

## GRAFİK TASARIM ALANINDAKİ ETKİLERİ BAĞLAMINDA 21. YÜZYILDA YENİ BİR TASARIM ÜSLUBU OLARAK MAKSİMALİZM

Arş. Gör. Cihangir Eker\*  
Öğr. Gör. Can Kızgındemir\*\*

**Özet:** Maksimalizm, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren sanat ve tasarım literatüründe kendisine yer bulmaya başlayan, çeşitli sanatsal akımların özelliklerini de içerisinde barındıran ve biçimsel olarak renkli, canlı, zengin bir yapıya sahip olan üslubun adıdır. Bu üslup 21. yüzyılın ilk on yılından sonra özellikle grafik tasarım alanındaki pek çok tasarımcıya ilham vermeye, aynı zamanda grafik tasarım ürünü talep eden müşteriler tarafından daha çok istenilir olmaya başlamıştır.

Araştırmada 21. Yüzyılın ilk on yılından itibaren grafik tasarım alanında popülerleşen maksimalizm akımı irdelenecektir. Bu doğrultuda araştırmanın problemi “Maksimalizm’in 21. yüzyıl itibarıyla grafik tasarım alanında sıklıkla tercih edilmeye başlanmasının sebepleri nelerdir?” olarak belirlenmiştir. Araştırma problemi doğrultusunda araştırmanın amacının, maksimalizmin grafik tasarım alanında popülerleşmesinin nedenlerini ifade etmek, ayrıca maksimalizme ilham kaynağı olmuş diğer sanat ve tasarım akımlarıyla maksimalizmin ortak yönlerini belirleyerek akımın özelliklerini açıklamak olduğu söylenebilir. Araştırma betimsel modele dayalı nitel bir çalışmadır. Araştırmada kavramsal çerçeveyi oluşturmak ve araştırma problemini tartışabilmek amacıyla doküman incelemesi gerçekleştirilmiş, bu doğrultuda kitap, dergi, e-dergi, tez, makale ve internet makalelerine başvurulmuştur. Araştırmanın, maksimalizm kavramına açıklık getirmesi ve grafik tasarım literatürüne katkı sunması hedeflenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Maksimalizm, Grafik Tasarım, Postmodernizm, Minimalizm.

## MAXIMALISM AS A NEW DESIGN CONCEPT IN 21. CENTURY IN CONTEXT OF THE EFFECTS ON GRAPHIC DESIGN FIELD

Res. Asst. Cihangir Eker\*  
Lec. Can Kızgındemir\*\*

**Abstract:** Maximalism is the name of the style that has started to find a place for itself in the art and design literature since the second half of the 20th century, which has a colorful, vibrant and rich structure in form. Maximalism, which was first seen in the field of fashion, began to inspire many designers, especially in the field of graphic design, for various reasons after the first decade of the 21st century, and at the same time became more desirable by customers.

In this research, design movement maximalism will be examined. In this direction, the determined problem of the research is "What are the reasons why Maximalism is being preferred in graphic design since the 21st century?". The purpose of the research is to express the reasons for the popularization of maximalism in the field of graphic design, and also to explain the features of the movement by identifying the common aspects of maximalism with other art and design trends that have inspired maximalism. The research is a qualitative study based on descriptive model. In order to form the conceptual framework in the research and discuss the research problem, a document review was carried out. The aim of the research is to clarify the concept of maximalism and to contribute to the graphic design literature.

**Keywords:** Maximalism, Graphic design, Postmodernism, Minimalism.

## 1. GİRİŞ

Maksimalizm kavramı; moda tasarımı, endüstriyel tasarım, resim ve mimari gibi pek çok alanda olduğu gibi grafik tasarım alanında da etki gösteren, kendine has çeşitli özellikler barındıran bir üsluba karşılık gelir. Maksimalizm kelimesi (ing. maximalism), içinde “en fazla, büyükçe, azami” gibi anlamlara gelen “maximal” sözcüğünü barındırmaktadır. Anlam olarak ise kavram “minimalizmin karşıtı, aşırılığa karşı meyletme” anlamlarını taşımaktadır (http-1). Taşındığı anlamdan da hareketle maksimalist tasarım üslubunun, minimalist anlayışın barındırdığı bir takım üslupsal özelliklere karşı olarak ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Minimalist tasarım üslubunun görüldüğü bütün alanlarda olduğu gibi, grafik tasarım alanında da maksimalist üslup, minimalist grafik tasarım anlayışının karşısında konumlanan ve minimalizmden farklılaşan özellikleri bünyesinde barındıran bir anlayıştır.

Grafik tasarımın 20. yüzyılın sonlarından itibaren öncelikle bilgisayar, ardından akıllı telefon ve tabletler gibi çoklu ortamlar için de bir ihtiyaç haline dönüşmesinin ardından; temel olarak dijital ortamların uyumluluk ve görsel kirliliğin en aza indirilmesi gibi gereksinimlerden dolayı minimalist tasarımlar 21. yüzyılda artık bir ihtiyaç haline gelmiştir. Dijital ortamların ardından ambalaj tasarımı, afiş tasarımı ve kurumsal kimlik gibi pek çok grafik tasarım ürününde de minimalist üslup tercih edilmeye başlanmıştır. Ancak pek çok tasarımcı minimalizmin kurallarını aşmış, tasarımlarında farklı üslupların etkilerini uygulayarak, daha deneysel ve cesur tasarımlara yönelmeye başlamıştır. Özellikle 2010’ların sonlarına doğru bu yönelim giderek artmış ve afişlerden ambalaj tasarımlarına, web sitelerinden basılı yayıncılığa kadar grafik tasarımın etkileşimde bulunduğu pek çok alanda minimalizme karşı duran, farklı sanat akımlarının özelliklerini

taşıyan bu coşkulu tasarım üslubu kendisini sık sık göstermeye başlamıştır. Bu sebeple söz konusu tasarım üslubunun minimalizm ile arasındaki farkları ortaya koymak, taşıdığı postmodern nitelikleri belirlemek, farklı sanatsal üsluplarla ilişkisini kurmak ve yapılmış tasarım örnekleri ile betimlemek, üslubun grafik tasarım alanındaki bilinirliğine ve gelecekte yapılacak olan çalışmalara katkı sağlayabilmesi açısından önemlidir.

## 2. YÖNTEM

Maksimalizm akımının detaylı biçimde ele alınabilmesi ve tanımlanabilmesi için, doküman analizi yönteminden yararlanılmıştır. “Araştırmada incelenen olgu veya olaylarla ilintili bilgiler içeren yazılı belgelerin ayrıntılı olarak taranması ve bu bilgilerden yeni bir bütünlük oluşturulması, doküman/metin analizi olarak adlandırılır” (Creswell’den akt. Baltacı, 2019, s. 376). Maksimalizm akımının özelliklerini belirleyebilmek, akımın geçmişteki akımlarla ilişkisini anlayabilmek ve akıma yönelik tanımlamalar yapabilmek adına daha önce yazılmış olan tez, makale ve internet ortamında paylaşılmış olan içerikler taranmıştır. Dökümanların konuyu kapsamlı biçimde ele almasına ve anlatımı örneklerle desteklemiş olmasına dikkat edilmiştir.

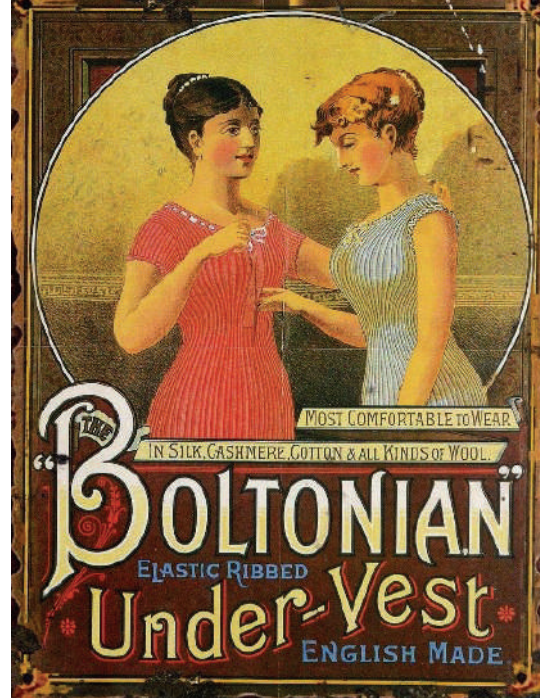
Maksimalizmin sanat ve tasarım alanını ilgilendiren bir alan olması, konunun ele alınması sırasında maksimalizmi örnekleyen görsellerden yararlanılmasını ve bu görsellerin incelenmesini de gerekli kılmıştır. Araştırmada akımın grafik tasarım alanıyla ilişkisine odaklanıldığından, görsellerin seçimi de grafik tasarım alanı dahilinde üretilmiş tasarım ürünleriyle sınırlandırılmıştır. Bu doğrultuda grafik tasarım tarihindeki çeşitli akımların özelliklerini taşıyan örneklerle birlikte, maksimalist üslup doğrultusunda üretilmiş grafik tasarım ürünlerine de görsel örnekler olarak yer verilmiştir. Maksimalist örneklerin

betimlenmesi, karşılaştırılabilmesi ve incelenmesi için ise grafik tasarım ilkelerinden ve görsel tasarım öğelerinden yararlanılmıştır. Grafik tasarım ilkeleri olan denge (simetrik-asimetrik), görsel hiyerarşi, görsel devamlılık, görsel bütünlük ve vurgulama (Becer, 2019, s. 64). ilkeleri ışığında araştırmada yer verilen görsel örnekler incelenmiş ve görsellerden hareketle üsluplar arası karşılaştırmalar yapılmıştır. Grafik tasarım ilkeleriyle birlikte; “görsel tasarımlardaki ayrıştırılabilecek ve tanımlanabilecek bileşenler” olarak tanımlanan görsel tasarım öğeleri olan nokta, çizgi, doku, şekil, biçim, boşluk ve renk öğelerinden de (Gezer, 2019, s. 597) araştırmada yer verilen tasarımların incelenmesi sırasında inceleme kriterleri olarak yararlanılmıştır.

### 3. BİR GRAFİK TASARIM ÜSLUBU OLARAK MAKSİMALİZM

#### 3.1. Postmodern Tasarımla İlişkisi Bağlamında Maksimalist Grafik Tasarım

Viktorya döneminde geçmişteki yüksek estetik niteliğe sahip sanat ürünlerinin bir seri üretim nesnesine dönüştürülmesi, tasarımda ticari kaygıların estetik kaygıların önüne geçmesi, geçmişte özenle tasarlanan roman yazı tiplerinin hoyratça başkalaştırılarak özünden koparılması gibi (Örn. Görsel 1) olumsuz durumlar, pek çok sanatçı ve tasarımcıdan tepki görmüş ve onları yaşadıkları bu olumsuz durumdan bir çıkış yolu aramaya itmiştir. Bu arayışın sonucu olarak tasarımcılar, tarihselci bir tutumla Ortaçağ sanat tarzından ilham alarak Arts&Crafts, Art Nouveau gibi akımları başlatmıştır. Buna karşın Arts&Crafts ve Art Nouveau gibi akımların tasarım anlayışını fazla süslemeci bulan bazı grafik tasarımcılar ise, 20. Yüzyılın başlarında tasarımda sadeleşme hareketine yön vermiştir. Plakatstil (poster tarzı), De Stijl ve Konstruktivizm gibi 20. yüzyılın modern akımları, tasarımda bir sadeleşme hareketi başlattıkları gibi, kendilerinden sonra gelen uluslararası stil gibi modernist hareketlere de ilham kaynağı olmuşlardır.



Görsel 1. Tasarımcısı bilinmiyor, Boltonian İç Çamaşırları (İlan), 1888.

20. yüzyılın başlarındaki modern akımları grafik tasarıma uygulayarak modernizmin temelini atan Jan Tschichold, Cassandre, Max Bill, Josef Müller Brockmann ve Theo Ballmer gibi isimler, çalışmaları ve yayınlarıyla 20. yüzyıl modernist grafik tasarımına yön vermişlerdir. Grafik tasarımın en büyük isimlerinden biri olan Cassandre, “Afiş satıcısıyla tüketici arasında kurulan bir iletişim medyasıdır. Afiş sanatçısı bu ilişkide bir telgraf memurunun rolünü üstlenir. O, haberi veya bilgiyi kendi yaratmaz, sadece iletir. Kimse onun fikrini sormaz, onun tek görevi, mesajı net, iyi ve tam olarak görsel anlatım aktarabilmektir” (Bektaş, 1997, s.100) sözleriyle, modernizmin tasarıma bakış açısını adeta özetlemiştir. Modernizmin öncü isimlerinden Max Bill’in 1949 yılında “sanatı geliştirmenin büyük ölçüde matematiksel düşünce ile mümkün olduğu”na yönelik (Meggs ve Purvis, 2012, s.374) tanımı, modernizmin grafik tasarım yaklaşımını açıklar niteliktedir. Bunun en somut örneğini Theo Ballmer’in Büro ve Norm uluslararası



Görsel 2. Theo Ballmer, Büro ve Norm uluslararası sergileri için posterler, 1928.

sergileri için tasarladığı ve afişlerde (Görsel 2) görmek mümkündür. Balmer'ın afişleri gridal sayfa kullanımı ile modernizmin matematiksel tasarım yaklaşımını kanıtlar niteliktedir.

Cassandre ve Max Bill gibi modernist akımlara öncülük eden pek çok isim, tasarımın başarılı bir kitle iletişimi sağlayabilmesi için karmaşadan ve süslemeden arındırılıp sistemli ve matematiksel bir yalınlık ile gerçekleştirilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Bu yaklaşım, yirminci yüzyılın ortalarında grafik tasarımda etkisini güçlü bir biçimde gösteren Uluslararası Tipografik Stil'i (Swiss Design) önemli ölçüde şekillendirmiştir. Uluslararası Tipografik Stil tasarımcılarının en dikkat çeken özelliği, tasarımı bir matematiksel kurallar bütünü olarak görmeleri, tasarımlarında detaylı grid sistemleri ve serifsiz (tırnaksız) yazıtipleri kullanmaları ve tasarımı, mesajı açık bir biçimde ileten oldukça minimalist bir yaklaşımla gerçekleştirmeleridir.

Modernizm, Viktorya dönemindeki tasarım kaosu haklı bir tepki olarak görülse de

ilerleyen yıllarda bazı tasarımcılar tarafından özgürlüklerini kısıtlayan bir hareket olarak da nitelendirilmiştir. Kimi tasarımcılar 60'lı yıllardan başlayarak tasarımdaki bu mutlak düzen duygusuna tepki göstermiş ve deneysel çalışmalara yönelmişlerdir. Deneysel tipografinin öncü isimlerinden olan Herb Lubalin'in U&lc (uppercase&lowercase) dergisi için yaptığı kapak tasarımları, modernist tipografi anlayışına tepki olarak üretilen deneysel çalışmalar bağlamında önemli bir yere sahiptir (Görsel 3). Dünyayı saran Hippi hareketi ile birlikte Saykodelik tarzın grafik tasarıma da yansması, modernist hareketin düzen duygusuna yapılan ilk başkaldırılardan biri olması ve postmodern akımların öncüsü olması bakımından dikkat çekicidir.

Saykodelik tasarımla aynı yıllarda ortaya çıkan bir başka sanatsal üslup olan postmodernizmle birlikte tasarımcılar, modernizmin birer kural haline dönüşmüş olan tasarım özelliklerine karşı çıkmaya ve tasarım alanında denenmemiş olanı denemeye başlamışlardır. Kökü 1970'lere dayanan, temel bir felsefesi ve ortak bir çizgisi



Görsel 3. Herb Lubalin, U&Ic (uppercase&lowercase) dergisine ait kapak tasarım örnekleri, 1970-1999.

olmayan bu anlayış, grafik tasarımda özgür ve dışavurumcu bir çağın başlamasına (Bektaş, 1992, s. 230) neden olmuştur.

Postmodernizm terimi, ilk defa 1917’de Rudolf Pannwitz tarafından kullanılmıştır ve kelime anlamı “modernizme özgü olan her şeyi reddeden, eski tarzların yüzeysel değişikliklerle tekrarlandığı, belirli bir dönemden sonraki birçok hareketi kapsayan” (Keser, 2009, s. 261) bir yönelimi karşılamaktadır. Grafik tasarım alanında postmodernizm, genel olarak modern tasarım öğretilerinin ve alışlageldik modernist tavrın karşısında bir tavır olarak nitelendirilen bir tasarım üslubu anlamına gelmektedir. Postmodern grafik tasarımın doğmasındaki en büyük etkenlerden biri, tasarımcıları sınırladığı düşünülen tasarım kurallarıdır. Bu dönemde, grafik tasarımcılar evrensel kabul görmüş değerleri yeniden yapılandırarak, tasarımı özgürleştirmek istemişler (Toy ve Görgülü, 2018, s. 352) ve bu doğrultuda yeni bir üretim sürecini benimsemişlerdir. Bu üretim tarzını benimseme sürecinde Postmodern tasarımcılar modernizmin getirmiş olduğu ve katı buldukları pek çok tasarım kuralını yok saymış, tasarım yüzeyine asimetri ve coşkuyu getirirken de aynı zamanda geçmişin sanat ve tasarım üsluplarına da tasarımlarında yer vermişlerdir. Özellikle Viktorya, Arts & Crafts, Art Nouveau, Saykodelik

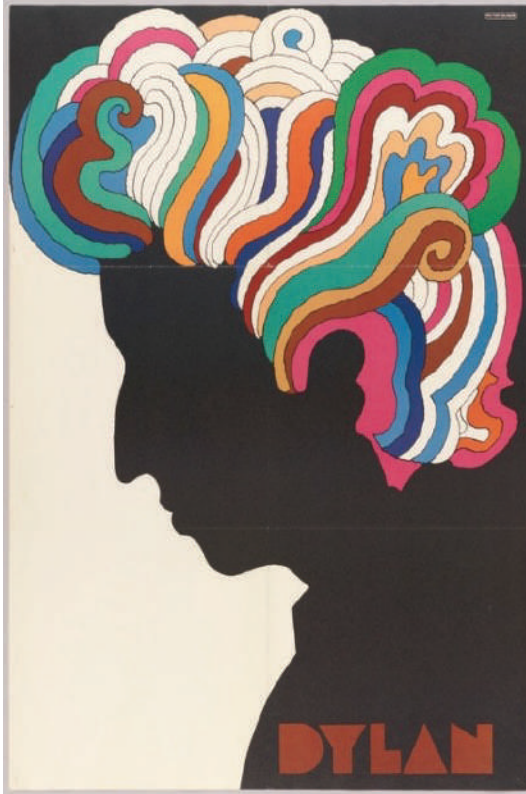
gibi akımlar, bu noktada tasarımcıların en sık ilham aldıkları sanatsal üsluplar haline gelmiştir.

Postmodern tavrın modern olana karşı tutumu, maksimalizmin minimalizme karşı olan tutumuyla benzeşmektedir: Maksimalizm, tıpkı postmodernin moderne karşı isyanı gibi, minimalizme karşı bir isyandır (http-2).

Elbette ki modern-postmodern karşıtlığı ile minimal-maksimal karşıtlığının grafik tasarımdaki benzeşmesi, yalnızca bir benzeşmeden ibaret değildir. Postmodernizmin karşı çıktığı modernist üslubun özellikleri, maksimalist üslupla karşıt olan minimalist grafik tasarımın pek çok özelliğiyle örtüşmektedir. Minimalizmin tasarım alanındaki varlığı, modern tasarımın öğretilerine dayanır. Modernizmde kabul görmüş olan süslerden arındırılmış yüzey, okunaklılık, mesajın açık bir biçimde iletilmesi, gereksiz detayların tasarım dışında bırakılması gibi özellikler, minimalist tasarımlarda da görülmektedir. Bu doğrultuda Mies van de Rohe’nin “az çoktur” (less is more) sloganının hem modern dönem akımları hem de minimalist tasarım için bir tasarım ilkesi haline geldiğini (İlbars, 2019, s. 37) söylemek yanlış olmaz. Maksimalist üslup ise Rohe’nin sloganının tam aksine “çok çoktur” (more is more) ilkesini benimsemiştir, bu özelliğiyle de minimalist tasarımla zıt bir noktada durmaktadır.

Postmodernizmin de buna benzer biçimde: her şeyin birbiriyle uyumlu olabileceği (Turgut, 2013, s. 171) anlayışına sahip olması, ayrıca tasarımlarda boşlukta uçan biçimler, tıpkı Milton Glaser tarafından Bob Dylan için tasarlanan afişte olduğu gibi (Görsel 4) zikzak ve çizgiler, neşeli ve enerjik geometri ile çok katmanlılık gibi özelliklerin görülmesi (Heller & Chwast, 1992, s. 1), postmodernizmin de az yerine çok'u tercih ettiğinin göstergesidir. Dolayısıyla postmodernin modernde karşı çıktığı kurallara, maksimalizm de minimalizm de karşı çıkar. Postmodernizm ile maksimalizmin bu ve bunun gibi ortak pek çok yanını, postmodernist öğretiler doğrultusunda tasarımlarını üretmiş olan sanatçıların işleri üzerinden de açıklamak mümkündür.

Modernist tasarım öğretilerinin yerini daha özgür, dışavurumcu ve deneysel bir tasarım sürecine bırakmasıyla beraber, 1980'lerden



Görsel 4. Milton Glaser, "Dylan", 1966, Ofset litografi, MoMA.

itibaren pek çok tasarımcı bu yeni tasarım dilini benimsemeye başlamıştır. Dijital ortamın tasarım yapmaya elverişli bir hal almasıyla birlikte, bu yeni anlayış doğrultusunda üretim yapan sanatçılar bilgisayarları da tasarımlarını gerçekleştirdikleri bir araç olarak kullanmışlar, bilgisayar ortamının kendine has dili ve sayısız olanaklarıyla pek çok yaratıcı tasarıma imza atmışlardır. Dönemin bilgisayarlarını tasarım amacıyla kullanan ilk tasarımcı, aynı zamanda en yaratıcı postmodern tasarımcılardan birisi olarak da kabul edilen April Greiman'dır. Greiman, deneysel tasarım anlayışını dijital tabanlı tasarımları adapte ederek, teknoloji ve postmodern grafik tasarım anlayışı arasındaki bağı kurmuştur (Toy ve Görgülü, 2018, s. 360).

Görsel 5'deki örnekte Greiman'ın en ünlü tasarımlarından birisi olan WET dergisi kapak tasarımı, Görsel 6'da ise "Your Turn My Turn" isimli afişi görülmektedir. WET işinde tasarımcı; pek çok sayıdaki elementin sezgisel dağılımından kaynaklanabilecek kaosu sayfada gözü belli bir noktaya çekerek kendi içerisinde düzenli bir organizasyonla engellemiş ve böylelikle, izleyicinin sayfanın zengin formlarına karşın göz hareketlerini, baskın elementlerin yardımı ile kolaylaştırmıştır (Akgül, 2008, s. 90). Your Turn My Turn'de ise tasarımcı WET ile benzer nitelikteki çok katmanlılık, neon ve kontrast renk kullanımı, parçalanmış yüzeyler ve asimetrik



Görsel 5. April Greiman, WET Dergisi Kapağı, 1979.



Görsel 6. April Greiman, Your Turn My Turn afişi, 1983.

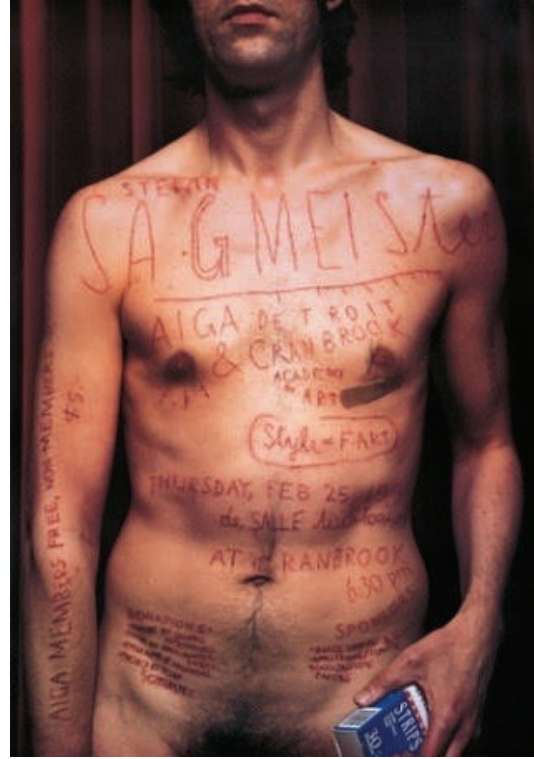
kompozisyon gibi tasarım özelliklerini başarıyla uygulamıştır. Her iki tasarım yüzeyinde de asimetrik bir denge sağlandığı görülmektedir. Görsel 5’de merkezdeki fotoğraf, Görsel 6’da ise “You Turn My Turn” yazısı görsel hiyerarşinin öne çıkan unsurlarıdır. Bunun yanında asimetrik biçimde yüzeye dağılmış diğer öğeler de boyutları veya kontrast renkleri dolayısıyla algılanabilir seviyededir. Tercih edilen renklerin tasarım yüzeyindeki dengeli dağılımı, görsel bütünlüğü pekiştirmektedir. Greiman’ın bu iki örnekte görülen tasarımlarında rastlantısallığa dayalı asimetrik denge ve yüksek kontrastlı zengin renk tercih etmesi, onun postmodern tasarıma olan eğiliminin de görünür olmasını sağlamaktadır.

Maksimalist grafik tasarım üslubu üzerinde yoğun biçimde etkisi olan bir başka postmodern tasarımcının, Stefan Sagmeister olduğu söylenebilir. Sagmeister, özellikle tipografik ve deneysel tasarım oyunları ile tasarım yüzeyine dinamizm getirmesiyle bilinen, durağanlığın neden olduğu sınırlamaları tipografiyle devingen hale getiren (Turgut, 2013, s. 102) bir isim olarak postmodern dönemin önde gelen grafik tasarımcılarından biri haline gelmiştir. En bilinen işlerinden biri olan ve 1999 yılında AIGA’daki poster tasarım için hazırlamış olduğu ve kendi bedenini jilette “yazarak” oluşturduğu (Heller ve Vienne, 2016, s. 10) çalışmasında sanatçı, gövdesini tasarım yüzeyi olarak kullanmış ve jilet yardımıyla kendi bedenine tipografik bir kompozisyon gerçekleştirmiştir.

Görsel 7’de gösterilen örnekte Sagmeister kendi bedenini bir afiş yüzeyi gibi kullanarak tipografik bir tasarım yapmıştır. Görselin tamamı ele alındığında; beden fotoğraf yüzeyinin merkezindeki simetrik duruşu ile bedendeki tipografik elemanların asimetrik yapısı, tasarım alanında bir zıtlığın/kontrastın oluşmasını sağlamıştır. “Sagmeister” yazısı yüzedeki ana vurgu unsuru olarak büyük biçimde yapılmıştır.

Görsel hiyerarşi de bu yazıdan itibaren başlayarak yüzeyin altına doğru ilerlemektedir. Harflerin elle yazılmış olması sonucu farklı karakterler beden üzerinde yer alarak asimetriyi pekiştirmektedir.

Sagmeister’in Aizone markasının bir kampanyası için Jessica Walsh ile gerçekleştirmiş olduğu tasarımların, doğrudan maksimalist nitelikler taşıdığı söylenebilir (<http-3>). Beyrut merkezli bir tasarım firması olan Aizone için 2012 yılında gerçekleştirilen kampanyada, Sagmeister ve Walsh, temel olarak el yapımı tipografik düzenlemeleri, dijital ve analog yöntemler kullanarak oluşturmuştur. Çalışmalarda ayrıca saç tellerinden boya tozlarına ve neon kalemlere kadar pek çok malzeme ile tipografik kompozisyonlar kurgulanmış, fotoğraflanmış ve dijital olarak son şekli verilmiştir. Görsel 8 ve 9’daki örneklerde tipografinin bedenle deneysel birlikteliği ve kontrast renk vurgusu, çalışmalarda beden yüzeye dönüşmesini sağlamış vurgunun tipografi ile kurgulanmasını mümkün kılmıştır.



Görsel 7. AIGA için “Sagmeister”, Stefan Sagmeister, 1999.





Görsel 8 (solda) ve Görsel 9 (sağda) "SS13 Aizone" kampanyası için tasarımlar, Stefan Sagmeister ve Jessica Walsh, 2012.

Aizone kampanyasına ait bu iki örnekte vurgunun kontrast renk/ton seçimleri ile ve belirgin tipografilerle sağlanması durumu, postmodern çağın en önemli tasarımcılarından olan Sagmeister'in çalışmalarında maksimalizme dair ilhamlar olduğunu gösterir niteliktedirler. Maksimalist çalışmalarda tipografinin güçlü, belirgin ve tekrarlarla kullanımının, tasarım yüzeylerinde tipografi ile verilmek istenilen mesajın daha güçlü olmasını sağladığı (http-4) göz önünde bulundurulduğunda, Sagmeister ve Walsh'in çalışmalarının maksimalist nitelikleri daha iyi anlaşılacaktır.

April Greiman ve Stefan Sagmeister'la birlikte, Wolfgang Weignart, David Carson ve Neville Brody gibi ünlü postmodern grafik tasarımcıların oluşturduğu tasarım dili, maksimalist grafik tasarımın tasarım dili için en önemli kaynaklar olmuştur. 21. yüzyılın ilk on yılından sonraki süreçte grafik tasarımcılar, postmodern tasarım diline ait özelliklerden aldıkları ilhamla maksimalist üslupta işler üretmeye başlamışlardır. Bu yeni üslubun ortaya çıkması ise birdenbire olmamıştır; özellikle tasarım dünyasındaki minimalizm üslubunun baskınlığı sonucu, hem tasarımcılar hem de müşteriler kendini gösteren, albenisi ve ifade gücü yüksek tasarımları, yani maksimalist tasarımları tercih etmeye başlamıştır.

### 3.2. Grafik Tasarımdaki Etkileri Bağlamında 21. Yüzyıl'da Maksimalizm

Tıpkı postmodernin modern karşısında yükselişi gibi, maksimalist tasarım da yükselişini minimalist tasarım karşısında gerçekleştirmektedir. Minimalist tasarım, özellikle 21. yüzyılda, birtakım sebeplerden dolayı grafik tasarım dünyasında sıklıkla kabul görmeye başlamıştır. Bunun sebeplerinden belki de en önemlisi, bilgisayar teknolojisinin grafik tasarıma yaptığı bazı olumsuz etkilerden kaynaklıdır.

1980'li yıllarda bilgisayarlı tasarımın mümkün hale gelmesiyle, tasarım süreçlerinde hem süre hem de üretimsel açıdan büyük değişimler olmuştur. O yıllarda April Greiman, Apple Mac'i tasarım uygulamalarına entegre etmeye ve bilgisayarın yeni görsel iletişim biçimlerine öncülük etme potansiyelini kullanmaya başlamıştır (Ambrose ve Aono-Billson, 2013, s. 22). Dijital ortamda tasarlanmış olan ilk tasarımın da sahibi olan Greiman'dan itibaren bilgisayarlar artık grafik tasarım ürünlerinin üretilebildiği istasyonlar haline gelmiştir. Bunun sonucu olarak üretim süresi eskisine oranla çok daha kısalmış, ayrıca tasarımcılar normalde çok fazla emek isteyen tasarım süreçlerini daha az emek sarf ederek tamamlayabilir hale gelmiştir. Bilgisayarların giderek yaygınlaşmaya



Görsel 10. Tasarımcısı bilinmiyor, Pacific Northwest X-Ray Inc. internet sitesi.

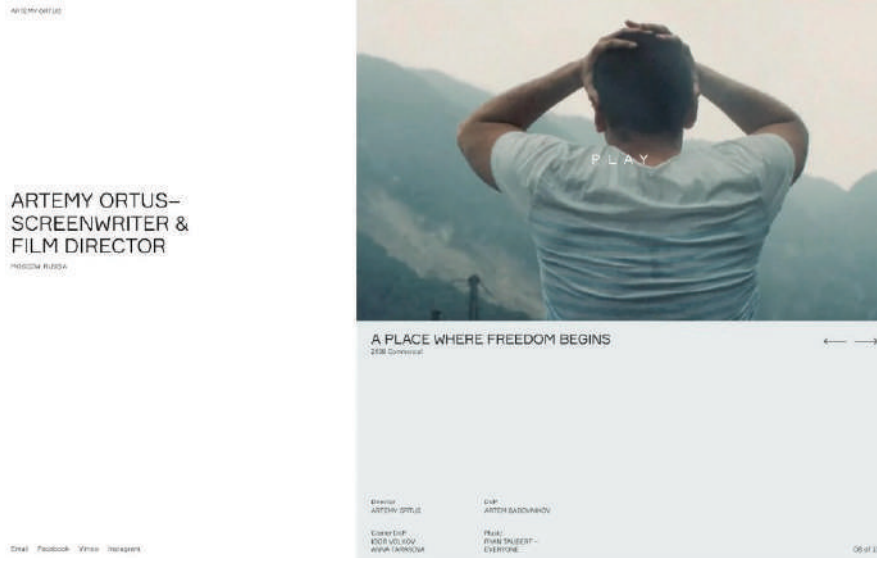
başlamasıyla ise, grafik tasarım alanında olumlu gelişmeler yanında bir takım olumsuz gelişmeler de meydana gelmiştir. Gerek bilgisayara erişimin kolaylaşması gerekse tasarım yazılımlarının ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte tasarım yapmak isteyen bireyler birçok hazır efekt, görüntü, web sayfası, background (arkaplan), gibi tasarım unsurlarına kolaylıkla ulaşabilir olmuşlardır (Turgut, 2013, s.174). Tasarım yapabilmenin, tasarım yapılabilecek hazır şablon grafik unsurlara ulaşabilmenin kolaylaşmasıyla, günlük yaşamda karşılaşılan grafik tasarım ürünlerinde ciddi bir iletişim problemi görünür olmaya başlamıştır. Bilinçsizce uygulanan kompozisyonlar, aşırı düzeyde görsel efektler, eklektik unsurlar sonucunda hem günlük yaşamda hem de 90'larla birlikte hayatımıza giren sanal ortamlarda devasa bir görüntü kirliliği meydana gelmiştir.

Grafik tasarımda yaşanan bu olumsuz durumu en belirgin şekilde web arayüz tasarımları üzerinden örneklemek mümkündür. 90'lı yılların sonu ve 2000'li yılların başında tasarımcıların web arayüzlerinde Viktorya dönemini andırırcaasına işlevselliği geri plana atıp tamamen görseelliği ve ilgi çekiciliğe yönelmesi buna örnek olarak verilebilir. O dönemde markaların ve tasarımcıların web sayfalarını bir tür dijital vitrin gibi düşünmesi ve en süslü vitrinin müşteriye kendilerine çekerek sayfadaki tıklanma sayılarını

arttıracığına yönelik düşüncenin, bu durumun oluşmasına zemin hazırladığı söylenilebilir. Tasarım yazılımlarının getirdiği olanaklar ile birlikte web arayüzlerinde yaşanan bu aşırılık, o dönem için tasarım adına bir kaosa yol açmıştır.

Görsel 10'da görülen örnekte, karmaşık yapısıyla dikkat çeken bir web sitesi örneği görülmektedir. Nirmal.com adresindeki kötü internet sitelerine ait örnekler derlemesinden seçilmiş olan örnekte, internet sitesinde de değinildiği üzere tipografinin kötü kullanımı ve okunaksızlık, font ve renklerin internet sitesiyle uyumsuzluğu, artık eskimiş olan Flash destekli içerik kullanımı gibi olumsuz durumlar söz konusudur ve bu haliyle internet sitesi "tasarımın pek de büyük bir olay olarak görülmediği 2000'lerde yapılmış gibi" görünmektedir (http-5). 2000'lerin başında hem günlük yaşamda hem de sanal ortamda bu denli kötü tasarımın çeşitli iletişim problemleri ortaya çıkarması ve kullanıcı deneyimi tasarımının öneminin artması tasarımcıları bu iletişim problemlerini çözmeye ve tıpkı modernist dönemdeki gibi sadeleşme arayışlarına itmiştir.

İnsanların her gün karşılaştığı yoğun bilgi akışı, tüm verileri belli bir düzene koymayı ve okunabilir bir görüntü isteğini beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla minimalizmin tasarım alanında yeniden canlanması, görsel kirlilik sebebi temelinde, yüksek hızlı dijitalleşmenin



Görsel 11. Artem Lepilin, Artemy Ortus'un minimal web sitesi, 2018.

getirdiği problemlere dayanan dönemsel bir sonuç olmuştur (İlbars, 2019, s. 38). Bu doğrultuda grafik ürünler git gide daha yalın, anlaşılır ve seçilebilir olmuş; web sitelerinde ise okunaklılık, sayfa yüklenme hızı, kullanıcı odaklı tasarım ve erişilebilirlik gibi konularda ilerleme sağlanmıştır. Görsel 11'deki minimal web sitesi örneğinde, boşluk ögesinin yoğun biçimde hissedildiği site tasarımı izleyicinin kolaylıkla Ortus'un işlerine odaklanmasını ve dikkatinin başka bir öğeyle dağıtılmamasını sağlamıştır ve bu web sitesi, minimal tasarımlar için güçlü bir örnek oluşturmaktadır (<http-6>).

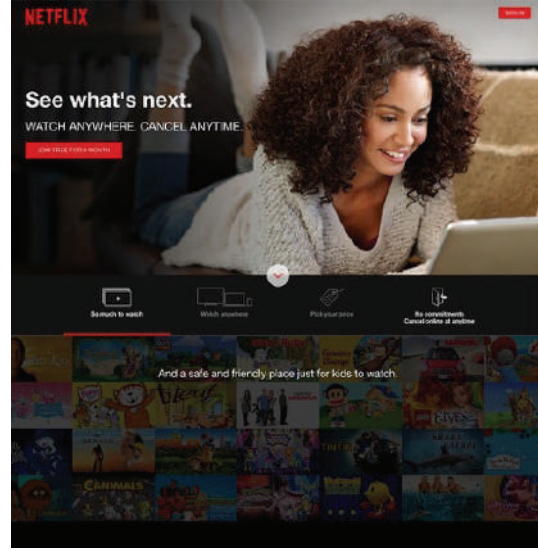
Minimalist tarz, pek çok web ve mobil uygulama arayüz çalışmasında benimsenmiş ve yakın geçmişte Uber, AirBnb, Dropbox ve Netflix gibi hizmet verdikleri alanlarda lider konumda olan uygulamaların arayüz tasarımlarında minimalist tarzda yenileme çalışmaları görülmüştür. Bu minimalist dönüşümlerle beraber uygulamaların çalışma performansından kullanıcı deneyimine kadar geniş bir çerçevede kullanıcılardan ve tasarımcılardan olumlu geri bildirimler alınmıştır. Anılan bu uygulamalar günümüzde de minimal arayüzlerini halen korumaktadırlar.

Bu durum minimalizmin halen güncelliğini ve tasarımda tercih edilebilirliğini koruduğunu kanıtlamaktadır. Görsel 12 ve 13'de dijital yayın platformu Netflix'in 2011 yılında kullanımında olan arayüz tasarımı ve 2016 yılında yaşadığı minimalist dönüşüm görülmektedir. Bu yıllar arasında dünyada internet altyapısının gelişmesi ve daha yüksek hızlara çıkılması ile beraber dijital arayüzlerde daha yüksek çözünürlüklü görsellerin kullanılmasına imkan tanınmış, böylelikle arayüzlerde görsellik ve sadeliğin etkisi artmıştır. Netflix de 2016'da yenilediği arayüzüyle 2011'deki karmaşık ve düzensiz arayüzüne alternatif olarak bünyesinde bulunan dizi ve filmlere ait yüksek çözünürlüklü görsellere yer vermiş, tasarımda boş alanların hakimiyetini arttırmış ve böylelikle kullanıcılarına daha iyi bir okuma ve gezinme deneyimi sunmuştur.

Ancak Minimalizmin tasarımda sağladığı bu olumlu özelliklere rağmen bazı tasarımcılar Minimalizmi tasarımda bir çeşit "kolaya kaçma" olarak ifade ederek bu akımı "tembel ve garantici" olmakla eleştirilmişlerdir. Bu eleştirinin getirilmesindeki önemli etken, olumlu bir kullanıcı deneyimini yalnızca minimalist



Görsel 12. Netflix'in 2011 yılında kullanımda olan web sayfası ara yüzü.



Görsel 13. Netflix'in 2016 yılında yenilenen minimalist web sayfası ara yüzü.

tasarım tarzının sunabileceği ve maksimalist tarzın web sayfalarında kullanıcı deneyimini olumsuz etkileyeceği önyargısıdır. “Sade olan daima çalışır” algısı bazı tasarımcıları web sayfalarında minimalist arayüzler tasarlamaya itmiş olsa da kullanıcı deneyimi tasarımının yalnızca arayüz tasarımından ve arayüz tasarımında kullanılan tarz ile sınırlı olmadığı unutulmamalıdır. Kullanıcı deneyimi tasarımı görsel tasarımın yanı sıra; bilgi mimarisi, etkileşim tasarımı, içerik stratejisi, kullanıcı araştırmaları ve kullanılabilirlik gibi bileşenlere sahip olan, kapsamlı ve multidisipliner bir tasarım disiplindir. Arayüz tasarımı ise, bütüncül olarak bakıldığında kullanıcı deneyimini oluşturan parçalardan sadece biridir. Both'a göre; “Maksimalizm kullanıcı deneyimini olumsuz etkilememektedir. Arayüz ve sayfa düzeni kullanıcı deneyiminin önemli bir parçası olsa da bu kapsamlı yapının küçük bir bileşenidir. Tasarım unsuru, ideal bir kullanıcı deneyiminin oluşmasını ve hedeflenen başarıya ulaşılmasını sağlar. Bu nedenle genel deneyimi etkilemeden Maksimalizmi uygulamak mümkündür. (http-7).

Dolayısıyla maksimalizm, kullanılabilirlik açısından da bir engel teşkil etmemektedir. Aksine maksimalist tarz, dikkatlice tasarlanmış bir kullanıcı deneyimi yapısı ile birleştiğinde, işlevsel ve kullanıcı dostu olabilir. Silver'a göre, “maksimalizmi tasarıma uygulamak ekranı yalnızca bir dizi canlı renk, metin ve görselle doldurmak anlamına gelmez. Tasarım farklı pek çok türden kullanıcı için fonksiyonel olmalıdır. Bu anlamda maksimalizm, kullanıcıyı boğan değil, onda birtakım hisleri ve duyguları tetikleyen deneyimleri de yaratabilir” (http-8). Maksimalizm, etkileyici, hatırlanabilir ve kullanım hazzı yaratan bir görsel deneyime olanak sağladığı gibi kullanılabilirlik açısından da avantajlar sunabilmektedir. İyi tasarlanmış maksimalist web sayfalarında site iç yönlendirme imleyenleri daha kolay fark edilebilir ve hatırlanabilir hale gelerek kullanıcıların aradıklarını daha kolay bulmalarına ve daha az çaba sarf etmelerine yardımcı olmaktadır.

Görsel 14'deki örnekte, one and all adlı bir günlük festivalin internet sitesi görseli yer almaktadır. Örnekteki web sitesinde yüksek kontrast renk,

büyük boyutlu harfler, arka planda optik olarak gözü kendisine sürekli çeken geometrik dokudan bir illüzyon ve büyük butonlar yer almaktadır. Web sitesi, dinamik görsel tasarımı sayesinde ziyaretçisinin gözlerini sürekli olarak sitede dolaşmaya ve keşfetmeye davet etmektedir. Bütün bu özellikleriyle söz konusu internet sitesi maksimalist nitelikleri başarıyla göstermektedir. “Maksimalist tasarım yaklaşımına sahip bir web sayfasının beyaz alana karşı bir arzusu yoktur. Bunun yerine, maksimalist tasarım neredeyse tüm sayfayı renkler ve tipografiler ile doldurmaya çalışır” (Söderström, Karlsson ve Mejtoft, 2019, s. 93).



Görsel 14. Tasarımcısı bilinmiyor, oneandall.io web sitesinin ana sayfa tasarımı, 2019.

Maksimalist grafik tasarım anlayışının görünür olmaya başlaması, tam da minimalizmin yükseldiği ve bir tasarım dili olarak sıklıkla kabul görür olduğu 2010’lu yıllara denk gelir. Bunun temel sebebi, tasarımcıların ve tüketicilerin minimalizmin kuralcı ve sade dilini “sıkıcı” bulup


daha cesur, renkli, süslemeci ve detaylı biçimler talep etmesidir (http-9). Bu talebin bir sonucu olarak kurumsal kimlikten ambalaj tasarımına ve web sitelerinden posterlere pek çok tasarım yüzeyinde maksimalist üslup belirgin olmaya başlar.

Kurumsal kimlik ve tipografi alanında görülen maksimalist eğilimi, Didone yazı ailesi ve Chobani firmasının kurumsal kimliği üzerinden örneklemek mümkündür. 2010’ların ikinci yarısıyla birlikte, alandaki minimalizme olan doyunluk bir şekilde tırnaksız ve geometrik yazıtiplerinin bayağı algılanmasına sebep olmuştur. Bunun üzerine çeşitli firmalar kurumsal kimliklerinde Helvetica, Roboto ve Oswald gibi tırnaksız, geometrik ve minimal yazıtipleri yerine Caslon ve Cooper Black gibi uzun ve dar tırnaklı, basık, ince ve kalın vurgular arası yüksek kontrastın görüldüğü (http-2) yazıtipleri tercih edilmeye başlanmıştır. Bu eğilimin görülebileceği iki örnek, Chobani (Görsel 15) ve ModCloth (Görsel 16) örnekleridir.

Chobani, 2017 yılında eski logosunu değiştirerek eskisine oranla daha belirgin tırnaklı, yumuşak ve kıvrımlı bir logo tasarımını (Görsel 15) seçmiştir. Sözcüklerin “yazıldığı harf karakterine göre anlam kazandı” (Erdal, 2015, s. 54) ve “bir ürünün yüzü olmak için seçilecek olan yazı karakterinin ürünle bütünleşmesi gerekliliği”

**CHOBANI®** **Chobani®**

Görsel 15. Chobani firmasının eski (solda) ve Berthon Hasebe tarafından tasarlanan yeni (sağda) logosu, 2017.

**ModCloth**  **ModCloth**

2002 TODAY

Görsel 16. Modcloth firmasının Didone yazıtipi ailesine mensup karakterden oluşan logosu.

(Elden ve Özdem, 2015, s. 132) gerçekleri göz önünde bulundurulduğunda yeni Chobani logosunun, eski logonun hissettirdiği sert geometrik yapısı ve katı görünümüne oranla, tıpkı markanın satmış olduğu ürünler gibi yumuşak, kremi ve tatlı bir his uyandırdığını söylemek mümkündür (http-10). Bunun yanında, Görsel 16'daki ModCloth firmasının kurumsal kimlik tasarımı değişimi de, maksimalist bir üsluba geçişi örneklemektedir. Yeni logo eskisine oranla daha kalın ve daha kıvrımlıdır. Chobani ve Modcloth (Görsel 16) gibi pek çok firmanın gösterişsizliğe, Google'ın neşeyle sadeleştirilmiş görünümüne ve diğerlerine karşın Didone'ları tercih etmesinin, reklamcılık bağlamında tasarım dünyasında kesinlikle şaşaalı bir his uyandırdığını söylemek mümkündür (Hawley, 2019).

Chobani örneğinde görülen ve kurumsal logolarda yaşanan maksimalist eğilimin, günümüzde ambalaj tasarımlarında da kendisini göstermeye başladığını söylemek mümkündür. Ürün ve tüketici arasındaki zincirdeki son halkayı oluşturması, satın alma kararını büyük ölçüde etkilemesi ve marka imajı ile satış felsefesini yansıtmaya gibi özellikleri (Uçar, 1995, s. 28) bakımından ambalajlar, satışı yapılan bir ürün için vazgeçilmez bir iletişim aracıdır. Bu nedenle rafta kendisini gösteren, tüketiciyi ürüne çekebilme gücü yüksek bir ambalaj tasarımı, ürünün kendini ifade edebilmesi ve ürün satışının gerçekleşebilmesi noktasında önemlidir.

Tüketicinin tercihlerini büyük ölçüde belirleyebilen ambalaj tasarımı alanının, 21. yüzyılda pek çok tasarım alanında görülen



Görsel 17. Pentagram, Fountain için hazırlanan ambalaj tasarımları, 2020.

maksimalist eğilimden büyük bir ölçüde etkilendiğini söylemek mümkündür. Pek çok şirket kullandığı ambalajlarda ilgi çeken, canlı renklere sahip ve illüstrasyonlarla bezeli ambalajları tercih etmeye başlamıştır. Buna verilebilecek örneklerden biri, Pentagram şirketinin "fountain" isimli içecek firması adına yapmış olduğu ambalaj tasarımlarıdır. Meyve aromalı maden suları için tasarlanmış olan Görsel 17'deki örneklerde Pentagram; ambalaj zemini için ürünün aromasını temsil eden canlı renkler ve geometrik bir doku tercih etmiştir. Renk seçimlerinde Pentagram, "ambalajın içindeki ürünün rengini, türünü, tadını, kokusunu belirtebilecek" (http-11) yönde tercihlerde bulunmuştur. Tasarım yüzeyinde ise şirketin baş harfi olan "f" harfinden hareketle ve bir "fiskiye"yi çağrıştıracak biçimde tasarladıkları şirket amblemini, ambalajın üzerinde dinamik bir etki oluşturacak biçimde kullanmışlardır. Böylelikle Pentagram, şirketin ürünlerinin "kategorisindeki diğer rakip ürünlerden ayrışmasını" sağlamayı amaçlamış (http-12), bunu yaparken de maksimalist bir tasarım dilini tercih etmiştir. Tasarımda simetrik denge unsuru söz konusudur. Bunun yanında maksimalist tasarımların pek çoğunda görülen vurgulama ilkesi, renk tercihlerindeki ambalaj yüzeyinde tercih edilen yüksek kontrastlı renkler dolayısıyla rahatça görülebilmektedir.

Maksimalist ambalaj tasarımlarında kontrast renklerle yüksek vurgulu enerjik tasarımlar



Görsel 18. Pentagram, Hot Bread Kitchen hazırlanan ambalaj tasarımları, 2020.

gerçekleştirilebildiği gibi, bu vurgu illüstrasyon ve ürünün kendisinin doğrudan ambalaj tasarımının parçası yapılması gibi yöntemlerle de sağlanabilmektedir. İllüstrasyonun metin ve fikirlerin tanımlanması ve anlamının güçlendirilmesi gayesiyle yapılan resimleme türü olduğu ve temel görevlerinden birinin de alakalı olduğu konu ve metni tanımlayarak yeniden algılanmasını sağlamak olduğu (Selçuk, 2018, s. 40) düşünüldüğünde; ambalaj tasarımında illüstrasyon kullanımının vurguyu arttıran bir etki bırakabileceğini söylemek mümkündür. Bu nedenle ambalajlarında pek çok şirket ambalaj tasarımlarında illüstrasyon kullanımını tercih edebilmektedir.

Görsel 18'de Pentagram tarafından Hot Bread Kitchen isimli kâr amacı gütmeyen bir fırın işletmesi adına yapılan ambalaj tasarımları görülmektedir. Ambalajların üzerinde farklı bitkisel-dekoratif dokulardan oluşan illüstrasyonlar ve ön planda da ambalajın içinde bulunan ürünü tanıtan bir isim bulunmaktadır. İsim ile isimin zemininin renkleri arasındaki zıtlık, ekmekek isimlerinin vurgusunu arttırarak ana zemindeki illüstratif desenlerden ayırt edilebilmesini sağlamaktadır. Ayrıca ambalajlar kısmen veya tamamen saydam olarak tasarlanarak, tüketicinin ürünü de doğrudan görebilmesi amaçlanmış, bu yolla ürünün kendisi/dokusu da ambalaj tasarımının bir parçası haline dönüştürülmüştür. Paketler üzerindeki desen illüstrasyonları ekmekek üreten farklı kültürlerin geleneklerini çağrıştırmakta, ayrıca bu yolla ekmekek çeşitlerinde kullanılan malzemeleri yansıtmaktadır (http-13). İllüstrasyon ve ekmekek isimlerinin el çizimini çağrıştıran bir üslupla yapılması, tasarım yüzeyindeki görsel bütünlüğü arttırmaktadır. İllüstratif öğelerin ambalaj tasarımında kullanılma amacının ürüne duygusal bir bağ eklemek olduğu düşünüldüğünde, illüstratif örüntü tasarımlarının neden günümüz tasarım

trendleri arasında yerini aldığı (Güran, 2020, s. 87) anlamak zor olmayacaktır. Tıpkı Fountain örneğindeki gibi Hot Bread Kitchen ambalajı örneğinde de Pentagram'ın, tekrar eden desenler ve ayrıca ürünün kendisini ambalaja dahil etmesi gibi tasarım yöntemlerine başvurarak, maksimalist bir ifade biçimini tercih ettiğini söyleyebilmek mümkündür.

Ürünün kendisinin ambalaj tasarımına dahil edildiği ve ambalajda canlı renklerle kurgulanmış illüstrasyonların da kullanıldığı başka bir ambalaj tasarımı örneği de Görsel 19'da UniqueHub'ın A Handful of Goodies için hazırlanmış olduğu şekerleme ambalajlarında görülmektedir. Beyaz olan tasarım yüzeyinde ilk dikkati çeken, paketin orta kısmında yer alan ve aynı zamanda vurgunun da gerçekleştiği renkli alan ile üzerinde yer alan firma ismi olmaktadır. Beyaz zemin üzerinde kontrast renk ve renk geçişleriyle oluşturulan alana ürünün logosu yerleştirilmiştir ve bu renk sayesinde vurgu ürünün logosuna yapılmıştır. Ambalajın üzerine ayrıca şekerleme ürünlerinin illüstrasyonları dokusal bir öge oluşturacak biçimde serpiştirilmiştir. Ambalajdaki saydam bir alandan ise ürünlerin içindeki renkli şekerlemeler görülebilmektedir. Ürünün bu şekilde ambalajın üzerinde görselleştirilmesi, alıcıyı ürünü denemeden satın almaya teşvik edebilmektedir (Andrews, 2020, s. 21). İllüstratif yöntemlerle ürünün kendisini paketin üzerinde göstermek, ayrıca ürünün kendisini ambalajın bir kısmını saydamlaştırarak



Görsel 19. UniqueHub, Handful of Goodies için hazırlanan ambalaj tasarımları.

göstermenin, alıcıyı teşvik amaçlı gerçekleştirilen tasarım tercihleri olduğunu söylemek mümkündür. Görsel 19'daki tasarımın; yüzeyindeki illüstrasyonlarla bütünlüğü ve renk alanı sayesinde logoya yapılmış vurgusuyla, araştırmada incelenen diğer maksimalist örneklerin sahip olduğu tasarım ilkelerini taşıyan bir örnek olduğunu söylemek mümkündür.

## GÖRÜŞ VE ÖNERİLER

Grafik tasarım alanında özellikle 21. yüzyılın ikinci on yılından itibaren etkileri görülmeye başlanan maksimalizm, karşıtı olduğu minimalizmin taşıdığı pek çok tasarım niteliğinin zıttı olan karakteristik özellikleri içerisinde barındıran bir tasarım üslubu olarak var olduğu görülmektedir. Minimalizmde görülen yalınlık, serifsiz ve ince yazıtipi tercihleri, kısıtlı renk paletleri ve işlevsellik gibi modernist özelliklerin aksine, maksimalist tasarımda dinamik ve zengin kompozisyonlar, kalın ve hareketli yazıtipleri ile canlı renklerden meydana gelen dinamik bir renk paletine sahip postmodernist özellikler ön plandadır. Dolayısıyla maksimalizmin tasarım üslubunun postmodern niteliklerle birlikte Viktoryen, Art Nouveau, Art Deco ve Saykodelik'e kadar uzanan bir üslupsal yelpazeden beslendiğini söyleyebilmek mümkündür. Bu üslup günümüzdeki pek çok grafik tasarım alanında kendisini göstermektedir. Maksimalist üslubunun uygulandığı tasarım alanlarının başında kurumsal kimlik, web arayüz tasarımı ve ambalaj tasarımları gelmektedir. Tasarımcıların minimalizmin sınırlayıcı olduğunu düşündükleri planlı yapısından uzaklaşmak istemesi ve deneysel bir üslup arayışına yönelmesi gibi nedenler, maksimalizmin günümüz tasarımcıları tarafından daha sık tercih edilmeye başlanmasının temel sebepleri olarak sayılabilir. Maksimalizmle birlikte tasarım yüzeylerindeki yazıtipleri çeşitlenmiş ve kalınlaşmış, illüstrasyonlar, canlı renklerden oluşturulmuş formlar ve dokular ile ambalajlarda

kullanılan saydam yüzeyler sayesinde ürünün kendisi doğrudan tasarım unsuru olarak kendisine daha sık yer bulmaya başlamıştır.

Ambalaj, kurumsal kimlik, dijital arayüzler ve posterler gibi canlı, renkli ve gösterişli tasarım ürünlerine ihtiyaç duyulacak her alanda, maksimalist tasarım üslubunun ilerleyen yıllarda da etkisini sürdürebileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda maksimalizmin; pek çok geçmiş tasarım üslubundan beslenen ve yeni bir tasarım üslubu olarak grafik tasarım akımları arasındaki yerini alan güncel bir tasarım anlayışı haline geldiğini ifade etmek yanlış olmayacaktır.

## SONUÇ

Tarihsel süreci incelendiğinde 21. yüzyılın ikinci on yılından itibaren Maksimalizm, Post-Modernizm ve Saykodelik tarzlar gibi bir başkaldırı kimliğine sahip olmadığı görülebilir. Bunun yerine maksimalizm karşıtı olarak konumlandığı minimalizmin önüne karmaşık görünen ancak kendi içinde bir dinamizme sahip ve aynı zamanda işlevsel bir tasarım anlayışını alternatif olarak öne süren, yenilikçi bir üslup olarak ortaya çıkmıştır. Başka bir deyişle maksimalizm bir başkaldırıdan ziyade alternatif bir yaklaşım öneren yenilikçi bir hareket olarak görülmektedir. Tıpkı modernist tarz gibi minimalist tarzın mutlak düzen içindeki işlevsellik öncelikli ve sadeliğe dayalı tasarım yaklaşımına alternatif olarak maksimalizm, tasarımın işlevsellik özelliğinden ayrılmadan, Viktoryen, Art Nouveau, Art Deco ve Saykodelik'e kadar uzanan bir üslupsal bir mirastan bir sentez yaratarak, dinamik ve zengin kompozisyonlar, kalın ve hareketli yazıtipleri ile canlı renklerden meydana gelen yenilikçi bir tasarım üslubu oluşturmuştur.

Maksimalist tarzın tasarıma getirdiği bu yenilikçi anlayış, son yıllarda görsel kimlik, ambalaj, arayüz tasarımı gibi alanlarda çalışan ve minimalizmin durağan yapısına alternatif arayan grafik tasarımcılar tarafından kabul



görüp bu alanlarda uygulanması ile beraber daha görünür olmuştur. Araştırmada incelenen görsel örnekler bağlamında: Maksimalizmle birlikte tasarım yüzeylerindeki yazıtipleri çeşitlendiğini ve kalınlaştığını; illüstrasyonların ve canlı renklerden oluşturulmuş formlar ile dokuların sıklıkla tercih edildiğini ve ambalajlarda kullanılan saydam yüzeyler sayesinde ürünün kendisinin de doğrudan tasarım unsuru olarak kendisine yer bulduğunu söyleyebilmek mümkündür. Tasarım yüzeylerinde, minimalizmde yaygın olan simetrik kompozisyonun yanında, maksimalist tasarımlarda ayrıca asimetrik kompozisyon da sık sık tercih edilir olmuş ve tasarımda vurgu çeşitli öğeler vasıtasıyla (fotoğraf, tipografi, illüstrasyon vb.) ön planda olan bir ilke haline gelmiştir.

Yapılan bu çalışmada, maksimalizm üslubunun geçmiş üsluplarla bağları incelenmiş, minimalizm üslubu ile karşıt olan özellikleri grafik tasarım ilkeleri ve görsel tasarım öğeleri bağlamında irdelenmiştir. Geçmiş üsluplardan görsel örnekler verilerek bu örneklerle maksimalist örneklerin arasındaki benzerlikler, tasarım ilkeleri ve öğeleri aracılığıyla belirtmek amaçlanmıştır. İncelenen görseller ve yapılan araştırmalardan hareketle maksimalizmin; pek çok geçmiş tasarım üslubundan beslenen, yenilikçi ve alternatif bir tasarım üslubu olarak grafik tasarım akımları arasındaki yerini aldığını ve güncel bir tasarım anlayışı haline geldiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bu çalışmada yapılan araştırmaların ve betimlemelerin, grafik tasarım alanı başta olmak üzere diğer sanat ve tasarım alanlarında maksimalist üslup hakkında çalışmalar yürütecek olan araştırmacılar için fayda sağlayacağı öngörülmektedir.

## KAYNAKLAR

- Akgül, R. F. (2008). 1980'lerden Günümüze Grafik Tasarımda Yapıbozumculuk (Deconstructivism). *Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi*, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Ambrose, G., Aono-Billson, N. (2013). *Grafik Tasarımda Dil Ve Yaklaşım*, İstanbul: Literatür.
- Andrews, E. (2020). *Maximalist Design For Food Branding*. (Yüksek lisans tezi, Trinity University, 2020).
- Baltacı, A. (2019). *Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?*. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Becer, E. (2019). *İletişim Ve Grafik Tasarım (12. Baskı)*. Ankara: Dost.
- Bektaş, D. (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Elden, M., Okat Özdem, Ö. (2015). *Reklamda Görsel Tasarım - Yaratıcılık Ve Sanat*. İstanbul: Say.
- Erdal, G. (2015). *İletişim ve Tipografi*. İstanbul: Hayalperest.
- Gezer, Ü. (2019). *Çağdaş Sanat Ve Tasarım Eğitiminde Görsel Tasarım Öğeleri Ve İlkeleri*. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi* (40), s. 595-614.
- Güran, N. (2020). *Geleneksel Motiflerin Güncel Ambalaj Tasarımlarında Menşei Göstergesi Olarak Kullanımı*. *Akademik Sanat*, 5 (10), S. 73-89.
- Heller, S., Chwast, S. (1992), *Grafik Tarzlar 8 [Elektronik versiyon]* (Çev: Cangökçe, H., Çetin, C.), *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar*,54.
- İlbars, E. (2019). *Hareketli grafik tasarımda minimalizm*. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Keser, N. (2009). *Sanat sözlüğü*. Ankara: Ütopya.
- Meggs, P., B., Purvis W., A. (2012). *Meggs' History Of Graphic Design*, John Wiley & Sons.
- Selçuk, S. (2018). *Tarihsel İllüstrasyonların Arkeolojik Müzeler Üzerinden İncelenmesi Ve Hasankeyf Müzesi Üzerine Proje Çalışması*. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*, Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Söderström, U., Carlsson, L., Mejtoft, T. (2019). *Comparing Millenials On Minimalism And Maximalism In Web Design*. *ECCE 2019, September 10-13, 2019, Belfast, United Kingdom*.
- Toy, E., Görgülü, E. (2018). *Postmodern Grafik Tasarımın Oluşum Süreci Üzerine bir İnceleme*. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (68), s. 351-367.
- Turgut, E. (2013). *Grafik Dil Ve Anlatım Biçimleri*. Ankara: Anı.
- Uçar, T. F. (1995). *Ambalaj Tasarımının Grafik Tasarım İçindeki Yeri Ve Tasarım Evrelerinin İncelenmesi*. *Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Vienne, V., Heller, S. (2016). *Grafik tasarımı değiştiren 100 fikir* (Çev. Bengisu Bayrak). İstanbul: Literatür.

## İnternet Kaynakları

- http-1: <https://www.yourdictionary.com/maximalism> (Erişim tarihi: 01.07.2020)
- http-2: Hawley, M (2019). *Here is the typography of the next decade*. <https://theoutline.com/post/8385/didones-font-of-the-decade?zd=2&zi=czkfmysz> (Erişim tarihi: 02.07.2020)
- http-3: Grawley Witkowski, A (2017). *Make the most of maximalism*. <https://www.commart.com/columns/make-the-most-of-maximalism> (Erişim tarihi: 01.07.2020)
- http-4: [https://medium.com/@JA\\_Culture/maximalism-madness-or-magic-f0f8b0964a0b](https://medium.com/@JA_Culture/maximalism-madness-or-magic-f0f8b0964a0b) (Erişim tarihi: 02.07.2020)
- http-5: <https://www.nirmal.com.au/bad-web-design-examples/> (Erişim tarihi: 26.06.2020)
- http-6: Chapman, C (2018). *Simplicity is key – exploring minimal web design*. <https://www.toptal.com/designers/ui/minimal-web-design> (Erişim tarihi: 03.07.2020)
- http-7: Botha, D (2019). *Maximalist design and the problem with minimalism*. <https://www.toptal.com/designers/ui/maximalist-design> (Erişim tarihi: 07.07.2020)
- http-8: Silver, S. (2020) 'More is More' - *Maximalism in UX design*, <https://info.keylimeinteractive.com/more-is-more-maximalism-in-ux-design>, (Erişim Tarihi: 05.01.2021)

- [http-9: https://indesignskills.com/inspiration/2018-graphic-design-trends/](https://indesignskills.com/inspiration/2018-graphic-design-trends/) (Erişim tarihi: 05.01.2021)
- [http-10: Vit, A \(2017\). Get me to the greek. https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new\\_logo\\_identity\\_and\\_packaging\\_for\\_chobani\\_done\\_in\\_house.php](https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/new_logo_identity_and_packaging_for_chobani_done_in_house.php) (Erişim tarihi: 05.07.2020)
- [http-11: https://www.pentagram.com/work/fountain/story](https://www.pentagram.com/work/fountain/story) (Erişim tarihi: 01.11.2020)
- [http-12: Akgün, C \(2014\). Ürünün sihirli dünyası: ambalaj. https://www.baskioncesi.com/downloads/files/ambalaj.pdf](https://www.baskioncesi.com/downloads/files/ambalaj.pdf) (Erişim tarihi: 01.12.2020)
- [http-13: https://www.pentagram.com/work/hot-bread-kitchen/story](https://www.pentagram.com/work/hot-bread-kitchen/story) (Erişim tarihi: 03.12.2020)

### Görsel Kaynaklar

- Görsel 1: <https://i.pinimg.com/originals/4b/9a/e5/4b9ae5ec72fe87212824ffce9bcdea6.jpg> (Erişim tarihi: 25.10.2021)
- Görsel 2: <https://www.moma.org/> (Erişim tarihi: 12.12.2020)
- Görsel 3: <https://www.smashingmagazine.com/2020/04/inspired-design-decisions-herb-lubalin/> (Erişim tarihi: 15.12.2020)
- Görsel 4: <https://collection.cooperhewitt.org/objects/18710419/> Erişim tarihi: 12.12.2020
- Görsel 5: <https://walkerart.org/calendar/2015/insights-april-greiman> (Erişim tarihi: 02.07.2020)
- Görsel 6: <https://www.cooperhewitt.org/2017/08/30/26363/> (Erişim tarihi: 02.07.2020)
- Görsel 7: <https://collection.cooperhewitt.org/objects/18689717/> (Erişim tarihi: 02.07.2020)
- Görsel 8: <https://www.designmadeinaustria.com/project/aizone/> (Erişim tarihi: 02.07.2020)
- Görsel 9: <https://www.designmadeinaustria.com/project/aizone/> (Erişim tarihi: 02.07.2020)
- Görsel 10: <https://www.nirmal.com.au/bad-web-design-examples/> (Erişim tarihi: 26.06.2020)
- Görsel 11: <https://www.toptal.com/designers/ui/minimal-web-design> (Erişim tarihi: 26.06.2020)
- Görsel 12: <http://uxtimeline.com/netflix.html> (Erişim tarihi: 20.12.2021)
- Görsel 13: <http://uxtimeline.com/netflix.html> (Erişim tarihi: 20.12.2021)
- Görsel 14: <https://www.toptal.com/designers/ui/maximalist-design> (Erişim tarihi: 03.07.2020)
- Görsel 15: [https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/chobani\\_logo\\_before\\_after.png](https://www.underconsideration.com/brandnew/archives/chobani_logo_before_after.png) (Erişim tarihi: 26.06.2020)
- Görsel 16: [modcloth.com/pages/about-us](https://modcloth.com/pages/about-us) (Erişim Tarihi: 27.12.2021)
- Görsel 17: <https://www.pentagram.com/work/fountain?rel=sector&rel-id=6> (Erişim tarihi: 01.11.2020)
- Görsel 18: <https://www.pentagram.com/work/hot-bread-kitchen?rel=sector&rel-id=6> (Erişim tarihi: 03.12.2020)
- Görsel 19: <https://en.99designs.de/profiles/UniqueHub/designs/1053977> (Erişim tarihi: 03.12.2020)

