerinin tüketici değerini üreten sanatsal ve estetik faaliyetlerin bir biçimidir" (Glazychev, 1970: 52). Bu tür bir faaliyet ortamı tasarımı tüketici üzerinde bir tür basınç aracı olarak ortaya koyar. H. Foster bu durumu, her yönü ile düşünülmesi gereken ve bir tüketim unsuru olan tasarım metasını, rekabet ortamında "... tüketiciyi baştan çıkaracak özel yöntemler icat edilmek zorunda kalındı; ürünün sunulduğu ambalaj neredeyse ürünün kendisi kadar önem kazandı..." şeklinde ifade etmiştir (Foster, 2004: 36).

1964'te, Bruges'de gerçekleştirilen tasarım eğitimi üzerine uluslararası bir seminerde, T. Maldonado tarafından önerilen tanım şöyleydi: "Tasarım, amacı endüstriyel ürünlerin biçimsel niteliklerini tanımlamak olan yaratıcı bir faaliyettir. Bu nitelikler, ürünün dışsal (sanatsal) özelliklerini içerir, ancak esas olarak ürünü hem tüketici hem de üretici açısından tek bir bütün haline getiren yapısal ve işlevsel ilişkileri içerir" (Maldonado, 1972: 23). Bu durumda tasarımcının faaliyetinin somut olmayan bileşeni dikkate alınsa da, tasarımın kavramsal bileşeni kültür felsefesine azami ilgi gösterirken yine de tasarım; ekonomik etkinliği açısından yorumlanır.

Otomasyon teknolojilerinin belirleyici özelliği insan etkinliklerinin yani üretken emeğin teknoloji ile desteklenmesidir. Sorun ucuz emek değil, sorun otomasyon teknolojisinde yer alan gelişmeler ile düşük nitelikte emeğin en azından bazı otomasyona açık imalat ve hizmet sektöründe geçmişteki değer yaratma gücünü yitirmiş olmasıdır. Toplumlar yeni demografik dengelere göre yeni eğitim biçimleri ve tasarım anlayışları geliştirmek zorundadır (İnan, 2012: 291).

Üçüncü grup yaklaşımda; tasarımcının faaliyetinin manevi bileşeni tanımlarda vurgulanmaktadır. Böyle bir tanıma örnek; "tasarım, bir fikri herhangi bir maddi yolla ifade etme yeteneğidir" (Lavrent'ev, 2007: 124). Endüstriyel üretim çağında tasarımcı, kendi tüketici zevk ve tercihlerine ve tabii ki müşterinin zevklerine uygun bir proje yaratır. Tüketici tercihleri, her zaman sosyal tabakanın ve toplumun genel kültürel

paradigması tarafından belirlenir. Başka bir deyişle, herhangi bir tasarım, sahip olunan bir dizi kültürel fikrin somutlaştırılmasıdır. Bir yandan belli bir çağdaki insanlar, aynı zamanda bir kişinin ve bir bütün olarak toplumun gelecekteki ihtiyaçlarını öngörmek gerekir. K.M. Kantor,'a göre "Tasarımcı doğrudan bir şey, bir ürün ve dolaylı olarak; bir kişi ve toplum tasarlar. Bir kişinin tasarımının görünüşü; gerçekte bilinçli veya bilinçsiz hedefi olan bir yaşam tarzıdır" (Kantor, 2001: 44)

Kültür felsefesinin en önemli görevi tasarımı; kişiliği ve toplumu oluşturan bir tür profesyonel ve yaratıcı etkinlik olarak kavramaktır. Nitekim tasarım alanında, kişilik üzerindeki etki, genellikle tüketici tarafından bilinmeden örtük bir biçimde gerçekleşir. Felsefi bir bakış açısından, tasarım kuşkusuz, dünyayı dönüştürmenin bir aracı olarak görülür. Ayrıca tasarımcının faaliyetini toplumsal gerilimi şiddetlendirmek veya yatıştırmak için evrensel bir araç olarak değerlendirir.

Toplumdaki tüm sosyal ve mülkiyet farklılıklarının kolayca üstesinden gelmek için tasarımın inanılmaz özelliğini gösteren en çarpıcı örneklerden biri, E.Warhol'un, "Amerika Birleşik Devletleri Başkanı'nın elindeki bir Coca-Cola kutusunun, New Street' deki bir dilencinin elindeki içeceğin teneke kutusuyla tamamen aynı" (Lavrent'ev, 2007: 198) olduğu yönündeki açıklamasıdır. Bu örnek; bir tasarım nesnesinin, toplumun sosyal katmanları arasındaki boşluğu kolayca kapatabildiği izlenimi oluşturmadaki gücünü gösteriyor.

21. yüzyılın başında, seçkin çağdaş tasarımcılardan biri olan F. Stark, tasarım faaliyetinin ana hedefinin "tasarımı öldürmek" (Mihaylovn, 2009 :3) olduğunu açıkladı. Bu ifadenin ardındaki proje, söylemi anlamlı kılıyordu. Proje; bir tasarımcının çok düşük maliyetli ve aynı zamanda yüksek sanatsal değere sahip nesnelere yaratmasıydı. Örneğin, on dolardan fazla olmayan sandalyeler, hem varlıklı tüketiciler hem de minimum gelirli tüketiciler için eşit derecede çekici olmalı ve olabilirdi. Çünkü tasarım ve modern üretim teknolojileri kalitelerini, materyallerini ve sanatsal imajlarını neredeyse mükemmel kılmaya yeterdi (Mihaylovn, 2009 :3).

Tasarımın özünü kültürel bir görüngü ve bir tür profesyonel yaratıcı faaliyet olarak anlamakta iki temel çizgi açıkça görülebilir. Koşullu olarak, romantikleştirilmiş, Büyük Britanya'da gelişen ve Fransa'da ortaya çıkan işlevselci olarak tanımlanabilen yaklaşım; özellikle bu ülkelerin kültürel özellikleriyle ilişkilendirilen Amerika Birleşik Devletleri'nin çok benimsediği bir yaklaşımdır. Başından beri, Alman tasarım pratiği, iki çizginin senteziyle karakterize edildi. Tasarımın özüne dair romantik anlayış için, toplumun adil şekilde yeniden düzenlenmesinde bir araç olarak tasarım anlayışının desteklenmesi önemliydi. İşlevselci çizgi, faydacı tasarım problemlerini çözmeye odaklandı. Tasarım gelişimindeki her iki çizgi de 20. yüzyılda açıkça izlenebilirken; ayrı ayrı gelişmediler, zamanla iç içe geçerek kesiştiler. Tasarım felsefesinin yeni tartışma gereksinimi, özetlenen teorik konunun, oluşumundan postmodern çağa kadar; kitle kültürü evriminin kültürel bağlamıyla, tutarlı şekilde nasıl uygulandığını analiz etmesidir. Postmodernist kültür paradigmasında, sadece seçkinler ile kitle arasındaki çelişkinin üstesinden gelinmekle kalmaz, aynı zamanda tasarımdaki romantikleştirilmiş ve işlevselci ilkeler arasındaki çelişki de aşılr.

Mevcut klişelerin aksine, tasarım olgusunun tarihsel analizinin özünde, işlevine bağlı olarak bir form tasarlama faaliyeti olarak "klasik", evrensel tasarım anlayışının en başından beri çeşitli tonları olduğu ve "postmodernizm" çağında artık zorunlu olmadığı düşünülebilir. J. Heskett, işlevsellik konusunda önemli bir noktaya işaret eder;

" Bütün görünüşleri içinde tasarım pek çok bakımdan yaşamı derinlemesine etkilese de bunu farklı farklı yollardan yapar. Yine, tasarım görünen karmaşadan bir düzen duygusu yaratmak için kimi temel açıklama kıstasları bulmak zorundadır. Bu amaca ulaşmak için yararlı bir araç, "işlev" terimiyle kuşatılmış tasarım tartışmasındaki büyük karmaşayı aydınlatmaya yarayan bir çaba olarak yararlılık ile anlamlılık arasındaki ayırmadır." (Heskett, 2017: 41)

Gerçekten de "yarar ve anlam" arasındaki ilişki üzerine düşünmeden işlevsellik üzerine, derinlemesine saptamalarda bulunmak olanaksızdır.

İşlevsellik, günümüzde iyi tasarım için ana ölçüt olmaktan uzaktır. 20. yüzyılın ortalarında, Batı kaynaklı felsefi ve kültürel çalışmalarda; tasarımın toplumdaki rolünü ve özünü belirlemek için iki ana yaklaşım oluşturuldu. İlk yaklaşımın temsilcileri, tasarımın halk bilinci üzerindeki yıkıcı etkisine odaklandı. Bunlar H.Marcuse, T. Adorno, P. Feyerabend, I. Lakatos gibi yazarlardı. İkinci yaklaşımın temsilcilerinin eserlerinde (O. Toffler, K. Popper, T. Kuhn, V. Gasparsky, R. Focu, K. Alexander), tasarım, teknolojinin, uygarlığın büyümesi ve sosyal uygulamadaki buna karşılık gelen olumlu değişikliklerin bir sonucu olarak yorumlandı. Dolayısıyla, H.Marcuse, tıpkı teknoloji gibi, sanatın da içinde yer almasına rağmen mevcut olana düşman olan farklı bir düşünce ve uygulama evreni yarattığını savundu. Marcuse göre "...tamamen teknik bir evrenin aksine, sanat evreni, yanılısıma, görünüm evrenidir, ancak bu evren gerçekliğe benzerdir ve varlığı bu gerçekliğin hem tehdidi hem de vaadidir" (Marcuse, 1991: 198). Tasarım; teknoloji ve sanatın kesiştiği

noktada sadece bir etkinlik biçimidir. G. Marcuse'a göre modern sanat evreni, çeşitli maske ve sessizlik biçimlerinin arkasına gizlenmiş yaşam tarzlarını organize eder. Çünkü sanat da tasarım da "ne bu yaşamı dönüştürme ne de onu yeterince temsil etme" gücüne sahip değildir (Marcuse, 2015: 23) T. Adorno da benzer fikirleri dile getirdi. Çağdaş sanat ve tasarımda, eserdeki gerçeklik varlığının yalnızca bir görünümü olduğunu, ancak tasarım çalışmalarının kendilerinin gerçeğin somutlaşmış hali olmadığını yazdı. Adorno; Estetik teori kitabında "...buna inanmak ne kadar zor olursa olsun gerçekten sanatsal eserlerle uğraşan gerçek bir estetik deneyim içinde bile ürünler mutlak bir gerçeklik içermez" (Adorno, 2003: 153). Gerçeğin varlığını reddeden tasarım nesnelere, toplum üzerinde gerçek bir sosyo-politik etkiye sahip olma olanaklarından uzaklaşırlar. T. Adorno, tasarım nesnesinin, tamamen rasyonel olarak ayrıntılı bir sanat eseri olarak; sanatçıdan bağımsız olması nedeniyle, kendisiyle deneye dayalı (ampirik) gerçeklik arasındaki farkın ortadan kaldırdığını vurgular. Bu nedenle üretim; sanat eserinin karşısı olan, bir meta haline gelmiştir.

Son yıllarda ortaya çıkan kültürel durumun temel ontolojik özellikleri özetlendiğinde, dört temel olgudan söz edilmesi gerekir:

- Endüstriyel üretimin teknolojik yetenekleri sayesinde, öylesine geniş bir nesnel dünya yaratılmıştır ki, geriye kalan bir kişinin tatmin olmayacak maddi gereksinimleri neredeyse hiç kalmamıştır.

- Bu gereksinimler en üst düzeyde karşılanmaktadır. Mal fazlası üretilmekte ve tüketilmektedir. Bunların kalitesi, genellikle bir sanat eseri düzeyine ulaşır. Bu fikir, çağdaş toplumun sanat eserlerini metaya dönüştürmesinin yeterli olmadığını, metanın bir sanat eseri olmasını istediğini savunan T. Maldonado tarafından ifade edilmiştir. Kitlesele üretilen ürünlerin tasarımı, genel halkın erişimine açıkken, ürün tasarım değerlendirmesinin tüm yönlerinde şimdiden çok yüksek seviyelere ulaşmıştır.

- Sanayi ve teknolojilerin gelişme düzeyinin bu kadar yüksek olduğu koşullarda, nüfusun yeni ihtiyaçlarını tasarlayıp oluşturmak ve bunları seri üretime dönüştürmek gerekir.

- Duygusal imge, mitolojik gereksinim kadar yenilik taşır. Başka bir deyişle, toplumun manevi durumu alanında aktif ve bilinçli bir tasarım müdahalesi vardır. Bu toplumun gereksinimi gibi gösterilir.

Tasarım olgusunun felsefi analizi, tasarımın kültürü modellemek için güçlü bir araç olduğu sonucuna varmamızı sağlar. Bu, kültürün faydacı gelişimi bağlamında temel olan seçkinler ve kitle bilincinin karşıtlığını ortadan kaldırmanıza, sosyal çelişkileri yumuşatmanıza ve hatta sıra dışı sloganla "yaşama insan yararına bir form vermenize" izin verir. Mimar ve tasarımcı A. Alto. 19. yüzyılda, bireyin nesnel dünyası ile bilincinin içeriği arasında doğrudan ve ters bir ilişki olduğunu, nesnel ve görsel çevredeki olumlu değişikliklerin toplumun manevi durumunu güçlendirebileceğini savunmuştu. Tasarımcının değişime katkısı bütünüyle masum bir dilek olmayıp, sipariş verenin amaçladığı bir değişimin sistematik parçası olma potansiyelini elinde tutmasını da olanaklı kılar.

Tasarım Kültürü Kapsamında Proje Kültürü

Proje ideolojisi, tasarım faaliyetinin çeşitli yönlerinin bütünlüğünü, tüm bağlantı çeşitliliği içinde karakterize eden estetik ve sanatsal bir kategoridir. Tasarımın hem anlamıyla ilişkili tutumlarını, hem de pratik bir sonuca ulaşmak için belirlenen yollarını ve araçlarını yansıtır. Değer yönelimleri, estetik idealler, kültürel modeller ve profesyonel normlar biçiminde oluşan proje kültürü; evriminin farklı aşamalarında tasarım etkinliğinin paradigmasını oluşturur. Tasarım gelişiminin her aşamasında hâkim olan tasarım ideolojisi, tasarım yöntemi ve profesyonel uygulama stratejileri, bütünlüklü olarak proje ideolojisini belirler. Tasarım ideolojisi, hedeflerin ve tasarım araçlarının ana fikri, içeriksel yönelimdir. Dünya ve insan hakkındaki, manevi özlemleri ve maddi gereksinimler hakkındaki, nesnel çevrenin ve yaşam tarzının değerleri hakkındaki fikirlere dayanılarak oluşturulmuştur. Proje ideolojisi; küresel standartlara uygun bir sosyo-kültürel yönelim belirler.

Genişletilmiş, tamamlanmış haliyle tasarım ideolojisi; herhangi bir yaratıcı grubun estetik bir programı olarak görünür ve belirli bir tasarım nesnesinden daha geniş ölçekli olgular hakkındaki fikirleri yansıtır. Tasarımın yöntem arayışı (metodolojisi); belirli bir tasarım ideolojisi çerçevesinde tasarım faaliyetlerinin anlamsal içeriği için yeterli ya da gerekli olduğu kabul edilen, bir dizi tasarım aracı ve yönteminin anlaşılmasını ve geliştirilmesini belirler. Belirlenen yöntem stratejisi; bir mesleki faaliyet alanı olarak örgütsel, kurumsal tasarım biçimlerini ve tasarımın uygulama yöntemlerini belirler.

Kuşkusuz, tasarım kültürünün bir dizi bileşene bölünerek açıklanması, bir dereceye kadar anlamayı kolaylaştıran bir yöntem gibi görünse de böyle bir açıklama yönteminin sınırlı olacağı bilinmelidir. Çünkü yukarıda söz edilen tüm bileşenlerin sürekli ve karmaşık etkileşim halinde olması, tasarımın doğası gereğidir. Bununla birlikte; her değerlendirme düzeyinin detaylandırılması bir sıra izleyerek tartışılmalıdır. Örneğin tasarımda proje ideolojisinin evriminin incelenmesinde; faaliyet alanının örgütsel biçimlerini analiz etmeden, ilerleyen süreçlerin nesnel olarak tartışılması olanaksızdır.

Tasarımda proje kültürü; belirli uzam - zaman aralıkları içinde estetik ve teknolojik proje girişimlerinin ana gelişim çizgilerini belirler. Bu nedenle, tasarım tarihiyle ilişkilendirilen tasarım kültürünün tarihsel ve tipolojik incelemesi, kendine özgü yönelimi açısından "Tasarımda Proje Kültürü" disiplinden farklıdır. Belirli bir tasarım ürününün evrimine ilişkin gerçeklerin en eksiksiz kapsamını, tasarımcıların biyografilerini ve ürünün yaratılış tarihi, stili, malzeme özellikleri gibi konuların dikkate alınmasını içermez. Tasarımda proje kültürü; proje kültürünün paradigmasının tarihsel değişiminin yeniden inşası, sanatsal öngörü ve dünya algısı yöntemlerinin genel gelişim çizgileri, proje düşüncesinin evriminin ve belirleyicilerinin analizini içerir.

Tasarım ideolojisi; proje kültürünün temel özelliklerinin sentezlendiği ve profesyonel bilinçte en kırılğan olan özelliktir. Çeşitli yaratıcı birliklerin teorik açıklama ve manifestolarında, tasarımcıların kendilerini ele alan analitik metinlerinde, büyük tasarım okullarının yöntembilimsel gelişmelerinde saklıdır. Bu tipolojik özelliğe dayanarak, tasarım kültürünün 20-21. yüzyılın başlarındaki evrimi; dört aşamada düşünülebilir:

Tasarım kültürünün evrimindeki belirli aşamaların adlarında "modernizm", "postmodernizm", "işlevselcilik" kavramlarının kullanılması; mimaride, güzel sanatlarda ve hatta tasarımda aynı isimli üsluplarla eşleştirilmeye neden olmamalıdır. Tasarımın, tasarım kültürü kategorisi; birçok yönden tasarımdaki tarz (ekol) kategorisine benzer, ancak aynı değildir. Örneğin "Modernizm"; sosyal ölçek, kültürel ve tarihsel önemi bağlamında, Dışavurumculuk, Kübizm, Fütürizm, Yapılandırmacılık, Sürrealizm, Soyutlama, Pop Art gibi akımlarının her birinde belirli bir ideolojik, estetik, sanatsal ve üslup özelliklerine sahiptir. Ancak aynı zamanda diğerleriyle birlikte temel bir felsefi dünya görüşü ve sosyo-kültürel topluluğa aittir. Modernizmin özü, ortaya çıkışı, sanat kültüründeki önceki ve sonraki olgularla ilişkisi hakkında yapılacak yorumlar, bu akımların toplamının yansımalarıyla ilişkilidir. Avangart yirminci yüzyılın en son akımlarından biri olma özelliğinin dışında, öznel olarak olumsuzlama üzerine inşa edilen "devrimci" oluşum dönemini açıklar. Bir açıdan modernizmin özeleştirisi ya da son sözü olarak algılanabilir. Modernizmin vardığı yer; klasik avangardın keşfedilmesine dayanan yeni bir sanatsal kodlar sistemidir (Herman, 2018: 8-10).

Tasarımla ilgili olarak, iki dünya savaşı arasındaki gelişme döneminde, pratikte "avangard" ve "modernist" tanımları bulunmaz. Bu, özelliklerin her ikisinin de bazen önceki deneyimlerden kopmak için öncü bir arzuya işaret ettiği, ancak tasarımın o zamanlar herhangi bir yerleşik geleneğe sahip olmadığı gerçeğiyle açıklanabilir. Geriye dönüp bakıldığında modernizm, 19. yüzyılın sonundan bu yana gerçekleşen sanatsal kültür dilinin yenilenmesi için amaçlı bir hareket olarak görülebilir. 20. yüzyılın ilk on beş yılında, hız ve yeni bir sanatsal dil arayışındaki biçimlendirici dürtülerin yoğunluğu bakımından olağanüstü yenilikçi oldu. Sanat, gelenekselin dönüştüğü sıra dışı formlarda biçimlenen, çağdaş yaşamla aynı seviyede durma, yaşamı yakalama görevini üstlendi. Kültür tarihi boyunca, biçimlendirici dürtü, belki de en aktif ve yoğun dönemini yaşadı. Bu nedenle modernizmin tasarım kültüründen söz ederken, 1920'lerin tasarımında belirli bir "stil" değil, belirli bir bakış açısı ve buna karşılık gelen sanatsal ve estetik sistemden söz edilmiş olur.

Tasarım tarihi üzerine yapılan araştırmalarda, işlevselcilik kavramı nadiren belirli bir tarzın adı olarak kullanılır. İşlevselliği, *"endüstriyel ürünlerin karakteristik figüratif yapısına - ev eşyalarından teknik cihazlara ve donanımına kadar- isim veren 1950 - 1970'lerdeki dünya tasarımının genel stratejisi"* olarak tanımlayan A. N. Lavrent'ev; çok sayıda araştırmacı tarafından desteklenmiştir (Lavrent'ev, 2007: 199). Tasarımda işlevselliğin böyle bir yorumu, "modernist" olanı izleyen tasarım kültürünün evrim aşamasının özünü en anlaşılır şekilde ifade etmeyi olası kılar. İlk bakışta, 1950'ler ve 1960'larda profesyonel bilinci büyük ölçüde biçimlendirilen bir kavram olarak işlevselcilik, modernizmin proje ideolojisini yeniden canlandırmış gibi görülebilir. Ancak, bu durum incelenirken, tasarım kültürü ile modernizm projesi arasındaki farklılıkların gözden kaçırılmaması gerekir. Alman klasik felsefesinden, yalnızca insani, estetik ve ahlaki değerlere dayanan bu tür kültürel kendini gerçekleştirme yöntemlerine koşulsuz önem atfetme geleneği ve sanatta tek tip estetik etkinliği görmenin tersine; 20.yüzyılın ikinci yarısındaki işlevsellik; antropolojiye kültürel ve ideolojik bir alternatif olan, temel bilim ve bilimciliğin güçlü bir entelektüel etkisini yaşadı. İşlevselliğin tasarım yöntembilimi; biçimlendirmenin nesnel faktörlerle (işlev, tasarım, teknoloji, vb.) koşullandırıldığı, ortam ve kültür bağlamlarından tamamen bağımsız olduğu varsayımına dayanıyordu. Ayrıca, o dönemin tasarım pratiğinde, mesleğin sanatla bağlantılarını vurgulamak yerine, yeni bir etkinlik türünün özelliklerini belirleme arzusunu açıklayan, aktif bir kendini tanımlama süreci olduğunun da not edilmesi kaçınılmazdır. 1950'lerin ortalarında yeni bir teorik kavrama keskin bir geçiş gerçekleşti. O zaman tasarım mühendisliği; yeni üretim alanlarını (ağır ve hafif endüstriler için makine mühendisliği, tasarım ile sanat, zanaat ve sanat endüstrisi arasındaki daha önce görünen bağlantının ortadan kalktığı hassas alet yapımı gibi) yakalamaya başladı. İşlevselliğin tasarım kültürünün, en genel anlamda bilimsel tasarım yöntemleri

arayışı olduğu söylenebilir.

Tasarım kültürünün evriminde bir sonraki aşama, postmodern olarak nitelendirilir. Bu kavram, 1970'lerin başlarında mimariyle ilişkili yaygın olarak kullanılmaya başlamıştı. Ancak uzun bir süre "çatı" tanım olarak kaldı. Tasarım alanında, postmodernizmin yeni bir paradigma olarak ortaya çıkışı 1980'lerin ilk yarısında gerçekleşir. Tasarım kültürünün evrimi bağlamında, postmodernizm; yaşam tarzında oluşan temel değişikliklere vurgu yapıyordu. İşlevselciliğin ve onun ideolojik temellerinin açıklık, basitlik ve titizlik çağrısı yapan talebi; ekonomideki büyük değişiklikler, üretim ve tüketim psikolojisindeki değişikliklerle; strateji dönüşümüne uğradı. Bu sırada, sonsuz sayıda çeşitli malın seri üretimine geçmeyi olanaklı kılan üçüncü nesil makine ve elektronik teknolojisi işleyişini başlattı. Üretim maliyetini düşürmek, bu nedenle, tüketim mallarının yaratılmasında ekonomik olmayan büyük savurganlığa karşı psikolojik bir tutum gerekiyordu. Endüstriyel ürünlere olan taleple ilgilenen planlamacılar ve ekonomistler; üretim estetiğinden çok satışa daha uygun stilize formlara bakmaya başladılar. Tasarımda postmodernizmin ortaya çıkmasıyla birlikte, tasarımdaki işlevsel çizginin tamamen ortadan kalktığını; ekonomiden gelen işlevselciliğin öncelendiğini, söylemek eksik bir yorum olur. Formun arı tanımının değiştiğini dikkate almak gerekir. Endüstriyel üretimin temel özellikleri olarak, sadeliği ve standardı kabul etmek olan modernizmin ana savının değiştiğini dikkate almak gerekir. Ventosa'un da ifade ettiği gibi; postmodern insan yoğun duygusallık, aşırı bireyselleşme için bir özlem yaşar. Bu, etrafındaki 'kişisel olmayan bağlamların' büyümesine karşı kaçınılmaz bir savunma tepkisidir (Ventós, 1980: 67). Postmodernizmin proje kültürü bu ihtiyacı karşılamaya yöneliktir.

Sonuç

Yirminci yüzyılın başlarından itibaren yaygın kullanıma sunulmuş tasarım olgusu, teorileri ve felsefesi aracılığı ile insanın doğal varlığını, gelişen teknolojiye, üretim-tüketim ilişkilerine karşı düzenleyebilecek, geleceği planlayabilecek bir unsur olarak serüvenine başlamıştır. Tasarım aracılığı ile düzenlemek ve planlamak üstten bir bakış olarak değerlendirilebilir. Bunun yerine tasarım olgusunun amacı, yaşanılabilir bir dünya oluşturmaya katkı olarak düşünülmelidir. Bunun yanı sıra günümüzdeki durum ise tasarım olgusunun nesnelere ekonomide öne çıkaracak faktör olarak planlanmasıdır.

Kavramsal olarak birçok alanın sahiplendiği tasarım olgusu, farklı dönemlerde birçok yönden irdelenip değerlendirilmeye çalışılsa da, günümüzde daha baskın olarak endüstriyel alanın kar dürtüsünün koşullarından biridir. Tüketim kültüründe oluşan ve potansiyeli olan insan dürtülerini harekete geçirmeyi sağlayan temel prensip olarak görülmesinin yanı sıra, insan gereksinimlerinin formlarını arttırarak talebi genişletmeye yarayan bir işleve sahip olduğu düşünülmektedir. Günümüz dünyasında bu formları öne çıkarmaya yarayan teknik ve sembolik farklılıklar tasarım yolu ile belirginleştirilir.

Çağdaş tasarım, hammaddenin ürüne dönüştürülmesi ile ilgili değildir. İnsana özgü değerlerin "şeyleştirilmesi" ve dönemsel bakış açısı kodlarının biçime uygulanması ile ilgilidir. Tasarım bu kodları mihenk olarak alır ve bireysel tercihleri, üretim tüketim biçimlerini, toplumsal değer bilgilerini de kullanarak, sürekli bir sonraki aşamaya taşır. Tasarım, kendi nesnesini oluştururken, sadece günden güne gelişen teknolojinin kullanılması yoluyla değil aynı zamanda plastik ifadelerin arayışındadır. Bu durumda tasarımcı ve tasarım olgusu, nesnedeki estetik unsurların bağlamını tekrar tekrar kurarak doğa, nesne ve insan ilişkisinde estetik uyum çabasıdır. Bunun yanında insana mutlu bir hayat vadeden tasarım, aslında yarattığı imge ile kimliği prestije, beğeniye endeksleyerek bireyde sürekli bir yeniden tüketme arzusu yaratmaktadır. Toplumsal veya sosyal gruplar arasında, kültürel tavırlar oluşturur ve tasarımın öncülüğünde, markalaşma ve reklam aracılığı ile kitlelerin düşüncelerinin yönlendirilmesini destekler.

Tasarım kavramı ve tasarım pratiği hızlı ve daha çok tüketim, kar ve daha çok kar döngüsünün gölgesinde silikleşmiştir. Neoliberal ideoloji, postmodernizmin çarkları arasında tasarımın insani özünü öğütmüş ve parıltılı parçacıklara dönüştürmüştür. Elbette, tasarımdan insanı azatlığımızda yalnızca bir kavramın içeriğini boşaltmış olmazsınız. Aynı zamanda, ürünlerin anlam ve işlevselliğini de insandan uzaklaştırmış olursunuz. Oysa ; "Tasarım, insanı insan yapan temel, ayırt edici niteliklerden biridir; insan yaşamının kalitesini belirleyen olmazsa olmazlardandır" (Heskett, 2017: 11). Bu yüzden, kavramın içine itildiği toz bulutundan ayıklamak, insani özüne uygun yerine yeniden taşımak gereklidir. Bu elbette yalnızca tasarımcılar için ve üretim süreciyle sınırlanmış bir problem değildir. Ancak tasarımcıya, daha fazla yük düştüğü de açıktır.

Günümüzde, tasarımcının kendini tanımlaması, yerini belirlemesi her zamankinden daha fazla önem kazanmıştır. Tasarımcının sosyo-kültürel alandaki işaretlerin hareketini yönetme ve koordine etme yeteneği,

yalnızca aldatıcı değerler yaratmanın sorumsuz oyununda kullanılamaz. Tasarımcının bugünün trendlerine karşı özel duyarlılığı ve formlarla çalışmanın profesyonel becerisiyle desteklenen, gelecekteki değişiklikleri tahmin etme yeteneği, onu yeryüzünde olup bitenlerin gizli anlamını ana hatlarıyla kavrayabilmesini sağlar.

Herhangi bir sistemin işleyişi için ortam veya koşullardaki değişiklikler kaçınılmaz olarak insan varlığında değişikliklere neden olur. Değişim, yaşam akışının kaçınılmaz ve arzu edilen bir bileşenidir. Değişim hayatın kendisidir. Ancak, insanın uyum sağlama sınırları vardır. Bireyin başa çıkabileceği değişikliklerin sınırları sosyal olanaklarla genişleyebilmektedir. Değişim kavramı bağlamında günümüz tasarım sorunlarına özel ilgi, günümüz tasarımının sadece değişimin değil, aynı zamanda değişiklikleri kontrol etmenin de ana nedenlerinden biri olması, varsayımından kaynaklanmaktadır. Tasarımcı; yöntembilimsel ve uygulama stratejilerinde kullandığı araçlar ile yaşamı uyaran istendik değişiklik düzeylerini sağlayabilecek, yeterli donanıma sahiptir. Bu güne kadar çok fazla değişiklik yapıldı ancak bunların iyi veya kötü olup olmadığı konusunda çok az değerlendirmeye zaman ayrılmıştır.

Endüstriyel süslemecilik ve işlevselcilik çağının bitimiyle insanın, çevrenin, insan deneyiminin, sosyal ilişkilerin tasarımına evrilen tasarım; kapsamındaki dönüşüm sürecini gerekçelendirmekten uzaktır. Günümüz toplumlarında, kaçınılmaz olarak bir soru ortaya çıkar. Tasarım, kendisi için ortaya koyduğu sorunlara uygun tatmin edici çözümler yaratabilir mi? Bir tür 'süper tasarım' ın ortaya çıkmasının, olasılığı gerçekçi midir? Kendi felsefi yöntembilimini tasarlamak, geliştirmek ve zenginleştirmek, süper araç olmayı değil, bir arabulucu olma sorumluluğunu zorunlu kılar. Günümüzde tasarımın yöntem stratejisi; her bireyin yaşam deneyiminin değerlerini ve içeriğini dikkate almayı talep eder. Tasarımın, yalnızca varlığın maddi donanım sorunlarını çözmekle ilgili değil, aynı zamanda pasif tüketiciliği harekete geçirmeyi amaçlayan oldukça özel görevleri de üstlenebilecek kapasitesinin olduğu savunulur.

Endüstri sonrası toplumların tasarımının en karakteristik özelliklerinden biri, bireysel tüketimle ilişkili geleneksel olmayan sorunların ortaya çıkmasıdır. İzlenimlere göre sorunlar, insan mantığının ve insan topluluğunun kurallarının dışında, fantastik bir şekilde sebepsiz yere ortaya çıkar. 'Şok beklentisi durumu', bugün tasarımcının faaliyet gösterdiği tuhaf sosyal çevreye dönüşmektedir. Bu değişim; tasarımcının faaliyetlerindeki felsefi, antropolojik, yöntembilimsel, sosyo-kültürel etkenleri giderek baskın ve hatta belirleyici hale getirmektedir. Böylece, tasarımın yarattığı özne biçiminin geleneği de değişir. Hatta günümüz dünyasında bazı sosyal ve ulusal yapıları gerçekleştirmenin en aktif aracı haline gelir. Bir anlamda tasarımcı; hem sosyal iyinin hem de sosyal kötülüğün yansımalarında yüksek verimlilikte rol oynayan bir kimlik edinir. Tasarımı iş dünyasının elinde esnek bir yardımcı programa dönüştürmek yerine; topluma ve bireylere katkı sağlayan, insanların arzularını gerçekleştiren bir düşünme ve üretme biçimi olması dileği sık sık ifade edilse de, literatüründe böylesi bir iyimserliğin ikna edici teyidini bulmak kolay değildir. Ekonomik ve hatta idari-kurumsal sorunlar, sosyal ve antropolojik sorunları tasarımdan uzaklaştırır. Bu nedenle, tasarımdaki profesyonel zihniyetin darlığı, sadece tasarım yöntembiliminin kusurlu olmasının doğrudan bir yansıması değildir. Ama aynı zamanda büyük ve küçük özel mülkiyetin çıkarları doğrultusunda, tasarımın zorla görevlendirilmesinin sonucudur.

Tasarım felsefesi, tasarımın diyalektik çok boyutluluğunun ve insancıl tavrın gerçek versiyonlarını anlamayı, tasarlamayı, test etmeyi ve hayata geçirmeyi amaçlayan, tasarım profesyonelliğinin ortak ilkeleri ve kavramlarıyla birleştirilen bir tasarım ontolojisi, metodolojisi ve antropolojisidir. Günümüz tasarım felsefesi, tasarım nesnesini ve sürecini bütüncül olarak, diyalektik, evrimsel çok boyutluluğu ve somutluğuyla anlamaya odaklanmıştır. Felsefi model yapılarının, var olan sosyal ve tasarım nesnesi olan öznel malzemeye yüksek derecede uygunluğu için akıl yürütmeye çabalar. Ancak tartışmaların ötesinde somut bir başarıdan söz etmek henüz olanaklı görülmemektedir.

Kaynaklar

- Adorno, Theodor W. *Ästhetische Theorie (Estetik Teori)*. Berlin: Suhrkamp Taschenbuch, (2003)
ISBN-10 : 3518293079, ISBN-13 : 978-3518293072
- Arvatov, B. *Искусство и классы (Sanat ve sınıflar)*, Moskova: Petrograd Devlet Yayınevi, (1923)
- Beyazova, Petek. "Bauhaus Geleneğine Bakış". *Sosyoloji Notları*, Ocak (2012). 9, 33-39.
- Çelikel, Benan, S. *Endüstriyel Tasarımda Paradigma Kaymaları*. İstanbul: Nobel Yayınları. (2015)
- Dmitruk, Anatoly, Grigorievich. *По законам красоты: О дизайнерском творчестве*. (Güzellik Yasalarına Göre: Tasarım Yaraticılığı Hakkında). Kiev: Mystestvo, (1985)
- Droste, Magdalena. *Bauhaus: 1919-1933*, Köln. London: Taschen. (2002)
ISBN 10: 3822804010 ISBN 13: 9783822804018

- Foster, H., *Tasarım ve Suç*. İstanbul: İletişim Yayınları. (2004)
ISBN: 9789750502897
- Galina N. Lola. "Design Of Communicative Event: The "Communicative Navigation" Method". *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, (2020) 80, 465-472.
e-ISSN: 2357-1330 DOI: 10.15405/epsbs.2020.03.02.54
- Glazychev, Leonid V. "О Дизайне" (Tasarım Hakkında), Moskova: Sanat Yayınevi, (1970). Erişim Tarihi: 01.05.2022
<http://www.glazychev.ru/books/design/design.htm>
- Gropius Walter. "Frontiers of Architecture". (Mimarlığın Sınırları). (1971). Erişim Tarihi: 12.03.2022
<http://tehne.com/library/gropius-v-granicy-arhitektury-moskva-1971>
- Herman, Mikhail Yu. *Modernism. Art Of The First Half Of The 20th Century (Modernizm. 20. Yüzyılın İlk Yarısının Sanatı)*, Moskova: Azbuka Yayınları "Sanat Kitabı" dizisi (2018)
ISBN: 978-5-389-10294-1
- Heskett, John. *Tasarım*. Ankara: Dost. (2017)
- İnan, Kemal. *Teknolojik İşlevsizlik. Kitle Üretiminden Yaratıcı Tasarıma, İletişim Yayınları*. İstanbul. (2012)
- Kantor, Maxim Karlovich, "Дизайн, культура, история мира" (Dünyanın Tasarımı, Kültürü, Tarihi), (Декоративное искусство), *Декорatif Sanat*. (2001): No. 1. 43-46.
- Lavrent'ev, Alexander Nikolaevich. *Design History. Tutorial*. Gardarika, (2007).
ISBN: 5-8297-0262-2
- Maldonado, Tomas. *Design, Nature, and Revolution: Toward a Critical Ecology*. New York: Harper & Row, (1972), 7.
ISBN 10: 0060127775 ISBN 13: 9780060127770
- Marchetti Luca. *L'estetica E Le Arti 'Studi In Onore Di Giuseppe Di Giacomo' (Ed.), Elisabetta Di Stefano, Estetica Dell'organismo In Leon Battista Alberti E Louis H. Sullivan (s. 147-156)*. Milano: Mimesis Press, (2012)
ISBN: 9788857536200
- Marcuse, Herbert. *Eros and Civilization: A Philosophical Inquiry into Freud*, Boston: Routledge, (2015)
ISBN 9781138137950
- Marcuse, Herbert. *One - Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society*. Boston: Beacon Press (1991)
ISBN 9780807014172
- Mihaylova, Dmitrieva Larisa, "Феномен дизайна: философско-методологический анализ, Омский научный вестник" (Tasarım Fenomeni: Felsefi ve Metodolojik Analiz, Omsk Bilimsel Bülten), (2009), Erişim Tarihi:04.05.2022
<https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-dizayna-filosofsko-metodologicheskii-analiz>
- Runge V.F., Senkovsky V.V. "Основы Теории Методологии Дизайна", (Tasarım Teorisinin Ve Metodolojisinin Temelleri). MZ-Press. (2003) Erişim Tarihi: 05.005.2022
ISBN:5-94073-011-6
https://www.studmed.ru/view/runge-vf-senkovskiy-vv-osnovy-teorii-i-metodologii-dizayna_7b46fde3eff.html
- Ventós, Rubert de Xavier. *Heresies of modern art*. New-York: Columbia University Press, (1980).
ISBN-10 : 0231044585, ISBN-13 : 978-0231044585.

CONCEPTUAL ANALYSIS OF THE DESIGN PHENOMENON IN THE CONTEXT OF HISTORY, CULTURE, AND PHILOSOPHY

Emrah PEK

ABSTRACT

With the advent of the new period of industrial civilization, the existential significance of design as an application that alters the interaction between humans and object began to get attention. However, as a multi-layered notion extending from economics to psychology, the new substance it received introduced alternative perspectives and criticisms to design. As a result, it is unavoidable to investigate the notion alongside the economy based on sophisticated technology, socioeconomic connections, political and cultural aspects. Because the network of social forces required to comprehend current design includes a variety of aspects, both material and spiritual, good and bad. Thus, the design itself appears first as an element of progress, then as a powerful factor of destructive power. All types of changes that happen in the world, changes that may be seen in an individual's life, are accomplished via design or with her involvement. This study aimed to rethink the essence of design, the structure of its conceptual foundations, and the dynamics of the problem context of design activities. Design activity is defined as a proper engagement of the individual with the external environment; it aims to attract attention to the difficulties that will be caused by the overlooked wide regions of impact and the encirclement of humankind. The study is founded on the interpretation of data gathered through the literature review approach.

Keywords: Philosophy of design, Culture of design, Theory of design, Culture of Project, Meta - Design