

Elfane Gasimova
felsefe üzre felsefe doktoru, doçent
Azərbaycan Ekonomi Universiteti
Az – 1001, Bakü, İstiqlaliyyət 6
E-mail: qasimova_elfana@mail.ru

SOSYOKÜLTÜREL ALANLARIN PROJELENDİRİLMESİNİN ESTETİK PRENSİPLERİ

Özet: Tasarımcı sosyokültürel alanı projelendirirken ilk önce aklında onun şeklini oluşturur – bu şekil doğal nedenlerden dolayı zamanla dəğişebilir, fakat estetik yaklaşımın amacı ve alanın duygusal şeklini belirlemek işlevi her zaman için kalıcıdır. Farklı devirlere ait olan ve sanat eserlerine, felsefi metinlere, bilimsel araştırmalara, kültürel olgulara ve dinsel ölkülere yansıyan mekan şeklini belirlemektir.

Projelendirme sürecinde tasarımcı, “tasarımcı – proje – obje – eşya” şeması kapsamında iş yapar. Bu açıdan, tasarımcı bir taraftan duygulara, diğər taraftan ise zekaya bağlıdır. Bu yüzden de sosyokültürel alanın projelendirilmesi sürecinde başlıca kabul edilen konseptteki düşünceden yararlanılmalıdır. Çünki projelendirilen eşya insanın ihtiyaçlarını gidermeli, onun estetik zevkine uyğun olmalıdır.

Anahtar Kelimeler: tasarım, tasarımcı, proje, estetik prensipler, estetik zevk.

Çağdaş tasarım kuramlarında tasarımın sosyokültürel özelliğine, bu olgunun felsefi költüroloji incelenmesine, post-endüstriyel devri insanının bakış açısındaki kültürel değər ölçütlerine geniş yer verilmiştir. Tasarımın kültürel estetik değərler düzeninde kapsadığı alanın araştırılması postmodernizmin değərleri yönünde düşüncelerin değıştiği devirde, çağdaş uygarlığın benlikbilincinde manevi deyişimin vuku bulduğu bir ortamda, çağdaş költürün gelişim sorunlarının kavranılmasına olan gereksinimlere bağlıdır.

Bilimsel ve felsefi bağlamda “alan” imgesini iki şekilde sunabiliriz: maddesel (Nweton) ve izafiyet (Einstein). Ayrıca sosyokültürel alan nesnel ve öznel düzlem çerçevesinde değerlendirilmelidir. Sosyokültürel alanı kültürel estetik prensipler ve kriterler açısından değiştirilmiş ortam gibi kabul edebiliriz. Ortamın algılanması ve onun sosyokültürel alana dönüştürülebilmesi, mevcut olan ve ya sonradan oluşturulmuş dış faktörlerle, ya da iç faktörlerle, kişinin sunduğu şartlarla belirlenir.

“Bir alan, zamanın yanısıra maddenin özelliği ve varlığın temel şeklidir” konusundaki felsefi düşünce gerçeğin doğrudan algılanmasına ilişkin olmayan dünya hakkında öznel görüşü açıklamaktadır. Bu düşünce felsefi içeriğiyle kişinin değişik, alanlarındaki faaliyetleriyle yanısıra tasarımıda da ilgilendirmektedir.

Böyle bir evrensellik, “alan” kavramını “değişik mevcut nesnelere ve olayların eşgüdümünün benzersiz şekli” gibi nitelendirmeğe yol açar. (1) Dünyanın modelini kurmakla ilişkin bilimsel, sosyoloji, kültüroloji, sanatsal ve felsefi araştırmalar alan kategorisinin yalnız onların araştırmaları için gerekli olanlarından yararlanır, diğer olanaklara ise ihtiyaç duyulmaz.

Mekanla bağlı düşünceler yalnız soyut kuramlarla, yahut fiziksel matematiksel varsayımlar şeklinde değil, keza mimari projelerde de, sanat eserlerin özelliklerinde, eski mitlerin kompozisyonlarında ve postmodernizm metinlerinde açıkça bunları görebiliyoruz. Tüm olaylar, yansımalar ve nesnelere, insan zihninde, varlık gerçeklerinden biri olarak karşımıza çıkan mekanın insan tarafından algılanan olgularıdır, şeklinde bir görüş vardır.(1)

Sosyokültürel mekanın projelendirilmesinde mekan anlayışının kavranılmasından bahsediliyorsa, dikkate alınmalı olduğumuz psikolojik nokta mekanın kavranılması yeteneğinin insan bilincine doğuştan verilmiş olmasıdır ve bu bir nevi algılayışın algoritmi ve önemli parçası gibi mevcuttur, bunsuz dış alemin algılanması düşünülemez.

İ.Kant, alanın tüm dış izleniminin esasında yerleşen zorunlu önsel düşünce olduğunu söyler. Bir alanın olmadığını düşünmek asla mümkün değildir, buna rağmen burada eşyaların olmaması fikrine kimse katılmaz. Fakat gerçek şu ki, dünyanın rengarenkliği, onun estetikliği her zaman alan ilişkileri şeklinde mümkündür.

Bir alana sahip olma hissi insanın davranışlarını etkiler. Özel tasarlanmış alan, insanda belli yaratıcı, estetik duygular oluşturur, orayı güzel rahat ve konforlu hale getirmek insanda pozitif hisler uyandırır. Bu hem de sosyokültürel mekanın estetik kriterleri bakımından oluşturulmasına zemin hazırlar. Eğer tasarımcı düşüncesinde zamanın ve mekanın sınırlarını belirleyebilirse, demek ki kendisinin düşündüğü sosyokültürel alanı, onun ortamını algılayabilmiştir. Bu oldukça önemli estetik yetenektir. Şu da bir gerçek ki, izleme şekli olan alanın oluşturulması duyguların sentezine dayanan hayali onarımından sonra gerçekleşir.

Gerçek alan insanın dikkatinden, özellikle yaratıcı bir kişilik olan tasarımcının düşüncelerinden asla kaybolmaz.

Bu öyle bir sahne ki, buraya tüm dünyada vuku bulan olaylar yansır ve hatta alan kendisi bu olayın katılımcısı olur, onun akışını belirler. Yaşamın dialekti

, “eğer dünya ve tüm şeyler kendi alanında ve zamanında mevcut olsalardı onlar “şey kendinde” diye algılanmazdı, fikrini onaylamaktadır.

Tasarımcı sosyokültürel mekanı projelendirirken ilk önce kendi düşüncesinde orasının imgesini oluşturur – bu imge objektif nedenlerden dolayı zaman geçtikçe değişebilir, fakat estetik yaklaşımın önemi, alanın duygusal yapısının belirlenmesi eylemi her zaman için kalıcıdır. Zamanla tasarımcı için değişik çağlar özgü edebi eserlere, felsefi metinlere, bilimsel araştırmalara, kültürel olgulara ve dinsel fikirlere yansıyan mekan levhasını belirlemek asıl amaç olur.

Mekani doğrudan algılayabilmek aynı olabilir, fakat kültür deneyiminde farklılıklar, benzersizlik kaçınılmazdır. İşte bu nedenden dolayı değişik kültürlerde görülen alan görüntüleri bazı konularda örtüşmez, fakat içerikçe genel benzerlik de az değildir. Çağdaş bilim, insanın yalnız yaptığı inşaatla ve sözlerle değil, sanatıyla da düşündüğünü, kanıtlamıştır.

Sosyokültürel mekanı projelendiren tasarımcının algılama yeteneğinin ve duyguların tarafsız olmadığını bilmesi gerekir. Burada önemli olan insanın iç alemini ve duygusal alanını geliştirmekle, iç alemin, mekana yansımaya fırsat vermektir.

Sosyokültürel mekanın projelendirilmesi açısından şahsın şekillendirme potansiyeli oldukça önemli şarttır ve bu konun Azerbaycan`ın sosyal felsefesinde incelenmediğini belirtmeliyiz.

Kültürün entelektüel tepkisinin çağdaş aşaması olan postmodernizm kültürel bilinçte düzenlemeler yaparak bakış açısında, kültürde, sanatta, dünya ve nesne ilişkisinde değişimleri belirlemiştir. Çağdaş uygarlığın gelişmesinin genel eğilimine tasarımın ve tasarımcının uyup uyması seçim zamanı ortaya çıkar. Tasarımda seçim konusu kültürün temelini oluşturan değerler hiyerarşisinin yenileşmesiyle ilişkindir.

Bu temel konu felsefi sorun olarak kendi çözümüyle diğer meseleleri, örneğin tüketim toplumu sorununu ortaya çıkarabilir. Bu durum sadece yaşam şekli koşullarının yeni kültüroloji estetik esaslarının araştırılmasına teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda toplumsal gelişim için geleneksel olan değerlerin desteklenmesi ve esaslandırılması yöntemlerinin araştırma konusunu da oluşturur.

Çağdaş devir “bütünsel tasarım” aşamasına girmiştir, bu ise neyi tasarıma dönüştürmek, neyden tasarım oluşturmak ve ne tasarım olabilir konusunu öğrenmektedir. Böylece tasarımın geleneksel olarak “tekniksel estetik” adlandırılması devri artık kabul edilmez ve bundan farklı olarak post -endüstriyel toplumda insanların yaşam ortamı, yahut yapay eşya alemi, insanın yaşam şekli ve üslubu gibi olguların estetik içeriği halinde karşımıza çıkar.

Tasarım, güzel sanatların arasında kendi mahsus yerini alarak tüketiciye sanat eseri sunmak şeklini almıştır. İletişime hizmet göstermek, faaliyet çizgisinden vaz geçmeyecek şekilde iletişim diline dönüşerek toplumsal etkileşimin sosyal-kültürel merkezine dönüştürülmüş ve böyle bir merkeze dönüşmek tasarımın başlıca görevi olmuştur. Tarihsel kültürel, ekonomik, siyasal süreçlerin etkisiyle çağdaş teknoloji bilgisayar ve iletişim, multimedya gibi olgular oluşmuştur. Bunlar da kültürlerde ve onun işaret sistemlerinde belirlenmiş manevi

ve maddi değerleri sentez ederek insanı değiştiren kültürel “hiper mekan”ı oluşturur.
(²)

Gerçek şu ki tasarım da kendi sırasında çağdaş kültürel alanın olumlu ve ya olumsuz etkilerine maruz kalmıştır. Gerçeklerin güçlü ve kapsamlı etkisi tasarımcı faaliyetinin içeriğinin geliştirilmesini, gerçekliğin değiştirilmesi üzere faaliyetinin sosyal yönünün güçlendirilmesini, yüksek işlevsel ve estetik önemi olan şeylerin, eşyaların oluşturulmasını zorunlu kılar. Bunun yanısıra tasarım insanı uygarlığın görüntülerinden ve değerlerinden uzaklaştıran toplumsal bilincin yönetilmesinin etkisini her zaman gidermeğe çalışır. Çağdaş tasarımcı, dünyayı oluşturan Demiurg değil de, sadece dünyayı düzenleyen birisi olduğunu hiç de her zaman kabul etmez. Böyle bir ortamda post -endüstriyel toplumun kurulması sürecinin doğal parçası olan tasarımcı bir yandan insanın dünyanın nesneleriyle sosyokültürel ilişkilerinin bunalımını, diğer yandan da kendi bütünlüğünün onarılmasına çaba göstermesini, kendisini, bireyselliğini korumak çabasını yeterli derecede hassaslıkla duyar.

Bu konunun güncelliğini artıran bir önemli faktör de çağdaş insanın kkence değişik zamanlı eşya taşıyıcılarının mevcutluğu ortamına girmiş olmasıdır. Bu insan güncel moda ya göre yeni, aynı zamanda – geçmişten gelen, tarihi belleğin izini taşıyan nesnelere, eşyaların, simgelerin, görüntülerin geleneksel tasarımını koruyarak, fakat iten değişerek hayata yeni modifikasyon edilmiş şekilleri getirir, geleneksel şekillerin eklektizim remeyklerini (tasarımda artık mevcut eserlerin değişiklikle ve eklemelerle yeni versiyonunun yapılmasına denir) yeni biçimde, yeni ahenkte oluşturur.

Tasarımın kültürel değer yönlerinin kavranılmasının gerekliliği bir hayli derecede onun sınır konumunun özelliğiyle – maddisel ve manevi üretim, kullanışlı ve estetikliğin kavşağında olmasıyla bağlıdır. Toplu retim ve tüketim devrinde bu tasarımın ve tüketim değerlendirme modellerinin oluşum programını, kişiliğin benlik bilincinin ve kendini kavramasının esaslandırmasını zorlaştırır, bu da tasarımın insanın kültürel davranışına etkili etki aracı olarak belirlenmesine yardımcı olur.

Bununla ilişkin tasarımın kültürel değerini, onun öneminin, özelliğinin, i ilişkilerinin şartı ve kuramsallığının belirlenmesi sorunu oluşturur. Tasarımın özelliği ve içeriğiyle ilişkin sorunlar tek anlamlı değerlendirmeye sonuçlanmaz, çünki başlıca mesele, kendisinin sistemli teşkilinin kalite değişikliklerinin eşiğinde ortam, nesnelere, iletişim dünyasını düzenlemektir. nemli mesele çağdaş tasarımın yeni durumda kendinin faaliyetinde hangi kültürel bakış açısı seviyesine ulaşmasıdır.

Günümüzde tasarımın kendine özgü estetiğiyle güncel hayata dönüştüğü bir vakitte çağdaş insanın bakış açısı da değişmiştir. O, artık günümüze özgü tasarımın oluşturduğu estetik yaklaşımsız dünyayı düşünemiyor. Bu yeni yaşam gerçekleri kendisinin postmodern açıklamasında tasarımın yenilikçi özelliğinin gerçekleştiği çağdaşlığın genel kültürel paradigmasını belirler. Tasarımın özelliklerini yansıtan yenilikçiliği tasarımın oluşturduğu ürünlerin izinin kaybolmaması, bilakis insanlığın kültürel hafızasını zenginleştirmesidir. Bu hafızada tutulan tasarım malzemesine değeri en sonda zaman verir.

Sonuçta tasarımın kültürel değer işlevleri somut toplumun ve somut kişinin hayatında çözücü önem taşır. Bugün, bir taraftan, post -endüstriyel toplumun değer olgusu olarak tasarımın öneminin ve özelliğinin kesin algılanmaması ve dominant konumda olan kültürel refleksin postmodernçikarakterleri arasında, diğer taraftan, çağdaş kültürün değer mekanında tasarımın işlevlerinin gerçekten genişlenmesi arasında karşılıklara tanık olmaktadır.

Şunu da belirtmemizde fayda var ki, bu bağlamda değer dominantlığı, onun düzeyi yeterli derecede belirlenmemiş, kültürel değerler sisteminde tasarımın değer esasları özel olarak araştırılmamıştır. Bu açıdan tasarımın değer sisteminin bu bağlamda daha derinden öğrenilmesi gerektiğini düşünüyoruz. Aslında bu sorunun doğru algılanması gerekir: ya doğrudan etkileşim, bu ise bozulmağa götürür, ya da dünya tasarımının teorik ve pratik deneyiminin benimsenilerek geliştirilmesi yöntemi kabul edilmelidir.

Tasarım kavramı ilk kez XVI yüzyılda İngiltere`de, Shakespeare döneminde kullanılsa da onun hayati önem taşıyan meseleleri halen araştırmacıları düşündürmektedir. Şu anda gerçekten de iletişim sistemelerinin geliştirilmesi ve kültürlerarası bütünleşmenin artması yeni yaşam alanlarının tekrar gözden geçirilmesi olanaklarının genişlenmesine, insanın elverişli olmayan ortamda bulunmasının uygun araçlarının araştırılmasına yardımcı olabilecek olanaklar oluşmuştur. Tasarım kendisi, aslında öyle bir alan ki, burada insan yerel kapalı arazilerde, ekolojik açıdan kirlenmiş bölgelerde kendi yaşam ortamını geliştirmek ihtiyacını gerçekleştirir. Bu nedenden dolayı tasarımın özelliği, içeriği ve onun çağdaş kültürde oynadığı rolü sadece pratik tasarımcıları değil, hem de sosyologları, kültürologları, filozofları ve sosyal insani bilgi alanlarının katılımcılarını derinden ilgilendirir. Tasarımın tek kelimeyle post -endüstriyel toplumun proje kültürünün ifadecisi gibi çıkışı estetik kriterlerin değiştirilmesi ve sanayi şekillerinin geliştirilmesi süreçlerini daha çok belirtir.

Tasarım özel proje faaliyeti olarak estetik sunuş ve pratik işlevin dominantlığında belirlenen kendine mahsus özelliğe sahiptir. Tasarımcının faaliyetinin özelliği felsefi bakımdan maddisel, resmi, amaçlı ve itici nedenlerin birliği olabilir. Tasarımın amacı güzellikle faydalının sentezinin projesidir.

Kültürde sosyal mevcudluk ve varlığın yeni araçlarının araştırılması çağdaş insanın değişik türlü sosyokültürel aktivitesinin amacı, yahut gizemli motifidir. Tasarım sanatsal projenin, yeni şeyler oluşturmak üzere faaliyetin süreci ve sentezi olarak sosyokültürel bunalımın sorunlarının çözümüne özel yaklaşımı yansıtır. İşte bu nokta sosyokültürel dönüşümün araçlarından biri gibi sosyokültürel projelendirme sorununun araştırılmasını günceller. (3)

Bir kadar sosyokültürel mekan algılama konusundan bahsedelim. Sosyal değişikliklerin ve sosyal süreçlerin sosyokültürel yöne yansımaları insanlığın toplumsal gelişiminde gelişim noktasını değiştirmiştir. Bu sürecin yansımaları olarak araştırmacılar sosyokültürel faaliyeti, yani insan varlığının dominant kısmını araştırmaya öncelik vermişler. Gerçekten de çağdaş dünyayla sosyokültürel alan sıkı şekilde bağlı olduğu için bu bağlamda küreselleşmekte olan insanın yaşamşekli de geniş çapta gelişmeye başlar.

Sosyokültürel alan konusu oldukça geniş bağlamda açıklanır. Bu olgu mevcut dünya modelinin şekillenmesinin önemli yönü gibi ortaya çıkar, dünyanın “sosyokültürel siması” kısmında sosyokültürel ortam, zihniyet, dünyanın görüntüsü gibi meselelerin çözümünü belirler. Bu bağlamda sosyokültürel alan kendi estetik özelliklerinden ödünç vermeden kavramları birleştiren, ilgilendiren olgu şeklinde görülür. Bu da onun genel felsefi sosyoloji evrensel kategori durumunda kullanılmasına olanak sağlar.

XX yüzyılın başlarında sosyokültürel süreçlerin bitmemesi millitarihimizin, sosyokültürel simayı etkileyen çağdaş durumun öğrenilmesini gerektirmektedir. Çok eskiden kendine özgülük bakımından kültürün belli bölgesel yönlerinin canlanmasını sağlamak, desteklemek ülkenin genel kültürel simasına yetersiz noktaların eklenilmesine olanak sağlar, sosyokültürel alan sayesinde kültürel hayatın tüm rengarenkliğini kendi karmaşıklığında ve çelişkiliğinde görmeğe olanak tanır.

Bu açıdan küreselleşmeyi sosyokültürel süreç gibi sosyokültürel alanın çok alanlı süreç gibi evrenselleşmesi olgusunun öğrenilmesi olağanüstü önem taşır. Batının dünyevi bilim alanını temsil eden filozof ve sosyologların fikrinde uygarlığın kendi gelişiminde günümüze kadar görülmemiş düzeye ulaşması ve son derece mürekkep sürece dönüşmesi bu olguyu uçurum karşısında bırakmıştır. Örneğin, Fransız filozofu J.P.Sartr, bizim sorumluluğumuz düşündüğümüzden daha fazladır, çünkü bu sorumluluk tüm insanlığa aittir, diye yazıyordu. Sorunların yeni ölçüğü ve insani olanakların yeni seviyesi kendimizle ve yaşamla olan ilişkiye yeniden bakılmasını gerektirir. Bu yüzden de, gelecek bilgilerin, eğitimin, kültürün yaygınlaşması ve özelliği onların sonucu olan onaylanmış bakış açısı evrenselliğiyle bağlıdır. (4)

Buna rağmen yeni değerler sistemini – “küresel dünyanın ethosunu”, yahut karışık dünyamızda hangi genel davranış kurallarını kavrayarak kabullenmek için günümüzde gezegende nelerin vukubulduğunu anlamak gerekir. Algılanmış engeller sadece bizi hayallerden kurtarmaz, hem de karşıda duran gerçek sorunların boyutunu görmeğe yardım eder, çünkü mevcut seçim genelde hayırla şer, istikrar ve değişkenlik arasında değil, çok ve az, her biri için değişik değerlerin ödenilmesi değişik dayanıksız yollar arasında gider.

Tek kelimeyle küreselleşme sosyokültürel süreç düzleminde gerçekleşir. Evrenselleşme çok sayıda görüntülerden oluştuğundan genel değerlendirmeğe ve özelliklere uymaz, bu yüzden de “küreselleşme” teriminden genel kavram gibi yararlanmak gerekir.

Ünlü estetikçi A.Guliga XX yüzyılın sonunu sanatsal evrenselleşme çağı adlandırmıştır. Fakat evrenselleşme özdeşlik değildir. Çağdaş kültür bütündür, bu yüzden diyaloga hazırdır, fakat aynı zamanda o, çok yönlüdür, çünkü diyaloga hazır olan kültürlerin yanyana bulunmasına dayanır. Bu kültürler zorunlu şekil taşımayan, fakat yeni prensiplerin araştırılarak hazırlanmasına esas olan geleceğe dayanan kültürlerdir.

Kültürün diyalogluğu onun kalıtsal özelliği gibi değişik kültürlerde, fakat aynı ölçüde olmayacak derecede belli olur.

Tasarımcının kendi uzmanlığıyla diyaloga katılımı eskiyi dağıtmakla yenini araştırması her bir kültürün göreceli hakikiliğini tanımakla, onlar arasında karşılıklı anlaşmanın gerekliliğini gösterir. Geniş anlamda tasarımcı için evrensel diyalog gezegendeki insanların ortak hayatının organize edilmesi aracıdır, işbu süreçte tasarım sanatı, tasarımcının uzmanlığı tüm geçit devirlerine özgü geçmişle mevcut anın karşılıklı etkisini duymak alanıdır.

Fakat tasarımcı unutmamalıdır ki, kültürlerin ilişkisi ve birbirine etkisi hiç de her zaman olumlu sonuçlanmaz. Bir kültürün diğeri üzerinde baskısı, bazen kültürel izole, asimilasyon süreçleri hiç de her zaman tarafların gelişimine yardım etmediği tarihten bilinen bir şey. Bu yüzden de tasarımcının, uzmanlığı ne kadar yüksek seviyede olsa bile diyalogun kültürlerin karşılıklı ilişkilerinin ve etkisinin, bunun pozitif sonuçlara varmasının garantisi olmadığını bilmesi gerekir. Çağdaş toplumlarda yukarıda belirttiğimiz sinerjik yöntemsiz olumlu sonuç almağın olanaksız olduğu pratikte de belirlenmiştir.

Çağdaş gelişim süreçleri küreselleşmenin sosyokültürel alternatifleri belirler ve bu sürecin kendisi tasarım sanatını, tasarımcının uzmanlığının kalitesini etkiler. Küreselleşme sürecinde merkez ve çevrenin şekillenmesine rağmen onların sosyokültürel alanda karşılıklı etkisini sadece bağlılık şeklinde düşünmek doğru değildir. Bu yüzden de bu alanda küreselleşmenin etkisi, çok yönlüdür.

Tüketim ilgisinin objesi manevi faaliyet, aynı zamanda tasarım ürünleridir. Fakat manevi hayatın ve bütünlükte sosyal hayatın unifikasyonu ve stereotipleşmesi hiç gelişmemiş ülkelerin – “kontrol toplumları”nın kendisi için sevindirici sonuçlar vermemektedir, çünkü nüfuzunun büyük kısmı standart dışı, karışık ortamda eleştirel düşünce yeteneğini, yeterli hareket etmesi için güdüsünü yitirmiş olur, oysa yeni evrenselleşme süreçleri kişilikten yeni düşünce tarzını, yeni kültür örneklerinin önerilmesini gerektirir. Böyle bir karışık ortamda tasarımcının uzmanlığının yüksek olması büyük avantajdır. Pratikte yalnız tasarımcı faaliyetinin toplumun “toplum kültür” ürünlerinin oluşturduğu manevi can sıkıntısından kurtarmasında estetik sanat sergilediği görülür.

Diğer taraftan küreselleşme Merkezi dünyanın farklı bölgelerinden ucuz iş gücünün akınına kabul eden ülkelerde, örneğin, ABD’de Amerika toplu kültürünün stereotipleriyle göçmenlerin zihinsel özellikleriyle çarpışması sonucunda özel sosyokültürel durum, yeni sosyokültürel alan oluşturmuştur. Böyle karşılıklı etkileşim sonucunda kültürlerin – “hibritleşmesi” vukubulmuştur ki, bu da tasarım kültürünü, tasarımcının faaliyetini etkiler. Sorun şu ki, böyle hibrit kültürün taşıyıcısı olan subjenin davranışını tahmin etmek olanaksızdır. Yoğun göç süreçleri sonucunda “kültür anklavları” oluşmuş, bu nedenle göçmenlerin çoğu kendi yurttaşlarının çoğunluk oluşturdukları bölgelerde toplanarak kapalı birlikler organize etmişler. Sonuçta göçmenler onları kabul eden ülkenin kültürünü, kültürel estetik değerlerini benimsemek gereksinimine ihtiyaç duymazlar, hatta yerel dilde zorlukla iletişim kurarlar. Bu durumun ağır sonucu olarak böyle göçmenler birliğinde sosyokültürel mekan küresel iletişim akınları için kapanmış olur, son kültürel özellikler, kültürel hayat hakkında gerekli iletişime giremezler. Bunun yanı sıra, böyle “kültür anklavları” resmi, hakim kültürü sarsmak gücüne sahiptir.

Amerikan senaryosuna dayanan sosyokültürel alanın küreselleşmesi İslam camiasınca sıkıntılı karşılandığı hiçkimseye sır değildir. Aslında akkütürasyon yani kendi kültüründe farklı kültürlerin özelliklerini, alışkanlıklarını, estetik zevklerini, değerlerini benimsemek çok ağır ve sosyal- psikolojik süreçtir.

Küresel bilgi alanında oluşan sosyokültürel durum doğal olarak tasarımcıların da faaliyetlerinin yönlendirilmesinde, onların estetik zevkine ve uzmanlık faaliyetinin kalitece yeni içerik arz etmesinde önemli faktördür. Jan Bodriyar`ın sözleriyle söylersek, çağdaş gelişmiş ülkelerde “eşya şekillerinin tantanası” (6) tasarım yaratıcılığına ilgiyi daha da artırmıştır.

Amerikan toplumunda tasarımın daha fazla kullanıldığı reklamlar toplumsal kültürün ürünlerinin propagandasına ve tüketimine yöneliktir. Bu toplumun “ekonomi insanı” tüketime daha fazla eğilimlidir. Böylesine bir “kişilik konumu” sosyokültürel mekanın şekillenmesinde estetik zevk faktörünü etkilemenin yanısıra toplumun bilgilendirilmesinin tasarımcının sanatının amentüsüne fikir etkisinin mekanizmasının öğrenilmesini de önemli kılar. (7)

Sosyokültürel mekanın estetik etkisini güçlendiren faktörlerden başlıcası tasarım eserinin duygusal ve anlam derinliğidir. Estetik ve sanatsal şekillerin gerekli felsefi ve bakış açısı esaslarının bulunmadığı kültür mekanının fragmanlaşması ortamında “kültür sermayesinin” (P. Burdye`nin terimi) elde edilmesinde tasarımcı faaliyetinin estetik prensiplerinin rolü büyük önem taşır. Sosyokültürel mekanın böyle algılanması ortamında tasarımcı kendisinin felsefi estetik idealini doğru algılamalı ve onu gerçekleştirmelidir. Ayrıca şunu da belirtmeliyiz ki, çokkültürlülük devrinde estetik farklılıkların bazen “yumuşatılması” da tasarımcının sosyokültürel faaliyetini etkiler. İşte böylesine bir çağda tasarımcının estetik deneyiminin teorisinin öğrenilmesine gereksinim vardır. Fakat bu farklı ise araştırma konusudur.

Sosyokültürel alanın klasik tahlilini veren P.Sorokin “sosyokültürel alan, insanın sosyal Evren`deki yeridir, onun sosyal biyografisinin tam açıklamasıdır. Bu durumda sosyal mekanı sosyalleşmenin “ölçüsünü ne kadar artırsak da, yine de alanın” sosyal yapısı değişmez, çünkü sosyal gruplar kalır, onların diğerleriyle sosyal ilişkileri “çalışır”, sosyokültürel deneyim zenginleşir, en başlıcası grubun bütünlüğünü koruyarak muhafaza eden kültürel deneyim artar.” der

Daha geniş anlamda ele alırsak aynı bir grubu biz iki yöndenaçıklayabiliriz: subje tarafından o, belli sosyal kuruluş olarak sunulur, ikinci taraftan sosyal kültürün genel morfolojisinde subkültür olarak görülür. Sosyokültürel mekan dünya modelinin şekillenmesinin oldukça önemli yönüdür, yani sosyokültürel mekan granül ve yapısallık, kültür öğelerinin yanısıra yaşaması ve karşılıklı etkileşimi, ilişkilendirilmesi, yapısal kurumun anlamca zenginleşme özelliklerine sahiptir. Sosyokültürel “alan” kategorisi bir çeşit kavramların ilişkilendirilmesidir, yani genel sosyoloji ve kültür kategorisi olarak sunulur ve ekonomik, siyasal, pedagoji, fiziksel ve saire alanları kendinde barındırmaktadır.

Tarihsel aşamada sosyokültürel alanı farklı kılan doğal koşullar şöyle sınıflandırılmaktadır: doğal koşullar – coğrafı, iklim, ekoloji, biyoloji, demografik ve b. sosyal emek bölgesünün özelliği ve koşulları, toplumun sosyal yapısı ve katmanlaşması; kültür bilgisinin kapsamı ve onun kültür alanları ve seviyesine

göre ayrılması, burada faaliyette olan sosyokültürel kriterler ve değerlerin yapısı – ekonomik, sosyal siyasal, ideoloji, idraki, etik, estetik ve b.

İnsanların sosyokültürel hayatını determine eden bu grup koşulların ve faktörlerin teorik kesişmesi faaliyet nevelerine uygun olarak onların karşılıklı etkileşiminin gerçekleşmesinin somut tarihsel alanların temel faaliyet nevelerinin uzmanlaşmış (meslek) ve uzmanlaşmamış (sıradan) nevelere ayrılmasını belirler.

Sübjektif ve objektif faktörlere ve koşullara aittir: bir yandan değişimsosyal grupların kendi mevcudluğunun objektif ortamını algılaması ve değerlendirmesi, diğer yandan onların ihtiyaçları, istekleri, motifleri, ilgileri, değerleri, amaçları ve saire.

Sübjektif ve objektif faktörlerin karşılıklı etkileşiminin özelliği aynı bir toplumda insanların yaşam şeklinin içeriğinde, yapısında ve şeklinde farklılıkları belirler.

Bu yüzden de, bu özelliği şartlandıran faktörlerin ve mekanizmaların incelenmesini uygun bulmaktayız.

Her bir tarihsel aşamada kişinin yaşam şeklinin, hayat aktivitesinin yansımalarının sosyokültürel olanakları kendi kalite belirliğine sahiptir. Bunlar kültürde insanların karşılıklı faaliyeti sistemi bireysel ve kolektif faaliyet alanları gibi sosyal önemli ve bir birinden farklı olgular gibi belirlenmiş ve kabul edilmişler.

Bu tür kültürel belirlenmiş yaşam şekli alanlarının yapısı insanların zihni ve fiziksel faaliyetinin kapsamının tiplerinin, onların somut sosyal önemli amaçları ve işlevleri çerçevesinde biyopsikoloji durumlarının nesne -mekan özelliklerinden oluşur.

Çağdaş toplumlarda insanların bu tür belirlenmiş yaşam şekilleri alanlarının araştırılması belirlenmiş kültürel yaşam şekilleri konusunda fikir söylemek için olanak sağlar.

Günümüz gerçeklerinden yola çıkarak tarihsel ve sosyokültürel dönüşüme sadece tasarımın kendisinin değil, keza düşünce üslubu ve faaliyet aracı olan projelendirme olgusunun da maruz kaldığını söyleyebiliriz. Günümüzde tasarımcı faaliyeti çok-objelidir. Sosyokültürel faaliyet olan tasarımın objesi, sosyokültürel mekanın projelendirilmesi objesi gibi sadece uzman tasarımcı değil, keza nesnelere, uzman tasarımcı projelendirilmesinin ürünlerinin tüketicisi olan sıradan insan da olabilir.

Tasarımcı kendi meslek faaliyeti aracılığıyla yararlı eşyayı, nesneyi günlük yaşam kapsamına alır, fakat tasarımcının önerisinden, sonuçta, eşyaların işletme sürecinde kendisini sadece nesne değil, keza manevi bir ortamı oluşturan tüketici olarak kullanır. Görüldüğü gibi tasarım ortamının oluşturulmasına aynı zamanda manevi faktör de önemli etkindir.

Projelendirme sürecinde tasarımcı “tasarımcı-proje-nesne-şey” şeması çerçevesinde faaliyet gösterir. Proje faaliyetinin yapısı oldukça zordur ve şu noktaları kapsar: imgesel çağrışımlar, hayal gücü, imgesel kodlardan kurulu ikinci düzlem dil soyut düşüncenin, sezgisel olanla tutarsızın, önce görme yeteneğinin sentezi, antisipasyon – sanatçıya özgü iç gizemliliğin ve dışdan verilen kültürün

ortamla, oyun noktasının sentezi, gerçekliğin yansımalarının ve değişilmesinin bütünlüğü, bilinçle biliçaltının bütünlüğü, yenilikçilikle üretkenliğin bütünlüğü.

Biz şeyi onun proje olarak mevcudluğu aşamasında algımlarken, anlıyoruz ki, şey henüz mevcut değildir, fakat tasarlanmıştır ve karşımızda duracaktır. (8) İnsan “mevcut olanla mevcut olmayan arasında seçimi henüz olmayan için eder.

(9) Tasarımcının faaliyeti gösterdiği sosyal gerçeklik şöyle ki, bu gerçeklikte insanın bireysel düşüncelerine büyük önem verilir. Moda değişken bir olgudur. Bugün moda olarak kabul gören bazı şeyler yarın moda olmayabilir. Bu da zihniyetlerdeki farklılıkları anlamak isteğini zorlaştırır. Tasarım yaratıcılığında, tasarımcının bakış açısında kendisinin somut tarihsel içeriği olan “insan ölçütü” kavramı sıkı yer alır.

“İnsan ölçütü” insanı projelendirme sürecine dahil edilir. Araştırmacı F.T.Martınoy'un bir fikrine katılıyoruz. “İnsan ölçütü” sayesinde estetik şekillerin oluşturulması esas kuramsal yaklaşımların ortadan kaldırılmasıdır.

Bu bağlamda estetik algı ezelden sade duyuşsal kavramaya yansımaz, seyretme “duygusu” teessürat aracılığıyla vukubulur, fakat ona buna rağmen serbest olduğunu da belirtmek isteriz. Yalnız buna alıştıktan sonra onlar estetik kalitelerin taşıyıcısı olurlar.

İnsanın eşya faaliyetini ilişkilendirin, önemli bütünlük bakış açısını yansıtan dünyanın görüntüsüdür. Çağdaş bakış açısı eğilimi yaratıcılığın evrenselleşmesi, insan varlığının tüm estetik sanatsal senteziyle nitelendirilir: doğal olanla sosyal olanın, sanatla gerçekliğin, tekniksel rasyonel ve lirik duygusalın, tipolojiyle bireyselliğin, sanatın kendisinde statik yapıcı alan, dinamik hayatilik, maneviyat, objektif tarihsellikte doğal insani hissiyyat. (10)

Tasarım projesinde sanatsal nokta olabilir, fakat bu temel etken değildir. Araştırmacı M.S.Kagan düşünüyor ki, tasarım şeyin proje prototipini oluşturarak bütünlükte projelendirmeyi tasarımla eşleştiriyor. (11) Felsefi algıya göre zorunluluk her zaman içeriğin algılanmasıyla ilişkindir. Bu yüzden de sosyokültürel projelendirme sürecinde unutulmaması gereken şey projelendirmenin çıkış noktası olanın bir bütün şekilde olduğu gibi yansıtan son derece anlam genelliğinden ona yaklaşmak gerektiği. Böyle olduğu takdirde, tasarım ürünü dünyada kendi yerini bulur ve kendi işlevini gereken seviyede gerçekleştirebilir.

Sanatın karakterinden farklı olarak tasarımda şeyin fikri yaratıcının psikoloji ruh haline bağlı olan iki yöntemle olabilir. Belli ki, “görseli esas alan” ve algısal tasarımcılar vardır. Duyguşsal – sezgisel ve rasyonel fikrin oluşması sürecinde bir birilerini tamamlayarak değişik meseleleri çözer. Proje faaliyeti boş yerde gerçekleşmez, kendinde siyasal, sosyal ekonomik, teknoloji, dinsel, bilimsel hukuki, sanatsal ve diğer alanları birleştirerek genel kültür sürecinin bir parçasına oluşturur. Tasarımcının nesne ile bağlı düşüncesi daha geniş sosyokültürel sürecin ögesi olur ve tasarımcının subjektif ruh haline, yeteneği ile alakalıdır.

Bu yüzden de tasarımcı kendi bakış açısına dayanarak dünyanın görüntüsü hakkında algısına yaslanır. Onun bakış açısında değişik teoriler, akımlar, okullar, dinler hakkında bilgilerin toplandığını dikkate almamız gerekir. Bakış açısı tasarımcının sosyokültürel mekanın projelendirilmesinde olağanüstü role sahiptir.

“Bakış açısı – sanat kavramı – proje kavramı – proje” – bu diyalektik şema sosyokültürel projelendirmenin önemli metodolojik yaklaşımıdır.

Doğal olarak her bir sanatçı insan kendi imgesinin tutsağı olmamalıdır. Yukarıda sunulan şema da değişebilir, ona yeni öğeler dahil edilebilir, o, düzenli olmayabilir. Fakat her bir imge derinden algılanmalıdır, tasarımcı bir yandan duygulara bağlıdır, diğer yandan zekaya, bu yüzden de sosyokültürel alanların projelendirilmesinde algılamada önemli kabul edilen düşüncelerden yararlanılmalıdır, çünkü projelendirilen şey insanın ihtiyacına karşılayacak, onun estetik gereksinimini tatmin edecek şekilde olmalıdır.

Böylece, sosyokültürel projelendirme – tasarımcının yüksek ürünüdür, tasarımcı bu süreçte kendisinin mesleki faaliyetinin içeriğini araştırır, çünkü onun sunduğu sanatın adresi somut var olan insandır.

Kaynaklar:

1. Ikonnikov A.V. *Problemi formirovaniya estetiçeskoy tsennosti promuşlennih izdeliy i ih issledovanie*, M., VNIITE, p.3 (in Russian).
2. Bak: Bodriyar J.K., (2004), *K kritike politiçeskoy ekonomii znaka*, M., 368p. (in Russian).
3. Kantor K.M., (2001), *Proyektnost mira, kulturu, istorii*, “Dekorativnoe iskusstvo”, 2001, №3, s. 43-46. (in Russian).
4. <http://spkurdyumov.ru/qlobalization – kak-sosio kulturnyi-process/>
5. Şumenko M.A., (2009), *Humanitarnie i sotsialnie nauki*, 2009, No.3, p.23-32. (in Russian).
6. Jan Bodriyar, (2006), *Obşestvo potrebleniya*, M., Respublika, 2006, razdel: “Torjestvo predmetnih form”, p.4-13. (in Russian).
7. Kapterev A.I., *Informatizasiya sotsiokulturnoqo prostranstva*, M., FAIR – Press, 2004, 512p. (in Russian).
8. Mosorov A.M., Mosorova N.N., (2004), *Teoriya dizayna*, Yekaterinburg, “Solyarie”, 2004, 173p.
9. Dizayn. Osnovnie polojeniya. Vidi dizayna. Osobennosti dizayn-proyektirovaniyaş. Mastera i teoritiki. M., “Arhitektura”, 2004, 298 s. (in Russian).
10. Berengau Z.G., *Funktsiya. Forma. Kaçestvo*. M., 1969, 378 p. (in Russian).
11. Kagan M.S., *Filosofiya kulturu*. SPB, 1996, 415 p.

Elfanə Qasımova

Sosiomədəni məkanın layihələndirilməsinin estetik prinsipləri

Xülasə

Məkanda mövcud olan dizayner sosiomədəni məkanı layihələndirərkən ilk növbədə öz təsəvvüründə məkan mənzərəsini yaradır – bu təsəvvür obyektiv səbəbdən zaman keçdikcə dəyişə bilər, lakin estetik yanaşmanın mahiyyəti məkanın hissi obrazını aşkarlamaq funksiyası həmişə qalacaqdır. Müxtəlif epoxalar

üçün xarakterik olan və bədii əsərlədə, fəlsəfi mətnlərdə, elmi tədqiqatlarda, mədəniyyət fenomenlərində və dini ideyalarda əksini tapan məkan obrazını aşkarlamaqdır.

Layihələndirmə prosesində dizayner “dizayner-layihə-predmet-şey” sxemi çərçivəsində fəaliyyət göstərir. Bu baxımdan dizayner, bir tərəfdən hisslərə tabedir, digər tərəfdən zəkaya, buna görə də sosiomədəni məkanın layihələndirilməsində konsepsiyada başlıca qəbul edilən ideyadan istifadə olunmalıdır, çünki layihələndirilən şey insanın tələbatına ünvanlanmalı, onun estetik zövqünə cavab verməlidir.

Açar sözlər: dizayn, dizayner, lahiyə, estetik prinsiplər, estetik zövq

Эльфана Касумова

**Эстетические принципы проектирования
социокультурного пространства
Резюме**

При проектировании социокультурного пространства дизайнерсначала представляет картину среды в своем собственном воображении - это представление может меняться со временем по объективным причинам, но суть эстетического подхода функция выявления чувственного образа пространства всегда остается. Для разных эпох является характерным выявление пространственного образа, отраженного и в художественных произведениях, философских текстах, научных исследованиях, феноменах культуры и религиозных идеях.

В процессе проектирования дизайнер действует в рамках схемы "дизайнер-проект-предмет-вещь". С этой точки зрения, дизайнер подвержен чувствам, с одной стороны, и уму, с другой стороны, именно по этой причине в проектировании социокультурного пространства следует использовать идею, которая была первоначально принята в концепции, поскольку проектируемый объект должен соответствовать потребностям человека и отвечать его эстетическому вкусу.

Ключевые слова: дизайн, дизайнер, проект, эстетические принципы, эстетический вкус

Elfana Gasimova

**Aesthetic principles of planning in the sociocultural space
Summary**

Firstly, the designer that is assigned for the task of planning the sociocultural space needs to visualize his intended final look of the said space – his idea for the space is subject to change over time, but the essence of the aesthetic approach to the space will always remain the same, which is to discover the sensitive (impressionable) image. It is also typical to various time periods, and

represented in art works, philosophical and scientific treatises, cultural phenomena and religious ideologies.

The designer works within the “designer-project-subject-object” planning process. Due to that, the designer complies on one hand to the feeling, and on the other hand to the intelligence. **That** is why the planning process for the sociocultural space needs to be in accordance with the main idea of the general concept, since the planned thing needs to address the demand from the individual, as well as meet his aesthetic taste.

Keywords: design, designer, project (plan), aesthetic principles, aesthetic taste.

Məqalənin redaksiyaya daxil olma tarixi: 21.05.2018 Məqalənin təkrar işlənməyə göndərilmə tarixi: **29.05. 2018**Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: **19.06.2018**

Məqaləni çapa tövsiyə edən sahə redaktorunun (və ya üzvünün) adı: professor Niyazi MehdiADMIU-nun Elmi Şurasının 06 iyul 2018-ci il, 09 sayılı qərarı ilə çap olunur