

20.YÜZYILIN GÖRSEL ESTETİĞİNİN 21. YÜZYIL GRAFİKLERİNE UYARLANMASI ÜZERİNE BİR İNCELEME

• Doç. Dr. Bayram BOZHÜYÜK*

ÖZET

21. yüzyılda görsel tasarımların yayımlanma mecralarında çeşitlilik görülmektedir. Dijital görseller sadece basılı alanda değil, aynı zamanda multimedyanın çeşitli alanlarında kullanılmaktadır. Bu bağlamda multimedya alanındaki paylaşılan, izlenen ve yüklenen her görüntü günümüz insanının görsel hafızasını güçlendirmektedir. Karşılaşılan görüntü çeşitlilikleri arasında geçmişe ait görüntüler de bulunmaktadır. Geçmişe ait bilgi ve görsel materyallerin tasarımcı ve izleyici nezdinde tekrar keşfedilmesi geçmişin imgelerini popüler hale getirmektedir. Geçmişin imgeleri, güncel görsel tasarımların üretiminde alternatif bir çıkış noktası olabilmektedir. Çağdaş izleyici toplumunun geçmişe ait özlemi tasarımcıların eskiye ait tasarım detaylarının tekrar kullanılmasını gündeme getirmektedir. Geçmişin çeşitli video ve grafiklerinin tekrar izlenmesi ve beğenilmesi güncel tasarım eğilimlerinin başka bir yöne doğru şekillenmesini (geçmişe öykünmesini) ortaya çıkarmaktadır. Adeta günümüzün görsel tasarım anlayışı; renkte, tipografide, tasarım ilke ve öğelerinde yeni bir dil oluşturmayı bir kenara bırakmış adeta yeni bir imaj üretmeden geçmişin görsel dilini idealize ederek sunmaktadır. Bu sorun görsel tasarımın önünde ne tür bir gelecek sunmaktadır? Sorusunu akıllara getirmektedir. Dolayısıyla makalede 20. yüzyıla ait tasarım imgelerinin 21. yüzyıl görsel tasarımlarında kullanılmasına yönelik eğilimin düşsel, sosyal, kültür endüstrisi boyutu üzerinde düşünülüp incelemeler yapılmıştır. 20. yüzyılın özlemlili dönemlerinin neden 21. yüzyılda kullanıldığı bazı grafik tasarım örnekleri incelenerek bilimsel kaynaklar eşliğinde açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Grafik, Estetik, Tasarım, Nostalji, Kültür.

* Gaziantep Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Sanatlar Bölümü, bayramb@gantep.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3958-5072

A REVIEW ON THE APPLICATION OF THE VISUAL AESTHETIC OF THE 20TH CENTURY TO THE GRAPHIC OF THE 21st CENTURY

• Assoc. Prof. Bayram BOZHÜYÜK*

ABSTRACT

There is diversity in the publishing channels of visual designs in the 21st century. Digital images are used not only in the printed field but also in various areas of multimedia. Therefore, every image shared, watched, and uploaded in the multimedia field strengthens the visual memory of contemporary people. Among the variety of images encountered, there are also images from the past. The rediscovery of past information and visual materials by designers and viewers makes the images of the past popular. Therefore, images of the past can be an alternative starting point in the production of current visual designs. The contemporary audience's longing for the past brings up the reuse of old design details by designers. Re-watching and liking various videos and graphics of the past reveals that current design trends are shaping in a different direction (emulating the past). In the visual design approach of the 21st century; it as if has left aside creating a new language in color, typography, design principles, and elements, and idealizes the visual language of the past without producing a new image. This raises the question: What kind of future does this problem present for visual design? Therefore, in the article, the imaginary, social, and cultural industry dimensions of the tendency to use 20th-century design images in 21st-century visual designs were considered and examined. This study examines why 20th century nostalgia is used in 21st century designs, supported by graphic design examples and scholarly sources.

Keywords: Graphic, Aesthetics, Design, Nostalgia, Culture.

* University Of Gaziantep, Faculty of Fine Arts, Graphic Arts Department, bayramb@gantep.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3958-5072

1. GİRİŞ

Her çağ kendisinden önceki devamlılığın bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Zaman içerisinde ortaya çıkan sanatsal eğilimler kendisinden sonra da kullanılmaya devam ederek kendinden sonraki imge diline katkıda bulunur. İster işiten, ister gören eğitilmiş duyular bir sanat eserini süzgecinden geçirirken o eserin hangi döneme ait olduğu ve hangi sosyal koşullar içerisinde ortaya çıktığını sezebilmektedir. 20. yüzyılın kendi içerisinde de görsel sanatların gelişimi kapsamında neden sonuç ve süreçler silsilesi olduğu bilinmektedir. 20. yüzyılda görsel tasarıma yön veren; Art Nouveau, Art Deco, De Stijl, Dadaizm, Fütürizm, Bauhaus, Post Yapısalcılık, Konstruktivizm, Pop Art vs. diye sürüp giden anlayışlar var olmuştur. Tasarıma yön veren bu anlayışların ortaya çıkmasında birçok sosyal, felsefi, tarihsel ve teknolojik sebepler vardır. Ayrıca geçen yüzyılın bırakmış olduğu sosyolojik olaylar iyisi ve kötüsüyle toplumun hafızasında yer edinmiştir. Bu duruma ek olarak 21. yüzyıla gelindiğinde geçmiş yüzyılın tasarım ara yüzleri ve bileşenleri dijital görüntü ve yayın teknolojilerinin gelişimiyle daha ulaşılır ve görülür hale gelmeye başlamıştır. Nihayetinde geçmişin imgelerinin ve tasarım imajlarının bilinirliğini yaygın hale getirerek kullanılmasının yolunu açmıştır. Özellikle de 1980 sonrasında görüntü üretim tekniklerinin sayısal ortama aktarılmasıyla dijitalleşmenin ilkel formlarının (1980'lerin pikselleri, neon ve/veya ızgaralı görselleri) tasarımlarda tekrar kullanımının örnekleriyle karşılaşmaktadır. Bu bağlamda bellek sanatının en çok görünen popüler ürünleri grafik alanında üretilen basılı ve dijital işlerdir. Evrensel bir olgu olan hatırlama kültürü kavramının, bellek sanatına dönüşmesi eski çağlardan beri tekrarlanan bir olgudur. Tıpkı antikitenin Rönesans'ta tekrar yâd edilmesi gibi. Benzer bir şekilde 20. yüzyılın tasarım anlayışları günümüz dijital görsel dünyasında çeşitli sebeplerle benimsendiği ve kullanılmaya devam ettiği gözlemlenmektedir.

Günümüzde geçen yüzyılın üretkenliğinin ve gelişiminin görsel tasarıma yansımaları grafik anlamında ilham kaynağı oluşturmaya devam etmektedir. Fakat 20. yüzyılın görsel ifade türleri günümüzde ne amaçla, hangi mecralarda, neden kullanılmaktadır? Geçen yüzyılın tasarım dillerinin günümüzdeki kullanım şekli izleyicide nasıl bir algı ve etki oluşturmaktadır? Görsel tasarımlarda neden geçmişin imgeleri hem de 'idealize' edilerek tekrarlanmaktadır? Gibi soruların tartışılması gerekmektedir. Bu makale geçmiş yüzyılın tasarım dilinin meydana getirmiş olduğu birtakım değerlere eskiye duyulan özlem, bellek, kültür endüstrisi ve görüntü tüketimi kavramları üzerinden cevap vermeyi amaçlamaktadır.

Araştırmada önce 20. yüzyıl estetiğinin güncel tasarıma yansımadaki sebepler ve kültür endüstrisi kapsamında değerlendirilmesi başlığı altında kültür endüstrisi, geçmişe duyulan özlemin altında yatan psikolojik ihtiyaçlar ve nostalji kavramları üzerinde

durulmuştur. İnsanın eskiye olan merakı ve bu merakın sanata dönüşmesinin kavramsal boyutları tartışılmıştır. Daha sonraki bölümde 20. yüzyılın tasarım anlayışlarına örneklerle değinilip, kronoloji ve güncel tasarım örnekleriyle karşılaştırmalı yöntem kullanılarak incelenmiştir. Bu tasarımların kullanım sebebi üzerinde durulmuştur. Makalenin sonuçtan önceki son kısmında ise özlenen görüntülerin neden insan algısında önemli bir yer tuttuğu ve günümüz tasarımcılarının nostaljik imgeleri kullanması bir kaçış mı, geçmişe özlem mi, yoksa yaşanan yüzyıl görsel tasarım anlamında geçen yüzyıl kadar henüz üretken olamamış mıdır? Sorularının cevapları aranmaya çalışılmıştır.

2. 20. YÜZYIL ESTETİĞİNİN GÜNCEL TASARIMA YANSIMASINDAKİ OLASI SEBEPLER

20. yüzyıl insanlık tarihinde büyük gelişmeler olduğu bir zaman olmuştur. Bu yüzyılın başlangıcında insanlar geleneksel yaşamdan tüketim toplumuna geçmiş, yüzyıl başında atlarla yapılan yolculuklar, yüzyılın ortalarından itibaren uçak yolculuklarına bırakmış hız yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir. İtalya'da Filippo Marinetti 1909 yılında Fütürizmin manifestosunda yazdığı hız kavramını yüceltmıştır ve şunlar söylemiştir:

“Dünyanın ihtişamının yeni bir güzellikle zenginleştiğini ilan ediyoruz: hızın güzelliği. Zaten sonsuz, her yerde var olan mutlak hızı yaşıyoruz. Bize bak! Nefesimiz kesilmiyor, kalbimiz zerre kadar yorulmuyor. Çünkü onlar ateşle, nefretle ve hızla beslenirler! Bu seni şaşırttı mı? Çünkü hayatta kaldığını bile hatırlıyorsun! Dünyanın zirvesinde durarak yıldızlara meydan okumamızı bir kez daha başlatıyoruz” (http 1).

Gerçekten de Marinetti'nin bahsettiği hız, fütüristik düşünceye göre günümüzün temel yaşayışını oldukça etkilediği görülmektedir. Bu durum sadece ulaşım veya hareket anlamında değildir. Hız görsel iletişim ve sanatın da temel davranış biçimi haline dönüşmüştür. İnsan etrafındaki görsel imgeleri çok hızlı izliyor, tüketiyor, yenisini arıyor ve bu süreç devamlı tekrarlanıyor. Tüketilen görsel imajlar arasında geçmiş yüzyılın bırakmış olduğu zengin fotoğraf arşivleri ve görsel iletişim alanındaki eserler de bulunmaktadır. Bu durum sonucunda günümüzün görsel tüketim malzemesi olarak geçmişin imgeleri izleyicinin karşısına tekrar çıkarılmaktadır. Ayrıca geçen yüzyılda teknolojinin gelişim süreci ve insanın geleneksel yaşamının son zamanları, eskinin modası ile bütünleşerek insan zihninde geçmişe özlemi tetiklemektedir. Çünkü endüstri, teknolojik ilerlemenin yarattığı hız, insanlardaki zaman algısını değiştirmiş ve “şey”leri deneyimleyecek zaman kısaltmıştır. Bu etkenler bilginin hafızada tutunmasını güçleştirmiştir. Dahası 20. yüzyıldaki iki büyük savaş, nükleer felaketler, soykırımlar ve kitlesel göçler, geleceğe dair umutları azaltmıştır. İlerlemeye olan inancın zayıflaması ve yaşamın her alanına bulaşan kaygı ile geleceği tasarlayan modernist ütopyaların yerini distopyalar

almıştır (Annepcioğlu ve Kurt, 2019: 227). Geçmiş yüzyılın yaşanmışlıkları ve imgeleri günümüz insanları için bir kaçış alanı olmuştur. Bu durumdan faydalanan günümüzün kültür endüstrisi eskiyi önemli bir pazara dönüştürmektedir. Kültür endüstrisi bunu yaparken modanın onar yıllık döngüsünü ve geçmişin sanat akımlarını olduğu gibi tekrarlamak yerine, geçmişin görsel ve işitsel (müzik) imgelerini fantastik hale getirerek veya kendince idealize edilmiş halini günümüz toplumuna sunmaktadır. Eski, liberal toplumun günümüz insanının hafızasındaki sahte imgesinin oluşturulması için bir araç haline gelmiştir (Adorno, 2013: 84). Dolayısıyla teknolojiyle tanışan ve dünyadaki önemli toplumsal geçiş süreçlerini yaşayan ikinci dünya savaşı sonrasında doksanlara kadar dünyaya gelen nüfusun günümüzdeki beklentisi ve nostaljiye özlemi eski imgeleri popüler hale getirmiştir. Çünkü 20. yüzyılın son yarısına şahit olanlar birçok kültürel ve sosyo-politik olaya tanık olmuş, geleneksel olanla yeni olanın kopuşunu görmüştür. Yaşanmışlıklar 20. yüzyıl neslinin otobiyografik hafızasında geniş bir yer tutmasına sebep olmuştur. Şu an yaşayan geçen yüzyılın insanı, özellikle 1950’li yıllardan 90’lara dek birçok görsel imgeyi zihninde biriktirmiştir. Otobiyografik bellek bilişsel açıdan, eski olayların kişinin kendi geçmişinde gerçekleşmiş ya da olmayabilecek olası olayların benzetimidir (De Brigard, 2017: 155). Bu tanıma ek olarak otobiyografik hafıza, geçmişteki yaşanan deneyimlenen ve hatırlanan bir şeye dönmeye yönelik psikolojik bir özlemi ortaya çıkarmaktadır (Nieland, Maherdran, Crafter, 2023: 68). Ayrıca geçmiş olguları veya imgeleri insanın hatırlaması, duygusal bir durumdur, güncelin kültürel biçimlendirmesi ve kopmayı aşarak geçmişle kurulan bilinçli bir ilişkidir (Assmann, 2015: 43). Günümüz toplumlarında geçmişe özlem duymasının ön plana çıkmasının altında yatan sebebini Pickering ve Keightley “sadece geçmişte varlıksal bir güvenlik arayışı değil, aynı zamanda şimdiki zamanın belirsizlikleri içinde kişinin önündeki yola yön vermesinin bir aracıdır” diyerek anlatmıştır (Pickering ve Keightley, 2006: 921). Nostaljinin bu iki boyutu birbirine bağlıdır ve birbirini bilgilendirir. Nostalji, sürekli değişen toplumumuzda tüm bu geçici fenomenlerin sürekliliğini fark etmemize yardımcı olmak için geçmişle diyalogu sürdürme işlevine hizmet eder. Ayrıca nostaljik anlatılar olumsuz duygulanımdan ziyade olumlu duygulanımı yansıtır, kahraman olarak benliği ön plana çıkarır ve sosyal bir bağlama yerleştirir (Sedikides, vd., 2008: 304). Sanayi sonrası toplumda, geleceğe dair yönelimlerin yerini alan zaman algısı krizi, bireyi/sanatçıyı belleğine tutunmaya yöneltmiştir (Annepcioğlu ve Kurt, 2019: 223). Bu sebeplerden ikinci milenyum öncesi doğan neslin kendisini ifade etme şekillerinden birisi de eskiye özlem duyması denilebilir. Çünkü bellek iletimi yakın geçmişe ve ona ilişkin anıları kapsar. Bu durumun en tipik örneği bir kuşağa özgü bellektir (Assmann, 2015: 58). Eskiye arayış veya nostalji istemi de günümüz insanının psikolojik bir kaçış alanı olmaktadır. Geçmişe kaçış bireyi eskinin estetiğine, eskinin sokaklarına ya da seslerine yönelmesi ile üst seviyeye ulaşmaktadır.

Bu doğal duruma aykırı bir durum ise kendisinden önceki geçmişi hiç yaşamamış insanların da eskiye özlem duymasıdır. Yunanca “anemos” kelimesinden türetilen “anemoia” kavramı geçmişe ve geçmişteki imge ve nesnelere duyulan özlemi anlatmak üzere kullanılmaktadır. Bu kelimeyi ilk kullanan kişilerden birisi yazar John Koenig’tir (http 2). Bu duruma Svetlana Boym, 2001 tarihli “Nostaljinin Geleceği” adlı eserinde:

“Artık var olmayan ya da hiç var olmamış bir yere duyulan özlem. Nostalji bir kayıp ve yer değiştirme duygusudur ama aynı zamanda kişinin kendi fantezisiyle yaşadığı aşktır” (Boym, 2001’den akt. Onur, 2018: 47).

Bu bağlamda sanatsal yaratıcılığı geleceğe yansıtmak yerine, düşsel ve estetik anlamda çağdaş insan konfor alanının dışına çıkmamanın rahatlığını nostaljinin tekrarında bulmaktadır. Nostaljiye dayanan somut dünyadan uzaklaşma, edebiyatta, görsel sanatlarda ve film endüstrisinde ortaya çıkışı göz önüne alındığında, sanatçılar kadar sosyologlar, psikologlar ve filozoflar tarafından da bilinen bir olgudur (Sopčić ve Musil, 2020: 280). Hatta tarihte güncel olgulardan uzaklaşmak için propaganda amaçlı görsel çalışmaların yapıldığına dair örnekler bulunmaktadır. II. Dünya Savaşı yıllarında Nazi Almanyası’ndaki Halkı Aydınlatma ve Propaganda bakanı Joseph Goebbels savaş Almanyası’nın aleyhine doğru gittiği zamanlarda bile sinema ve radyonun etkili bir şekilde kullanılmasını emretmiştir. Çünkü Goebbels; eğlencenin günlük hayatın karmaşasından doğan, aydınlanma, oyalanma ve rahatlama ihtiyaçlarını gidererek ulusu hayat mücadelesinde destekleme görevi olduğunu düşünmüştür (Welch, 2007: 56’den akt. Sarıtaş, 2018: 338). Bu fikirle savaşın sonlarına doğru Alman sineması daha çok komedi ve eğlenceli filmlerle insanların gerçeklerden uzaklaşması sağlanmıştır.

John Storey, “Kültür Teorisi ve Popüler Kültür” adlı çalışmasında, kültür ve popüler kültürü güncel entelektüel ve sanatsal etkinlik alanı olarak tanımlayarak “temel işlevi anlam üretmek veya anlam üretimine vesile olmak olan metinler ve uygulamaların kullanılması” olarak tanımlamaktadır (Storey, 2015: 2). Bu kültür tanımı, yapısalcıların ve Post Yapısalcıların “anlamlandırma pratikleri” veya pop kültür olarak adlandırdıkları şeyle eşanlamlıdır, kültür örnekleri olarak pembe dizi, pop müzik ve çizgi romandan bahsedilmesine izin vermektedir (http 3). Bu bağlamda kültür endüstrisi kavramı, geçmişin popüler kültür örneklerine ait imgeleri çeşitli zihinsel istekler veya kaçış amacıyla tekrar güncel zamanın dijital görsel yaşamının içerisine taşımıştır. Bu durum geleceğe bir hafıza oluşturmak için kazanç olabilir. Fakat geçmişin imgeleri günümüze taşınmasında veya kullanılmasında araç olan dijital teknolojiler güncele aittir.

Teknolojinin gelişmesiyle beraber medya araçları moda kavramını ve geçmişin modasının tekrar gündeme getirilmesinde yayın araçlarının katkısı bulunmaktadır. Dolayısıyla medya araçlarının gelişmesi popüler kültür nesne ve formlarını daha da tanınır hale

getirmiştir. Kültür endüstrisi kavramı aslında yüksek kültür anlayışını geri plana atan manipülatif ve kolay elde edilebilir imgeleri pazarlamaktadır. Kültür endüstrisi, Adorno'ya göre, “modern sanayi toplumunun homojenleşmiş ve rasyonelleşmiş dünyasının düzgün işlemesine yardımcı olma işlevine sahiptir ve bu nedenle vardır (Kayıkçı, 2007: 2). Bu amaçla, kültür endüstrisi, “vaat ettiğini yerine getirmeyen sahte tatminler dağıtmaktadır” (Kara, 2014: 52). Adorno'nun bu düşüncesiyle geçmişin imgelerinin sanat nesnesi olarak kullanılması birer tatmin ve güncelin dışına çıkılması olarak yorumlanabilir. Ayrıca Adorno, kültür endüstrisinin kapitalist toplumlarda insana dayatılan nesnelere var olduğunu söylemektedir. Bu durumdan yola çıkılarak geçmişin imgelerinin idealize edilmiş hali 21. yüzyıl toplumu için ekonomik ve görsel tüketim alanlarını ortaya çıkarmış olabilir. Ayrıca geçmişin estetiğine yönelimin sonucunda geçmişe ait efemera veya sanatsal eserlerin koleksiyonculuğu ya da arşivciliği artmaktadır. Bu bağlamda da geçmişin materyalleri doğrudan da günümüz ekonomisi içerisinde kendine yer bulmaktadır. Diğer yandan kültür endüstrisinin araçları, tıpkı Marinetti'nin fütürist felsefesinde bahsettiği hız kavramı (<http> 1) günümüzde daha yoğun ve görünür hale gelmiştir. Çünkü yüksek sanat veya yeninin kabul edilmesi “yavaş, eleştirel, entelektüel” birçok süreçten geçmelidir. Buradan yola çıkarak toplumsal çoğunluğun yüksek sanata erişimi hem medya, hem de imgelerin hızlı geçişi ve dönüşümü kapsamında düşük bir olasılık olduğu düşünülebilir. Diğer yandan geçmişin imgelerinin tekrarlanması güncel estetiğinin post modern düşünce de dâhil edildiğinde günümüz insanına sunduğu ve gelecekte kendinden söz ettirecek estetik bir yaklaşımın veya akımın henüz ortaya koymadığını düşündürebilir. Çünkü görsel deneyimlerin idealize edilmiş halinin günümüz kültür endüstrisi kapsamında taklidinin sunulması geçmişin değerlerini, görsel estetiğini yüceltmektedir. Daha da açıklamak gerekirse post modern yaklaşım çerçevesinde 21. yüzyılın, estetik bağlamda geçmişin sanat akımları gibi sabit orijinalliği olmadığı için geçmiş kült hale getirilerek adeta putlaştırılmaktadır. Bu eğilim 21. yüzyılı kültürel ve sosyal olarak her zamankinden daha az üretken olmasından kaynaklandığını düşündürebilir. Güncel sanat sektörünün (ve güncel yaşamının diğer birçok sektörünün) temel özelliklerinden biri, küreselleşmenin etkisidir. Küreselleşme, insan etkinliği ve bilginin zaman ve mekân boyunca birbiriyle artan hızda bağlantıda olmasını teşvik etmektedir. İnternet ve kitle iletişim araçları sayesinde, çağdaş sanatın önemi hakkındaki bilinçlenme giderek artmaktadır (<http> 4). Bu bağlamda aksine günümüzdeki sanatsal üretim eskiye nazaran hiç bu kadar artış çeşitlilik göstermemiştir.

Eskinin imgelerinin tasarım ögesi olarak kullanılması nostaljiyi yeniden yaratmak bağlamında çağdaş sanat kapsamında da değerlendirilmelidir. Modernist sanat anlayışının aksine çağdaş sanat kavramı için zaman kavramı daha geniş tanımlıdır. Geçen yüzyılın

ikinci yarısında ortaya atılan çağdaş sanat fikrine göre düşünsel boyut öne çıkarılmış, izleyiciye daha farklı bir rol biçilmiş ve sanatın alanı, tanımı genişlemiştir (Gürbüz, 2021: 170). Bu bağlamda çağdaş sanat güncelin veya geleceğin yanında konu ve nesne olarak geçmişin imgelerinden de yararlanabilmektedir. Bu nedenle, çağdaş sanatların görsel alanlarında bilginin üretimi ve iletilmesi için hafıza gereklidir (Gibbons, 2007: 2). Dolayısıyla geçmiş kavramı görsel imge birikimi bağlamında yenilikçi fikirlerin ortaya konulduğu zamanı da tanımlamaktadır. Şu anda bile ortaya çıkan birçok görsel imaj gelecekte geçmişe dair bir şeyler anlatmada kullanılacak araçlar olabilir. Çağdaş sanat yaklaşımına göre geçmişin imgelerinin biçimde üretkenlik ve tasarım içeriklerinin genişletilmesinde işlevselliği bulunmaktadır. 20. yüzyıldan başlamak üzere tasarımda moda kavramı dâhilinde tarihi onluk zaman dilimlerine bölerek (60'lar, 70'ler, 80'ler vb) ya da popüler kültürün ortaya koyduğu eski oyun tasarımlarının estetiği, synthwave, vaporwave, city pop gibi kavramların görselleri çağdaş tasarım anlayışı içerisinde kendisine yer bulmaktadır. Bu kavramlar sadece sabit grafik tasarımlar değil, hareketli grafiklerde kullanılan müziklerde nostaljik duyguları uyandırmakta ve izleyici/dinleyicinin ilgisini çekmektedir. Tasarımlarda uyandırılan anılar, gerçekliğin gerçekçi olmayan tasvirlerine dayanma eğilimindedir ve belki de yalnızca izleyici/dinleyicinin hayal gücünde var olan zaman ve yerlere odaklanmaktadır (Ballam-Cross, 2021: 70). Görsel tasarım ve ses nostaljiyi idealize ederek güncel bir sanat formu kapsamında farklı şekillerde yaklaşırsa da, ortaya konulan tasarımlar nostaljik duygulardaki veya anılardaki kolektif hayali çağrıştırmaktadır. Tekrar üretilen ya da ilham alınan 20. yüzyıla ait geçmişin imgeleri ve sesleri farklı medya alanlarında görsel destekleyici unsurlar olarak kullanılmaktadır.

3. 20. YÜZYIL GÖRSEL TASARIM ANLAYIŞLARININ GÜNÜMÜZ TASARIMLARINA TAŞINMASINA ÖRNEKLER

Görsel tasarımların üretim yöntemleri günümüzün sayısal teknolojileri hesaba katıldığında çeşitlilik göstermektedir. Geleneksel grafik tabanlı programlara alternatif olarak modelleme, hareketli grafik uygulamaları ve yapay zekâ yazılımları gibi görsel üretebilen alanlar ön plana çıkmaktadır. Bu duruma eşdeğer olarak günümüzde hazırlanan tasarımların yayınlanması için de birçok mecra ortaya çıkmıştır. Bu mecralardaki görsel zenginlik izleyicinin geçmişin imgeleriyle tekrar karşılaşmasına da olanak sağlamıştır. Görsel tasarımcılar nostaljik imgeleri tasarımlarında tekrar kullanmaya başlamıştır. Popüler kültür içerisindeki moda anlayışının 20. yüzyılı ondalık dilimlere bölerek görsel açıdan sınıflandırması ya da ortaya çıkmış sanat akımlarının görsel dili, güncel tasarımlarda ifade şekli olarak yeniden gündeme getirilmiştir. Geçmiş yüzyıla öykünerek hazırlanmış birçok görsel tasarım günümüzde popüler hale gelmeye başlamıştır. Geçmiş imgelerin

tekrar görsel tasarımlarda kullanılmaya başlamasının sebepleri arasında 20. yüzyılda ortaya çıkan yüksek sanat anlayışlarının günümüze güçlü bir dil bırakmasından, günümüz teknoloji toplumunun geçmişteki yaşamış olduğu deneyime ve medyanın pazarlama gücüne kadar birçok sebep sayılabilir. Bunların içerisinde en önemlisi belki insanın zaman kavramına duyduğu merak, geçmişe duymuş olduğu özlem ve bu özlemlere ait görsel algı birikimidir. Çünkü görsel algımız dış dünyanın, nesne ve olaylarını kavrayıp, depolayarak oluşturduğu tüm izlenimleri, yeni imgesel örüntülerin oluşturulmasında kullanılmaktadır (Özkirişçi, 2021: 12).

1918 yılında bir grup sanatçı tarafından ilk manifestosunu yayınlayan De Stijl hareketi sanatın birçok alanında etkisini göstermiştir. 1920'lerde tasarım, sanat ve mimarlık alanlarında etkili olan ilk önemli 'modern hareket'lerden biridir (Balkan, 1997'dan akt. Sofuoğlu, vd., 2019: 6752). Zamanla görsel alanda evrensellik kazanmış De Stijl formlarına ait tasarım yüzleri müzik videolarından haritalara ve afişlere kadar uzanan geniş bir alanda kullanılmaktadır (Görsel 1). De Stijl hareketinin yola çıkan günümüz grafik sanatçıları De Stijl'in yalın ve geometrik yapısının işlevselliğinden yararlanmışlardır.



a)

b)

Görsel 1. a) Mondrian'ın De stijl tasarımı ([http 5](http://5)),
b) De stijl estetiğinde oluşturulmuş Amsterdam haritası ([http 6](http://6)).

Paris merkezli dekorasyon alanında tanımlanmış Art Deco hareketi kapsamı genişletilerek 1920'lerden II. Dünya savaşı dönemine kadar sanatın ve endüstrinin birçok alanında üretilen işlerde görülmüştür. Aslında Art Deco'nun ortaya çıkmasında da yine çok uzak geçmişe öykünme bulunmaktadır. İlk Art Deco stil tasarımcıları, eski Mısır kültüründen öğeler çıkardılar, eski Mısırlılar tarafından pratik çalışma tasarımında yaygın olarak kullanılan altın ve siyah yan yana yerleştirme yöntemlerini kullanıp mükemmel eserler yarattılar (Huang ve Hu, 2018: 65). Ayrıca hem görsel hem de endüstriyel tasarımlara sade geometrik ve degradeli boyanmış yüzeylerin kullanıldığı bir görsel dili ortaya çıkarmıştır. Bu yaklaşım modern ev eşyalarının (çamaşır makinesi, elektrik lambası, radyo vb.), spor kıyafetlerinin, hobi ekipmanlarının tümüne endüstriyel ve görsel tasarım alanlarında yeni bir bakış açısı getirmiştir. Buna ek olarak, Art Deco, özellikle sinema afişinde olduğu kadar sinemayla bağlantılı her şeyde de arzular ve hayaller alemine hükmetmiştir (Katona, 2018: 6). Modern dönemin sanat estetiğinden birisi olan Art Deco dönemsel olarak kısa sürse de çağdaş sanat anlayışı bu akımı tekrar keşfetmiştir. Bu bağlamda doksanlardan sonra günümüz estetiğinde Art Deco grafik tasarımın birçok alanında tekrar kullanılmaya başlanmıştır. Art Deco görünümüler çizgi film, animasyon, poster sanatı gibi birçok grafik alanda üretilen işlerin estetiğinin oluşturulmasında tekrar kullanılmaktadır (Görsel 2). Bu duruma ek olarak Art Deco dönemine ait eski posterler kültür endüstrisi kapsamında değerlendirilecek olunursa; güncel tıpkıbasımları ya da az sayıda eski basılmış orijinalleri ticari ve estetik anlamda karşılık bularak müzayedelerde veya hemen çevrim içi satış sitelerinde alımı yapılabilmektedir.



a)

b)

c)

Görsel 2. a) 1920'li yıllara ait Wimereux Plage French Railroad Travel Poster tasarımı (<http> 7), b) Almanya 1936 kış ortada olimpiyatlarının afişi (<http> 8), c) 2022 yılında Nicholas Chuan tarafından tasarlanmış poster (<http> 9).

Risograf, Japon şirketi RISO Kagaku tarafından 1959 yılında piyasaya sunulan bir baskı makinasıdır (Çakıcıoğlu, 2022: 134). Risograf, kâğıt üzerindeki bilgileri çoğaltmak için kullanılmıştır. Fakat makinanın ortaya koyduğu yetersiz renkler ve hatalı yüzeyler grafik tasarımcılar için yeni bir görsel üslubun ortaya çıkmasını sağlamıştır. Geçen yüzyılın yarısından itibaren riso baskı ile birçok figüratif tasarımlar ortaya konulmuştur. Adeta geçmişin eskimiş yüzünü çağrıştıran riso baskı tasarım tekniği, başta afiş olmak üzere birçok nostaljik his uyandıran tasarımların üretilmesini sağlamaktadır (Görsel 3).



Görsel 3. Dave Brain'in İllüstrasyon portfolyosundan çeşitli poster tasarımlar ([http 10](http://10)).

Pop Art 1960'larda ortaya çıkmış bir sanat hareketidir. 1960'lı yıllar boyunca Pop art sanatçıları farklı alanlarda tasarımlar geliştirmiştir (Usluca, 2011: 45). Bu akımın geliştiricisi Andy Warhol Popüler kültürden beslenen akımın en önemli temsilcilerinden birisidir. Bir makine olmak istediğini söyleyen Warhol, makine gibi üretmesini kolaylaştıran serigrafik tekniğini kullanarak imgeleri tekrarlamaktadır. Warhol, Pop Art için olmazda olmaz güncel yaşamdan, toplumsal ilginin odaklandığı materyallerden oluşan sembolik anlatımlar kullanmıştır (Cengiz ve Demir 2018:14). Dondurmalar, kekler, Seven Up, Pepsi, Coca Cola, diş macunu, sigara gibi yeni tüketim kültürü nesnelere, Pop Art'ın ikonografisini oluşturmaktadır (Usluca, 2011: 45). Zaman geçse de güncel yaşamda popüler kültür nesnelere içerikliğini oluşturan imgelerin anlatılması Pop Art estetiğini 21. yüzyılın görsel tasarım alanlarına taşıdığı örneklerde görülmektedir (Görsel 4 ve 5).



Görsel 4. Superman ambleminin Pop Art uyarlama örneği (<http> 11).



Görsel 5. Pop Art estetiğinden yola çıkılarak hazırlanmış bir kurgusal mekân çalışması. Küratörler Darsie Alexander ve Bartholomew Ryan. Ön planda Marisol – Dinner Date (1963), Arka plan, soldan sağa: Tom Wesselmann – Still Life (1963), Ushio Shinohara, Drink More (1964) Jasper Johns, Flags (1965) Paul Thek – Meat Piece with Warhol Brillo Box (1965) (<http> 12).

Xerox Alto, Grafiksel kullanıcı arayüzü (GUI) kullanan ilk bilgisayar 1973 yılında geliştirilmiştir (Thacker vd., 1981: 11). Bu tarihten sonra monitör sistemlerinin gelişimi sürmüştür ve 1980'lerde işletim sistemlerinin ortaya çıkmasıyla beraber bilgisayar oyunları sayesinde bilgisayarlar salt veri kaydedilme ve işleme alanının dışına çıkmıştır. Bilgisayar oyunlarının tasarımlarındaki piksellerden oluşturulmuş hareketli grafikler yeni bir dilin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Geçmişin siyah beyaz veya renkli piksellerden tasarlanmış görseller Piksel Art adı altında günümüzde tekrar yeni tasarımların oluşturulmasını sağlamaktadır (Görsel 6 ve 7). Piksel estetiğinin bilgisayar tarihi açısından önemli bir dönüm noktası olması ve doğal olarak görüntü işlemede halen kullanılmasından dolayı 80'lerin dijital görünüşleri günümüzde simgesel hale gelmiştir. Bu bağlamda pikseller

eskiden sadece ekran görüntüsü üretmede kullanılan sayısal bir araç olsa da günümüzde Piksel Art denen sanatı da temsil etmektedir. Pikselin estetiği günümüzde çeşitli afiş, dergi, animasyon tasarımlarında kullanılan bir dil olmuştur.



a)

b)

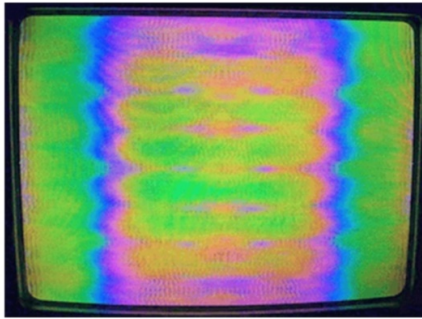
Görsel 6. a) “Sega Out Run (1986)” oyunundan bir görünüm ([http 13](http://13)),
b) “The Simpsons” dizisinin jeneriğinin Piksel Art ile oluşturulmuş tekrar uyarlaması ([http 14](http://14)).



Görsel 7. The New Yorker dergisinin Ekim 2021 yılı kapak tasarımı ([http 15](http://15)).

Nostaljik görünümler bazen asla var olmayacak sanrıları bünyesinde bulundurur. Geçmişin ulaşılmazlığı veya hiç yaşanmamış bir nostaljiye özlem duyulması insanı cezbeden bir olgu olarak zihinde yer kaplamaktadır. Nostaljinin ortaya koyduğu bu paradoks, izleyicide hiç var olmamış veya tamamen kurgu olan olayların özlenmesi olarak da

düşünülebilir. Eski televizyonların ekran lekeleri geçmişe ait hatırlanan imgelerdendir. Bu bağlamda televizyonda geçmiş imgeleri izlemek, geçmişe duyulan nostaljiye katkıda bulunabilir. Göran Bolin, medyanın iki tür nostaljik deneyim için bir tetikleyici işlevi gördüğünü savunmaktadır: medya nostaljisi ve aracılı nostalji (Kalinina, 2016: 5325). Bunlar arasındaki fark, her ortamın oynadığı rolle ilişki kurulabilir; medya nostaljisi geçmişte izlenmiş programların tekrarını, aracılı nostalji ise eskiye ait TV kayıtlarından alınan görsel ipuçlarının tekrar bir tasarım alanında kullanılması olarak düşünülebilir. Görsel tasarım; siyah beyaz görüntünün estetiğini sinema, fotoğraf ve görsel iletişim gibi alanlarda gelecekte de kullanılmaya devam edeceği tahmin edilebilir. Başka bir TV görüntüsü olan eski parazitli ekran veya rgb renklerin ayrıldığı görünümler güncel tasarıma tekrar taşınmıştır (Görsel 8). Geçmişte sık rastlanılan TV ekranlarındaki görsel aksaklık günümüzde bir sanat türüne dönüşmüştür. Bu tasarım türüne Glitch sanatı da denilmektedir. Aslında glitch, dijital veya analog hataları estetik amaçlarla kullanmak şeklinde tanımlanır (http 16). Daha da genişletmek gerekirse görsel ya da işitsel bozuklukların sanatçı ve tasarımcılar tarafından yorumlanmasıdır (Şengel ve Ay, 2017: 281). Glitch sanatı, dijital sanatın yeni bir biçimidir ve dijital kodlamayı alışılmadık yollarla değiştirerek dijital görüntüleri manipüle eden çeşitli teknikleri kapsamaktadır (Den Heijer, 2013: 1). Glitch görüntülerin formları güncel sanatta kullanılmasıyla retro-nostaljik eserlerin üretilmesini ve böylece geçmişe atıfta bulunulması sağlanmaktadır. Sanat/tasarım eserlerinin üretilmesi ile ortaya çıkmış Glitch sanatı kavramı, son zamanlarda çeşitli materyaller üzerinde de uygulanmaktadır. Ses veya görüntü dosyalarındaki bozulmaların estetik kaygılarla sanat nesnesine dönüştürülmesi, bu sanat akımını diğer sanat akımlarından ayıran en önemli özelliğidir (Şengel ve Ay, 2017: 281).



a

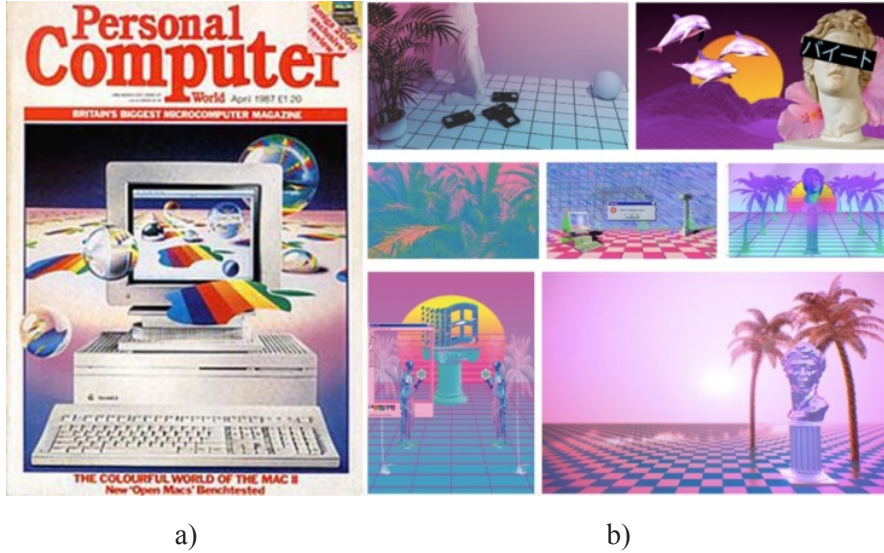


b)

Görsel 8. a) Eski bir televizyona ait bozuk görünüm örneği (http 17),

b) Bir müzik albümünün kapağı (http 18).

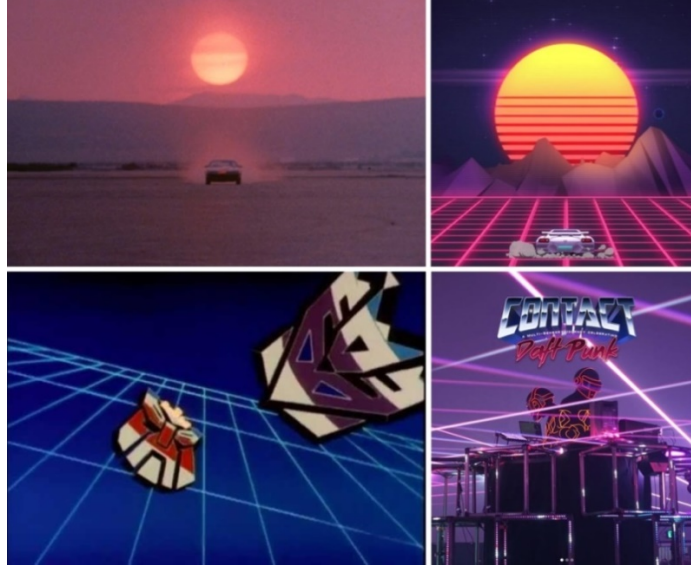
1980’lerin sonunda sayısal tabanlı bilgisayar grafik programlarının ortaya çıkması görsel iletişim tasarımı anlamında tasarımcılara yeni bir geleceği işaret etmiştir. Bu tarihten itibaren bilgisayar ve bilişim teknolojilerini kapsayan dergi ve yazılım reklamları gibi yayınlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Bilişim dergilerindeki tasarım anlayışı gelişse de yayınlanan eski sayıların ara yüzleri klasik bir üslup olarak kalmıştır. Bu durum internetin önceki evrelerine özgü seslerin, görüntülerin ve uygulamaların ironik iyileştirmeleriyle günümüz görsel iletişim tasarımında tekrar kullanılmaktadır (Ballam-Cross, 2021: 78) (Görsel 9). Görsel 9’deki eski bilgisayar estetiği görüntüler “vaporwave” ismini almıştır. Vaporwave tanımı nostalji üzerinden yeni bir görsel kavramdır. Eski müziklerin elektronik ortamlara çevrilmesi ile de ilişkilidir. Müziğin yanında görsel sanat akımı da olan vaporwave, 1970’lerden 1990’lara dek gözlenmiş olan tüketim çılgınlığını, parlak neon renkleri, neşeli reklam filmlerini ve dönemin müziğini vurgular ve över. Bu övgüyü yaparken, aslında bir tür tüketici kapitalizm eleştirisi gerçekleştirmektedir. Dijital ortamda doğmuş olan vaporwave, günümüz teknolojisini dışlar, yüksek çözünürlüğü reddeder ve kendince zamanı durdurarak dünyayı geçmişin gözünden görmeyi tercih eder (Koçer, 2022:16).



Görsel 9. a) 1987 yılına ait “Personal Computer World” isimli derginin Macintosh görseli barındıran kapak tasarımı(<http> 19), b) bilgisayar grafikerinin olduğu kolaj çalışmalarına örnek (<http> 20).

1980’lerin bazı animasyon, sinema, televizyon kültüründe kullanılan epik batan/doğan güneş temaları, perspektif ızgaralar, palmiyeler ve neon ışıklı metal yüzeyli objeler, fontlar bulunmaktadır. Kullanılan temaların mekanikleşmesi 80’lerde müzikten, grafiğe sanatın birçok alanındaki elektronikleşmenin de simgesidir. 80’lerin temsil ettiği elektronik ve

epik görseller günümüzde tekrar kurgulanarak güncel tasarımlarda kullanılmaktadır. Bu imgeler (epik batan/doğan güneş temaları, perspektif ızgaralar, palmyeler ve neon ışıklı metal yüzeyli objeler, fontlar) geçmişte belirli güç, gençlik, modernite, kahramanlık gibi hisleri temsil etse de 80'lerin elektronik estetiğinin günümüzde kullanımı aynı çağrışımı yapmamaktadır. 80'lerin imgeleri günümüz toplumunda elektronik müziğin ve iletişim araçlarının zirveye ulaşmasıyla tekrar keşfedilerek geçmişi yaşama duygusunun yaygın bir davranışı temsil etmektedir. Günümüzde adeta geçmişin hatırlanması modası 80'lerin estetiğini tasarımda kullanılan tekniklerden birisi haline getirmiştir. 80'lerin estetiği güncel tasarımda ya olduğu gibi ya da idealize edilerek kullanılmaktadır. Nostalji ve bunlarla ilişkili müzik ve görsel tarzları, synthwave kavramını ve diğer retro esintili türlerin ortaya çıkmasında itici bir güç olmuştur. Bu, daha basit, daha tanıdık zamanlara dönüş arzusunu vurgulayan “nostalji vaadi” olarak anılmaktadır (Štrukelj, 2023: 47). Günümüzde 80'lerin estetiği olan kurgusal nesnelere geçmişin popüler kültürüyle bağları bulunmaktadır; örneğin, synthwave adıyla anılan tür, elektronik müzik üreten kişi ve grupların albüm kapaklarında ve afişlerinde adeta 1980'lerin bilim kurgu yapımlarına atıfta bulunur (Görsel 10). Görsel 10' da görülmektedir ki tasarımlarda var olan nostalji paradoksu kesinlikle bazı öncüllerden yoksun değildir (Ballam-Cross, 2021: 72).

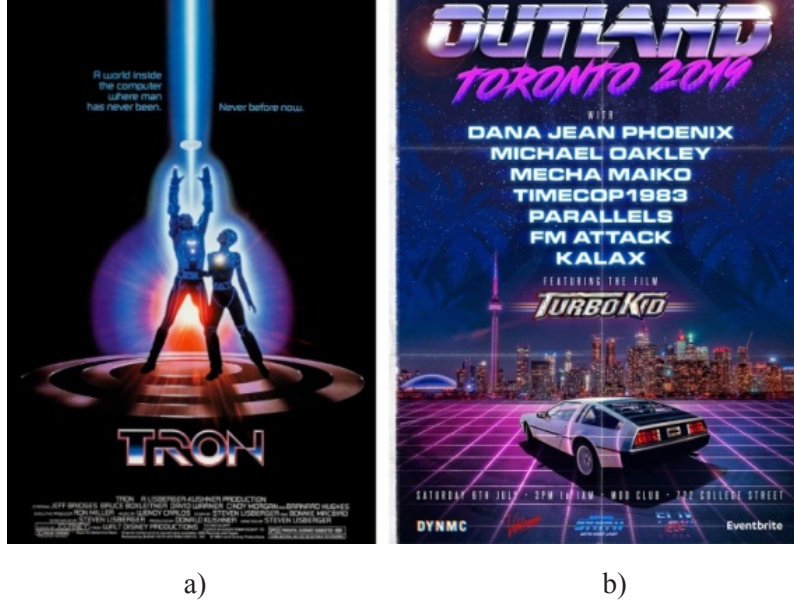


a)

b)

Görsel 10. a) 1982-1986 yılları arasında yayınlanan Knight Rider dizisinin jenerik görüntüsü (<http> 21) ve altında 1984 yılı Transformers çizgi film serisinin jenerik görüntüsü (<http> 22), b) Synthwave müzik için açılmış bir internet albümünün kapağı (<http> 23) ve 2022 yılında Daft Punk grubunun konser reklamı (<http> 24).

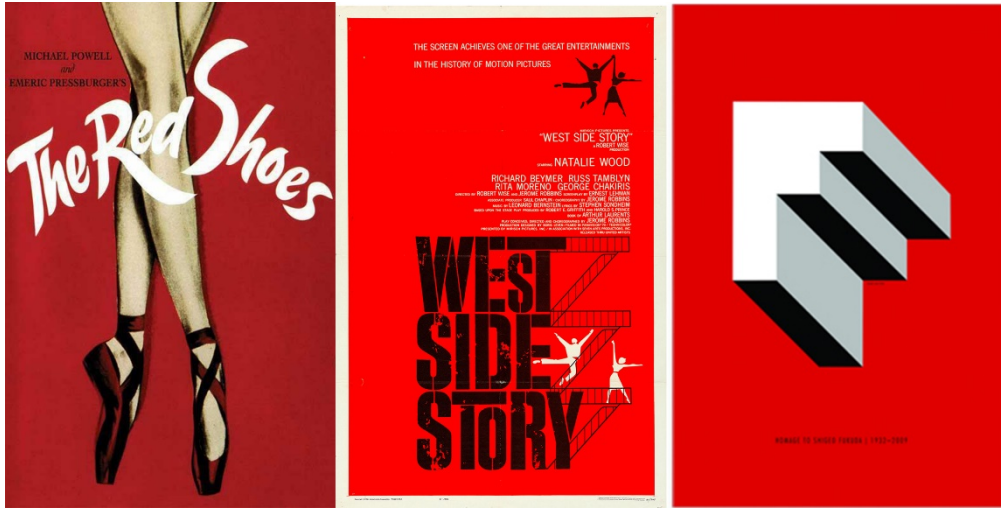
Synthwave, geçmişe ait müzik çağrışımlarının olduğu yeni bir tür olmasına karşın görsel tasarımlarda da kullanılan bir türdür. 16 bit renkler, yazı tipleri ve 80'lerin reklamlarının görsel stiliyle ilişkilendirilen pek çok şey kullanılmaktadır. Bu noktada dikkat edilmesi gereken başka bir durum ise tasarım yüzeylerinde font seçimleri ve yazılara uygulanan farklı görsel efektlerdir (Görsel 11).



Görsel 11. a) 1982 Tron filminin afiş tasarımı ve bu tasarımda kullanılan tipografik öğeler (<http> 25),
b) 2019 Torontodaki bir müzik festivalinin afiş tasarımı kullanılan tipografik öğeler (<http> 26).

Phantom kırmızı, yirminci yüzyılın başlarında reklamlar, müzikal tiyatro, popüler şarkılar, hayran dergileri ve film yıldızları aracılığıyla popüler kültürle bağlantılı hale gelmiştir (Jackson ve Lemaris, 2013:32). 1950'lere geldiğinde kırmızı tutkusu, Claire McCardell gibi tasarımcılarla birlikte modağa yansımıştır (Eiseman ve Recker, 2011:141). Kırmızı genelde batı toplumlarında geçmişte ve günümüzde renk dikkat çekicilik veya cinselliğin bir göstergesi olarak yorumlanmasına yardımcı olmak için kullanılmaktadır (Wu vd., 2018: 1). Kırmızı geleneksel anlamda baskı teknikleri ile üretimi kolaylaştırmak için de tercih edilmiştir. Bu yüzden geçen yüzyılda boyunca birçok önemli nostaljik afiş tasarımlarında diğer renklerin yanında kırmızının yoğunluklu tema olduğu görülmektedir. Fransız akademisyen ve yazar Michel Pastoureau, geçmişe uzanan kişisel hatıraların renklerle ilgili bağlantıları olduğunu ortaya koymuştur (Rindisbacher, 2010: 1). Tasarımlarda kırmızı siyah ve beyaz renk kullanımı renk psikolojinin güçlü olduğu yüzeyler yaratmaktadır. Kırmızı ayrıca geçen yüzyılda bazı ideolojilerin de özdeşleştiği renk haline gelmiştir. Tüm bu sebeplerden kırmızı temalı tasarımlar geçmişte kullanıldığı gibi

bu davranış günümüzde de devam eden bir yaklaşımdır (Görsel 12). Görsel 12'deki Les Chaussures Rouges isimli film afişinde kırmızı zemin üzerine kırmızı ayakkabıların üst üste vurgulanması, West Side Story filminin afişindeki kırmızı vurgulayıcılar kırmızının ne kadar çok kullanıldığına örneklerdir. İkinci dünya savaşı sonrası dönemde tasarımcıların gündemlerine taşıdığı sıcak renklerin ve kırmızı zeminin vurgulayıcılığı fikri günümüzde de kullanılmaya devam etmektedir. Güncel tasarımlarda grafiksel imgeleri zeminden hem ayırştırmak ve dikkat çekmek bağlamında, hem de nostaljik bir algı bırakmada kırmızı kullanılmaktadır.



Görsel 12. a) 1948 yılı yapımlı “Les Chaussures Rouges” filminin afiş tasarımı ([http 27](http://27)), (b) “West Side Story” filminin 1961 yılındaki afiş tasarımı ([http 28](http://28)), c) Varşova 22. Uluslararası poster bienalini çağrı afişi, 2010 ([http 29](http://29)).

4. SONUÇ

20. yüzyılın grafik estetiğini güncel tasarım işlerinin üretilmesinde tekrar tema olarak belirlenmesi örneklerle karşılaştırmalar yapılarak incelenmiştir. Geçmiş tasarım üsluplarının kullanılmasında yatan sebepler ve olasılıklar üzerinde durulmuştur. Özellikle geçen yüzyılın imgelerinin medya teknolojileri sayesinde tekrar gündeme taşınması geçmişin estetiğinin tasarımcılarda tekrar keşfedilmesini kolaylaştırmıştır. Bu durum makalenin 20. yüzyıl estetiğinin güncel tasarıma yansımadaki sebepler başlığı altında incelenmiştir. Konu; kültür endüstrisi, eskiyi özlem, çağdaş sanat, bellek, iletişim araçlarının gelişmesi gibi kavramlarla değerlendirilip bu kavramlar kaynaklarla ortaya konulmuştur. İnsanların günlük yaşamdan bir kaçış olarak nostaljik imgelere yönelmesinde psikolojik etkenler olabileceği ve bu psikolojik durumun popüler kültür, kültür endüstrisi ve

medya tarafından kullanılması üzerinde değerlendirmeler yapılmıştır. Bilişim teknolojilerinin gelişimi insanlara birçok görsel ifade türü ile tanışmasını sağlamıştır. Özellikle doksanlı yıllardan sonra internetin yaygınlaşması ve yeni medya araçlarının kullanılmaya başlanması çağdaş toplum için adeta çağ dönümü olmuştur. Teknolojik dönüşüm eski ile yeni arasında yaşam tarzı ve manevi açıdan kopuş yaşatsa da, geçmişin imgeleri ve davranış şekilleri eskiyi yaşayan bireyler için özlemi duyulan simgeleşmiş şeyleri çağrıştırmaktadır. Bu durumun tasarımcılar için geçmişin imgelerini çağdaş sanata idealize ederek taşımasında önemli katkısı vardır.

Araştırmanın ikinci kısmında geçen yüzyıla ait tasarım örneklerinin yanında güncel tasarım örneklerine uyarlanması karşılaştırmalı olarak verilmiştir. Geçmişte üretilen tasarım üsluplarının dijital ortamda tekrar dönüştürülerek güncel sanatta nasıl kullanıldığı örneklerle gösterilmiştir. Bu tasarımlar hakkında ve üsluplar hakkında bilgi verilmiştir. Güncel alanda üretilen bu tasarımların yapılmasındaki sebepler veya olasılıklar üzerinde hâlihazırda makalenin birinci başlığında tartışılmıştır. Bu yolla 20. yüzyıl estetiğinin güncel tasarıma yansımadaki sebepler adı altında teorik kısım ile anlatılan durumları ve olasılıkları destekleyen görsel örnekler araştırmanın ikinci kısmında ortaya konulmuş ve konu bütünlüğü sağlanmıştır. Bu yolla geçmişin estetiği tasarımcılar için keşfedilmesi gereken ve rağbet gören bir yönü olduğu vurgulanmak istenmiştir. Geçmişe duyulan özlem ve geçmiş sanat türlerinin güncel sanata idealize edilerek tekrar sunulması ayrıca göstergebilim, tarihsellik, sosyolojik, reklamcılık, müzik ve psikoloji gibi birçok disiplinler için tartışmaya açık ve daha fazla incelenmesi gereken bir konudur. Bu bağlamda gelecekte de daha fazla alanda çalışmaların yapılması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- Adorno, W., T. (2013). *Kültür Endüstrisi ve Kültür Yönetimi* (Çev: M. Tüzel, N. Ünler, E. Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Annepcioğlu, H., Kurt, C. (2019). Bellek ve Sanat İlişkisi: Canan Tolon ve Sarkis Zabunyan. *Art-Sanat*, 12, 223-241. Doi :10.26650/artsanat.2019.12.0019
- Assmann, J. (2015). *Kültürel Bellek* (Çev: A.Tekin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ballam-Cross, P. (2021). Reconstructed Nostalgia. *Journal of Popular Music Studies*, 33 (1): 70-91. Doi: 10.1525/JPMS.2021.33.1.70
- Cengiz, G., Demir, R. (2018). Pop Art Akımı Bağlamında Deneysel Sinema Ve Andy Warhol. *Gelenekselden Dijitale Uluslararası Medya Araştırmaları Sempozyumu*, 10-11 Mayıs İzmir: Ege Üniversitesi. S. 14, 73-79.
- Çakıcioğlu, F. (2022). Görsel İletişim Tasarımında Riso Baskı Uygulamaları. *Star Sanat ve Tasarım Araştırmaları Dergisi*, 3(5): 134-152.
- De Brigard, F. (2017). *The Moral Psychology of Sadness* (Chapter 7). Anna Gotlib (Ed.), *Nostalgia and Mental Simulation*. (s. 155-202). Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.
- Den Heijer, E. (2013). *Evolving Glitch Art*. *EvoMUSART 2013, LNCS*, 1-12.
- Eiseman, L., Recker, K. (2011). *Pantone: The Twentieth Century in Color*. San Fransisco: Chronicle Books.
- Gibbons, J. (2007). *Contemporary Art and Memory Images of Recollection and Remembrance*. New York: I.B.Tauris.
- Gürbüz, G. (2021). Çağdaş Sanat Üretimlerinde Bağlamlar Dâhilinde Sanat Eleştirisi. *Sanat ve İnsan Dergisi*, 5 (1): 169-183.
- Huang, C., Hu, L. (2018). Research on Color Application of Art-Deco Style. *4th International Conference on Arts, Design and Contemporary Education (ICADCE 2018)*. Zhengzhou. S. 61-71.
- Jackson, V., Lemaris, B. (2013). *Phantom Red: Colour, Fashion and Film in the 1920s*. *Catwalk: The Journal of Fashion, Beauty and Style*, 3(2): 19-46.
- Kalinina, E.. (2016). The Flow of Nostalgia: Experiencing Television from the Past. *International Journal of Communication*, 10: 5324-5341.

- Kara, T. (2014). Kültür Endüstrisi Kavramı Çerçevesinde Medya Ürünleri: Eleştirel Yaklaşım. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4 (1): 51-60.
- Katona, A. (2018). Hungarian Art Deco Posters, *Hungarian Review*, 9 (4): 1-12.
- Kayıkçı, M. (2007), "Adorno'nun Kültür Endüstrisi Kavramı Üzerine. Üniversite ve Toplum", 7 (2): 1-4.
- Koçer, B. (2022). Tüketici Kapitalizm Bağlamında Vaporwave'in Stil Unsurlarının Çözümlemesi. *Eurasian Journal Of Music And Dance*, 20: 16-45.
- Nieland, S., Mahendran, K., Crafter, S. (2023). I'll never forget: Remembering of past events within the Silent Generation as a challenge to the political mobilisation of nostalgia. *Sage Journal Culture and Psychology*, 29 (1): 67-80. Doi: 10.1177/1354067X211066815
- Onur, P. (2018). Re-Creating Nostalgia: Urban Culture in the Citadel, Hamamönü and Hamamarkası Neighbourhoods of Ankara. *Journal of Ankara Studies*. 6 (2):145-166. Doi: 10.5505/jas.2018.41713
- Özkirişçi, H. İ. (2021). Zaman Ve Algı Bağlamında Yeniden Anlamlanan İmge: Hareketli Grafikler Ve Deneysel Bir Çalışma. (Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Pickering, M., Keightley, E., (2006). The Modalities Of Nostalgia. *Current sociobiology*. 54, 919-940.
- Rindisbacher, H. (2010). Michel Pastoureau, *The Colors of memories*. Londra: Polity Press.
- Sarıtaş, İ. (2018). Nazi Döneminde Sinemanın Propaganda Aracı Olarak İşlevi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022 (47): 329-350.
- Sedikides, C., Wildschut, T., Arndt, J., Routledge, C. (2008). Nostalgia: past, present, and future. *Current Directions in Psychological Science*. 17(5): 304-307.
- Sofuoğlu, Ü., Beşir, Ş., Sönmez, E. (2019). De Stijl Dönemi Gerrit Rietveld Mobilya Tasarımlarında Renk Kavramı. *Social Sciences Studies Journal*. 5 (50): 6751-6760.
- Sopčič B., Musil, B. (2020). Escapism: suppression of self or its expansion? Mateja Matjašič Friš (Ed.), *Studia Historica Slovenica, Humanities and Social Studies Review* içinde. (s. 279-308). Maribor: Itagraf.
- Storey, J. (2015). *An Introduction Cultural Theory and Popular Culture*. New York: Routledge Press.

- Štrukelj, V. (2023). Is Retro the New New? The Nostalgic Return of the 80's SynthWave Genre and the Influence and Benefits of Music in Education. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Zagreb: University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences, Filozofski Fakultet.
- Şengel, Ş., Ay, R. (2017). Dijital hata "glitch art" sanat ve tasarıma yansımaları. Al-farabi 1st International Congress on Social Sciences, Gaziantep, 281.
- Thacker, C., McCreight, E., Lampson, B., Sproull, R., Boggs, D.. (1981). Alto: A Personal Computer. California: Palo Alto Research Center.
- Usluca, Ö. (2011). Giyim Modası ve Güncel Sanat İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme-Pop Art. Akdeniz Sanat, 4 (7): 44-47.
- Wu, Y., Lu, J., Dijk, E., Li, H., Schnall, S.(2018). The Color Red Is Implicitly Associated With Social Status in the United Kingdom and China. Frontiers in Psychology, 9: 1 – 8.

İnternet Kaynakları

- http 1: Anemoia. <https://en.wiktionary.org/wiki/anemoia> (Erişim tarihi: 05.07.2023).
- http 2: Marinetti, Filippo Tomasso (1909). The Futurist Manifesto. https://www.societyforasianart.org/sites/default/files/manifesto_futurista.pdf (Erişim tarihi: 05.10.2023).
- http 3: Orthenix (2017). Art, Pop and the Culture Industry Creative Media, Critique and Culture. <https://medium.com/@orthentix/critical-inquiry-ddce4d1897fa> (Erişim tarihi: 16.10.2023).
- http 4: Robertson, Jean (2012). Researching New Visual Art in the 21st Century. Oxford University Press 2023. <https://scholarworks.iupui.edu/server/api/core/bitstreams/ce1d4b6a-f9b4-405a-91fe-d8b51994601f/content> (Erişim tarihi: 21.03.2024).
- http5: <https://www.artmajeur.com/piet-mondrian/tr/artworks/16279693/composition-with-large-red-yellow-black-grey-and-blue-pla> (Erişim tarihi: 05.07.2023).
- http 6: <https://tr.pinterest.com/pin/499969996128209547/> (Erişim tarihi: 21.03.2024).
- http7: https://www.thegolfauction.com/L_on_Dupin_French_Chemin_de_fer_du_Nord_Vintage_Ad-LOT21585.aspx (Erişim tarihi: 21.03.2023).
- http 8: <https://www.hipstamp.com/listing/germany-1936-winter-olympics-games-garmisch-partenkirchen-poster-stamp-mh/48952855> (Erişim tarihi: 23.03.2024).

- http 9: <https://www.nst.com.my/lifestyle/bots/2022/08/824437/tech-young-malaysian-digital-artist-makes-name-himself-international> (Erişim tarihi: 18.07.2023).
- http 10: <https://davebain.com/risograph-printing-sam> (Erişim tarihi: 05.07.2023).
- http 11: <https://hoxtoradio.com/the-world-goes-pop-at-tate-modern/> (Erişim tarihi: 14.07.2023).
- http 12: <https://walkerart.org/calendar/2015/international-pop> (Erişim tarihi: 14.07.2023).
- http 13: <https://www.theguardian.com/games/2021/may/27/the-15-greatest-video-games-of-the-80s-ranked> (Erişim tarihi: 16.07.2023).
- http 14: https://www.youtube.com/watch?v=FIZ_gDOrzGk&t=23s (Erişim tarihi: 05.07.2023).
- http 15: <https://www.newyorker.com/culture/cover-story/cover-story-2021-10-18> (Erişim tarihi: 16.07.2023).
- http 16: https://en.wikipedia.org/wiki/Glitch_art (Erişim tarihi: 20.03.2024).
- http 17: <https://gifdb.com/images/thumbnail/tv-static-trippy-80s-retro-gqj3pq294t-35sdy5.gif> (Erişim tarihi: 17.07.2023).
- http 18: <https://discover.hubpages.com/entertainment/Synthwave-Album-Review-Revisit-by-YORU> (Erişim tarihi: 21.03.2024).
- http 19: https://en.wikipedia.org/wiki/Personal_Computer_World (Erişim tarihi: 16.07.2023).
- http 20: <https://tr.pinterest.com/thomaspaladino/vaporwave/> (Erişim tarihi: 21.03.2024).
- http 21: <https://images.mubicdn.net/images/film/322986/cache-727230-1635277996/image-w1280.jpg> (Erişim tarihi: 14.07.2023).
- http 22: <https://www.youtube.com/watch?v=Ae-Pl-Q34ng> (Erişim tarihi: 14.07.2023).
- http 23: <https://soundcloud.com/synthwave80s> (Erişim tarihi: 14.07.2023).
- http 24: https://www.instagram.com/p/Ckz409_uAOm/ (Erişim tarihi: 16.07.2023).
- http 25: <https://www.imdb.com/title/tt0084827/mediaviewer> (Erişim tarihi: 16.07.2023).
- http 26: <https://musicglue-user-app-p-1-p.s3.amazonaws.com/originals/17a-52d1a-87fc-4489-bbaf-d8932f4dca5c> (Erişim tarihi: 16.07.2023).
- http 27: <https://www.ebay.fr/itm/384466773677> (Erişim tarihi: 28.03.2024).

http 28: <https://www.imdb.com/title/tt0055614/> (Erişim tarihi: 14.07.2023).

http 29: <https://www.theicod.org/resources/news-archive/22-international-poster-bien-nale-warsaw-2010-laureates> (Erişim tarihi: 14.07.2023).