



GÖRSEL SANATLARDA ESTETİK İLETİŞİM DENEYİMİ

Yrd. Doç Dr. Mustafa Cevat ATALAY
Doç. Dr. Meliha YILMAZ

Özet

İletişim, türümüzün birbiriyle mesaj alıp vermekle yaptığı alışveriştir. Görsel sanatlarda estetik iletişim deneyimi sanat eseri ve izleyici arasındaki alma verme rolleri üzerine kuruludur. Genel olarak estetik iletişim, estetik deneyimin gerçekleşmesi için bir amaçtır. Görsel sanatlarda estetik iletişim; estetik deneyimlerde, sanatçı, sanat ürünü ve sanat izleyicisi arasındaki ilişki olarak tanımlanabilir. Estetik iletişim deneyimi, bilişim ve teknoloji çağının etkileriyle evrensel bir paylaşım içerisindedir. Uluslararası estetik iletişim de bu kapsamda sınırları bulunmayan bir alanda ulaşılabilirlik hızını kat kat artırmıştır. Estetik iletişim deneyiminde belli bir şekilde duyularımız aracılığıyla bu nesneleri alıp duygu ve akılla değerlendiririz. Sanatçı ve izleyici arasındaki kodlanmış iletişim yüksek bir estetik deneyim olarak karşımıza çıkar. Yapıtların kendileri estetik niteliklere sahip olsa da, estetik yapıt olarak varlıkları, onların temel estetik değerlerinin estetik iletişim deneyimlemelerinde değerlendiririz. Görsel sanatlarda izleyici birçok değerlendirme sürecinden geçirdiği sanat yapıtlarını kendi yorumlamalarına tabi tutarak yapıt üzerinde yargıda bulunur. Estetik iletişim deneyiminde iletişim kuran alıcı ve nesne kendi aralarında özel bir dille iletişim kurar. Kurulan bu iletişimle ortak kaygıların, trajedilerin, evrensel problemlerin, estetik güzelliklerin anlaşılması ve paylaşmasını gerçekleştirir. Estetik iletişim deneyiminin amacı, insanlığın ortak olduğu evrensel kültür mirasının duyumsanması, insani estetik duyarlılığın ve güzelliğin çevre, sanatçı, izleyici boyutunda ortaya çıkarılmasıdır. Sonuç olarak, estetik iletişim deneyiminin somutlaşabilmesi için

kapsamlı bütünlüğe sahip duyular eğitimi, uygun çevre, örgütlülüğe sahip sanat eserleri gereklidir.

Anahtar kelimeler: Görsel Sanatlar, Estetik İletişim, Estetik, Sanat Eseri.

AESTHETIC COMMUNICATION EXPERIENCE VISUAL ARTS

Absract

Communication is an exchange which done by our species giving and receiving messages to each other. In visual arts, the experience of aesthetic communication is based on the roles of exchanging between works of art and the viewer. In general, the aesthetic communication is a goal for the realization of an aesthetic experience. The aesthetic communication in visual arts can be described as the relationship between the artist, work of art and viewer aesthetic experiences. The experience of aesthetic communication is in a universal sharing with the effects of the age of informatics and technology. So, in this context, international aesthetic communication has increased its speed of accessibility many times in an area without borders.

In the experience of aesthetic communication, we evaluate these objects with our emotions and intellects by taking them through our senses in a certain way. Coded communication between the artist and the viewer is seen as a high aesthetic experience. Even if the works have their own aesthetic qualities, we evaluate the beings as they are aesthetic works in aesthetic communication experiencing of their basic aesthetic values. In visual arts, the viewer makes judgement on works of art which he/she pass them through many evaluating processes by putting them into his/her own interpretation. In the experience of aesthe-



tic communication, communicating receiver and the object communicate between each other with a special language. By the help of this communication, understanding and sharing of common concerns, tragedies, global problems and aesthetic beauties occur.

The purpose of the experience of aesthetic communication is the sensing of universal cultural heritage in which humanity participate and showing up the aesthetic sensibility and beauty of human in the dimension of environment, artist and viewer. As a result, the senses education that has a comprehensive coherence, the appropriate environment and works of art which have organisation are necessary for concretizing of the experience of aesthetic communication

Keywords: Visual Arts, Aesthetic Communication, Aesthetics, Art Work.

Giriş

Estetik Grek’ce “Aisthetikos” anlamına gelen “özellikle duyum ve algı”, Etimolojik açısından, kelime “ estetik” algılanabilir olan bir anlayışı belirler (Timuçin: 2006; Tunalı: 1993; Kağan: 1996; Shusterman, 2000; Turani, 1995: 40; Stich, 2005). Zemmels’e göre, Estetik kelimesinin Yunan köklerine rağmen, kelime olarak ‘estetik’ sadece bilimsel ve sanatsal kültürel alanlarda ayırt ve “ Güzel sanatlarda uygulama olarak sanat modern bir kavram doğurduğu için bir girişim bir parçası olarak 18. Yüzyılda icat edildi (2003: 2). Bu süreç özellikle toplumdaki değişimler ve tarihsel sürecin biçimlenmesiyle ilişkilidir.

Estetik üzerine yapılan tartışmalar doğa ve sanat yapıtı güzellileri arasındaki tartışmalar etrafında evrilmiştir.

Bundan dolayı bazı estetikçilere göre; Ekolojik güzellik, sanat yapıtını deneyimlemede estetik bakış açısında bir yön ifade eder. Bu yüzden “ *Dışsal olanın şekillenme tarzı, bir yandan düzenlilik, simetri ve yasa-ya uygunluktur, ama öte yandan sanatın kendi üretimlerinin varoluşu için dışsal öge olarak kullandığı duyuşal maddenin yalınlığı ve saflığı olarak birliktir.*” (Hegel, 1994: 246). Bir ortam Nasıl estetik açıdan sorgulanabilir? (Parsons: 2008; Eco, 1999: 18; Fery, 2012: 68) göre, güzelliğin sanat eseri ve doğal yapısı açısından tartışmaları devam etmektedir.

Sanat yapıtının içyapısı-özü, estetik değeri nasıl etkiler? Bir Bina ya da doğadan bir fotoğraf, alımlayıcı tarafında güzel kabul edilebilirken bir başka yerde alımlayıcı³ sanat yapıtı ile hangi tartışmalar içerisine girer? Estetik iletişim deneyimi bu sürecin neresindedir?

“Tuval üzerinde tanımlanan gerçek, ressam tarafından yapılan betimleme ve sanat eserine sızan varoluştur (presence). Bu üçlü birlik, bir karışıklığa yol açar gibi gözüküyor ki, aslında, buna neden olur da. Bizim oldukça bulanık gerçekliğimiz, sanki bir rehber gibi algılsa bile, gerçekte, hiçbir şey göstermez” (Sarte, 1999: 110). Örneğin modern resmin eleştirmenleri tarafından başlangıcı sayılabilen Cezanne’de⁴ resimsel düzen, manzara konusunun arkasında ana inşasında dolayısıyla geometrisinde bulunur (Lhote, 2000: 60). Ancak açıktır ki bu bir filtrelenmiş sonuç olarak Ressamın yapıtlarını gören çoğu kişi için ilk bakışta algılanan natürmort ve peyzaj konularından daha geri planda kalabilir.

Estetik İletişim

İnceoğlu’na (2004) göre, Kitle iletişim araçlarının gönderdiği mesajlar, toplum-

³ Anlayarak kabul etmek” (tdk.gov.tr).

⁴ Paul Cézanne (19 Ocak 1839 - 22 Ekim 1906). Fransız post-empresyonist ressam ve gezgin. Modern sanatın gelişmesine yaptığı katkılar ve etkisi nedeniyle çoğu zaman modern sanatın babası olarak anılmıştır. Empresyonizm ile Kübizm arasında bir köprü oluşturmuştur (Roger, 1966).



dan soyutlanmış⁵ tek tek bireylere değil, şu ya da bu grubun üyesi olan, gruplar içinde yaşayan insanlara yöneliktir. Günümüz estetiğin değerlendirme kıstaslarına giren bütün sanat yapıtları da bu iletişimin içeresindedir.

Estetik iletişim “estetik” de içine alarak Mario Costa ve Fred Forest tarafından öne sürülen teori olarak geniş sanatsal formlar, popüler kültür ve genel etkinliklerin yorumlanması ve anlaşılması için kavramsal bir çerçeve anlamına gelmektedir.

Estetik iletişimde estetiğin bildirilme işlemini yapan şey estetik nesnedir. “Sanat yapıtlarının dış dünyada etkileri vardır, anlamlar ya da kodlar üretirler, takas ekonomisinde maddi değerleri vardır. Zaman zaman kültürel değerlere dayanan yoğun bir çatışmanın merkezi olurlar.” (Bolla; 2006: 24).

Sanatçı, estetik değerleri, eseri ile kodlayıp, iletişimin nesnesi yapan insan olduğudur (Atalayer, 1994: 62). Fiske’ye (1996: 37) göre, Kod; bir kültür ya da alt kültürün üyelerinin paylaştığı bir anlam sistemidir. Kağan’a (1996) göre, insanların toplumsal ilişki ve alışverişlerinin gelişimi ve farklılaşması sonucu değişen iletişim sanat tarafından biçimin kodlaştırılmış bildirimi ortaya konulmak zorundadır.

Sanat yapıtı ile alımlayıcı arasındaki estetik iletişimde kodlar estetik nesneyi duyumsamamızı sağlayan anahtarlardır. Atalayer’e (1994: 63) göre, yukarıda tanımlanan bulunan estetik ve iletişim bir üçlü olarak sanatçı sanat yapıtı ve sanatı duyumsayan olarak süreci yorumlayan aynı zamanda toplamada ulaşmayı amaçlamıştır. Bütün bu üçlüyü değerlendirmede “Estetik fenomen “yalnız süjeye dayanmaz ve süjede meydana gelen ruhsal olaylardan-yaşantı-

lardan ibaret değildir” (Tunalı, 1996: 19). Bu nedenle sanat yapıtlarında ki mesajları alabilmek için elbette belirli alımlayıcıya estetik nesneye kodlara ve filtrelere ihtiyaç vardır. Ayrıca, bireye uygun kodlanmış mesaj dışında, alıcının da uygun “algı” tavrında olması gerekir.

Mesajdaki anlamı yakalayıp - algılayacak, çözüp değerlendirecek bir çaba ve tavırda olması zorunludur. Yoksa iletişim gerçekleşmez (Atalayer, 1994: 144; Tunalı, 1996: 86; İlyaz. 2004: 90).

Eğer bu filtreler yoksa bir deneyimsizlikten söz edilebilir ki bu tek yönlü bir estetik yargı olarak duyumsama ve alımlama yönünde engeller barındırır (Kundera, 2011: 99).

Estetik nesneyi⁷ duyumsayanın algıları ne kadar açıksa alımlayıcının deneyimlemesi estetikleşir. Estetik yerleşme, eserin algılanabilir olması için kavramsalının beraberinde estetik nesnenin araç ve metotlarla izleyici tarafından alımlanmasından ve duyumsanması ile kişi kısmında eserin tümel⁸ varlığını ortaya koyar. “Bu süje, bir estetik tavır alma, bir estetik algılama varlığı olarak estetik fenomenin bütünlüğüne, estetik varlığına katılır.” (Tunalı, 2007: 16). Bu estetik yapıtın alımlayan yönünde algılamasına bağlı olarak hem oluş⁹, hem de var oluşlardır.¹⁰

Yapıtlar kendileri estetik niteliklere sahiptirler. Estetik iletişimle belli bir şekilde duyularımız aracılığıyla alımlanan yapıtlar değerlendirilir. Ancak en öz estetik değer onlarla yapılan iletişimle ortaya çıkar, Bundan dolayı bu değerde yalnızca sanat yapıtı değil kendimiz ve çevremizle arasındaki etkileşimle ilgilidir. “Bu deneyin bize Öğrettiği şey, estetik dili kullanış biçimimizin benimsediğimiz inanç ve kuram

⁵ “Bir nesnenin özelliklerinden veya özellikleri arasındaki ilişkilerden herhangi birini tek başına ele alan zihinsel işlem, gerçekte aynalamaz olma düşüncede ayırma, tecrit, abstraksiyon.” (tdk.gov.tr)

⁶ “Herhangi bir nesne ya da olayın algılanabilen yönleri.” (tdk.gov.tr). “Fenomen; bağlı başına bir gerçek olmayıp, monadların tasarım-larını düzenleyen bir formdur.” (Gökberk, 1979).

⁷ Güzellik değerinin taşıyıcısı olan her şeye estetik nesne adı verilir (Cevizci, 2012:164).

⁸ “Estetik, salt tinsel olan bir etkinliğin, ifadenin tümel bir bilimidir.” (Tunalı:1983:72)

⁹ “Bir durumdan öteki duruma geçiş.” (tdk.gov.tr)

¹⁰ “Yaşama, var olma, bir şeyin ne olduğu, nasıl olduğu değil, var olduğu olgusu, mevcudiyet” (tdk.gov.tr)



çerçevesine bağlı olduğudur.” (Townsend, 2002: 23). “Burada önemli olan nokta algılanan görsel öğelerin bizim için bildik-tanidik olmasıdır. Aksi takdirde görsel öğeler-işaretler bir anlama bürünemeyeceklerdir. Bu nokta da iletişim sürecini sadece bir ileti alış verişi değil, iletilerin yarattığı ortak anlamlandırma süreci olarak kavramak gerekmektedir.” (Yayınoğlu, ve Susar, 2008: 29). “ Bazı yapıtları tam olarak anlayabilmek için uzun yıllar süren sabırlı uygulamalar gerekebilirken, diğerlerindeki sanatsal yanla uyum sağlayabilmek için önce özel birtakım bilgiler edinmek şarttır.” (Bolla, 2006: 32). Estetik iletişim kuramında daha farklı görüşlerde öne sürülmüştür. Örneğin estetik iletişimin sezgi yoluyla yapılmasını savunanlar vardır. “... Estetik iletişim bir kere daha dolayımli bir iletişim haline gelir: İzleyiciler kendilerini, hakikatle akraba olan estetik fikri içinde tanıyabilirler ve aralarındaki iletişim bir sistem (önceden tesis edilmiş ahenk). Aracılığıyla kurulur.” (Fery, 2012: 163). Greenberg¹¹ sanat yapıtı üzerinde estetik yargının aracısız olarak sezgisel ilişkiye dayanması gerektiğini öne sürmektedir (Erzen, 2011: 30).

Estetik İletişim Deneyimi

Atalayer'e göre, Estetik iletişim, insanoğlunun yaşadığı ve yaşayacağı en büyüğü, en evrensel süreçlerden birisidir.¹² Estetik iletişim sürecindeki birey, coşar, hüznolenir, mutlu olur, acı duyar, büyülenir, kısaca estetik bir hazla doyumlanır. Çünkü bu süreç de, daima insan yaratıcılığıyla örgütlenmiş, çekim gücü kuvvetli, yeni bir dünya, yeni bir yaşam, yeni bir evren nesnelleşir (Atalayer, 1994: 3). Kim'e göre, belli ki estetik deneyim kavramını anlama ve tanımlamada zorluk ve analitik yaklaşımla estetik deneyim için itirazlar devam etmektedir (2009: 38). Bunun yanında

üzerinde ortak yargılar bulunan “ Estetik iletişim deneyiminde Estetik deneyime yol açan şey sanat yapıtıdır ve aynı zamanda sanat yapıtı estetik deneyimi oluşturan bir nesne olarak tanımlanır.” (Bolla, 2006: 20). Estetik deneyimden, birilerinin kendi eşyalarınımışçasına sahip olabildiği ya da algılayan özne tarafından yaratılan bir şey olarak değil, başlı başına yaşanan bir şey olarak söz etmek daha akıllıca olur (Bolla, 2006: 25). “Sanat” nesnenin içinde yer alan Bir şey değil, estetik deneyimin Eşsiz biçimde bir özelliğidir; bu deneyimi anlamak için kullandığımız araçlar her ne kadar izleyici'ye o nesnenin içindeymiş gibi görünse de, bu görüntü bizim duygulanım tepkimizin ürünü olan bir yanılsamadır.” (Bolla, 2006: 29). Estetik iletişim deneyiminin tam olarak duyumsanabilmesi ve estetik bildirimin doğru sağlanabilmesi ancak sanat yapıtının doğru değerlendirilmesi ile mümkündür. Bourriat'a göre değerlendirme ölçütleri çevresinde estetik nesne de formunun tutarlılığını, ardından bize önerdiği 'dünyanın', yansıttığı insani ilişkilerin görüntüsünü analiz etmektir (Bourriat, 2005: 27). Sanat yapıtının değerlendirmelerinde sorumluluk izleyici üzerinde tek yönlü olarak bulunmaz. Bundan dolayı sanatçı yapıtı üreten kişi olarak kodlardaki mesajın doğru verilmesi ile yaratılmasından sorumludur.¹³“Bu durumda bir vekil estetiğiyle karşı karşıya kalıyoruz, buna göre' sanatçı, sanat tarihinin karşısına, kendi inançlarının kendine yeterliliğiyle çıkmaktadır” (Bourriat, 2005: 27).

Sonuç ve Öneriler

Estetik iletişim deneyimi sanat yapıtı ve alımlayıcı olduğu sürece kaçınılmaz olarak çeşitliliklerde var olmaya devam edecektir. Bu süreçte anlamlı ve tutarlı bir yargı oluşturma ise estetik amaçlardan birisi olacaktır. Estetik iletişim deneyimlemede estetik

¹¹ Clement Greenberg.

¹² Estetik nesnenin alımlayıcıda deneyimlenebilmesi, bunun skalası duygulanımı estetik nesnenin beğenilmesini doğurur ki, “Yalnızca beğeni topluma uyum getirir, çünkü o bireyde uyumu teşvik eder...”

¹³ “Sadece bir motif vardır: Sanat eserinin görünmeyen, gizli birliği. Bu da, tahmin ettiğimiz gibi resmin ta kendisidir.” (Sartre:1999:115)



olan -olmayan biçimler yanında doğanın imitasyonlardan ayrılan (sanatçının kavramsalda dönük taklit olmayan) yapıtların tutarlılığı- tutarsızlığının anlaşılmasını sağlarken yapıtın estetik niteliğini de ortaya koyacaktır.

Yapıtlardaki kavramların dillerini anlamada kültürel¹⁴ çözümlemeler (coğrafya, tarih, kültürel ortam ve sanatçı kimliği) gibi çözümlemeci bilgilerin analitik yollarla değerlendirme kriterlerine eklenmesi ve plastik biçimlerin duygusal duyumu, çağın sanatsal duruşu estetik iletişimi önyargı ve yanlış değerlendirmelerden uzak tarafsız eşsiz bir deneyimleme haline getirecektir. Bu deneyimleme sonucunda, sanat yapıtı yaratma eylemlerin tümü en zengin şekilde alımlayıcı da var olacaktır. Günümüz sanatçıları geleneksel yöntemler yanında çok daha yeni teknik ve teknolojik imkânlar ile yapıtlar yaratmaktadır. Çağımız sanatını oluşturan birinden çok farklı yapıtlar, sanatçının gerçeğe müdahale sınırlarını zorlayarak (Bu yaratma tercihlerinde etkileşimli bütün imkânlardan da yararlanılmaktadır) estetik olan-olmayan yapıtlarla kavramsal planı oluşturuyor..

Çevremiz ve içinde yaşayan insan sürekli değişime uğramaktadır. Bugünün sanat yapıtını anlamada deneyimlediğimiz estetik iletişim deneyiminin tutarlılığı için gereklilikler şu şekilde özetlenebilir, estetik sezgi, estetik duyumsama ve sanat yapıtının gösterdiği bütün kodları plastik olarak çözümlemek (tarihselliği, sanatçının öznelliği) ve yaratma evrenin alımlayıcı da yorumlanması yolundan geçer. Bu duyumsal, algısal, sezgisel, zihinsel eylemlerin tümü biçimlerin ne türden olurlarsa olsunlar, sanat yapıtının arkada yatan bütün kavramlara ve özüne ulaşmak mümkün olacaktır. Deneyimlemelerin berraklığı açıklığı ve mesajın doğru iletilmesi yapıtın doğru dil-

den anlaşılması ve yeni sanatçı yaratımlarının tasarımlarının niteliğinin özgürleşmesinde imkân sağlayabilir. Estetik iletişimin deneyimlenmesindeki bu tutarlılık sonucu, Çevre ve insan estetiğinde kültürel bir gelişme sağlayacaktır.

Estetik İletişim Deneyimini Geliştirme Öğretimi İçin Öneriler

Soyut ya da somut ifade edilen estetik olan-olmayan formlar kullanılarak diğer insanlardaki Estetik iletişim ve Estetik iletişim deneyimi konusunda geliştirmek yararlı olabilir. Bunun içinde görsel kültürün öğrenilmesi önem arz etmektedir. Sanat yapıtlarını incelerken fikir, ruh ve anlam iletişimini kurmak için sanat yapıtlarının sosyolojik ekonomik ve insan nedeninin etkilerini çalışmak yararlı olabilir. Anlam oluşturma yeteneği için anlam temelinde nesneler üretmek veya bu nesnelere ilişkili anlamlar vererek güçlü ve zayıf yanlarını demokratik olarak tartışarak. Disiplinler arası sanat estetiğini tartışmak yararlı olabilir.

Sanat yapıtlarından tartışmalı olanları seçerek bunların deneyimlemelerindeki farklılıkları irdeleyip. Ortak yargıları tespit ederek bunların güçlü ve zayıf yanlarını dile getirilebilir.

Kaynakçalar

CEVİZCİ, A. (2012). Felsefe, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2487, Açık öğretim fakültesi yayını No: 1458: Eskişehir.

İLKYAZ, A. (2004). Popüler Kültür, Kitch (kiç) ve Sanat Eğitimine Etkileri. 2. Sanat Eğitimi Sempozyumu. Gündüz Eğitim ve Yayın: Ankara.

LHOTE, A. (2000). Sanatta Değişmeyen Plastik Değerler, Çev: K. Özsegin, imge kitabevi: Ankara.

TİMUÇİN, A. (2006). Estetik, Bulut Yayınevi: İstanbul.

BOLLA, B. D. (2006). Sanat ve Estetik, (Çev: K. Koş). Ayrıntı Yayınevi: İstanbul.

MAGEE, B. (1993) Kari Popper'ın Bilim Felsefesi

¹⁴ "Bunların ona ilişkin olarak nesnel varoluşları, insanın bunları inceleyebileceği, değerlendirebileceği, eleştirebileceği, keşfedebileceği, genişletebileceği, gözden geçirip değiştirebileceği ya da devrimci değişikliklere uğratabileceği ve bunlarla, gerçekten hiç umulmadık bulgulara varabileceği anlamına gelmektedir" (Magee, 1993: 55).



ve Siyaset Kuramı, Çev: M.Tuncay, Remzi Kitabevi: İstanbul.

STICH, C. (2005). Development of Scales For Aesthetic Research. (Yayınlanmamış Doktora tezi), Berlin University: Almanya.

TOWNSEND, D. (2002). Estetiğe Giriş, (Çev: S. Büyükdüvenci). İmge Yayınevi: İstanbul.

ZEMMELS, D. (2003). Aesthetics Communacatinon, Privacy and Trust Among Young People. Under review.

ATALAYER, F. (1994). Görsel Sanatlarda Estetik İletişim, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

FOREST, F. (1993). For an Aesthetics of Communication Dictionnaire critique de la communication, P. U. F., Paris.

SCHILLER, F. (2012). On The Necessary Limitations In The Use Of Beauty of Form, Collected Works cilt IV. s. 234-5. : New York, n. d.

ROGER. F.R.Y. (1966). Cézanne: A Study of his Development, The Noonday Press: New York.

PARSONS, G. (2008). Aesthetics And Nature, Continuum International Publishing Group, London SE1 7NX.

HEGEL, G. W. F. (1994). Estetik Güzel sanat Üzerine Dersler, Çev: T. Altug, F. Hegel, Payel Yayınları: İstanbul.

SAN, İ. (2003). Sanat Eğitimi Kuramları. Ütopya Yayınları: Ankara.

TUNALI, İ. (1996). Estetik. Remzi Kitabevi: İstanbul.

TUNALI, İ. (2006). Grek Estetik'i, 6. basım remzi kitabevi: İstanbul.

FİSKE, J. (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş, Çev: S. İrvan. Bilim ve sanat yayıncılık: Ankara

KIM, J. (2009). John Dewey's Concept Of Aesthetic Experience: Benefits And Application For Moral Education, Doctor of Philosophy, Purdue University, Indiana. USA.

ERZEN, J. N. (2011). Çogul Estetik, Metis Yayınları: İstanbul.

SARTE, J. P. (1999). Estetik Üstüne denemeler, 2.baskı, doruk yayınları: Ankara

KUHN, S. T. (1962). The Structure of Scientific Revolutions, University of Chicago Press :Chicago.

FERRY, L. (2012). Demokrasi Çağında Beğenin İnca-
dı (Çev: D. Çetinkasap). Pinhan Yay: İstanbul.

GÖKBERK, M. (1979). Felsefenin Evrimi, Meb İstanbul.

İNCEOĞLU, M. (2004). Tutum- Algı İletişim, Cante-
kin matbaası: Ankara.

KAGAN, M. (1993). Estetik ve Sanat Dersleri, İmge
kitabevi. İstanbul.

KUNDERA, M. (2011). Ayrılık Valsi, Çev: A. Emeç,
Can yayınları: İstanbul.

BOURRIAD, N. (2005). İlişkisel Estetik, Çev: S.
Özen, İstanbul: Bağlam Yayınları.

YAYINOĞLU, P. E., ve Susar, F. (2008). Kent, Görsel
Kimlik ve İletişim, İzmit: Umuttepe yayınları.

SHUSTERMAN, R. (2000). Pragmatic Aesthetics:
Living Beauty, Rethinking Art, 2 nd Ed.New York:
Rowan & Littlefield Publishers, Inc

LEDDY, T. (2013). "Dewey's Aesthetics", The Stan-
ford Encyclopedia of Philosophy (Spring 2013. Editi-
on),

EDWARD N. Zalta (ed.), (http://plato.stanford.edu/
archives/spr2013/entries/dewey-aesthetic).

TURANİ, A. (1995). Sanat Terimleri Sözlüğü. (6. ba-
sım). İstanbul: Remzi Kitabevi.

ECO, U. (1999). Ortaçağ Estetiğinde Sanat ve Güzel-
lik, Çev: K. Atakay, Can yayınları: İstanbul.

İnternet Kaynakları

www.tdk.gov.tr. Erişim:2.10. 2013 tarihinde İnter-
netten indirildi.

www.paul-cezanne.org/, 10. 10. 2003 tarihinde İnter-
netten indirildi.



DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ - GRAFİK BÖLÜMÜ
İLETİŞİMDE TASARIM – TASARIMDA İLETİŞİM
KONULU ULUSLARARASI SEMPOZYUM VE SERGİ

DUMLUPINAR UNIVERSITY
FACULTY OF FINE ART - GRAPHIC DEPARTMENT
DESIGN IN COMMUNICATION – COMMUNICATION IN DESIGN
THEMED INTERNATIONAL SYMPOSIUM AND EXHIBITION

ISBN: 978-975-7120-14-8