

TASARIMDA GERÇEKLIK VE HAKİKAT KAVRAMLARI

Prof. Dr. Serkan GÜNEŞ*

ÖZET

Tasarım alanının temel amacı nesnel gerçeklik ile yüzleşmek, varlık hakkında hakikatleri keşfetmek ve kurgusal yeni hakikatleri içerdikleri yeni olanaklar dahilinde tesis etmektir. Tüm tasarım süreçleri gerçekliğin birer taklidi, temsili veya hakikat önermesi vasfında sunumu halindedir. Tasarım faaliyeti hakikati arayış sırasında dili ile kurmaca bir gerçeklik sunar ve ürüne ait varoluşun gerekçelerini anlatır ve önerir. Tasarım için hakikat, var olanın kaba bir taklidinde öte, kognivist özneye bir önerme halinde sunulan nesneleştirici aklın bir işlevidir. Bu işlev, ekonomik-sosyal-politik durum ve koşullar altında, tasarım söylemleri ile gerçekliğin doğası arasındaki ilişkinin farklı tutumlar halinde ortaya çıkmasına sebep olur.

Bu çalışma kapsamında, öncelikle gerçeklik ve hakikat kavramları tasarım bağlamında ele alınacak, ilerleyen bölümlerde tasarımcıların hakikat tesisinde sahip oldukları özgürlük ve kısıtları ile üstlendikleri rol ve sorumlulukları tartışılacaktır. Çalışma, tasarımcıların hakikat tesisine dönük olası tutumların neler olabileceğine ve nasıl olmaları gerektiğine ilişkin tespit ve değerlendirmeler ile son bulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Endüstriyel tasarım, Gerçeklik, Hakikat, Özne, Nesne.

Geliş Tarihi: 20.04.2022

Kabul Tarihi: 06.10.2022

Makale Türü: Derleme Makalesi

*Gazi Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Tasarım Uygulama ve Araştırma Merkezi, Maltepe/Ankara, serkangunes@gazi.edu.tr,
ORCID: 0000-0003-4377-528X

CONCEPTS OF REALITY AND TRUTH IN DESIGN

Prof. Dr. Serkan GÜNEŞ*

ABSTRACT

The primary purpose of the design field is to face the objective reality, discover the truths about existence, and establish new fictional truths within the new possibilities they contain. All design processes are in the form of an imitation, representation, or presentation of reality as a truth proposition. While searching for the truth, the design activity presents a fictional reality with its language and explains and suggests the reasons for the product's existence. Truth for design is a function of the objectifying mind, presented as a proposition to the cognitivist subject rather than a rough imitation of what exists. This function causes the relationship between design discourses and the nature of reality to emerge as different attitudes under economic-social-political situations and conditions.

Within the scope of this study, the concepts of reality and truth will be discussed in the context of design. In the following sections, the freedom and constraints that designers have in establishing truth and the roles and responsibilities they assume will be discussed. The study ends with determinations and evaluations about what the designers' possible attitudes towards truth establishment might be and how they should be.

Keywords: Industrial design, Reality, Truth, Subject, Object.

Received Date: 20.04.2022

Accepted Date: 06.10.2022

Article Types: Review Article

*Gazi University, Faculty of Architecture, Design Application and Research Center, Maltepe/Ankara, serkangunes@gazi.edu.tr,
ORCID: 0000-0003-4377-528X

1. GİRİŞ

“Gerçeklik” ve “hakikat” kavramları tasarım alanlarında merkezi konumda olmalarına karşın hak ettikleri derecede ve derinlemesine tartışılmamıştır. Antik çağlardan günümüze, sanat alanında yoğun tartışmaların odak noktası olan bu iki kavramın tasarım alanlarına ele alınışı beklendiği derecede doyurucu da değildir. Tasarımın pratik bir amaca hizmet etme çabası, süreç içinde müşterek şekilde üretilmesi ve nihayetinde sahip olduğu kullanım değer açısından sanat nesnelere ayrılması düşüncesi münasebeti ile sanat alanının kimi yoğun tartışmaları tasarım alanında aktarılamamıştır. Her ne kadar Ingarden (1962) ve Hartmann (1953) tarzı yaklaşımlarda betimleyici olmayan sanat olarak tanımlanan mimarlık bir bakıma tasarım estetik içeriği nedeni ile sanatı içi değerlendirmelere konu edilmeye çalışılsa da salt estetik üzerinden ele alış tasarım alanının diğer boyutlarını ele almaması sebebi ile yeterli değildir. Zira tasarım kavramsal ve ameli etkinliklerden dolayı felsefi, sanatsal, bilimsel, teknik ve daha geniş anlamda ekonomik-sosyal-politik karşılığı vardır.

Buna karşın tasarım, felsefi köklerini inşa etme noktasında, kendine bu kavramları kaçınılmaz bir şekilde mesele etmek ve hesaplaşmak zorundadır. Zira metodolojinin ön planda olduğu tasarım dünyasında ontoloji, epistemoloji ve etik metodolojinin öncüleri olarak bir aradadır. Ontoloji, tasarıma varlığın ne olduğuna dair bir tartışma alanı sağlarken, epistemoloji bu varlığın kendisi hakkında bir temel kurar. Metodoloji ise tasarımın ontolojik ve epistemolojik duruşları üzerine inşa edilir. Gerçeklik ontolojiye dair bir kavram iken, hakikat epistemolojiye aittir. Tasarımda gerçeklik nesnel dünyaya ait olup, hakikati esas alan iddia ve önermelerin konusudur. Bir bakıma gerçekliğin kurgusal şekilde yeniden üretilmesidir (Merleau-Ponty, 1964). Dolayısıyla tasarıma dair metodolojileri

tartışmanın başlangıç noktası gerçeklik sonrası ise hakikattir. Zira bir kenarda gerçeklik nesnel bir şekilde var olurken öznel hakikat ise ele alış biçimine göre kısmi şekilde, tesis edilir ve doğrudan tasarımcının görüşüne, tecrübi hayatı ve faaliyetlerine etkide bulunur. Bu çalışmada, öncelikle gerçeklik ve hakikat kavramları arasındaki ayrım izah edilecek, daha sonra bu iki kavramın tasarım alanına ait izdüşümleri konu edilecektir.

En geniş tanımı ile gerçeklik felsefi anlamda dış dünyada nesnel bir varoluşa sahip olan varlık, var olanların tümü, var olan şeylerin bütünü; bilinçten, bilen insan zihninden bağımsız olarak var olan her şeydir (Cevizci, 2000). İdealist görüşte, özne -nesne ilişkisi dâhilinde, asıl gerçekliğin sadece kavranabilir ya da sadece algılanabilir şeylerden ibaret olduğu, gerçek-olanın yalnızca zihinde tasarlanabildiği, dış dünyadaki nesnelere gerçek olmadığı savunulur (Russell, 1980). İnsan düşüncesini dünyanın temeline oturtan idealizmde, nesnel gerçeklik zihinde kabul edildiği için tümüyle ele alınamaz. Gerçeğin zihnimizdeki öznel yansımaları ise hakikattir. Dolayısıyla hakikat gerçeğin kendisini değil yansısını; düşünce ile nesnesi arasındaki uygunluğu tanımlar (Hançerlioğlu, 1997). Bu iki kavram arasındaki ayrımın önemine vurgu yapmak gerekirse, gerçek insan bilincinden bağımsız olarak vardır; gerçek bu öznenin algısından bağımsız oluşu nedeni ile nesnel ve somuttur. Hakikat ise gerçeğin aksine özne tarafından algılanması, onun tarafından deneyimlenmesi ile soyuttur ve zihinsel bir kavrayışın ürünüdür. Özne gerçeği bilemez; ancak deneyimlediği gerçekliğin öznel izdüşümü onda varlığın özünü kavrama girişiminden doğan önerme vasfıyla hakikat olarak açığa çıkar. Bu noktada görünüş ile gerçeklik arasındaki ayırmadan bahsetmek uygun olacaktır. Zira özne gerçekliği doğrudan deneyimleyemez; deneyimlediği ancak şeylerin

kendinde-varlık olarak sergiledikleri varlık tarzı ile özneye görünenidir. Duyular ile ulaşılan ve görünen gerçekliği aşmak ancak düşünce ile olur ki bu da gerçeklik değil öznel kendine bir gerçeklik tasarımıdır. Nesnel gerçeklik ve hakikat arasındaki ilişkinin mahiyeti, hakikatin özne algısına dayalı özneliği bu ikisinin tasarım faaliyetleri ile tartışılmasında beraberinde getirmektedir.

Tasarım faaliyetlerinin nesnel gerçekliğe karşı duruşunu değerlendirebilmek için öncelikle tasarım etkinliği ile etkinlik sonucu ortaya çıkan ürünü birbirinden ayırmak gerekmektedir. Zira tasarım ve ürün sıklıkla karıştırılan ve birbirleri yerine kullanılan iki kavramdır. Bir ürüne tasarım denildiğinde aslında kastedilmek istenen bir üründe ortaya çıkan, ürün anlatımında kullanılan yöntemleri içeren yaratıcı süreçtir. Tasarımın dili bu yaratmanın sınırları hakkında olup bu öznel yaratım dünyasını ele alır. Ürün ise tüm bu sürecin vücut bulmuş hali, insanın biçimlediği fiziksel var olanın insan dünyasına katıldığı tekhne onta (yapma varolan) karakterindedir (Heidegger, 1997). Ürün önemini ve değerini yaratım sürecinin söylemine eşlik eden tasarım sürecinden, tasarım etkinliği ise önemini ve değerini tasarım dilinden alır. Dolayısı ile tasarım, ürüne göre üst bir dildir ve ürüne ait kurgunun tesis edildiği üst basamaktır. Bu nedenle tasarım etkinliği, hakikati arayışı sırasında dili ile kurmaca bir gerçeklik sunar ve ürüne varoluş gerekçelerini anlatır ve önerir. Ürün ise, sadece, bu kurmacayı çözümleyen ve onu anlamaya çalışan kullanıcı açısından tasarım dilinin taşıyıcısı konumundadır.

Tüm tasarım süreçleri gerçekliğin birer taklidi, temsili ve sunumu halindedir. Tasarımın bu temsil gayreti neticesinde ortaya çıkması bir gerçeklik olarak değil olsa olsa hakikat söylemi/ önerimi olarak kabul edilmelidir. Zira gerçekliğin değeri kendinden menkul müşahhas hali tasarımın kurmaca hakikat söylemlerinden

muafittir. Tasarımın anlatmaya çalıştıklarının bir kısmı, çoğu zaman gerçekliğe ait bir kurgudur ve bu kurgu çoğu zaman gerçeklik ile çatışma yaşar. İşte tasarımın belki de en büyük gücü, ürettiği kurmaca yapay gerçeklik ile nesnel gerçekliğe kafa tutması ve kimi zaman ona tercih edilmesinden gelir. Tasarımcı dış dünyayı kopyalamaz aksine bir özne olarak, sahip olduğu öznellik koşulları yoluyla dış dünyaya kendisini yansıtır. Bu yolla dış dünyayı deneyimleri üzerinden yeniden üreterek tasarlamaya, kurmaya ve anlamaya çalışır. Çoğu tasarım faaliyetinin yegâne ereği belki de dış dünyaya kendini yansıtmaktan mahrum veya yansıtmaya gönülsüz bireylere özne olmaları için bir nebze imkân vermek, yetilerine dair hatırlatıcı olarak görev yapmak, onları nesnelere algılamaları ve anlamaları için harekete geçirmek, onların algı ve bilinçlerini tetikleyerek nesnelere bir bilgi nesnesi haline gelmesini sağlamaktır. Tesis edilen hakikat yöneldiği bir özne olmadan eksiktir. Cibran'a (2020) göre hakikat iki kişiye muhtaçtır, biri onu dillendiren bir diğeri ise onu anlayandır. Kaldı ki hakikatin bu muhtaçlığı konu inandırıcılık olduğunda giderek artar. Çünkü hakikat meşruiyeti için öznenen gelecek olan, sürekli onay ve/veya hatırlatmaya da bağlıdır.

Kendinden var olan nesnel gerçekliğe karşı duruş ve onu kavrama çabası, zihinlerdeki öznel yansıma hali ile farklı hakikatleri tesis eder. Bireyden bağımsız ve müşahhas olarak var olan gerçekliğe ulaşma çabası ancak ve ancak hakikatler ile neticelenir. Kaldı ki birey ve hakikat arasında dahi muazzam bir boşluk vardır. Bu boşluğu doldurma çabası, bir hakikat arayışı olarak, bireyin tüm eylemlerinin özünü oluşturur. Çoğu zaman hakikate dahi ulaşamayan bu arayış, gerçekliğin kendisi olarak kabul edilen ve kimi zaman nesnel gerçekliğe tercih edilen yapay bir gerçeklik ortaya çıkarır.

Birey için hakikati arama ve öğrenme istemi nesnel gerçekliği düşüncede ortaya çıkarma ve

somutlaştırma arzusundan ileri gelir. Hakikat ile arasındaki derin boşluğu doldurmak amacıyla birey, hem hakikatle bir şekilde ilişkisini koruyan hem de yeni bir gerçeklik sunmaya yönelik eylemler gerçekleştirir. Bilim gibi, inanç gibi tasarımda da ürün üzerinden zihinde hakikate ilişkin bütünlüklü bir algı üretilerek hakikati aranır. Tasarım, şeylerin gerisindekileri görmeye ve yaşamın derinliklerine inerek onu keşfetmeye; anlamaya çalışır, yaratıcı eylem aracılığıyla mesajı olan bir ürün ortaya koyar. Böylece diğerlerinin bu somut ürün üzerinden yeni hakikatler oluşturmasına imkân tanır. Tasarım için var olan gerçeklik, tasarımın gerçeklik içindeki yerini ele almaktır. Tasarım için hakikati aramak ise, tasarımın söylemleri ile gerçekliğin doğası arasındaki ilişkinin koşullarını tartışmaktır.

Tasarım gerçeklik ile temas etme kabiliyeti dâhilinde onun belirli bir parçasını açığa çıkarmayı amaç edinir. Bu eylem nihayetinde somut gerçekliği, farklı kademelere sahip olabilecek kurgusal bir gerçeklik ile temsil etmeye çalışır. Tasarımın nihai ereği ise bu kurgusal gerçekliğin izleyiciye göre şekillenmesini sağlamak ve onda duygusal bir gerçeklik oluşturmaktır.

2. TASARIMIN GERÇEKLIK İLE YÜZLEŞMESİ

Diğer alanlarda olduğu gibi tasarım da yaratım sürecinde gerçeklik ile yüzleşir ve gerçekliği kendine konu eder. Tasarımın nihai ereği gerçekliği söylemleri ile betimlemek ve ürünleri ile sergilemektir. İster doğrudan, isterse idealleştirilmiş biçimde yansıtılsın, gerçeklik, tasarımda özgün bir yorum ile aktarılmaya çalışılan bir kavramdır. Bu meyanda tasarım için gerçeklik, algılama, gözlem, bilgi ve deneyim içeren öznel bir hakikat arayışının ontolojik neticesidir.

Tasarımın nesnel gerçekliğe ulaşma çabası ancak bir önerme seviyesinde kalır ve gerçekliğe bir

nebze yaklaştığı varsayılan tasarlanmış bir yapay gerçeklik ile sonuçlanır. Kaldı ki bu çaba ile görünen gerçeğin birebir aynısının ürettiğini iddia etse de tasarımcının görme, görüneni anlama ve nesnel gerçeklik algısı, üründe temsil bakımından öznellikler yaratır. Dolayısıyla ürünün gerçekliği müphemlik içerir. O halde temsil edilen nesnel gerçekliğin temsil ettiği şey hiçbir zaman gerçekliğin kendisi olamamaktadır. Bu öznel süreç, gerçekliğin doğası ile tasarım söylemleri arasındaki ilişkiyi kurmaya dönük olup bu haliyle ancak bir hakikat arayışıdır.

Tasarım için gerçeklikle yüzleşmenin ilk koşulu, dışarıda gözle görünenden daha fazlası olduğunu kabul etmeye istekli olmakla başlar. Zira tasarım aracı konumu nedeni ile hakikatleri belirleme hevesi içinde bir bakıma görünenin ardındaki sır perdesini kaldırmalı, görünmeyeni aramalıdır. Bu arayış hakikati belirleme amacı içeriği ve akabinde bir anlam arayışı olduğu için duyuların kısıtlarına sahip rutin bir bakış açısı ve zihin yapısı ile gerçekleştiremez.

Tasarım için her bir hakikat önermesinde tasarımcı, hakikati belirlemede bir nebze sorumluluk almalıdır. Zira kendilerinde tasarlanmanın ve yaratmanın cevheri verildiğine inanma cüretinde bulunan her bir yaratıcı özne hem sahip olduğuna inandığı yeteneğin karşılığını vermede hem de gerçekliği anlamaya çalışmada ve öznel hakikatlerini sunma aşamasında gözlemleyen özneye genel anlamda ise tüm topluma karşı sorumludur. Diğer taraftan, üzerine hakikatlerini tesis ettiği duygu, düşünce ve davranışları üzerinden tasarımcının kime karşı sorumlu olduğu etik tartışmaların esasını oluşturmaktadır. Çünkü hâkim sistemin mekanizması haline gelme ya da farklı grupların çıkarları doğrultusunda hakikatler önerme tercihi toplumsal sorumluluktan tümüyle soyutlanamaz, tasarımcı toplumun gidişinden, toplumsal yapının durumundan kendini uzak tutamaz.

Her tasarımın dayandığı hakikat söylemi

kendinden önce var olan hakikatler ile de mücadele halindedir. Tasarım bir ayna olarak toplumu anlatır, onu yansıtır, toplumdaki gerçeklik düzlemini ve toplumsal hedefi tarif etmeye çalışır. Toplumun kendi hakikat arayışı bugün doğru görünen bir şeyi, o kadar da doğru görünmeyen bir şeye dönüştürebilir. Her yaratıcı özne ilkesel olarak kendi hakikat önermesini diğerlerinden üstün görür ki bu durum yıkıcı rekabet düzlemini oluşturur. Bu meyanda her hakikat önermesinin diğerlerini yıkmaya ve tasfiye etme imkânı vardır. Sermaye tarafından gerçek yaratımı süreçleri hem bu mücadeleyi besler, hem de yaratıcı özneleri kendi çatışmalarında kullanabilecekleri bir hakikat üreticisi işçi veya üzerine büyük yatırımlar yapılacak bir yatırım aracı olma konumuna zorlar. Bu yaratım, hakikat üretiminde muazzam bir artışa sebep olur. Ortaya çıkan bu fazlalık önüne sunulan hakikatleri tahlil etmek zorunda kalacak zihni karışık birey yığınlarının oluşmasını sağlar.

3. HAKİKAT ARAYIŞINDAKİ FARKLI TUTUMLAR

Tasarımın hakikat arayışında belirli tutumlardan bahsetmek mümkündür. Bu tutumlar tasarımın söylemleri ile gerçekliğin doğası arasındaki ilişkinin farklı durum ve koşullarından ortaya çıkar. Bu aşamada belirtmek gerekir ki, bu çalışma bahse konu ilişkinin farklı durum ve koşullarını konunun genişliği açısından bütünüyle açıklamaktan uzaktır. Zira böyle bir açıklama, bu çalışmanın amacını ve hacmini fazlasıyla genişletecektir. Oysa çalışmada hedeflenen alan yazınında ihmal edilen bu konuyu belli açılardan tartışmaya açmak ve var olan tartışmalara bir katkı sağlamaktır.

Tasarım hakikati göstermek için bir bakıma yalan söylemek zorunda kalarak yalanı gerçeklik-yanılsama karşıtlığında işlevsel kılar. Burada yalandan kastedilen pejoratif anlamıyla bir aldatmaca değildir. Zira tasarım eylemi yeni bir gerçeklik inşa etme ve belirleme çabasında

nesnel gerçeklik ile mücadele içinde değil ise, bir aldatmadan da söz edilemeyecektir. Çünkü varlığa ulaşma yolunda hakikatler akılla, duyguyla, inançla sorgulanmakta; ve yeni hakikatler oluşmaktadır. Hakikatler ile uğraştıkça bir noktada gerçeklik ile bağlantı kopabilmekte, gerçekliği doğrudan yansıtma iddiası oluşturulan kurgu neticesinde ortadan kalkabilmektedir. Bu sürecin neticesi aldatma değil, olsa olsa yeni bir gerçeklik önerisini sunanla, onu gözlemleyen arasında rızaya dayalı, adı konulmamış bir anlaşmadır.

Gerçekliğin yeniden yaratımı, üretimi ve sunumunda yaratıcı öznenin Samsatlı Lukianos gibi kurmaca bir yapıdan bahsettiği müddetçe ki kendisi yalan söylediğini söyleyerek doğru söylediğini savunmuştur, anlattıklarının hepsi gerçektir. Platon'a (1962) göre arz edilen kurmaca eğer aslına uygun değilse gerçeğin yanında olmak amacı ile buna itiraz etmek gerekir. Nietzsche (2010) ise konu temsil olduğunda kurgusalın anlamlandırılması için ihtiyaç duyulan hakikatin kendisinin hâlihazırda bir kurgu olduğunu ifade ederek hakikati metaforlar ve yanılsama olarak tanımlar. İşte tam bu nedenle eğer temsil, benzetmeye dayalı hakikat, gerçekte var olduğuna inanılan veya var olmadığı düşünülen bir sorunu kendine mesele ediyorsa, gerçeklik algısındaki değişimler kurmaca olan hakikate bakışı da değiştirir. Oynak gerçeklik algısı gerçeklik ve kurmaca arasındaki ayrımı belirsizleştirdiğinde, Tesich'in (1992) iddia ettiği gibi, sistem, kitleleri gerçekler ve kurmaca arasında seçim yapmaya zorlar.

Tasarımın gerçeklikle kurduğu ilişkide iki seçeneği vardır: gerçekliği doğrudan yansıtma ve sunma ile yeniden yaratma çabası. Birinci durumda gerçeklik bir otorite olarak kabul edilerek hakikatler vasıtası ile ona azami derecede yaklaşma amaçlanır. Nesnel gerçekliğin bağımsız ve müşahhas haliyle yüzleşen kimi zaman bu beyhude çaba öznellik barındırdığından her

şekilde bir hakikat önerisi ile sonuçlanır. İkinci koşulda mevcut gerçeklik belirleyici ve referans değildir ve mevcuttan bağımsız gerçekliğin yeniden üretimi ve yaratılması söz konusudur. Bu çaba tasarımcıya bir özgürlük alanı sunarken, bir şeylerin yeniden inşası bakımından zorlayıcıdır. Bu iki koşulun varlığı tasarım alanının pratiklerinde sıklıkla gözlemlenir. Örneğin, tasarımcı ürününü anlamlandırarak; mesajını yönlendirdiği kullanıcıyı belirlerken, yoğun bir şekilde nicel verilere dayanarak mevcut özneye dair gerçeklik iddiasında bulunabileceği kadar, salt tahayyüle dayalı, gerçeklik ile bağlantısı zayıf hipotetik bir özne tasvirinde de bulunabilir. Gerçekliğin algıda oynak bir zemine kayması, gerçeklik iddiasında olmayan kurmaca hakikatler yoluyla tasarım alanına yığınları ikna etmede muazzam imkânlar tanımaktadır. Ancak burada edilen Keyes tarzı (2017) gerçek ötesi çağda yalanın normalleştirilmesi durumunu değildir. Bu muazzam imkân, gücünü, gerçeğin giderek göreceleşmesinden almaktadır. Kaldı ki tasarım etkinliğinde, henüz tasarım sürecinin başından itibaren kullanıcıların, dilin, bağlamın, ürünün ne olduğuna ve olacağına dair farklı perspektifler yer alır. Tasarım içkin olarak mutlak olanı reddeder ki çeşitliliği ve kendi dinamizmini üretsin ve sürdürsün. Tasarımcının imgesel gerçekliğinin neticeleri, hüküm verecek gözlemleyen için keşfedilmeye ve tahlile açık, karşılaştırmaya aday hakikatler ortaya koyar.

Tasarım hakikatin kurmaca taşıyıcısı olarak her şekilde var olan öznel hakikatler ile tutarlı ilişkisini korumalıdır. Zira hakikat, her farklı deneyimde, her bir öznedeyen birbirinden farklı şekillerde kendini açığa vurur. Var olan bu hakikat enflasyonu ve heterojenlik tasarım faaliyetinin doğasından ileri gelir. İşte bu yüzden tasarım var olan bu hakikatleri gözetmeli, ve bunlara uygun kabul edilebilir bir yapay gerçeklik tesis etmelidir. Ancak bu gerçeklik tesis edildiği süreçte, fiziki üründen hissedilenlerin

gerçeğe benzer olması sağlanabilir. O halde dahi her tasarım kullanıcısı karşılaştığı nesneye yaşam deneyimi, bilgi birikimi ve bilinç düzeyi ile öznel bir anlam atar. Bu nedenle tasarım ürününün kullanıcı tarafından keyfi bir şekilde anlaması da engellenmelidir. Burada keyfiyetten kastedilen verilmeye çalışılan ile algılanan mesaj arasındaki uyumdur. Eğer uyum yok ise, bunun neden olduğuna ilişkin farklı gerekçelerden bahsetmek mümkündür. Zira ya var olan hakikatler iyi tahlil edilmemiş, ya mesaj tutarlı şekilde tesis edilmemiş veya ürüne uygun şekilde gömülmemiş ya da gömülen mesaj kullanıcı tarafından uygun şekilde sökülmemiştir. Hakikatler arası tutarlılık objektif idealizmin öne sürdüğü Tutarlılık Teorisi tarafından sistem içinde ölçüt olarak kabul edilse de (Passmore, 1968), sistem içindeki iç tutarlılık arayışı tasarım alanında yeni fikirlerin ortaya çıkmasını engelleyebilir. Tasarım alanında diğer hakikatlar ile çelişkiye düşecek önermelerin, ancak internalistlerin bakış açısına benzer bir şekilde idealize edilmiş, rasyonel bir kabul edilebilirliği (Putnam, 1981) sahip şekilde gerekçelendirilerek sunulması ikna kabiliyetleri açısından elzem gözükmektedir.

Eğer hakikat gerçekliğin bilgi durumu ise, gerçekliğin taşıyıcı olan tasarım ürünü ile hakikatin taşıyıcısı olan tasarım dilini oluşturan tüm ifadelerin kendi içerisinde tutarlılık sergilemesi gerekmektedir. Kavramlar algılamayı etkiler ve ürün ile vücut bulduklarında tasarım ve gözlemleyen arasında bir köprü oluşturur. Fikirler ise tutarlı kavram dizileridir. Fikirlerin birbirleri ile tutarlı ilişkisi tasarım düşüncesini oluşturur ki o da ürüne ait gerçeklik boyutuna karşılık gelir. Tasarımın ardındaki düşüncenin gerçeklik ile temas ölçüsü bir hakikat kıstasıdır. Bu noktada sorulması gereken soru, üretilen fikirler ve bu fikirlerin birbirleri arasındaki ilişkinin gerçeklik ile temas edip etmediğidir. Zira fikirler üründe vücut bulsa da bunların dayandığı

kavramlar eğer değer içeriyor veya gerçekten olup bitenin bir duruş noktasından algılanışını anlatıyor ise yargıların göreliliği ortaya çıkar ki görelilik insan dünyasının reddedilemez bir gerçeğidir. Bu nedenle ürün tüm somut ve soyut varlığı ile hem okunabilirliğine imkân vermeli hem de okunan ile söylenen arasındaki tutarlı ilişkiyi tesis etmelidir.

Tasarım çoğu zaman retorikte ve eylemde mübalağa ederek normale ulaşmaya çalışır. Başka bir deyişle gerçeklik evreninde yaşananları aynı şekilde üretmek sunmak, tasarımı inandırıcılıktan ve ikna edicilikten uzaklaştırır. Bu nedenle tasarım gerçekliğe karşı yapmacıktan uzak, zarif ve kimi zaman nükteli mübalağa üretmek, gerçekliğin daha kolay kabul edilmesini sağlayabilir. Kullanıcı ancak bu şekilde mevcut gerçekliğe tahammül edebilir. Mübalağada esas bahse konu özelliklerin mantığın sınırlarını zorlayacak biçimde büyütülmesi ve böylelikle mecaza ulaşılması amaçlanır. Tasarımcı mecaz ile anlatımı daha güçlü kılarak ve anlama dikkat çekmeye çalışarak gözleyeni etkilemeyi amaçlar. Hâsılı, birçok tasarımcı düşüncesini, duyusunu, emellerini dile getirirken bunları farklı bir biçimle/ sözle söylemek ister, mübalağaya yatkın bir şekilde söylenmemiş olanı önemser. Tasarımda mübalağa için en yaygın kullanılan yöntem benzetmedir. Benzetme birçok tasarım eyleminin başlangıcını ve söyleminin dayanağını oluşturur. Benzetme ilksel form olarak Aristo tarzı mimetik ile sağlanabileceği gibi retorikte kendi olağan sınırları içine hapsolmemiş bir gerçekliğin genişletilmesi ile de sağlanabilir. Şöyle ki; bir zeytinyağı şişesi belki de hiç gerek duyulmadığı halde bir zeytin tanesine benzetilmeye çalışılırken, bir şarap kadehi söylemini, örneğin, verimli Anadolu topraklarından fıskıran bir asma yaprağının şefkatli ve ılık rüzgârlarda nazlı nazlı sallanmasına dayandırılabilir. İşlevsel anlamda yeterli olan bir nesnenin yaratıcısının

söylemine eşlik eden kimi zaman abartılı ve irrasyonel gözükken bu mübalağa, cansız nesnelere canlandırıp onların dile gelmesini sağlamak için kullanılır.

Tasarımın belki de en büyük rolü gerçekliğe ait çirkinlikleri hem biçimsel hem de içerik açısından dönüştürerek sunmasıdır. Eliot (1941), zamanın ve kurtuluşun doğası üzerine yazdığı Burnt Norton adlı şiirinde insanın çok fazla gerçekliğe tahammül edemeyeceğini belirterek bireyin şu ana odaklanması ve evrensel bir düzen olduğunu bilmesi gerektiğini vurgular. Svedson'a (2008) da benzer şekilde, insanın çok az gerçekliğe dahi katlanamadığını ifade eder. Gerçeklik ile sağlıklı bir ilişki kurmak için gerçekliğin dönüştürülmesi ve katlanılabilir halde sunulması gerekmektedir. Bu dönüşüm yaşadıklarıyla, sezgileriyle, tasarılarıyla, izlenimleriyle gerçekliği algılama sırasında birey tarafından zaten rutin olarak yapılır. Tasarımın bir eylemi de bu dönüşümü söylem ve ürünleri vasıtasıyla birey yerine yapmasıdır. Gerçekliğin tasarım tarafından izleyici faydasına dönüştürülmesi fikri Slavoj Zizek'in yamuk bakış yaklaşımıyla da ilişkilendirilebilir. Zizek'in Lacan'dan yola çıkarak oluşturduğu yaklaşımında nesne ve özne arasında paradoksal bir ilişki vardır (2005). Zira Lacan'a göre arzulanan nesne ile bu arzuyu tatmin edecek nesne birbirinden farklıdır. Ona göre özne ya arzuladığı nesneye ulaşamaz ve tatmin olamaz; ya da nesneye ulaşır ancak arzuladığının bu olmadığını anlar ve yine aynı tatminsizlikle arayışına geri döner (Lacan, 1978). Bu arayışın neticesi fantezilerdir ki, birey fanteziler yoluyla kurgusal bir dünya yaratarak endişesinden ve içsel tatminsizliğinden kurtulmaya çalışır. Tasarımda da, benzer şekilde, öznenin arzusunun; nesnesine ulaşabilmesi için beslediği tutkunun gerçekleşmesi için, gerçeklik hem biçimsel hem de içerik açısından dönüştürülerek kurgusal bir fantezi dünyası yaratılmaktadır. Örneğin, bireylerin mevcut

gerçeklik içinde olmayan “birisi” ya da “bir şey” gibi görünmek kaygıları, ürünler sayesinde yaratılan kurmaca hakikatler ile aşılmaya çalışılabilmektedir. Bu öyle kudretli bir kurgudur ki bir baba evladına aldığı salt bir oyuncak ile oyun arkadaşı eğlenceli bir babaya dönüşebilir.

Tasarım hakikatlerin kurucusu olarak belirlediği ereği çerçevesinde farklı tehlikeler ile karşı karşıyadır. Bunlardan ilki tasarımın salt doğasından, tasarımın bir uzmanlık alanı olarak ürün ve gözlemcisi arasında konumlanmasından kaynaklanmaktadır. Brecht tarzı yaklaşımda, hakikati tesis etme ve sunmada belli başlı zorluklar vardır (1966). Tasarım eğer hakikati tesis etme yürekliliği gösteriyor ise gerektiğinde ürünün önünden çekilebilme cesareti de göstermelidir, çünkü tutumları belirleyen, hakikatten çıkarılacak sonuçlardır. Eğer tasarım kendi kod, gelenek, usul ve hatta jargonu marifeti ve emeli ile ürün ile gözlemleyen arasında aşılmaz ve sentetik bir duvar olarak durur ise kapitalist pazar ilişkisi içinde ancak doğrudan tasarlanmış ürünün göreceli yüksek bedelini ödeme gücü olanlara ve/veya hakikati bilmeyi sağlayan sezgisel akıl sahiplerine fayda sağlar ki bu onu kamusalıştırmaktan uzaklaştırır. Zira ürün ile tasarım veya tasarımcı ürünü arasında bir fark yoktur. İkinci önemli tehlike tasarımın birilerinin hakikatini sunmada bir aygıt haline gelmesidir. Tasarım için dikkat edilecek öncelikli husus hakikatin kime söylendiği ve hakikati kimin söylediğidir. Brecht'e göre hakikat silâha dönüşebilme ve bir silâh olarak kullanılabilme potansiyeline sahiptir (1966). Bu nedenle ilk olarak gözetilmesi gereken hakikatin kime yönlendiğidir. Çalışmalarının merkezine özne ve özne deneyimlerini konumlandıran Foucault'a göre iki tür özne bulunmaktadır. İlk tür kendini gerçekleştirme potansiyeline sahip sahih öznedir. Diğeri ise söylem tarafından üretilen ve şekillendirilen, bir bakıma sistem tarafından normalleştirilen nesne haline gelmiş

öznedir (Foucault, 2020). Tasarım hakikat söylemini henüz belirli kalıplara sokulamamış, pastoral ve otantik doğasını koruyan özneye mi yoksa hâkim sistem tarafından istenen davranış ve tutumları sergileyen ve böylelikle sistemin çıkarlarına hizmet eden edilgen özneye mi yönlendirecektir? Ve yahut tasarım hakikat önermelerini salt işbirliği içinde olduğu örgütlerin senaryo, amaç, politika ve stratejilerine göre mi şekillendirecektir? Tercih ne olursa olsun tasarım için esas olan hakikat önermelerinde özneyi tercih ve rızasında özgür kılmaktır. Ancak tasarımın kendisi dahi hakikat önermelerinin tesisinde kendi varlığı ekonomik sistemin kendi gerçekleri ve gereklilikleri ile doğrudan ilişkili olmadığı için özgür değildir. Zira ekonomik aktörler kendi çıkarları doğrultusunda gerek işlem maliyetleri açısından heterojenliği azaltmak gerekse işletme maliyetlerinde verimliliği sağlamak amacı ile tüketicileri standartlaştıran veya ehlileştiren faaliyetlerde bulunurlar. Hâkim ekonomik sistem, homojenleştirme faaliyetleri sırasında, tüketicilerin beklenen davranışları göstermesini sağlamak amacı ile tüketicilerin bilinç düzeyine göre farklı hakikat tezahür biçimlerine dayanan, Brecht'in ifadesindeki gibi (1966) “kurnazca” yöntemler uygular. Kant tarzı bir yaklaşımla, bilinçsiz tüketici kitleler doğrudan baskı ve güç uygulamasına maruz bırakılırken, bilinçlenme yolunda ilerleyen tüketici gruplarının, enformasyon araçları üzerinden manipülasyonu yaygındır. Bilinçli tüketici gruplarına karşı ise sermaye, yönetme sürecini uygular ki bunlar tasarım alanında katılımcı tasarım, demokratik tasarım gibi yönetişime atıfta bulunan zarif isimler alır. Sermaye ve tasarımcı arasında daimi suretle sermaye lehine olmak üzere bir güç asimetrisi bulunur. Çok ender koşullarda ki bunlar genellikle yıldız tasarımcı içerir, bu asimetri dengelenir ve tasarımcı tarafından tesis edilen hakikat önerisi önce sermayenin rızasını alır daha sonra tüketiciye teklif edilir. Çoğu tasarımcı

için ise sermayenin tahakkümü özgür hakikat önerisini engeller. Bu koşulda nasıl ki tüketici homojenleştirme süreçleri ile öznenen nesneye dönüyor ise benzer şekilde tasarımcının kendisi de nesneleşir ve araçsallaşır. Tasarım diğer zihni uğraşlarda olduğu gibi insan doğasına ilişkindir (Hume, 1985) ve insan doğası ile ilgilenmek zorundadır. İnsan doğasının nesneleştiği koşullarda ki burada sermaye tarafından arzulanan müstakil öznelere türdeş ve homojen olmasıdır, üretilecek hakikatler egemenin iradesi doğrultusunda oluşturulmuş kültürel yapıya dahi tesir eden manipülatif araçlar olacaktır.

Tasarımın bahse konu sorumlulukları dâhilinde karşı karşıya olduğu başka bir tehlike yaşanan değişimlere karşı kayıtsız kalmasıdır. Kendi başına ne ise o olarak var olan gerçeklik kadar, öznel gerçeklikler de vardır. Kavramlar nesne ve öznel gerçekliklerin bir bütünüdür ve salt öznel gerçeklik nedeni ile dahi değişime tabidir. Dünya değiştikçe, dünyayı okumak için kullanılan kavramalar, zaman içinde yeni içerikler kazanarak değişebilir. Zaman, Platon'da yetersiz kavrayışın neticesi bir kopya, Aristoteles'te bir hareket ölçüsü, modern felsefede ise bir var olan olarak ele alınır. Dakikliği ile bilinen Kant'a göre ise zaman, öznenin şeyleri organize etmede kullandığı, kendisinde olan bir biçimi ifade eder (2015). Heidegger ise kaba zamanı bir kenara bırakır ve zamansallık kavramını öne çıkararak onu daseinin bilinçlenmesi ve hayata anlam katması için sahip olması gereken bir olmalı olarak ifade eder (2011). Dolayısıyla tasarım gerçeklik karşısında zamanı bir kenara bırakamaz. Hakikat tesisinde hem öznel göreliliği gözeterek zamanının ruhunu yakalamalı hem de evrensellik iddiasında bulunabilmek için hep sabit kalanları gözetmelidir. Zira kaçınılmaz olarak her tasarım eseri üretim, yorumlama ve konumlandırma süreçlerinde bulunduğu zamandaki politik, sosyal, ekonomik ve kültürel kodlarla anlam kazanacak değerlere sahiptir.

Var olduğu zamanın ruhunu yansıtmama ve çağdışında kalma riskinden uzaklaşması için ise yeni içerikleri gözetmesi ve onlarla ilişkide olması gerekmektedir. Bu durum tasarım için kendi içinde bir risk oluşturur; o ana, zamana sıkışmak. Zira hakikat bir önerme ise geleceğe dönüktür. Şimdi üzerine tesis edilen bir hakikat önermesi o ana sıkışmadan geleceği nasıl inşa edecektir? Tasarım için zaman merkezi bir problematik olmaktan öte, sorunsalın ele alınış tarzının bir neticesi olarak "olmuşlar, olanlar ve olacaklar" arasında bir düzen tesis eden pratik bir değer niteliğindedir. Tasarım ile zaman Heideggeriyen tarzı zorunlu ilişkisellik içindedir. Yani bunlar birbirinden ayrı ve ilişki içinde değil, aksine, ilişkisellik bağlamında, tasarım ve ürün ile zaman öz ve nitelik bakımından birbirinden ayrı düşünülemez, bir bakıma birbirini üreten ilişkiler yumağına gömülü (Guattari ve Deleuze, 1987) halledirler. Tasarım geçmiş, şimdi ve gelecek sınıflandırmalarına uygun şekilde, aslında şimdi ile sürekli geçmiş ve geleceği tekrar tekrar üretmektedir. Tasarımın ürettiği şimdiki hakikatler hem tahlil açısından geçmişin ürünü hem de önerme bakımından geçmiş ve geleceği yapandır. Yani şimdide üretilen her hakikat gerçekte geleceğe dair bir önermedir ve şimdiki ne kadar dönüştürmeyi vaat ediyorsa o kadar sıkışmışlıktan muaftır.

Diğer son bir husus tasarımın tasarımsal varlığı ile ilişkilidir. Eğer tasarım bir hakikat olarak bir bakıma nesnel gerçekliğin yansıması ise, tasarım ürününde hakikat tasarımın kendi amacına uygun olmalıdır ki bunun nihai kararını verecek şey öznedir. Hakikatin yani tasarım nesnesinin öz bilgisinin çözümlenmesi de öznedir. O zaman tasarım hakikat önermesinde lafi ne kadar dolandıracaktır? Yani nesnel gerçekliği yansıtmaya kaçınılmaz olduğunda, yansıtmaya nasıl ve ne seviyede olacaktır? Hakikatin kendisinin kavranış imkânı dahi problematik olduğundan, önerme ile hakikati idrak etme hevesindeki bilişsel öznenin,

hakikati arzulanın şekilde görmesi ve sezmesi nasıl sağlanacaktır? Gerçekte tasarımda hareket noktası olan nosyonlar ve kavramlar fikirlere, bunlar da düşüncelere dönüşür ve neticede elde edilen fiziki ürün bunları bünyesinde taşır. Özne ise önüne konan ürünü içinde bulunduğu real ve irreal katmanlar dahilinde çözümleme çabasıdır (Hartmann, 1949). Bu çözümleme çabasında idrak edilebilecek en üst seviye tasarımcının gerçekliğe karşı duruşu ve ona karşı tesis ettiği hakikat önermesidir (Güneş, 2019). Tasarım önermesi, fiziki ürün üzerinde uyguladığı analogi ve kullandığı metaforlar yoluyla, hakikati kavranması nispeten kolay bir şekilde sunabileceği gibi alegori gibi daha çetrefilli bir yol da seçebilir. Hakikati alegori şeklinde sunma çabası altta yatan ve anlatılanın ardında bulunduğu varsayılan en sahih bilgi olan huponoia'yı barındırır. Bu yolla tasarımcı hakikati, bir gizlenmişlik, kapalılık olarak ürünün bütününde ortaya koyar ve bilişsel öznenin kavrayışını, bilinçli şekilde zorlar. Esasında izleyici, önüne konan tasarım ürünü ile tek başına değildir. Hâkim ekonomik sistem nesnelarini yalnız başına kullanıcının önüne fırlatmaz, elzem olan ürün başarısı için tasarımcının dili kullanmada göstereceği başarı ve ustalığı yeterli görmez. Tasarım nesnesini arz etmeden önce ve sonra çeşitli araçsal fonksiyonları ile destekler. Böylelikle kimi zaman bilişsel öznenin ürün ardındaki hakikat söylemini kavramasını desteklemeye kimi zaman ise kullanıcıda var olan evvelki kavrayışları kendi lehine manipüle etmeye çalışır. Kentin sunduğu özgürlük ve kısmi mücadele fikrine sırtını dayayan bir kent otomobili konseptinin fiziki ürün üzerinden okunması kimi zaman mümkün olamayacağından, bu otomobilin pazarlama ve satış aşamasında dillendirilen ön hikâyeye göre bir senaryo ile servis edilme fikrinin gerekçesi budur. Bu kimi zaman tasarımın dahi önüne geçebilen öyle güçlü bir iletişim kısa yoludur ki, örneğin herhangi bir mutfak aleti üzerinden

potansiyel kullanıcılarında evlatlarına sağlıklı ev yapımı yemekler sunan, bundan mutluluk ve haz duyan sorumlu, çağdaş ve bilinçli ebeveynler olma kurgusu yaratabilir.

Konu hâkim ekonomik sistem ve tasarım ilişkisine geldiğinde, bilişsel olduğu var sayılan öznenin konumu, özne-nesne diyalektiği üzerinden de ele alınmalıdır. Zira hâkim ekonomik sistem hakikat tesis eden araçları vasıtası ile tasarım üzerinde değıştirici, dönüştürücü aktif bir özne konumundadır. Bilişin öznesiyle bilişsel etkinliğin nesnesi arasındaki bağıntı öyle bir ilişki oluşturur ki (Lektorski, 2016) bu ilişki özünde artık diyalektiktir. Diyalektiktir, zira tasarımın öznesi olan insan, özneleşen tasarım nesnelari yoluyla tekrar nesneleştirilir. Baudrillard'a (2020) göre günümüz nesnelari bir işe yarama amacından sıyrılmış, üretim ve ideolojik kuşatma düzeni oluşturabilmek amacıyla kullanıcıya hükmeden, bir bakıma onu imleyen ve belirleyen, etkin bir özne olmuştur. Tasarım nesnesinin özneyi biçimlendirdiği hakim düzende, ardındaki hakikat önerileri ile ideal olarak sunulan nesnelar, endüstrinin yüzyıllara dayanan sistematik manipülasyonu sayesinde özneların kendilerine yönelmesini sağlamıştır. Endüstri içindeki rekabetin yol açtığı farklılaşma çabası, aynı konuda dahi sınırsız sayıda hakikat önerisinin ortaya çıkmasını sağlamakta, bu durum ise hem hakikat enflasyonu yaratmakta hem de farklılaşma yolunda üretilen hakikatlerin giderek işlevi aşan karmaşık bir yapı ile sunulmasına sebep olmaktadır. Sınırsız sayıda hakikat önermesi ile karşılaşan özne, ki bu özne kendi hakkında düşünölenler ile zaten sistem tarafından nesneleştirilmiştir. Önüne sunulan sayısız seçenek ve gösterge değeri arasında bocalayan ve zihnen karışık (Gottdiener, 1996) özne, aciz bir biçimde kendisine biçilen rolü oynamaya itilmektedir. Debord'un (1996) söylemiyle metanın bir gösterim alanı olan

birey, bu belirleyicilik tahakkümünden sıyrılıp sahici (otantik) bir varlık olma imkânını nasıl yakalayacaktır? Heidegger'e göre otantik olma kendinde ve kendin ile olmadır. Dolayısıyla ona göre diğerleri tarafından belirlenen bir Dasein'in varlığı otantik değildir. Bireyin en otantik varoluş tarzı sonuna-yönelik varlık olarak ölüm halidir (Steiner, 1994) yani otantik Dasein varoluşu yaşam süresince olanaklı değildir. Bu nedendir ki bilişsel özne hakikat önermeleri karşısında sırf onlara karşı pozisyon alması sebebi ile dahi onların belirleyiciliğinden kurtulamaz. Öznenin bu imkansızlığı karşısında tasarıma düşen belki de en önemli vazife, hakikat tesisinde yansız ve dürüst olmaktır.

Tasarım için hakikat, nesneleştirici aklın bir işlevidir ve hakikatte tesisine ve neticesi ürüne müdahil olan her tarafın mutabakatı şarttır. Kendisi de bir taraf olan tasarım için diğer taraflar üretici sistem ve toplumdur. Tasarım diğer tarafların çıkarlarını dengeli şekilde gözetmelidir. Bu dengede tasarımın tarafların aleyhinde bir etken haline gelmesi, üretici tarafında manipülatif bir araç olarak kullanılması veya tasarım önermelerinin fikir aşamasında kalması ile sonuçlanır. Bu nedenle taraflar arasındaki bir arabulucu olarak tasarım, yansız ve her iki tarafın da çıkarlarını gözetken hakikat önermeleri tesis etmelidir. Tasarım Dieter Rams'ın şart koştuğu üzere dürüst olmalıdır. Rams'a göre tasarım kullanıcıları manipüle etmemeli ve sahte vaatlerde bulunmamalıdır. Tasarımın dürüstlüğü tinden doğar ve yaratıcı tin ile onun somut ürünleri, sistemin genel geçer çıkarlarını ne kadar gözetici ise tasarımın değeri o kadar yüksektir. Tasarım hakikat önermeleri ile bireylerin pasif ve zavallı olduğu bir tüketim dünyası mı yoksa insanın dünyaya ve de kendi kaderine müdahale edebilen bir özne olduğu bütünlüklü ve olanaklar ile dolu bir dünya mı yaratacaktır? Tasarımın özünde bir tavır alma vardır ve eylemlerinin hepsi nihayetinde bilinçli,

ideolojik bir tercihtir. Kaldı ki hâkim sistem tasarım için bir rakip değildir. Bunlar karşılıklı olarak bağımlı, kendi söylemlerini yaymak için birbirleri ile ilkeleri doğrultusunda işbirliği yapmak zorunda olan stratejik unsurlardır.

SONUÇ

Tasarım alanında her türlü düşünce, tesis edilen ve gerçeklere veya gerçeğe uygun iddiası taşıyan hakikat önermeleri vasıtasıyla ifade edilir; nesnel gerçeklik ise bunun konusudur. Tasarımda hakikat arayışı bir kurgudur. Tasarımcının nesnel gerçekliğe karşı duruşunun, tecrübesinin ve söylemek istediklerinin şekillendirdiği bu kurgu, tasarıma dair ihtiyaçları karşılayacak vaat temelli anlam dünyası ve izah kümesinin ürün araçsallığı üzerinden simüle edilmesidir.

Tasarımda hiçbir hakikat önerisi belirleyici ve buyurucu değildir; meşruluğu açısından gözlemleyen rızasını gözetir. Rakip önermeler ile kendini tanıtarak kabul edilmeyi bekler. Hakim ekonomik sistem başıboşluğu engelleme babında aracı olarak tasarımcıyı, hakikatın tüketicisi olarak bireyleri hakikat tesisinde nesneleştirir, hakikatlerinin dolaşıma girmesi ve kabul görmesi için sistematik bir çaba gösterir.

Tasarımcı açısından üründe vücut bulacak her bir hakikat önermesi, bir tavır olarak, ona belirli bir özgürlük alanı üretir ve aynı zamanda bazı sorumluluklar yükler. Tasarımın söylemleri ile gerçekliğin doğası arasındaki ilişkinin farklı durum ve koşullarından farklı tutumlar ortaya çıkar. Tasarımcı kendisinde bir taraf olarak tutumlarını belirlerken sistem içindeki tüm tarafların çıkarlarını gözetmeli ve olası çatışmalarda bir arabulucu, hakikatın tesisinde ise bir kılavuz olarak vazife görmelidir.

KAYNAKLAR

- Baudrillard, J. (2020). *Nesneler Sistemi*. (O. Adanır, ve A. Favaro, Çev.) İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Brecht, B. (1966). *Writing the Truth: Five Difficulties*. E. Bentley (Eds.) İçinde, Galileo (R. Winston, Trans. s. 133-150). New York: Grove.
- Cevzici, A. (2000). *Felsefe Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Cibran, H. (2020). *Ermiş*. (A. Berktaş, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- DeBord, G. (1996). *Gösteri Toplumu*. (O. Taşkent, ve A. Ekmekçi, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Eflatun. (1962). *Devlet*. (S. Eyuboğlu, ve A. Cimcoz, Çev.) İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Eliot, T. (1941). *Burnt Norton*. Londra: Faber and Faber.
- Foucault, M. (2020). *Özne ve İktidar*. (I. Ergüden, ve O. Akınhay, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gottdiener, M. (1996). *Postmodern Göstergeler/Maddi Kültür ve Postmodern Yaşam Biçimleri*. (H. Gür, A. Nur, ve E. Cengiz, Çev.) Ankara: İmge Kitapevi.
- Guattari, F. and Deleuze, G. (1987). *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Güneş, S. (2019). *Analysing the Ontic Layers of the Design Products*. GU J Sci Part B, 7(4), 505-520.
- Hançerlioğlu, O. (1997). *Felsefe Ansiklopedisi Kavramlar ve Akımlar*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Hartmann, N. (1949). *Das Problem des Geistigen Seins*. Berlin: Walter de Gruyter & CO.
- Hartmann, N. (1953). *Ästhetik*. Berlin: Walter de Gruyter & CO.
- Heidegger, M. (1997). *Patikalar*. (H. Nalbantoğlu, Çev.) Ankara: İmge Kitapevi.
- Heidegger, M. (2011). *Varlık ve Zaman*. (K. Ökten, Çev.) İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Hume, D. (1985). *A Treatise of Human Nature*. (E. Mossner, Dü.) Londra: Penguin Classics.
- Ingarden, R. (1962). *Untersuchungen zur Ontologie der Kunst*. Berlin: De Gruyter.
- Kant, I. (2015). *Arı Usun Eleştirisi*. (A. Yardımlı, Çev.) Ankara: İdea Yayınevi.
- Keyes, R. (2017). *Hakikat Sonrası Çağ Günümüz Dünyasında Yalancılık ve Aldatma*. (D. Özçetin, Çev.) İstanbul: Delidolu.
- Lacan, J. (1978). *The Four Fundamental Concepts of Psycho-Analysis*. (A. Sheridan, Çev.) New York: W.W. Norton & Company.
- Lektorski, V. (2016). *Özne Nesne Biliş*. (Ş. Alpagut, Çev.) İstanbul: Yordam Kitap.
- Merleau-Ponty, M. (1964). *Eye and Mind*. Evanston: Northwestern University Press.
- Nietzsche, F. (2010). *Tragedyanın Doğuşu*. (M. Tüzel, Çev.) İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Passmore, J. (1968). *A Hundred Years of Philosophy*. Londra: Penguin Books.
- Putnam, H. (1981). *Reason, Truth and History*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Russell, B. (1980). *Dış Dünya Üzerine Bilgimiz*. (V. Hacıkadiroğlu, Çev.) İstanbul: Alaz Yayınları.
- Steiner, G. (1994). *Heidegger*. (S. Kalkan, Çev.) İstanbul: Vadi Yayınları.
- Svendsen, L. (2008). *Sıkıntının Felsefesi*. (M. Erşen, Çev.) İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Tesich, S. (1992, Ocak). *A Government of Lies*. *The Nation*, 6(13).
- Zizek, S. (2005). *Yamuk Bakmak*. (T. Birkan, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.