T.C.
KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

GESTALT KURAMININ GRAFİK TASARIMA ETKİLERİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İ.TAHİR ERDAL

ANABİLİM DALI : PLASTİK SANATLAR

PROGRAMI : RESİM

TEZ DANIŞMANI : DOÇ.DR.ÖZER KANBUROĞLU

KOCAELİ-2006

İÇİNDEKİLER

SUNUŞ……i
İÇİNDEKİLER……...ii
ÖZET……vi
ABSTRACT……..vii
ŞEKİLLER……ix
I.GİRİŞ…….……...1
I.I.GÖRSEL ALGILAMANIN OLUŞUMU……..1
I.I.1.Görme ……..1
I.I.2. Görmenin fizyolojik boyutu……1
I.I.2.1.Uyum (akomodasyon / göz uyumu)……...……...2
I.I.3. Işık ve görmede ışığın rolü……3
I.II. ALGI VE ALGILAMA……...4
I.II.1. Algının özellikleri……5
I.II.2. Algıyı etkileyen faktörler……..…….6
I.II.3. Algıda belleğin rolü …….……8
I.II.4. GESTALT KURAMININ ORTAYA ÇIKIŞI…….……..9
I.II.4.1. Gestalt psikolojisi……..……..……9
I.II.4.2 Gestalt kuramda algılama……..……..…10
I.II.4.3 Gestalt kuramda öğrenme……..…12
I.II.4.4 Görsel algılama……..13
I.II.4.5 Nesne algılama……...……14
I.III. GÖRSEL ALGILAMADA GESTALT KURAMI…….……17
I.III.1 GESTALT KURAMDA ALGISAL ÖRGÜTLEME YASALARI……17
I.III.1.1.Şekil-Zemin İlişkisi……..……...17
I.III.1.2. Tamamlama (closure) ilkesi……..…..……20
I.III.1.3. Benzerlik (similarity)ilkesi ……...…21
I.III.1.4. Yakınlık (proximity) ilkesi…….……..…..…22
I.III.1.5. Devamlılık ilkesi……..…23
I.III.1.6. Basitlik İlkesi……...…..23
I.III.1.7.Simetri ilkesi……...……..…23
I.III.1.8. Pragnanz yasası……..…….....24
I.III.2. GESTALT İLKELERİ VE TASARIMDA KULLANIMI…….…24

I.III.2.1. TASARIM NEDİR? ……..25
I.III.3. TEMEL TASARIM İLKELERİ……25
I.III.3.1. ZITLIK/ KARŞITLIK, ÇELİŞKİ ……..…26
I.III.3.2.DENGE……26
I.III.3.3. RİTM……27
I.III.3.4. ŞEKİL - ZEMİN ANLATIMLARI ……...…28
I.III.3.5. VURGU……...…29
I.III.3.6. BÜTÜNLÜK……..30
I.III.3.7. ORAN……..…30
I.III.3.8. EGEMENLİK / ODAK NOKTASI……31
I.IV. TEMEL TASARIM ELEMANLARI……...32
I.IV.1. Nokta……32
I.IV.2. Çizgi……..……34
I. IV.3. Renk……..…35
I. IV.4. Doku ……44
I. IV.5. Leke……..45
I. IV.6. Boyut……46
I. IV.7. Biçim……46
I.V. GRAFİK TASARIM……..……47
I.V.I. Grafik tasarım tarihçesi……...47
I.V.I.1. Bauhaus okulu……..…49
I.V.2.TEMEL GRAFİK TASARIM İLKELERİ……52
I.V.2.1.Denge……52
I.V.2.2. Orantı ve görsel hiyerarşi……..…54
I.V.2.3. Devamlılık ……55
I.V.2.4. Bütünlük……..……..…56
I.V.2.5.Hareket……57
I.V.2.6. Hizalama (grid)……58
I.V.2.7.Ritim……60
I.V.2.8.Leke……62
I.VI.TEMEL GRAFİK TASARIM ELEMANLARI……63
I.VI.1. Tasarımda Konu……..64
I.VI.2.Tasarımda Ön ve Arka Yapı……65

I.VI.3.Arka Yapının ifadesini Belirleyen Etkenler……..…65
I.VI.3.1.Psikolojik Etkenler……....65
I.VI.3.2. Sosyo-Kültürel Etkenler……...66
I.VI.3.3. Ekonomik ve Endüstriyel Etkenler……..….67
I.VII. TEMEL GRAFİK TASARIM ELEMANLARI VE GRAFİK TASARIM SÜRECİ……68
I.VII.1. Grafik Tasarım Ürününün Öğeleri……68
I.VII.1.1 Çizgi……68
I.VII.1.2. Renk……..….69
I.VII.1.3. Biçim (Form)…….…72
I.VII.1.4. İşlevsellik (Fonksiyon)…….…..73
I.VII.1.5.Ton ……74
I.VII.1.6.Doku……74
I.VII.1.7. Yön……..74
I.VII. 2. GRAFİK TASARIM ALANLARI……75
I.VII. 2.1. GRAFİK TASARIMDA AMBLEM……75
I.VII. 2.2.Amblem Çeşitleri……...…75
I.VII. 2.3. Amblemin Tasarlanması……..77
I.VII. 2.4. Amblem tasarımının özellikleri……..78
I.VII. 2.5. Amblem tasarımında yöntemler……...79
I.VII. 2.6. Amblemde gestalt etkileri……84
I.VII. 2.6.1.Amblem ve figür-zemin ilişkisi……84
I.VII. 2.6.2.Amblem ve benzerlik……85
I.VII. 2.6.3.Amblem ve yakınlık …….…85
I.VII. 2.6.4.Amblem ve tamamlama……..…85
I.VII. 2.6.5.Amblem ve Süreklilik……85
I. VII. 3. GRAFİK TASARIMDA TİPOGRAFİ …….……86
I.VII. 3.1. Tipografinin elemanları …….……..86
I.VIII. 3.2. Tipografide grafik tasarım elemanları……90
I.VIII. 3.3. Tipografide gestalt etkileri…….……91
I.VIII. 3.3.1.Tipografi ve Figür-Zemin yasası…….……91
I.VIII. 3.3.2. Tipografi ve benzerlik yasası……...92
I.VIII. 3.3.2. Tipografi ve devamlılık yasası……93

I.VIII. 3.3.2. Tipografi ve tamamlama yasası……...93
I.VIII. 3.3.2. Tipografi ve yakınlık yasası……..…93
I.VIII. 3.3.4. Tipografi ve algısal organizasyon ……...…93
I.VIII.4. GRAFİK TASARIMDA LOGOTYPE……...94
I.VIII.4.1. Logotype çeşitleri……...…….94
I.VIII.4.2. Logotype'da gestalt etkileri…….99
I.VIII.4.2.1.Logotype ve Şekil-zemin yasası……99
I.VIII.4.2.2.Logotype ve yakınlık yasası……..99
I.VIII.4.2.3.Logotype ve Simetri yasası……..100
I.VIII.4.2.4.Logotype ve Tamamlama Yasası…….…100
I.6.Amaç…….…….101
I.7. Sınırlar……..102
I.8. Araştırmanın yararları…….…..102
I. 8.Konu ile ilgili çalışmalar……..102
I. 9. Araştırmanın yargılanması…….....103
II.YÖNTEM……..…..104
II.I. Problem…….....104
II.I.1. Alt problemler……...104
II.II. Literatür çalışması…….…104
II.III. Araştırmanın modeli…….…105
II.IV. Araştırmanın hipotezleri…….……...106
II.V. Örnekleme yöntemi…….…...106
II.VI. Bilgi toplama yöntemi……...107
II.VII. Toplanan bilgilerin analizi……...……107
III . SONUÇ……....…108
Yararlanılan Kaynaklar……...116
Özgeçmiş……..

ŞEKİLLER **Sayfa**

Şekil 1: Şekil-zemin ilişkisi **……..……..……. …18**
Şekil 2: Şekil-zemin ilişkisi **……..……..……..18**
Şekil 3: Şekil-zemin ilişkisi **……..……..……..19**
Şekil 4: Şekil-zemin ilişkisi **……..……..……...19**
Şekil 5: Tamamlama(closure) ilkesi **……..……20**
Şekil 6: Tamamlama ilkesi **……21**
Şekil 7: Benzerlik ilkesi **……..……21**
Şekil 8-a: Yakınlık ilkesi **……..……22**
Şekil 8-b: Yakınlık ilkesi **……..……22**
Şekil 9: Devamlılık ilkesi **……..……...23**
Şekil 10: Simetri ilkesi **……..…….24**
Şekil 11: Pragnanz ilkesi **……..……..……24**
Şekil 12: Simetrik ve asimetrik denge **……..……..…27**
Şekil 13: Oran **……...……31**
Şekil 14: Odak noktası-egemenlik **……...…….32**
Şekil 15: Tasarımda Nokta Kullanımı **……..……..….33**
Şekil 16: Farklı Çizgi Kullanımları **……..…….34**
Şekil 17: Çizgi türleri **……..……..…35**
Şekil 18: Prizmadan geçen beyaz ışığın oluşturduğu renkler...**…….36**
Şekil 19: Direk ışık-yansıyan ışık **…….37**
Şekil 20: Toplamsal renk metodu **…….38**
Şekil 21: Çıkarımsal Renk Metodu **……..…….39**
Şekil 22: Sıcak-soğuk renk kontrastı **…….40**
Şekil 23: Doygunluk kontrastı **……..…….41**
Şekil 24: Tamamlayıcı kontrast **…….41**
Şekil 25: Kırmızı kullanımına örnek **…….42**
Şekil 26: Yeşil kullanımına örnek**……..…….42**
Şekil 27: Doku**……...…….45**
Şekil 28: Biçim**……..…….46**
Şekil 29: Denge**……..…….53**
Şekil 30: Simetrik Denge örnekleri **……..…….53**

Şekil 31: Asimetrik Denge örnekleri **……..…….54**
Şekil 32: Devamlılık **…….…….55**
Şekil 33: Üç nokta yöntemi ve kullanımı **…….…….57**
Şekil 34: Üç nokta yöntemi ve kullanımı **…….…….57**
Şekil 35: Hareket örnekleri **……..…….58**
Şekil 36: Rotasyonel hareket(British petroleum logo) örnekleri **…….58**
Şekil 37: Hizalama **……...…….60**
Şekil 38: Düzenli-Akıcı-İlerleyen ritim **……...…….62**
Şekil 39: Harflerden oluşan amblem örnekleri **…….75**
Şekil 40: Biçimsel anlatıma yönelik tasarımlar **…….76**
Şekil 41: Harf – biçim kombinasyonu amblem, logotype **…….76**
Şekil 42: Amblemde figür-zemin yasası etkisi **…….…...……..80 - 84**
Şekil 43: Amblemde benzerlik yasası etkisi**…….…….84**
Şekil 44: Amblemde yakınlık etkisi **…….…….86**
Şekil 45: Amblemde tamamlama etkisi **……...…….86**
Şekil 46: Amblemde süreklilik etkisi **……...…….86**
Şekil 47: Yazı tipleri **…….…….86**
Şekil 48: Yazı tiplerinde okunurluk**…….…….…87**
Şekil 49:.Farklı zemin ve yazı renklerinin kullanımının okunurlukta yarattığı etk...**87**
Şekil 50: Dokulu zemin üzerinde yazının kullanımı **…….88**
Şekil 51: Tipografide şekil-zemin etkisi türleri **…….89**
Şekil 52: Tipografide şekil-zemin etkisi …..**…….91**
Şekil 53: Tipografide şekil-zemin etkisi **……..…….92**
Şekil 54: Tipografide şekil-zemin etkisi **……..…….92**
Şekil 55 : Tipografide benzerlik etkisi **…….…….92**
Şekil 56: Tipografide devamlılık etkisi **……...…….92**
Şekil 57: Tipografide tamamlama etkisi **…….…….93**
Şekil 58: Tipografide yakınlık etkisi **……...…….93**
Şekil 59: Tipografide algısal organizasyon**……..…….93**
Şekil 60 : San serif stili logo **……..……...…….93**
Şekil 61: Tek Karakterden Oluşan Logolar **……..…….95**
Şekil 62: Çok Karakterden Oluşan Logolar **……..……...…….95**
Şekil 63: Kombinasyon Tipi Logolar**…….95**

Şekil 64: Geleneksel olmayan logolar **……..…….96**
Şekil 65: Yeni tipografik formlar **…….…….96**
Şekil 66: Kaligrafik logolar **……..…….97**
Şekil 67: Rebus - Karmaşık Formdaki Logolar **…….……...…….97**
Şekil 68: Numaralardan oluşan logolar **…….97**
Şekil 69: Katmanlı, Gölgeli, Merkezi Olmayan Logolar **…….…….98**
Şekil 70: Çatlak, Kırılgan ve Agresif Logolar **…….…….98**
Şekil 71: Logotype ve Şekil-zemin yasası **……...…….98**
Şekil 72: Desktop Environment logosu **……..…….…….99**
Şekil 73: Vistnorey.com logosu **……...…….99**
Şekil 74: Macintosh logosu **……...99**
Şekil 75: MTV Müzik ödülleri 2002**…….…….99**
Şekil 76: CSC Finlanda logosu **…….99**
Şekil 77: Paul Thagard "Coherence in Thought and Action"Adlı kitap kapak**…... 100**
Şekil 78: IBM'nin logosu **…….…….…..100**

GESTALT KURAMI VE GRAFİK TASARIMA ETKİLERİNİN İNCELENMESİ

I. GİRİŞ

Bu bölümde araştırmanın konusu, konuyla ilgili kavramlar, araştırmanın amacı, konunun sınırları, araştırmanın yararları, konu ile ilgili araştırmalar ve araştırmanın yargılanması yer almaktadır.

I.I.GÖRSEL ALGILAMANIN OLUŞUMU

I.I.1.GÖRME

"Gözün gördüğüne akıl inanır" sözü göz duyusunun bilgi edinmemizdeki önemini ifade eder.[1]Görme duyusu insanoğlunun en önemli duyularındandır. Çevremizdeki nesneleri, olayları, durumları önce görerek duyumlar ve anlamaya çalışırız. Görme, nesneden gelen ışık ışınlarının göz yolu ile beyinde algılanması olayıdır.[2] Çevresinde gözlemlediği nesneleri görselleştiren onları yorumlayan insanoğlu anlama ve anlatma sürecinde ağırlıklı olarak görsel ve işitsel duyulardan faydalanır ve tüm bu algı boyutu insan beyninde anlamlandırılarak sonuca ulaşır.

I.I.2. GÖRMENİN FİZYOLOJİK BOYUTU

Görme duyusunun organı gözdür. Gözün yapısındaki ışık enerjisine duyarlı reseptörler, ışık enerjisini sinir hücrelerinde aksiyon potansiyeline çevirirler. Aksiyon potansiyeli özel bir sinir yolu ile beyindeki görme merkezine ulaşır. Görmenin genel mekanizması oldukça basittir, görünür spektrumdaki elektromanyetik dalgalar, göz merceği ile ağ tabakada ki retinal alıcılar üzerine odaklaştırılır. Görme yoluyla ışık ve renk, onların çeşitli dereceleri ve farklılıkları düşüncesine sahip oluruz. Işık burada bulunan ışığa duyarlı pigmentlerde çözülmeye yol açar ve bu çözülme sinir akımını başlatır ve bu akım görme siniri boyunca ilerleyerek gözden çıkar ve beyine gider.[3]

---

[1] Doğan Cüceloğlu.İnsan ve Davranışı.Remzi Kitabevi.1992, s.120
[2] Morgan;Chilifford. Psikolojiye Giriş.Hacettepe Yayınları. 1991,s.265
[3]Tevfik Fikret Uçar. Görsel İletişim ve Grafik Tasarım .2004

Çevremizdeki eşya ve objeleri görme ve renklerini ayırt etme görme duyusu ile olmaktadır. Görme duyusunun görme merkezine ulaştırılmasında reseptör organ gözdür. Gözün yapısında, ışığa duyarlı reseptörler, ışık enerjisini, sinir hücrelerinde aksiyon potansiyeline dönüştürürler. Sinir hücreleri reseptörlerden aldıkları bu uyarıları özel bir sinir yolu ile asıl görmenin yapıldığı occipital korteksteki görme merkezine taşımaktadır. Gözün anatomik yapısı çevreden gelen ışınları, ışığa duyarlı reseptörlerin üzerinde odaklayacak şekilde kırma yeteneğine sahip bir özelliktedir ve bu nedenle görme fizyolojisinde fiziğin optik prensipleri geçerlidir.

I.I.2.1.UYUM (AKOMODASYON / GÖZ UYUMU)

Uzağa veya yakına baktığımızda göz merceği yassılaşıp şişkinleşerek odak uzaklığını ayarlar. Böylece görüntü net olarak retinaya (ağ tabaka) düşer. Buna göz uyumu denir. Cismin görüntüsü sarı lekeye ters ve cisimden küçük olarak düşer. Görme sinirleri uyartıyı beyine gönderir. Beyinde görüntü düz ve cisme eşit olarak algılanır.[4]

Gözün yakındaki cismi görmesi için yaptığı uyum akomodasyondur.[5] Cisim gittikçe göze yaklaştırılacak olursa, belirli bir uzaklıktan sonra da net görüntünün kaybolduğu, lensin kırma gücünün ayarlanmasında bir limitin olduğu gözlenir. Yakına bakma sırasında gözün net olarak gördüğü en yakın mesafe gözün yakın noktasıdır. Diğer bir tanım ile yakın nokta, akomodasyon ile retinada net görüntünün elde edildiği, göze en yakın noktadır. Yakın nokta yaş ile değişim gösterir. Akomodasyon, yakın görüşten uzak görüşe, uzak görüşten yakın görüşe geçerken görüntüyü tam retina üzerine düşürmek için gözün optik sisteminde oluşan değişikliktir. Akomodasyon esas olarak lensin küreselliğinin, dolayısı ile kırma gücünün değiştirilmesi ile yapılır. Yakına bakmada lens küreselliği artırılırken uzağa bakma sırasında azaltılır. [6]

---

[4] http://www.medibul.com/files.php?p=dct2&catid=6&cid=156

5 Eldra Pearl Solomon. İnsan Anatomisine ve Fizyolojisine Giriş.Birol basın yayım dağıtım.İstanbul 2000. s.121.

[6] David H. Hubbel, Eye Brain and Vision, Scientific American Library, 1988, s.34

I.I.3. IŞIK VE GÖRMEDE IŞIĞIN ROLÜ

Görme olayının en önemli elemanı ışıktır. Görmek için az veya çok, ışığa ihtiyaç duyarız. Görme olayını sağlayan göz, ışık uyarımlarını belirli işlemlerden geçirerek algılamayı sağlar. Göz için ışığı değerlendiren temel sistem deyimini de kullanabiliriz. Cisimleri görmemizi sağlayan duyu organımız gözlerimizdir. Ancak, görmenin gerçekleşebilmesi için ışığa ihtiyacımız vardır. Cisimlerden yansıyan ışık saydam tabaka ve göz bebeğinden geçerek merceğe gelir. Mercekte kırılan ışık, ağ tabaka üzerindeki sarı benekte ters bir görüntü oluşturur. Bu ters görüntü, duyu sinirleriyle beyne iletilir. Beynimiz aldığı uyarıyı değerlendirir ve cismi düz olarak görmemizi sağlar. Gözler ışığa duyarlıdır. İnsanlarda göz, ışık alan ve bundan dolayı görme olayını gerçekleştiren çok özelleşmiş bir organdır. Dış dünyayla en önemli bağlantımızı sağlayan duyunun görme olduğunu biliyoruz. Fakat insanların çoğu gördükleri görüntünün aslında çok kısıtlı olduğunu bilmezler. Öyle ki göze giren ışığın ancak %10'u alıcı hücrelere ulaşır. Çoğu yansıtılır veya gözün diğer kısımlarında emilir.[7] Işık enerjisinin kimyasal enerjiye dönüşmesi, gözün iç arka tabakasında gerçekleşerek, elektrik uyaranı olarak, göz siniri aracılığı ile beynin arka tarafına ulaştırılır.

Görme duyusu; ışık, şekil, renk, hareket ve derinlik gibi çok çeşitli özelliklerin toplamıdır. Işık, Rönesans döneminde ortaya çıkmış ve bu çağdan sonra Modern Sanata dek Avrupa resminin uğraştığı temel sorunlardan biri haline gelmiştir. Başka ülkelerde ve Rönesans öncesinde tüm resimsel betiler homojen renk düzeniyle sunulur. Gerçek nesnelerin bir ışık kaynağı karşısında nasıl bir görünüm sundukları ve bunun nasıl resmedileceği, söz konusu sanat anlayışlarının konusu olmamıştır. Görme olayı ışıkla başlar. Işık görsel nesnelerin bize yansımasını, dolayısıyla görmemizi sağlar. Çizimi istenen biçimin bir yüzeyde gerçekleşmesi, yansıtmış olduğu ışık değerlerinin doğru görülmesi ve doğru yerleştirilmesiyle olasıdır. Resmetme olayında ışık beyazla, ışığın yok olması da beyazın giderek siyaha dönüştürülmesiyle anlatılır. Işık etüdü için doğa güzel bir öğretmendir. Doğal nesnelerin ışık değerleriyle etüt edilmesinde amaç; objeyi kağıtta yinelemek değil biçimini, şeklini, dokusal yapısını, parlaklığını, matlığını ve planlarını yansıtan ışık değerlerinin nasıl bir düzenle yerlerini aldıklarını görmek ve kişisel yorumlarla bütünleştirmektir.[8]

I.II. ALGI VE ALGILAMA

[7] David H. Hubbel, a.g.e., s.38

[8] Ahmet Atan. Resimli Resim Sözlüğü.Asil yayın-dağıtım. Ankara: 2006, s.190.

Algı, nesne ve olaylara karşı organizmanın yaptığı, anlamlı, sistemli ve toptan bir tepkidir. Algılar, duyumların sonucu olarak ortaya çıkarlar. Algılar, bireyin eski yaşantılarına yada bilgilerine göre şekil alırlar. Bu sebeple algı, bir kişilik tepkisidir. En önemli belirtisi de duyumların, belli bir nesne ve şekli ait olduğuna dair bir bilinç halinin kişide ortaya çıkmasıdır. Bunu için, kişide, bir şeyin algısı oluştuğu zaman, o şeyi tanıyor, biliyor demektir. Algılar, kişinin hayata uyumu için son derece önemlidir. Bir kişi, bir nesne yada olaya ait ne kadar çok duyuma sahip olursa, o nesne yada olayı o kadar kolay ve sağlam algılar. Duyum ve algı arasındaki ayrımın deneysel olarak gösterilmesi klasik bir sorun olagelmiştir. Bunun en önemli nedeni, bu iki kavramın tanımları üzerinde kesin bir anlaşmaya varılamamış olmasıdır. Filozofları ve psikologların çoğu bu iki kavram arasındaki ayrımı temelde kabul eder.

Genel olarak duyumlar duyular yoluyla edinilen basit deneyimler, algılarsa basit öğelerden çağrışım yoluyla oluşturulan karmaşık yapılardır. Yaygın olarak benimsenen bir başka ayrım da duyumların tersine, algının öğrenmenin etkisine açık olmasıdır. Ayrıca bazı psikologlar algıları dış nedenlere bağlı olarak tanımlarken, duyumları daha öznel, kişisel ve içsel deneyimler olarak kabul ederler. Duyum ve algı ayrımının anatomik-fizyolojik ölçütleri de vardır. Buna göre duyum, duyu organlarının hemen yakınında olup biten sinir sistemi olaylarıyla özdeşleşirken, algı sinir sisteminin daha üst bölümlerinde, beyin düzeyinde gerçekleşir. Deneysel kanıtlar, algının zaman içindeki gelişiminin ölçülebildiğini, hatta algının zamanla değişebildiğini ya da birden çok algının oluşabileceğini ortaya koymaktadır.[9]

Algılama duyusal bilginin anlamlandırılması, yorumlanması sürecidir. Bu anlamlandırma kısmen nesnel gerçeklere, kısmen de kişinin sahip olduğu öznel bilgilere dayalıdır. Algılama büyük ölçüde bireyin beklentilerinden etkilenir.[10]

Algı duyusal bilginin yorumlanmasını içerir. Nesne algılama kısmen doğuştan gelen örgütleyici eğilimlerle tayin edilir.Bunlar; bir zemin üzerinde bir şekil algılama eğilimi,

[9] Cüceloğlu.a.g.e. s.123
[10] Nuray.Senemoğlu.Gelişim, Öğrenme ve Öğretim. Gazi Kitabevi. Ankara:2004 s.293

nesneleri bir araya gruplama eğilimi ve eksik öğelerin yerlerine doldurulması ile bir bütün yaratılmasını içeren tamamlama eğilimleridir.[11]

I.II.1. ALGININ ÖZELLİKLERİ

Algıyı, ferdin çevresine yaptığı anlamlı, sistemli ve toptan bir tepki olarak tanımlandığına göre, belirli ilkeler çerçevesinde olmaktadır. bunlara "algının özellikleri" denir. Algının özelliklerini algı alanı, şekil ve zemin ilişkisi, hareket algısı ve derinlik algısı oluşturmaktadır.

1. *Algı alanı:* Belli bir zaman süresi içinde kişinin çevresine bakıp gördüğü veya o anda duydukları kişinin algı alanını oluşturmaktadır. Algı alanı bir insanın içinde yaşadığı doğal ve sosyo-kültürel ortamdır. Bu çevreyi yaratan varlıklar ve bu varlıkların özellikleri o insanın algı alanını oluşturur.[12]

2. *Şekil ve zemin ilişkisi:* Bütün algılamalarda bir şekil ve bir zemin vardır. İlk algılanan öğe şekil olup bu öğenin arkasında duran ve hemen dikkat edilmeyen uyarıcılar ise zemindirler. Şekil, arka yüzeyi oluşturan zemin içinde bir anlam kazanır

3. *Hareket algısı:* Hareketin varlığı, yokluğu, yönü, miktarı uyarıcının retinadaki (görme sinirinin gözyuvarı içinde dağılmasından oluşan, ağa benzeyen, ışığa duyarlı zar) görüntüsünün hareket özellikleri ile gözlerinin hareketinin birlikte işlenmesinden doğmaktadır. (Sinema filmlerinde bir arabanın içinden çekilen seyir halinde olması görüntüleri, arka planda oluşturulan dekor veya manzaranın hızla hareket edilmesiyle arabanın hareket halinde olması algısı verilmektedir).

4. *Derinlik algısı:* Nesnelerin gözlemciye olan uzaklığına ilişkin algıya derinlik algısı adı verilir. Görsel algılamamız üç boyutludur, örneğin bir kutuya baktığımızda sol ve sağ gözümüzün algılama açıları farklıdır. Beynimiz görüntüdeki bu farklılığı derinliği değerlendirmede kullanır, böylece oluşan iki farklı boyutlu görüntüyü birleştirir ve üç boyutlu bir kutu algılamasına dönüştürür.[13]

---

[11] Chilifford ; a.g.e.s.268

[12] Sıtkı. Erinç. Sanat Psikolojisine Giriş. Ayraç Yayınevi. Ankara: 1998, s.50

[13] www.psikolojim.net

I.II.2. ALGIYI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

1. Seçicilik : Fert, kendisine gelen uyarıcıların hepsini seçmeye muktedir değildir. Algılamanın olabilmesi için kendisine gelen uyarıcılardan bir kısmını seçer, bir kısmını seçmez. Seçilecek algıları etkileyen başlıca iki faktör vardır : Bir ferdin ilgi ve dikkati iki uyarıcının özelliği birincisine göre fert ilgi duyduğu yahut kendisi için önemli olan nesne ve olaylara yönelir, bunları seçer. İlgi duymadıklarına ya da kendisi için önemli olmayanlara da duyarsız kalır. Bu kişinin algıları, onda belirli belirsiz bir biçimde oluşur. Herkesin, yeni bir ortama girdiği zaman, mesleği ile ilgili araç ve gereçlere olaylara dikkat etmesi bundandır. Bir büyük mağazaya giren ayakkabıcı ayakkabılara, bir oyuncakçı da oyuncaklara dikkat eder. Seçici dikkat sürecinde dış dünyada olup bitenler uyarıcılar aracılığı ile algılanır. Ancak bu uyarıcıların özelliklerine göre dikkat çekmesi ve algılanması farklıdır. Uyarıcının renkli, hareketli veya ışıklı olması hemen dikkatimizi çeker, örneğin ışıltılı reklam panoları, yüksek volümlü müzikler buna örnek gösterebilir. Ayrıca kişinin ilgi alanı da algıda seçicilik oluşturmaktadır. Ayrıca ferdin ihtiyaçları beklentileri ve öğrenme durumu da algılamayı etkiler. Kişi aç iken, yiyecek maddelerine ; susuz iken içecek maddelerine karşı daha duyarlıdır. Bunlarla ilgili bir söz yada hareketi diğerlerine kıyasla, daha çabuk algılarlar. Daha önce belli bir alanda bir eğitim görmüş olan bir kimse, yeni öğrendiği her şeyi eskileri ile karşılaştırır. Yeni bilgiler eskilerinin etkisi altında öğrenir. [14]

2. Değişmezlik : Zihnimiz bir nesne yada şekli değişik durumlarda da olsa hep aynı biçimde algılar. Biyoloji derslerinde öğrendiğimiz üzere, bir cisimden yansıyan ışık ışınları göz bebeğinden geçtikten sonra, onun imgesi, ters olarak, gözün ağ tabakasına düşer. Buna rağmen biz cismi dışarıda ki gibi doğru olarak algılarız. Yine, bunun gibi, uzaklarda ki bir cismin imgesi gözümüzün ağ tabakasına çok küçük olarak geldiği halde biz onu aşağı yukarı aynı boyutlarında algılarız. Yakın mesafelerde ise o cismin enini boyunu yaklaşık olarak tahmin bile edebiliriz. Yine bir cisim fotoğrafta olduğu gibi değişik görünüşlerde iki boyutlu olarak gözümüze ulaştığı halde, biz onu üç boyutlu görürüz. Bütün bunlar, görülen bir cismin, zihin tarafından yeniden örgütlendiğinin ve yeniden yorumlandığının bir belirtisidir. Böyle bir özelliği olmasa, her şey her durumda bize hep yeni gibi gelir ve bu durumda da çevremize uyumumuz zorlaşır. Algıda değişmezlik sürekli değişen duyusal girdilere rağmen

[14] www.supermp3.org/archive/index.

nesneleri değişmeden algılamamıza denir. Fiziksel uyarımdaki farklılıklara rağmen, nesnelerin görüntüleri algı düzeyinde değişmez kalır. Bu tür istikrarlılığa algısal değişmezlik(perceptual constancy) denir.[15]

1. *Büyüklük değişmezliği*: Bizden uzaklaşan nesneleri hep aynı büyüklükte görmeye devam ederiz. Nesnenin bize olan uzaklığının bilinmesi büyüklük değişmezliğinin korunmasını sağlar.

2. *Şekil değişmezliği*: Daha önceden şeklini bildiğimiz bir nesneye hangi açıdan bakarsak bakalım hep aynı şekilde görürüz. Diğer bir deyişle, değişik açılardan bakılan aşina nesneler şekilleri bakımından değişmez olarak algılanır.

3. *Parlaklık değişmezliği*: Parlaklık değişmezliği, nesnenin üzerine düşen ışık miktarından bağımsızdır. Örneğin bir kömür parçası, ay ışığında da, parlak güneş ışığında da siyah olarak algılanır.

3. Örgütlenme ve Gruplanma: Bir nesne yada şekil algılanırken, anlamlı hale getirme sonucu, zihin ayrıntılar üzerinde durmaz. Kişini tepkisi bütüne aittir ve toptandır. Bir metin okunurken tek tek kelime ve harfler üzerinde durulmaz. Önemli olan o metnin anlamıdır. Bunu yaparken zihin belirli ip uçlarından yararlanır. Yine melodi dinlerken o melodiyi teşkil eden notalar hiç dikkate alınmaz. Melodi toptan algılanır. Bunu yaparken zihin, gördüğü, işittiği vb şeylerden bir takım anlamlı bütünler oluşturur. Bunlar şekil – zemin algısı, gruplama ve tamamlama gibi durumlardır. Şekil – zemin algısında nesne kimi zaman şekil, kimi zamanda zemin esas alınarak algılanır.Bu durum zihni bir örgütlenmenin sonucudur.

4. Derinlik: Gözün ağ tabakası, fiziki olarak gördüğümüz nesneleri sağ, sol, yukarı-aşağı gibi iki boyut üzerine görme kabiliyetine sahiptir. Fakat, buna rağmen biz üç boyutlu olarak algılarız. Bunu sebebi zihnimizin görme ile ilgili bir takım ip uçlarından yararlanmasıdır. Bunların başlıcalar ı gölgelerin varlığı, görülen nesne ile göz arasında başka nesnelerin varlığı, ışık etkisiyle nesnelerin açık ve sisli olarak görülmeleri, değişik yüksekliklerin olması ve nihayet, iki gözün birlikte çalışmasının verdiği sonuçtur. Işığın geliş yönüne bağlı olarak, gölgeler birer derinlik algısı yaratırlar. Havanın açık ve sisli olmasına göre, nesneler, yakın ve uzak görünürler : Puslu havalarda cisimler, uzak ; açık havalarda da yakın

[15] Chilifford ; a.g.e.s.269

görünürler. Bir fotoğrafta, ön sıradan sonra, ikinci sırada başka resimler olursa , üçüncü sıradakiler daha uzak görünürler. Yüksek olan nesneler kendilerinden alçak olanlara göre daha uzakta imiş gibi görünürler. Doğrusal perspektifte büyüklükleri bilinen nesneler uzakta iken birbirlerine daha yakın gibi görünürler : Demir yolu üzerinde bulunan raylar, uzakta birbirine kavuşuyor gibi görünürler. İki gözün birlikte çalıştığı durumlarda da gözler, nesnelere iki göz arası kadar farklı açılara da bakarlar. Açılarda ki bu farklılık ağ tabakada uymazlık olayını yaratır. Bu olayın derinlik algısını oluşmasının da bir rolü olduğu tespit edilmiştir.[16]

I.II.3. ALGIDA BELLEĞİN ROLÜ

Öğrenme, algılama ile mümkün olduğu gibi, eski öğrenmelerde algıların oluşmasını etkiler. Uzayı algılarken, uzaydaki bir nesneyi, baş aşağı olarak değil de doğru olarak algılamamız bundandır.bu bizim ilk öğrenmelerimizin bir sonucudur. Algının yukarıdaki özellikleri doğuştun mıdır, yoksa sonradan mı kazanılmıştır? Bu soru psikologları uzun süre meşgul etmiştir. Son araştırmalar, bunların bir kısmının doğuştan, bir kısmının da sonradan kazanıldığını göstermiştir. Belleğimizin de nesnelerin algılanmasındaki rolü büyüktür. Denilebilir ki, biz, şimdiki zamanda olanları, geçmiş zamanın önemli deneyimlerinden yararlanarak algılarız. İnsan, görmekte olduğu şey ile ne görmesi gerektiğini düşünür. Böylece kendisine karşılaştırma yapabileceği bir başka şey arar. Bu da çok kez imgeledikleri ya da daha çok olmak üzere geçmişteki deneyimleridir. Bunun için, öğretimde öğretilen her şey daha önce öğretilen eski şeylere bağlanmaya çalışılır. Algısal örgütlenmemizin bazı kuralları vardır: Algı ve düşünce kişiden kişiye farklılık göstermektedir. İnsanlar gözle görülebilir dış özellikleri oldukça doğru bir şekilde algılayabilirler. Sosyal statü ve bir grup içindeki hiyerarşi; bireyin kendisini içinde algılayışı, grubun yapısı ve insanların toplumsal konularını beden dilleri ile yansıtmalarından anlaşılır. Örneğin bir gencin omuz silkmesi veya el sallaması arkadaşları tarafından ilgisizlik veya isteksizlik olarak algılanabilirken, aynı davranışın ebeveynleri veya öğretmenleri tarafından saygısızlık olarak algılanabilmektedir. Bu yanlış anlamanın nedeni bireylerin sahip oldukları rol
ve statülerin farklı olmasıdır.

[16] Cavit, Binbaşıoğlu, Etkin. Endüstri Psikolojisi, Ankara:1992, Kadıoğlu Matbaası, Ankara, s.34-39

I.II.4. GESTALT KURAMININ ORTAYA ÇIKIŞI

I.II.4.1. GESTALT PSİKOLOJİSİ

Almanca'daki 'Gestalt' sözcüğünün, tam bir İngilizce karşılığı yoktur, en yakın olanları, «bütün», «form», «şekil», «model» gibi sözcüklerdir. Gestalt psikolojisinin temel fikri, bütünün parçalara bölünerek anlaşılmayacağıdır. Diğer bir deyişle «bütün» deneyimleri, onu oluşturan duyusal «element»lerine indirgeyerek anlamamız, olanaksızdır. Bir 'Gestalt'da veya 'bütün'de, onun parçalarında olmayan, başka özellikler vardır. Psikolojinin kendi içindeki ve fizik bilimindeki gelişmeler, Gestalt psikolojisini çok etkilemiştir.

20. y.y.'ın ilk dönemlerinde, bir Avusturyalı profesör olan Christian Von Ehrenfels, «Gesstalt qualitat» veya «form-niteliği» adını verdiği bir kuram ortaya atmıştır. Bu kurama göre 'form' veya 'şekil'in kendisi, bütünüyle bir duyusal öğedir. Gestalt psikolojisini anlayabilmek için, fizik konusuna da değinmek gerekmektedir.

Fizik alanındaki devrim, Einstein'in "izafiyet kuramı"nı (görecelik kuramını) ortaya atması ile başlamıştır. Bunun da, Gestalt psikolojisinin çıkmasına doğrudan etkisi olmuştur. Bilindiği gibi, daha önceleri Sir İsaac Newton, uzayı ve zamanı «absolüt», «mutlak», «değişmeyen» şeyler olarak görmüştür. Örneğin, Newton'a göre «zaman», mutlak, doğru, matematiksel, kendiliğinden, dışta hiç bir şeye bağlı olmadan kendi doğası ile akıp giden, diğer bir adı ile «sürekllilik» olan şeydir.

Einstein'in ise, Newton'un kuramının yanlış olduğunu, zamanın değişik yerlerde değişik hızlarda akıp gittiğini söylemiştir. Einstein, «uzay» ve «zaman» yerine, «uzay-zaman»dan, birleşik bir alan gibi söz etmektedir. Böylece, belli bir «uzay-zaman» bölgesindeki «zaman akımı», belli bir uzay eğrisinden etkilenmektedir. Bu uzay eğrisi fikri, hayal ürünü değildir. Çağdaş fizikte, uzayın,büyük yer çekim gücü olan, güneş gibi cisimlerin beraberliğinde şekillendiği söylenmektedir. Burada önemli olan nokta, görecelik kavramı ve alan gücü kavramlarının, Gestalt psikolojisinin gelişiminde çok önemli etkileri olduğudur. Gestalt psikolojisinde, alan fiziğinin iç görülerinin, psikolojik kuram sorunlarına uygulanmaya çalışıldığı söylenebilir. Böylelikle, Gestalt psikolojisinin çıkışı, Alman deneysel

psikolojisinden duyulan hoşnutsuzluk ve fizikteki yeni düşünme biçimlerinin gittikçe fark edilmesine bağlanabilmektedir.[17]

1912'de Almanya'da Wertheimer'in devinim ile ilgili yazdığı bir makale ile Gestalt kuram başlamış olmakla beraber, ilkeleri Wertheimer, Köhler ve Koffka tarafından geliştirilmiştir. Almanca bir sözcük olan Gestalt sözcüğü biçim, şekil, form, parçaların sadece toplamı değil, entegre olmuş bütün gibi anlamları vardır[18]. Alman ve Avusturyalı Psikologların ortaya attıkları "Gestalt" kavramı, temelde insan gözünün görsel deneyimleri nasıl organize edip algıladığını araştırır. Gestalt Almanca'da koymak, yerleştirmek, düzenlemek anlamına gelen "stellen" fiilinden türetilmiştir.[19]

Zihnin kendisine sunulan biçimleri ve örüntüleri nasıl yorumladığı, Gestalt psikolojisinin konusudur. Görünüşte, Gestalt psikolojisinin ilkeleri, zihnin azami düzen ve düzenlilik aradığını, hatta yeğlenen durumun saltık bir dinginlik ve tekbiçimlilik olduğunu var saymaktadır.

I.II.4.2. GESTALT KURAMDA ALGILAMA

Gestalt kuramcılara göre algı bir örgütleme olup, çeşitli ilkeler ışığında gerçekleşmektedir. Wertheimer, belli uyarıcıların bir arada nasıl gruplanacağını ve yapılanacağını belirledi. Gestalt kuramcıları algısal örgütlenmeye yardımcı olan yasaların hepsini kapsayan genel bir yasa oluşturmuşlar ve buna pragnanz yasası adını vermişlerdir.[20] Koffka'nın anlamlılık ilkeleri olarak bilinen "Pragnanz" ilkeleri algılama ve öğrenme için aynı şekilde uygulanır niteliktedir**.** [21] Gestalt kuramını göre, bir şeklin arka planının da algı üzerinde önemli etkisi vardır. Algıdaki arka plan etkisine en basit örnek, aydınlık – karanlık karşılığıdır. Algının en çarpıcı özelliklerinden biride, uyaranın özelliklerinin sürekli değişmesine karşın, nesnelerin değişmez görünüme eğiliminde olmasıdır. Uzaklaşan bir otomobilin ağ tabakada ki görüntüsü boyut olarak küçülse de, algı deneyimi olan normal kişi, nesnenin boyutlarını değişmez olarak algılar. Gözlemciye algıladığı nesneye önceden

---

[17] Bruno, a.g.e., s.154
[18] Senemoğlu, a.g.e.s.240
[19] Rudolf Arnheim, 1977, The Dynamics of Architectural Form, University of California Press, USA.

[20]Yeşilyaprak Binnur.Gelişim ve öğrenme.Pegem Yayıncılık, Ankara, 2004, s.128
[21] Fatma.Varış. Eğitim Bilimine Giriş.Atlas Kitabevi, Ankara, 1994, s.111

varlığını bildiği bir nesne ile özdeşleştirme olanağı veren uygun bağlamsal ip uçlarının var olması koşuluyla algı değişmezliğini korur. Algılama kuramları genelde, ayrım yapmaksızın tüm canlılara yada en azından tüm insanlara uygulanacak biçimde geliştirilmiştir. Ancak algısal işleyişin kültürden kültüre, bireyden bireye, hatta aynı bireyden belirgin farklılıklar gösterdiği de gerçektir. Algı, eşyanın mekanda belli bir yere yerleştirilmesi, bir bütün olarak meydana çıkarılmasıdır. Algılama, insanın çevresindeki nesneleri, nitelikleri, ilişkileri duyu organları yoluyla tanıması, anlaması, anlamlandırmasıdır.[22] . Gestalt kuramına göre, problemin bir bütün olarak derinliğine kavranıp buna bütün halinde çözüm aranması kişiyi hızlı ve özgün buluşlara götürür. Gestalt teorisini anlayabilmek için teorinin temel prensiplerine bir göz atmak gerekir;

* Görsel bir imajın parçaları, farklı bileşkenler şeklinde çözümlenebilir ve değerlendirilebilir.

* Görsel bir imajın tamamı onun parçalarının toplamından farklı ve daha kapsamlıdır.

Gestalt kuramına göre, bir şeklin arka planınında algı üzerinde önemli etkisi vardır. Algıdaki arka plan etkisine en basit örnek, aydınlık – karanlık karşılığıdır. Uyaranın parlak görünmesi yalnızca kendisine değildir. Çevresinde ki uyarıma da bağlıdır. 1970'li yıllarda sanat eğitiminde daha disiplinli ve zihinsel bir yaklaşıma ağırlık verildi. Gestalt psikoloğu Rudolf Arnheim (1977) öğrencilerin görsel algılamalarının gelişimini tartıştı. Öğrencilerin bir durum ya da bir nesnenin değişik yönlerinin birbiri ile olan ilişkilerini anlayarak bir 'iç görüş' kazanacaklarına inandı. Öğrenciler, figürü fondan ayırabilmelilerdi. Bu süreç, önce sanat elemanları açısından bütünün parçalarını saptayabilmelerini, daha sonra bunların farklarını ayırt edebilmelerini ve son olarak da bir bütün oluşturmak ilişkiler kurabilmelerini gerektirmekteydi. Bu yeteneği, ancak sanat yapıtlarına yakından bakarak ve onlar üzerinde tartışarak geliştirebilirlerdi. [23] Algılamanın anlamı, insanın çevresindeki olay ve nesnelerden kendisine ulaşan etkileri duyu organları yoluyla duyarak,onların bilincine ulaşmasıdır. Duyu organları algılamanın araçlarıdır. Gestaltçılara göre algı, bir örgütlemedir. Wertheimer belli uyarıcıları bir arada nasıl gruplayacağımıza, nasıl yapılaştıracağımıza veya

---

[22] Dabney Townsend. Estetiğe Giriş.İmge Kitabevi. 2002,s.223

[23] Arnheim, Rudolf, 1977, The Dynamics of Architectural Form, University of California Press, USA.

24 Senemoğlu, a.g.e.,s. 255

yorumlayacağımıza belirleyen uyarıcı değişkenleri tanımlamıştır. Düşüncelerimizin anlamlı algılar olduğunu savunmuştur.

I.II.4.3. GESTALT KURAMDA ÖĞRENME

Gestalt sözcüğünün anlamı biçim, şekil, form, parçaların toplamı entegre olmuş bütümdür. Gestalt kuramcılara göre bütün, parçaların toplamından daha fazladır ve birey, bütünü parçalarına ayrıştırarak değil, bütünlük içinde algılar. Daha sonra bütün ve parçalar arasındaki ilişkileri fark eder. Gestalt psikolojinin eğitime kazandırdığı en önemli katkılar içgörüsel problem çözme ve üretici düşünme uygulamalarıdır. İçgörüsel problem çözme davranışının kazandırılabilmesi için bireyin problemi bütün ögeleriyle karşılaştırabilmesi gerekir. Bireyin üretici düşünmesini sağlamak ise, problemin doğasını ve çözümünde kullanılan ilkenin dayandığı temelleri anlamasını sağlamak yoluyla gerçekleşebilir. Gestalt psikologlar, öğrenmeyle ilgili yapılan tekrarların, bireyin yeni ilişkileri keşfetmesine ve bellekteki izlerin daha iyi bir şekilde örgütlenmesini sağlaması açısından önemli olduğunu vurgulamışlardır. Gestalt psikologlara ve daha sonra yapılan araştırmalarda gestalt yasalarının , gruplama ve ilişkilendirmede kullanılmasıyla hatırda kalıcılığı arttırdığı belirlenmiş, örneğin objelerin benzerliklerine, simetrilerine, yakınlıklarına, devamlılıklarına göre gruplanıp ilişkilendirilmesinin hatırlanmayı kolaylaştırması şeklinde olumlu etkileri saptanmıştır.[24]

I.II.4.4 GÖRSEL ALGILAMA

Görsel algılama ışık uyarımının karmaşık işlemler ile değerlendirilmesidir. Gözde ışığa duyarlı alıcı bir tabakanın varlığı esastır. Göz bebeği ise küçülüp büyüyerek ışık alımını ayarlar. Işık uyumlarını toplayan sinir lifleri tüm uyarımları düzenleyerek, görme siniri denilen ileticiyle beyne gönderir. Beyinde ise bütün veriler normal bir işleyişle değerlendirilir. Sonucunda oluşan ise görsel algılamadır.

Görsel algı yaratıcı bir süreçtir. Görsel algı sıklıkla kameranın çalışması ile karşılaştırılır. Kameranın lensi gibi gözün lensi de görüntüyü retina üzerine odaklar. Fakat bu benzetme kısa sürede bozulmuştur, çünkü kişi dünyayı 3 boyutlu görür, diğer benzetmeler 2

boyut üzerinden yapılır. Ayrıca bu benzetme görsel sistemin bilişsel fonksiyonunu da yansıtmaz. Psikoloji alanı içinde bakıldığı zaman görsel algılamaların öne çıktığını görürüz. Burada farklı bilişsel biçemler ve öğrenme yolları teknikleri ile beynin yapısı ve fonksiyonları söz konusu olur. Her birey farklı algılama biçimlerine sahiptir.

Etkileşimli algılama ve iletişim modelleri görsel öğrenmeye farklı biçimlerde birey yönünden farklı katkılarda bulunurlar. Göz hareketleri çalışmaları bu noktada önemlidir. Sağ ve sol beynin yapıları farklı öğrenmelere neden olabilir.[25]

Berkeley'in psikolojiye en önemli katkısı, görsel algı alanında olmuştur. Öncelikle, derinlik algılaması ile ilgilenmiştir. İnsan göz retinası, iki boyutlu olduğu halde, nasıl olup da, üç boyut gördüğümüzü pek az kişi durup da düşünür. Berkeley'in bu soruya yanıtı, onun deneyimciliğini ve çağrışımcılığını (associationist) göstermektedir.

Berkley'e göre, derinlik algısı, deneyimle oluşur. Biz, nesneleri görür ve dokunuruz. Bazı nesnelere dokunmamız için uzanmamız gerekir. Bazılarına ise, yalnız uzanarak değil, en veya yürüyerek dokunuruz. Bu deneyimler ile (uzanma, emekleme ve yürüme sırasındaki deneyimlerimiz ile), gözlerimi nesnelere yaklaşır, uzaklaşır, göz mercekleri odaklarını değiştirir.

Edindiğimiz deneyimler, dokunma deneyimlerimizle birleşerek, 'derinlik' kavramını oluşturur. Çağdaş psikoloji açısından, Berkeley derinlik algılamasına ilişkin bu görüşleri, algılama için, "öğrenme" ve "deneyim"in ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır.[26]

I.II.4.5. NESNE ALGILAMA

Tüm algılardaki çarpıcı gerçek, ilgili sürecin duyusal bilgiyi daima nesnelere dönüştürmesidir. Nesne algılanması kısmen öğrenmeye dayanır. Öğrenmenin yanı sıra uyarıcıların nesnelere örgütlenmesi şeklindeki temel eğilim insanların sinir sisteminin doğal bir özelliğidir.[27] Çağdaş psikoloji ve felsefe görmeyi görüşlerin belirlediğini belirtir. Bazı

---

[25] İsmail, İpek. The Turkish Online Journal of Educational Technology TOJET July 2003 ISSN: 1303- 6521 Volume 2, Issue 3, Article 9

[26] Bruno, a.g.e. 139

[27] Binbaşıoğlu, a.g.e.

görünüşler farklı biçimlerde algılanabilir.Kişinin gördüklerindeki değişimler iradeye bağlıdır. Aynı görünüş birden fazla nesne gibi algılanabilmekte, aynı nesne farklı şekillerde algılanabilmektedir.Basit görünüşler için doğru olan şey daha karmaşık görsel örneklere ve diğer algı biçimlerine genişletilebilir.Bir nesnenin normal görünüşü yararlı bir nesne ya da nesneler sınıfının bir örneği olarak ortaya çıkar. Arnheim'e göre 'Resim hiç bir zaman nesnenin bir tıpkı örneği değil, ancak yapısal eş değeridir.[28] Küçük çocuk kağıt üzerindeki görsel bir nesnenin doğadakinden son derece farklı durabildiğinin gerçeğini kendiliğinden keşfeder ve anlar. Örneğin, sanatsal üretimin başında olanlar bir ürünü tasarlarken önce uzamla ilgili düşünle işe başlarlar. Görüntünün elemanları basit bir şekilde toplanmış değil, beyin tarafından oluşturulmuş bir biçimde seçici olarak organizedir. İlk Gestalt psikologları görsel algıyı bir melodinin duyulmasına benzetmişlerdir. Biz bir melodiyi sadece içeriğindeki notalarla değil, bu notaların birbirleri ile etkileşimlerine gore tanırız. Bir melodi farklı anahtarlarla çalındığında da tanınabilir, çünkü seslerin arasındaki etkileşimler değişmemektedir. Bunun gibi biz farklı durumlarda da (farklı ışıklandırma) benzer görüntüleri ayırt edebiliriz. Çünkü görüntünün kompenetleri arasındaki etkileşimler hala saptanabilmektedir. Tüm algılardaki çarpıcı gerçek, ilgili sürecin duyusal bilgiyi daima nesnelere (object) dönüştürebilmesidir (to convert).

Nesne algılanması kısmen öğrenmeye dayanır. Kişinin nesneleri isimlendirebilmesi ve bunların işlevlerini belirtebilmesi, kuşkusuz ki öğrenilir Algı duyusal bilginin yorumlanmasını içerir.

Nesne algılama kısmen doğuştan gelen örgütleyici eğilimlerle tayin edilir. Bunlar; bir zemin üzerinde bir şekil algılama eğilimi, nesneleri bir araya gruplama eğilimi ve eksik öğelerin yerlerine doldurulması ile bir bütün yaratılmasını içeren tamamlama eğilimleridir.[29] Ayrıntıyı fark etme birtakım işaretlerle de ifade edilebilmektedir.

Hayal gücünün geliştirilmesi; gözleme dayalı tasarıma yönelik düşünmeye doğru ilerlemek için hayal gücünün geliştirilmesi gerekmektedir. Çünkü yaratıcı bir tasarımcı için en önemli araç, hayal gücünün gelişmesine katkıda bulunan görsel hafızadır.

---

[28] Arnheim, a.g.e.
[29] Binnur Yeşilyaprak.a.g.e., s.227

Birey, görsel hafızanın zengin bir koleksiyonuna sahip olmalıdır. Hafızanın zenginliği iyi gelişmiş ve etkin bir görsel algılamaya dayanmaktadır.

Görsel imaj toplamanın ve algılamayı bilinçli hale getirmenin en kolay yolu görsel not tutmadır. Görsel eğitim sonucu gelişen (görsel keskinlik ve ifade kazanan, görsel analizi öğrenen, gözlem yapan, doğru algılayan, ayrıntıyı fark eden, hayal gücünü geliştiren) birey, çalışmalarını iyi bir kompozisyonla ifadelendirir.[30]

Algılama nesnenin bireyin dikkatini çekmesiyle (örneğin eşit koyuluklarda griler içinde renksel etki yapmayan nesnelerin arasında çok ışıklı bir nesnenin)ki nesneyle hiçbir tanışık olmasa bile, onunla ilgilenme ihtiyacı duyulmasa bile, birden, nesneden gelen ışıkların göze çarpmasıyla, gözün o nesneyi görmeğe eğilim göstermesiyle olacaktır. Yani burada göz nesne tarafından rahatsız edilmiş oluyor ve bütün dikkat o nesneye çevriliveriyor.

Etraftaki nesneler dünyası eşit niteliklere sahipse, bizim öz gelişmişliğimiz, kafa yapımız, önceden geçirmiş olduğumuz deneyimlerimizin oluşturduğu bilgi haznemize göre çevremizde yer alan nesneleri görmeğe başlarız. Belirli yerlere kendi

boyutlarımız içinde bakarız. Göz hizamızdaki şeyler ve hatta göz hizamızın biraz altındaki şeyler, bizim için görme alanına girmektedirler. Bu alan üstünde ne varsa görme alanımız içindekileri oluşturur. Bunun yanında kişisel gelişmemize bağlı olarak genellikle tanıdık biçimleri, tanıdık nesneleri görme eğilimi gösteririz. İnsanda tanıdık olanı görsel olarak ararken.v.ve tercih etme eğilimi her zaman vardır (görme sırası içinde). İnsan görmede olduğu gibi tanıdık nesne görmede de bu vardır. Aynı şekilde biçimsel nitelik bakımından nesneler bizimle ilişkiliyseler onları görmeğe eğilim gösteririz. Nesnenin mekan içindeki durumu, ortam koşulları, nesnel değişimler, bizim görme ve algılama durumlarımızın tamamı görecelikli olarak nesnenin algılanmasında etken niteliklerdir.

Nesnenin görsel nitelikleri bütün nesnelerde bulunan ve o nesneleri oluşturan görsel, yapısal ortak niteliklerin bir araya gelme türüne, nesnelerin görsel prensipler bakımından taşıdıkları özellikler denir. Prensipler bütünlemeyi sağlamak içindir. Görsel nesneleri ayrıştırırken onları oluşturan görsel elemanlardan söz edilir. Bunlar ;

1.Yapıya bağlı elemanlar: Biçim, strüktür;

[30] Ahmet Atan. a.g.e.s.30

2.Görünüme (nicel)bağlı elemanlar (veya nitelikler) : Koyu-açık, renksel oluşumlar ve dokusal özellikler olarak ifade edilebilir.

Bu elemanlar hem yapısal hem görsel nitelikte nesneyi oluşturur. Oluşumun nasıl meydana geldiği, yani bu niteliklerin nasıl bir araya toplandığı belli prensipler ortaya koymaktadır. Genellikle bu prensiplere bağlı olarak nitelikler bir araya gelince sanat işi belli bir nitelikte ortaya çıkar. Ancak bu niteliklerin bazıları bir nesnede, bir diğer nesneye göre daha baskın olabilir. Örneğin, bir nesnenin ilk defa bizi etkilediği nitelik-onun 'rengi olabilir, yapısı olabilir, kurgusu olabilir

Normal algılama insan boyut ve yeteneklerine, görme sınırları içine düşen hallerde olabilir. Yapısallık değişmezken; somut nesnenin üç boyutlu algılanması ise nesne ve aydınlanma nitelikleri elverişli olduğu, oranda iki gözümüzle bakmamızla oluşur ve görsel nitelikler, ışığa gözümüzün algılamasına, uzaklığa, renksel etkileşimlere bağlı olduğu için değişkenlik gösterirler. [31]

I.III. GÖRSEL ALGILAMADA GESTALT KURAMI

Algılamayla ile ilgilenen psikologların öğrendikleri ilk şey, algının bir örgütleme olduğudur. Dünyayı rastgele bir araya gelmiş, gelişigüzel nesnelerin dizildiği bir çevre olarak görmeyiz. Bize gelen duyuları derler, toparlar, organize ederek bir anlam veririz. Algı, kendini oluşturan duyusal girdilerin toplamından daha fazla bir anlam ifade eder. Bu gerçeği bir gün algısal psikoloji üzerinde çalışan ilk Alman psikologları, Gestalt kelimesi ile ifade ettiler. Gestalt Psikologları, algısal organizasyonun özel temellerini saptadılar ve algısal devamlılıkları ve görsel yanılsamaları örnekleri ile gösterdiler. Yeni fizyolojik ve nörofizyolojik çalışmalar bu prensipleri desteklemiştir.

I.III.1 GESTALT KURAMDA ALGISAL ÖRGÜTLEME YASALARI

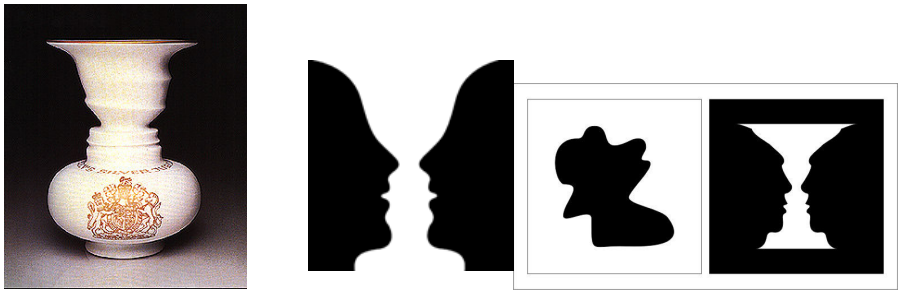
Gestalt Psikologları, algısal organizasyonun özel temellerini saptadılar ve algısal devamlılıkları ve görsel yanılsamaları örnekleri ile gösterdiler. Yeni fizyolojik ve nörofizyolojik çalışmalar bu prensipleri desteklemiştir. Algılamamızı etkileyen “gestalt ilkeleri” şöyledir:

[31] Nuri Temizsoylu.Temel sanat Kavramları. Eskişehir:1987

I.III.1.1. Şekil-Zemin İlişkisi

İnsanın algılama sistemi şekil ve zemin arasında bir ayırım yapar. Şekil, bireyin dikkatinin üstünde odaklaştığı şeydir; zemin ise şeklin gerisinde, dikkat edilmeyen,algı alanına girmeyen şeydir. Şekil, zeminden daha dikkat çekici,daha çarpıcı özelliklere sahiptir. Fakat bazı durumlarda şekil ve zeminin birbiriyle yer değiştirdiği,hangisinin şekil hangisinin zemin olduğuna karar verilemediği durumlar olabilir. Birey, bir yönden baktığında şekli zemin olarak algılayabilir. Bir diğer yönden baktığında da zemin, şekil özelliği kazanabilir. Ancak aynı anda her ikisini de şekil olarak algılanamaz. İnsanların nesne algılamalarındaki başlıca örgütleyici eğilim, şekil (figure) ve zemin'in (ground) birbirlerinden ayrılmasına ilişkindir.

Resimler farklı form ve renklerden veya hareket ve ton farklılıklarından kendi içinde ön-arka veya figür zemin ilişkisi oluştururken bu resim duvar üzerine asıldığında bu defa resim figür, duvar zemin olarak algılanır. Bir poster üzerindeki yazı da figür zemin ilişkisindedir. Beyaz zemin üzerinde isimlendirilemeyen şekil daha önce gördüğümüz belli bir cime benzemese bile bu lekeyi cisim, beyazı da zemin olarak kabul ederiz. Diğer resme bakıldığında ise ya birbirine bakan iki yüz ya da bir vazo görürüz. İki cisimden herhangi birinin algılanabileceği bu tür resimlerden farklı algılanabilir şekiller (reversible figure) olarak söz edilir. Gestalt içinde şekil ilginin odağını oluşturmaktadır. Bu bir nesne veya örüntü olabilir. "Zemin" ise, bu nesnenin içinde bulunduğu "çerçeve"dir. Basit bir örnekle, denizdeki yelkenli resmini gözümüzde canlandırırsak, burada ilginin odağı olan yelkenli "figür", deniz ise zemindir. Resimde deniz ya da yelkenlinin tek başlarına algılanması söz konusu değildir. Resim, bir bütün olarak algılanmaktadır.Ancak bu bütüne anlamını veren, parçaların- deniz ve yelkenlinin arasındaki ilişkidir. Böylece Gestalt psikolojisinde yapısal bütünlük figür ve zemin arasındaki belirleyici ilişkiden kaynaklanmaktadır. Başka bir deyişle figürün anlamı onun zemin ile olan ilişkisinden, aynı şekilde zeminin anlamı da onun figürle olan ilişkisinden ve bu ilişkilerin bütünsel bir gestalt oluşturmasından kaynak-lanmaktadır.

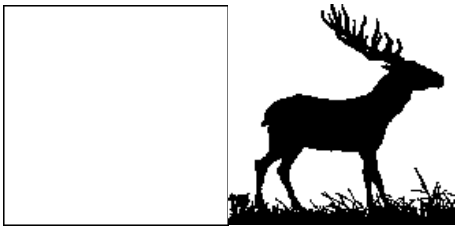


Şekil 1: Şekil-zemin ilişkisi



Şekil 2: Şekil-zemin ilişkisi

Çoğunlukla, pelikanlar ya da balıkçı çocuk örneğindeki gibi algılamada figür ön plandadır. Renkli fotoğrafta pelikanlar sudan kolayca ayırt edilebilirler. Bunun nedeni renkli olmasıdır. Pelikanlar geri plana karşı ayakta durmaktadırlar. Pelikanların fark edilmesi zemine odaklanmadan gerçekleşmektedir.



Şekil 3: Şekil-zemin ilişkisi



Şekil 4: Şekil-zemin ilişkisi(Torrans, 1999).

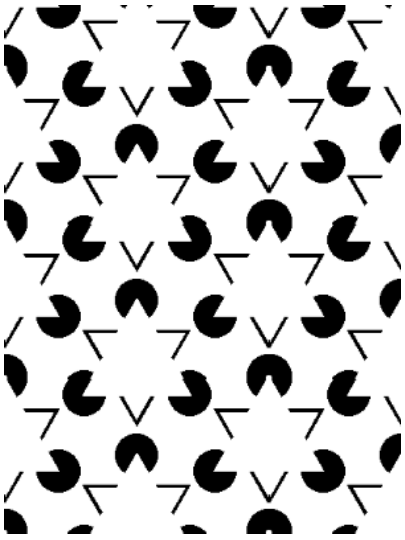
İnsanın algılama sistemi şekil ve zemin arasında bir ayırım yapar. Şekil, bireyin dikkatinin üstünde odaklandığı şeydir; zemin ise şeklin gerisinde, dikkat edilmeyen, algı alanına girmeyen şeydir. Şekil, zeminden daha dikkat çekici, daha çarpıcı özelliklere sahiptir. Fakat bazı durumlarda şekil ve zeminin birbiriyle yer değiştirdiği, hangisinin şekil hangisinin zemin olduğuna karar verilemediği durumlar olabilir. Birey, bir yönden baktığında şekli zemin olarak algılayabilir. Bir diğer yönden baktığında da zemin, şekil özelliği kazanabilir. Ancak aynı anda her ikisini de şekil olarak algılanamaz.[32]. Benzer şekilde negatif ve pozitif boşlukta kompozisyonda dengeyi sağlayan figür ve zeminin oluşmasına yardım eden iki elementtir.[33]

I.III.1.2.Tamamlama (closure) ilkesi

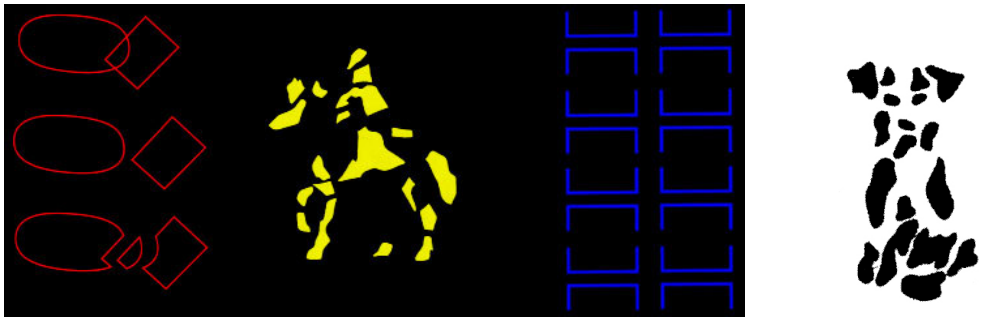
Algı sürecinde önemli noktalardan biri parça-bütün ilişkisidir. Algıladığımız tüm nesneler uyarımlardan oluşmuştur. Ancak, hiçbir nesne, uyarımların bir toplamı olarak algılanmaz. Algı, duyumların toplamında daha fazla bir anlam ifade eder. Örneğin; bir melodi onu oluşturan tonların toplamından çok farklıdır. Tonların tek tek hiçbir anlamı yoktur. Bunlar ancak bir "bütünlük" oluşturacak biçimde düzenlendiklerinde bir anlam kazanırlar. Nitekim, farklı biçimde düzenlendiklerine aynı tonlar, çok farklı melodiler oluşturabilirler. [34] Psikologların nesne algılanması konusunda keşfettikleri birkaç örgütleyici süreç daha vardır. Bunlardan biri olan tamamlama (closure) eğilimi, insanların görsel dünyalarını uyarımdaki boşlukları doldurarak örgütlemelerine ve böylece de kopuk parçalar yerine bütün bir nesne algılamalarına yol açar. Şekil 4'te üstteki ve ortadaki şekillerin sırasıyla, daire ve kare olarak algılanmalarına yol açar.

---

[32] Ethem Başaran.Eğitim Psikolojisi.Kadıoğlu Matbaası. Ankara .1983. s.178
[33] http://www.apogeephoto.com/mag1-3/mag1-3mf1.shtml
[34] Selman. Erdem .Psikoloji ders kitabı. Fil Yayınevi, İstanbul, 1995, s.47



Şekil 5 : Tamamlama(closure) ilkesi

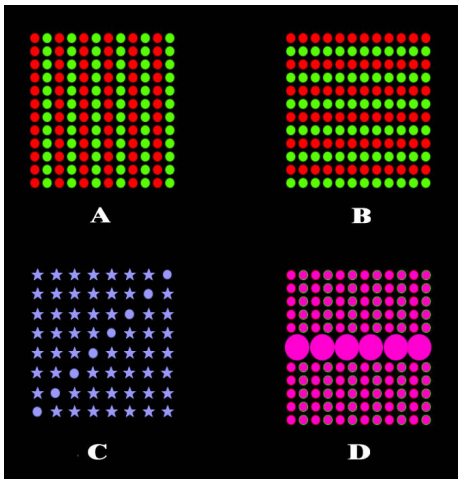


Şekil 6: Tamamlama ilkesi

I.III.1.3. Benzerlik (similarity)ilkesi

Birbirine benzer birimler bir algısal bütünlük kazanırlar. Kalabalığa baktığımız zaman bazı özelliklerine göre bireyleri gruplarız; yaş benzerliğine göre grupladığımızda çocukları, gençleri, orta yaşlıları ve ihtiyarları görürüz.; cinsel benzerliği kullanarak erkek ve dişi gruplarını algılarız. Aynı topluluğu, giydikleri giysilerin renklerine göre de gruplayabiliriz. Şekil, renk, doku, cinsiyet vb. pek çok özellik bakımından birbirine benzer maddeler birlikte gruplanarak algılanırlar. Benzerlik faktörü görsel uyarıcıların algılanmasında olduğu kadar işitsel uyarıcıların algılanmasında da önem taşır. Mesela

kalabalık, gürültülü bir yerde karşımızdaki konuştuğumuz kişinin ses bakımından bir anda diğerine benzerliği nedeniyle sadece onun konuşmalarını algılarız. Gürültüyü bir andan diğerine ses benzerliği olmadığı için gruplandırıp anlamlandıramayız.



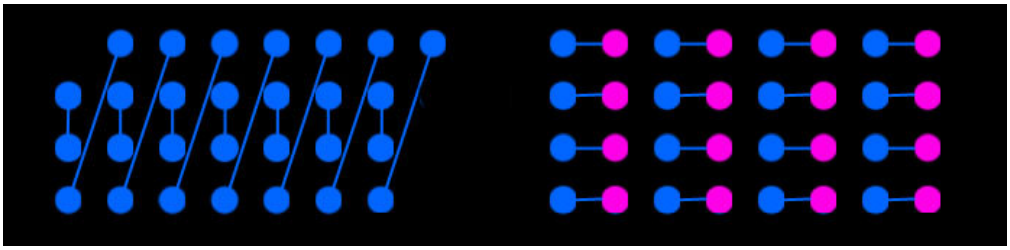
Şekil 7: Benzerlik ilkesi

I.III.1.4. Yakınlık (proximity) ilkesi

Nesneler bir örüntüyü temsil ediyor olarak görülür ve uzaydaki noktalar birbirlerinden uzakta olsalar bile tek bir düzlem üzerinde uzanıyor olarak yorumlanırlar. Büyük Ayı'yı oluşturan yedi yıldız gerçekte dünyadan değişik uzaklıklarda olmalarına karşın, bu uzaklıktaki astronomik farklar görülmez ve bundan dolayı, uzun kulplu bir kepçe (ya da uzun kuyruklu bir ayı) oluşturan, tek bir düzlem üzerinde yer alan yıldızlar olarak yorumlarız. Organizma bir alandaki öğeleri, nesneleri birbirlerine olan yakınlıklarına göre gruplandırarak algılama eğilimindedir. Örneğin ... ... noktalar üçlü gruplar halinde algılanmaktadır. İşitsel uyarıcıların gruplanarak algılanması ise zaman içinde birbirlerine olan yakınlıklarına göre gerçekleşir. Mesela müzikteki ritim algılaması zaman içinde birbirlerine değişik yakınlıklarda bulunan vuruşlara dayalıdır.ancak okuyarak, yazarak, konuşarak iletişim kurduğumuzda yakınlık faktörünü sürekli olarak kullanırız. Konuşmayı sözcükler ve cümleler arasındaki duraklamalara göre anlamlandırırız. Okuma ve yazmada ise sözcükler arasındaki noktalama işaretlerine göre anlamlandırırız. Eğer birbirine zaman ve mekan bakımından yakın olan öğeler birbirine ait, birbiriyle ilişkili ise hatırlanmaktadır. Mesela şeker-çay, okyanus-gemi, öğrenci-okul gibi sözcük grupları kolay hatırlanmaktadır.



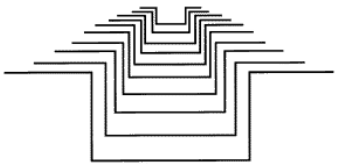
Şekil 8-a: Yakınlık ilkesi



Şekil 8-b: Yakınlık ilkesi

I.III.1.5. Devamlılık ilkesi

Aynı yönde giden noktalar, çizgiler, v.b. birimler birlikte gruplanarak algılanma eğilimindedir.Birbirinden kopuk bir şekilde bir doğru üzerinde uzanan objeler sürekli bir doğru gibi, açık ve kırılmış figürler tamamlanmış ve kapalı bir figür gibi görülür ve algılanır.[35]



Şekil 9: Devamlılık ilkesi

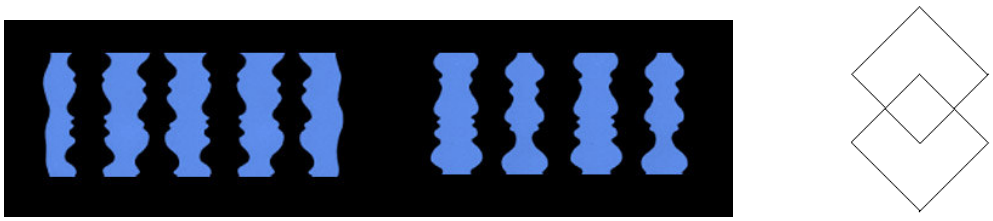
I.III.1.6. Basitlik İlkesi

[35] Varış, a.g.e., s.111

Bu yasaya göre diğer unsurlar eşit olduğu takdirde birey basit, düzenli bir şekilde organize edilmiş figürleri algılama eğilimindedir.

I.III.1.7. Simetri ilkesi

Simetri ilkesinde, algılanan objelerin şeklin merkezinden itibaren simetrik şekiller olarak organize edilmiş figürleri algılaması eğilimi söz konusudur". Bu yasa da, algılamanın simetrik, düzenli, düzgün olan iyi bir biçime, şekile, bütüne (geştalt) doğru olduğunu göstermektedir.

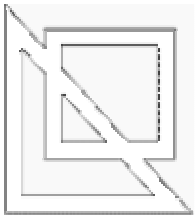


Şekil 10: Simetri ilkesi

I.III.1.8. Pragnanz yasası

Gestaltçılar, örgütlemenin yardımcı yasalarını daha genel ortak bir yasa çerçevesinde toplamasıdır ve bu genel yasaya "Pragnaz Yasası adını vermişlerdir. Koffka Pragnaz bu yasayı şu şekilde açıklamaktadır. Psikolojik olayda anlamlı, tam ve basit olma eğilimi vardır.

Gestaltçılar, algılama, öğrenme ve belleği incelerken Pragnanz Yasasını yol gösterici bir ilke olarak kullanmıştır. Daha sonra kişilik çözümlemeleri ve psikoterapi alanlarında da bu yasadan yararlanmışlardır. Koffka'ya göre dışarıdan gelen duyusal uyarımları anlamlandırma ve örgütlemede sadece bu yasa değil, aynı zamanda bireyin inançları, değerleri, gereksinimleri, tutumları da etkilidir. Bu sebepten aynı fiziksel çevrede bulunan kişilerin çevreyi yorumlamaları ve tepkileri farklı olabilmektedir.



Şekil 11: Pragnanz ilkesi

I.III.2. GESTALT İLKELERİ VE TASARIMDA KULLANIMI

Tasarım ögeleri iki ve üç boyutlu çalışmalarda kavramsal ögelerin yardımıyla algılanması sonucu anlam kazanır. İki boyutlu bir çalışmada ögelerin düzenlenmesi, organizasyonu, ilgili düzlemin uzunluğu ve genişliği üzerinde meydana gelir. Esas amaç düzeni ve uyumu sağlamak ve görsel ilgiyi ve anlamı ifade etmektir.

I.III.2.1. TASARIM NEDİR?

Tasarlama sözcüğü, İngilizce ve Fransızca da ki "design" kelimesi karşılığı olarak kullanılmaktadır. "Design" kelimesi de Latince kökenlidir. Tasarımın birçok tanımı yapılabilir. Tasarım, algı ile kavram arasında bir bağlama aracıdır. Nesnel gerçeklik ile doğrudan ilişkisi bulunmaz. Bu nedenle önemsiz ayrıntılar yerine, önemli özelliklere dikkat çeker. Bunun sonucu olarak ta algılardan genelleştirme yapılarak kanılara varılır. Tasarım bilgi edinme öğesidir. Çünkü, duyumsal tasarım ile zihinsel tasarım daima birbirini etkiler. Bu nedenle duyumsal bilgi ile ussal bilgi her zaman iç içedir. Gerçek bilgi ise böylelikle oluşur. Güzel sanatlar alanında tasarım, yaratıcı sürecin kendisi olup, bir faaliyet için gerekli olan eskiz ve planların hazırlanması süreci çalışmalarını kapsar.[36]

Tasarım sözcüğü bir ürünü ortaya koymaya yönelik düşünsel ya da maddi çalışmalar süreci olarak da tanımlanmakta, bunu ürünün gerçekleştirilmesi aşaması izlemektedir.

Gestalt, tasarımın birdenbire ortaya konan niteliksel bir bütün olduğunu ileri sürer. Bir ürünün tasarımında genel olarak bazı temel ögeler göz önünde bulundurulur. Bunlar kullanılan malzeme ya da malzemelerin olanakları, bu malzemelerin amaçlanan işleve uyarlanmasında kullanılan teknikler, parçaların bütün içinde yan yana geliş biçimi, bir başka değişle yapısı ve ürünün onu izleyecek ya da kullanacak olanlar üzerindeki olası etkisi, yani

[36] Erol Eti. Tasarım ve Dekor Semineri Bildiri Kitapçığı, s. 25

tasarımın amaçları ve ürünün işlevidir [37]

I.III.3. TEMEL TASARIM İLKELERİ

Tasarım ögeleri iki ve üç boyutlu çalışmalarda kavramsal ögelerin yardımıyla algılanması sonucu anlam kazanır, iki boyutlu bir çalışmada ögelerin düzenlenmesi, organizasyonu, ilgili düzlemin uzunluğu ve genişliği üzerinde meydana gelir. Esas amaç düzeni ve uyumu sağlamak ve görsel ilgiyi ve anlamı ifade etmektir. Bu yaratıcı süreç, çizim teknikleri, baskı, boya, fotoğraf, tüm iletişim araçları ile ifade kazanır. Tasarım ilkeleri, görsel tasarım ilkeleri (kompozisyon ilkeleri) şeklinde ifadelendirilebilir. Bu ilkeler;

- Zıtlık
- Egemenlik / odak noktası
- Denge
- Ritim
- Şekil - zemin anlatımları
- Vurgu
- Bütünlük
- Oran

Şeklinde sıralanabilir.[38] -[39]

I.III.3.1. ZITLIK/ KARŞITLIK, ÇELİŞKİ

Evrende her şey karşıtlıklar dengesi içindedir. Ölçü zıtlığı, aralık zıtlığı, renk zıtlığı, doku zıtlığı, üslup zıtlıkları, ilgi topladığı ve canlılık yarattığı için önemlidir. Sözcük anlamıyla zıtlık; karşıtlık, karşıt olma, çelişki olarak ele alınmaktadır. Kontrast karşıtlık kavramını geniş kapsamları ile ele aldığımızda ise evrende her şeyin karşıtlıklar dengesi içinde oluştuğunu görürüz. Bu sosyal yapıda da biçimsel yapıda da böyledir ve zıtlık yoksa hareket yoktur, varlık yoktur, süreç yoktur. Sanat açısından değerli görülen her yapıtta kuşkusuz çok iyi çözümlenmiş kontrast bir denge vardır. Bir şeyin değerlendirilmesinde karşıtlıklar daima Ön plandadır. Zıtlıkta denge kurulması bir çok şeyi çözümleyecektir. Çünkü görsel anlamda en önemli belirleyici özellik zıtlık kavramındadır. Bu karşıtlığın boyutu bireye göre değişir.

[37] Gülsüm Gülnaz. Grafik Tasarım Ders Notları
[38] Çellek
[39] http//i.ticu.edu.tr

Bazılarında şiddetli, bazılarında yumuşak olabilir. Ölçü zıtlığı, aralık zıtlığı, renk zıtlığı, doku zıtlığı, biçim, üslup zıtlıkları ilgi topladığı ve canlılık yarattığı için önemlidir. Örnekleri çoğaltmak mümkündür. Uzun-kısa, kalın-ince, dar-geniş, yuvarlak-köşeli, sert -yumuşak, mat-parlak, kuru-ıslak, hafıf-ağır, siyah-beyaz vs. Zıtlık konusundaki uygulamalarda; resim ve fotoğraflardan yararlanılarak anlam bağlamında zıtlık yaratacak bir yapıt üretilebilir. Anlam yanında biçimsel bağlamda zıtlık kavramında yaralanılarak çalışma yapılabilir.

I.III.3.2. DENGE

Bir kompozisyonda kullanılan ögeler birbiriyle karşılaştırıldıklarından genelde bir denge hissedilmektedir. Denge simetrik, asimetrik denge olarak iki türlüdür. Örneğin, insan vücudu simetriktir. Asimetrik denge, farklı görsel ağırlıktaki ve çekicilikteki ögelerin düzenlenmesiyle oluşturulur. "Bir sanat eserini oluşturan öğelerin, bütün içinde kompozisyon düzenini bozmayacak biçimde dağılışı" Resimde dengeyi dikey ve yatay çizgiler kurar. Denge salt çizgilerle değil, açık koyu zıtlığıyla da verilebilir. Başarılı bir düzenlemede kullanılan Öğeler birbirleriyle karşılaştırıldıklarından genelde bir denge hissedilmiştir. Bu denge biçim, yön, ölçü, aralık, doku, renk ile sağlanabilir. Görsel ağırlıkları olan öğelerin eşit dağılımının bir türü olan denge, tasarım ilkelerinden biridir. Denge zıtlıkla koşulludur adeta. Yeryüzündeki her şey zıtlıklar dengesine dayalıdır. İnsanın yaşamı ve kendisi dengeye dayalıdır. Dengesizlik her şeyi altüst edebilir. Çünkü dengesizlik bozukluk, yanlışlık demektir. Görsel uyarıcılık dengedeki doğruluk ya da rahatsız edicilik sonucu oluşur. Gerek görsel gerek devinimsel gerekse sessel anlatımda dengenin sağlamlığı söz konusudur. Denge; formda, renkte, harekette, açık koyuda kendini gösterir. İki boyutlu düzenlemeye ait dengede daima ifadeyi sağ ve sol olarak ya da alt ve üst olarak iki bölüme ayıran düşey ve yatay eksen aranır. Denge simetrik (bakışık) ve asimetrik denge (bakışımsız) olarak ikiye ayrılır. Simetrik denge, bir eksene göre öğelerin aynı durumda tekrar etmesiyle oluşur. İnsan vücudunun doğal olarak simetrik dengeye sahip olması sanat gücünü bilinçaltında o yönde etkilemiştir. Kesin kararlı oturmuş bir kompozisyonu oluşturur. Ancak fazla ilgi uyandırmaz. Asimetrik denge, eşit ya da eşit olmayan görsel ağırlıktaki ve çekicilikteki öğelerin düzenlenmesiyle oluşturulur. İlgi çekici olması yönünden kompozisyon daha başarılı olur. Anlatımı oluşturan elemanların, benzerlik, zıtlık, üslûp, uygunluk ilişkileriyle renk, biçim, hareket, açık-koyu ile oluşan denge, asimetrik dengeyi oluşturur.[40]

[40] Atan, a.g.e., s.35



Horizontal simetri / Horizontal simetri / Radial simetri / Asimetri

Şekil 12: Simetrik ve asimetrik denge

I.III.3.3. RİTM

Ritm, bir sanat yapıtıyla aramızda psiko-fizyolojik anlaşma yaratmak için yinelenen devinimler düzenidir. Devinim ikiye ayrılır.

•Doğal devinim (Örneğin, yontunun devinimi)
•Plastik devinim (kitlelerin üç boyutla bir yüzeyde yarattığı ışık – gölge kontrastların- dan doğar)

Ritm çeşitli yönlerinde, çeşitli büyüklükte, yinelenen dominant devinimlerin birbiriyle kontrast uyuşumudur. Bir yapıtta çoğunlukta olan devinimlere dominant devinim denir. Sonuç olarak ritm, renk, açık-koyu, ögelerin birbiriyle ilişkileri, dolu – boş kısımlar ve bunların çevre ilişkileri, hakim ve kontrast elemanlar, gölge - yarı gölge – açık durumlar, devinimlerin yükselme alçalma hızlarının üzerimizdeki etkileridir.

I.III.3.4. ŞEKİL - ZEMİN ANLATIMLARI

Görsel tasarım ögeleri, görsel ilkeler yardımıyla yüzeysel ya da hacimsel olarak düzenlenerek zemin ya da şekil anlatımları oluştururlar. Zemin anlatımı; iki boyutlu etkisi olan bir düzenlemedir.

Geniş - berrak alanlarla, benzer ölçüde tekrar çizimlerle, bir kompozisyonda şekil anlatımı verecek şekilde güçlü etki yapan bölgelerden arta kalan kısımlarla sağlanır. Eğer bir figür, bir boşlukta yalıtılmış olarak yüzüyorsa, varlığı vurgulanmış olur. Böylesi bir figür-zemin ilişkisini görmek kolaydır. Bomboş, yaygın ve şekilsiz bir arka plan önünde figür, pozitif bir biçim olarak netlik kazanarak öne çıkar.Arka planının kalabalıklaşması veya kendi planındaki başka figürlerle üst üste binmesi durumunda figür, çevresindeki mekânı tanımlanabilir biçimler olarak düzenlemeye başlar. Böylelikle daha etkileşimli ve bütünleşmiş bir figür-zemin ilişkisi

gelişir. Pozitif ve negatif biçimler arasında görsel bir devinim başlar. Bunun neden olduğu gerilim görsel ilgiyi yaratır.[41]

Şekil anlatımı; üç boyutlu etkisi olan bir düzenlemedir.

* Derinlikle

* Çizgisellikle

* Etkili çevre ya da güçlü çevre çizgileriyle sağlanır. Şekil - zemin ilişkisi; şekil - zemin ilişkilerinde şeklin zeminden net bir şekilde ayırt edilmesi istenir. Buna şekil - zemin ilişkilerinde " belirlilik " denir.

Şekil - zemin ilişkisinde üç esas vardır:

1- Genellikle zemin daha basit olur ve şekilden daha geniş bir yer kaplar.

2- Şekil ve zemin anlatımları arasındaki güç farkı ve diğer belirtiler nedeniyle şekil anlatımı ya zemine bitişik ya da zeminden önde görülür.

3- Uzaysal ya da üç boyutlu olarak etki yapabilen zeminler güçlü şekil anlatımlarının arkasında yine iki boyutlu etki yaparlar.

Şekil - zemin arasındaki benzerlik, yakınlık, uygunluk, karakter birliği aranır. Görsel algıda şeklin belirliliğini sağlayan etkiler; şekillerin; benzerliği, ölçüsü, yakınlık-uzaklık derecesi, ana formlar, kapanma, devamlılık (ritm) dir.[42]

I.III.3.5. VURGU

Her türlü görsel düzenleme etkin bir vurgu elemanına ihtiyaç duyar. Çekiciliği sağlayan temel etken budur. Bu vurgu etkisi gerek boyut, görsel titreşim, gerekse renk ve doku olarak yaratılabileceği gibi, sayfa içindeki beyaz alan iyi şekilde kurgulandığında vurgu yaratmada etkin, ilginç bir unsura dönüşebilir. Her türlü sayfa tasarımı görsel bir vurgu noktasına ihtiyaç duyar. Bu vurgu, çekicilik ve görsel hiyerarşi açısından mutlak gerekli bir elemandır.

---

[41] Francis D.K. Ching.Mimarlık ve Sanatta Yaratıcı Bir Süreç-Çizim.Yem Yayın.İstanbul:2003,s.53
[42] Çellek, a.g.e.

Bir orkestra eserinde arka plan seslerinin önünde güçlü ve atak şekilde öne çıkan bir solo partisi, yaratıcı sonuçlara imkân verirken ilginç ve sürekliliği zevkli bir ortam yaratır. Kontrast, ön plan arka plan gibi kavramlar, vurguyla birlikte anılması gereken diğer görsel tasarım kurallarındandır. Bir tasarımda hangi görsel unsurun nasıl
öne çıkacağını belirlemek başlı başına bir sorundur, bu aşamada oluşturulmaya çalışılan görsel hiyerarşi, tasarımın dinamik yapılarını ve verilecek mesajın gücünü belirler.[43]

I.III.3.6. BÜTÜNLÜK

Tasarım ilkelerinden en çok dikkat edilmesi gerekeni bütünlüktür. Bir tasarımda bulunan görsel unsurlar bütünlük oluşturacak şekilde bir araya getirildiğinde etkili olurlar. Aynı temel biçime, dokuya, boyuta, renge ya da duyguya sahip öğeler bir tasarımda bütünlüğü oluştururlar.

I.III.3.7. ORAN

Bir cismin eni ile boyu arasındaki farka oran denir. İnsan resmi yaparken vücut parçalarının birbirine olan oranına dikkat edilmelidir. İnsan resminde baş birim olarak alınır. Diğer vücut parçaları bu birime göre değerlendirilir. Resim çalışmalarında baş birim olarak kabul edilir ve yetişkin insanda baş vücudun yedide biri (yada sekizde biri) kadardır. Elin uzunluğu yüzün uzunluğu kadardır. İki elin büyüklüğü de yüzün büyüklüğünü verir. Ayak büyüklüğü ise baş uzunluğu kadardır. Her iki kolun yanlara uzanmış hali o kişinin boyu ile aynı ölçüdedir. Omuzdan dirseğe, dirsekten bileğe kadar olan uzunluk bir-birine eşittir. Aynı şekilde kalçadan dize, dizden ayak bileğine kadar olan mesafeler de birbirine eşittir. Eller aşağıya doğru uzatıldığında parmak uçları diz ile kalça arasında tam ortaya gelir. Baş Ölçülerinde oran, gözler başın tam ortasında yer alır. İki göz arası bir göz uzunluğu kadardır. Karşıdan bakıldığında göz ile kulak arası bir göz genişliğine eşittir. Alın, burun, burunla çene arası aynı uzunluktadır. Kulak, burun hizasında ve burun büyüklüğündedir. Ağzın genişliği iki göz bebeği arası kadardır. Ağız, burunla çene arasındaki uzunluk üç parçaya bölündüğünde burundan itibaren ilk parçanın bittiği yerdedir. Bazı değişik yönlerden görünüşü bu ölçüleri değiştirir.

---

[43] Atan, a.g.e.



Şekil 13: Oran

I.III.3.8. EGEMENLİK / ODAK NOKTASI

Bir kompozisyonda kullanılan ögelerden birinin ya da bir grubun diğer ögelere göre ölçü, değer, renk, doku bakımından üstünlük sağlamasıdır. Her türlü egemenlik zıtlıkla sağlanır. Tasarımın esas düşmanı yeknesaklıktır. Gözlemcinin bir tasarıma ilgi uyandırabilmesi için hayal gücünü kurcalaması gerekir. Amaç dikkat çekmek ve bakan bireyde haz uyandıran bir düzenleme sağlamaktır. Bu bir kompozisyonda odak noktasının oluşturulmasını sağlamakla gerçekleştirilir. Son derece saf, soyut düzenlemelerde bile odak noktası bakan bireyin dikkatini çekecek; görsel heyecan uyandıracaktır. Birden fazla odak noktası, bir öge diğerinden ayrıldığı takdirde oluşabilir.

- Ögelerin çoğu düşey olduğunda yatay formların bir kaçı düzeni keserse odak noktası oluşur.
- Ögelerin çoğu yaklaşık aynı ölçüde ve biri oldukça büyük ise bu öge görsel olarak önem kazanır.
- Ayırım yardımıyla odak noktasının oluşturulması; bu oluşum zıtlıkla, şiddet oluşturma diye de tanımlanabilir.
- Yerleştirme yardımıyla
- Beklenmeyen, ilginç ögeler dikkat çekerler.
- Ölçü büyüklüğü
- Renk yoğunluğu
- Doku yoğunluğu

Her yapıt genellikle bir dominant noktaya sahiptir.[44]

[44] Çellek,a.g.e.



Şekil 14: Odak noktası-egemenlik

I.IV.TEMEL TASARIM ELEMANLARI

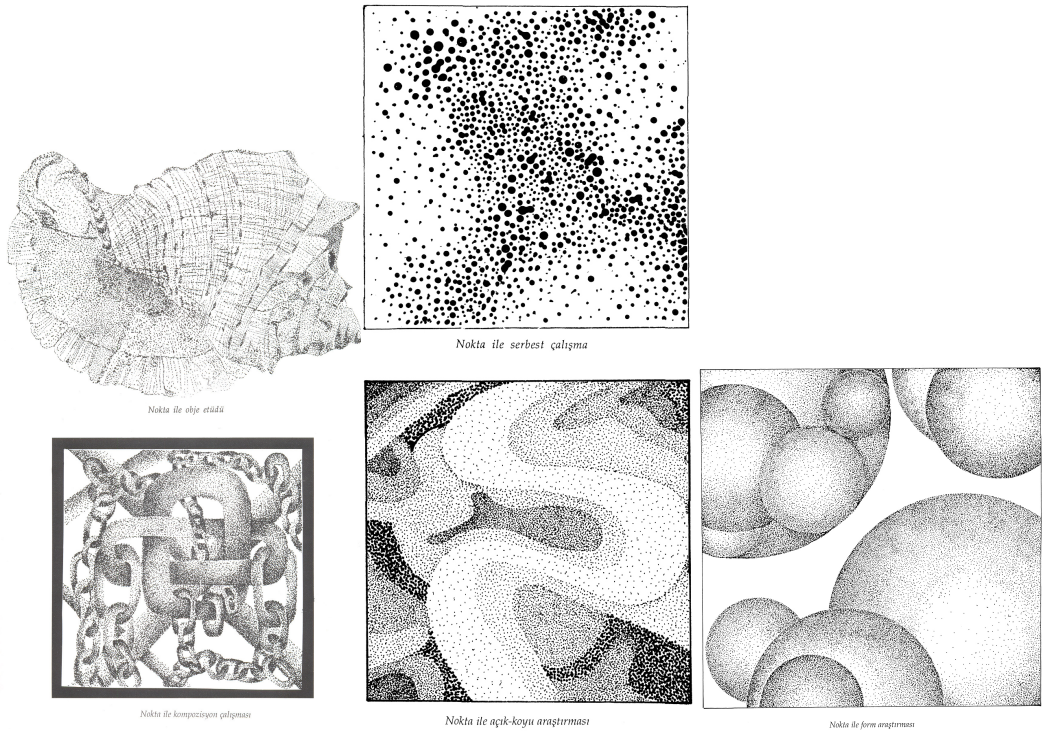
Görsel ögeler, görsel tasarım ilkeleri doğrultusunda bir araya gelirler.

I.IV.1. NOKTA

Biçimi oluşturan elemanlardan biri olan nokta tasarım elemanlarının en önde gelenlerinden bir tanesidir. Büyük, küçük, planlı dağınık, koyu-açık ve başka birçok etkinlikte kullanılabilir. Biçimi oluşturan bu temel eleman nedir, nasıldır diye düşündüğümüzde geometrik olarak iki çizginin kesişmesinden olduğunu görmekteyiz. Nokta dinamik bir sanat elemanı olup, büyüyebilir, çeşitlenebilir, kompozisyonu oluştururken yan yana gelişlerinde düz bir çizgiyi oluşturabilir. Objektif tanımı ile yer belirleyici bir işarettir. [45]

Görsel olarak nokta; bulunduğu yere göre küçük, merkezi bir benektir. Bir nokta mekan içindeki (uzaydaki) bir pozisyonu (durumu) gösterir. İki çizginin birleştiği ya da kesiştiği yeri gösterebilir, bir düzlemin köşesini, bir işareti, bir yeri belirler. Nokta düzensizliğin içinde ilk düzen elemanı olarak, geometrik açıdan görselliğin anlatımında çeşitli büyüklüklerde, boş ya da dolu yuvarlaklar olarak düzen içerisinde sözü bulunan bir elemandır. Noktanın yüzey üzerinde sayıları arttıkça etkileri de değişmektedir. Tek başına durgunluğu ifade eden nokta çoğaltıldıkça giderek dinamizme, ritme ya da kargaşaya dönüşebilir. Noktalar yan yana geldiklerinde birbirleriyle etkileşir, bu bağıntı bazen çizgiselliğe bazen de lekeselliğe dönüşebilir. Noktanın yanına ikinci bir nokta geldiğinde kompozisyon ilkeleri başlar. Resimsel anlatımda nokta; denge, hareketi durdurma (nokta koyma) vs. olarak kullanılır. Belli büyüklük ve küçüklükte noktalar, renk unsuru ile birlikte matematiksel sistemlerde düzenlenerek kullanıldığında optik bir takım anlatımlara olanak sağlar.

[45] Atan, a.g.e.s.261



Şekil 15: Tasarımda Nokta Kullanımı

Nokta farklılıkları;

- Farklı büyüklükte noktalar
- Eş büyüklükte tek düze
- Farklı ışık değerlerinde noktalar
- Eş ışık değerinde noktalar
- Farklı renklerde olan noktalar
- Aynı renkte olan noktalar

Nokta ilişkileri;

- Eş aralıklı, eş büyüklükte noktasal düzenleme
- Giderek sıklaşan-seyrekleşen eş büyüklükte noktaların oluşturduğu düzen
- Eş büyüklükte noktaların toplanıp dağılarak (sıklaşan-seyrekleşen) oluşturduğu serbest düzen
- Eş büyüklükte, ışık değerleri belli aralıklarla değişen sistemli noktasal düzen
- Büyüyen, küçülen noktaların oluşturduğu sistemli düzen
- Büyük-küçük noktaların oluşturduğu serbest düzen
- Büyüyen küçülen noktaların, sıklaşması, seyrekleşmesi ile oluşan serbest ve ritimsel düzen
- Eş büyüklükte noktalarla farklı renkler kullanılarak oluşturulan serbest ve ritmik düzen

- Değişik renklerde ve büyüklüklerde noktaların oluşturduğu ritmik ve serbest noktaların oluşturduğu düzen [46]

I.IV.2.ÇİZGİ

Bir noktanın verilen bir doğrultudaki uzantısı bir çizgidir. Genişlik ve uzunluğu ne olursa olsun eğer biçimi bir çizgi etkisi yapıyorsa onu çizgi olarak tanılayabiliriz. Çizgi basit bir ifade ile iki nokta arasındaki hat olarak tanımlanabilir. Resim çalışmalarının temelini oluşturan çizgi, aynı zamanda görsel bir anlatım aracıdır.



Şekil 16 : Farklı Çizgi Kullanımları

Çizgiyi oluşum biçimlerine göre üç grupta inceleyebiliriz.

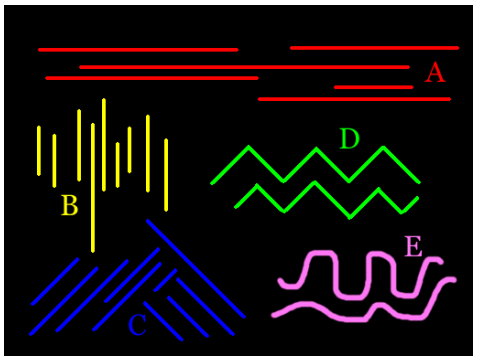
a- Dik ve Yatay Çizgiler: Sakin ve hareketsiz etki uyandıran çizgilerdir.

b- Kırık Çizgiler: Hareketli ve dinamik etki uyandıran çizgilerdir.

c-Eğik Çizgiler: Yoğunluğuyla paralel olarak hareketi arttıran ve zenginleştiren çizgilerdir. Tüm bu çizgileri farklı incelik ve kalınlıklarda çizerek çizginin etkisini güçlendirebiliriz. Buna kısaca çîzgisel renklilik denir. Resmin temelini oluşturan çizgi, ustaca kullanıldığında oldukça etkili ve çizgisel renkliliği de ön plana çıkartan sonuçlar vermektedir. Materyalin cinsine göre çok farklı çizgisel sonucun yakalanması mümkündür. Tabiatta gördüğümüz her şekil çizgilerden meydana gelmiştir. Tasarımda kullandığımız çizgiler iki veya üç boyutlu olabilir. Kağıttaki çizgi iki boyutludur ama kıvırdığımız bir tel üç boyutludur. Çizgilerin şekilleri psikolojik olarak bizi etkiler. Düz çizgiler, pozitiflik, dürüstlük, sertlik ve tamlık

[46] Abdullah Demir. Temel Plastik Sanatlar Eğitimi.Anadolu Üniv.Açıköğretim Fak.Ders Notları

etkisi yapar. Oysa ki hafifçe kavisli çizgiler, gevşek, pasif, yavaş ve tembel veya kadınımsı, yumuşak hissi verir. Çok kavisli çizgiler daha aktiftir. [47]



Şekil 17: Çizgi türleri

Görsel mekânda gördüğümüz çizgi tonal değer, doku ve örgedeki ayırdedilebilir değişimlerden kaynaklanır. Karşıtlıkları yansıtan çizgiler yeterince keskin ve belirgin olduklarında, mekandaki nesne ve formları alg ilaya bilmemizi ve bir şeyi diğerinden ayırdedebilmemizi sağlar. Çizim yaparken, bu algısal çizgileri simgeleyecek görülür çizgiler kullanırız. Bu çizgiler, nesnelerin ve mekânsal formların kenar ve konturlarını resimsel bir biçimde betimler. Görsel olarak algılanmış alanları çevreleyerek, birinin nerede başladığını, diğerininse mutlak olarak nerede son bulduğunu gösterirler. Böylelikle, tanımlanmış alanlara biçim vermiş olurlar.[48]

I. IV. 3. RENK

İnsan tarafından renklerin algılanması, ışığa, ışığın cisimler tarafından yansıtılışına ve öznenin göz yardımıyla beyne iletilmesi sayesinde gerçekleşir. Çeşitli cisimlerden yansıyarak gelen ışınların görsel algı sonucu bireyde oluşturduğu duygudur. Bir görme olayında ; ışınların göze gelmesi *Fiziksel,* bu ışınların karşısında gözde ortaya çıkan işlemler *Fizyolojik,* cismin beyinde algılanması *Psikolojik* bir olgudur.

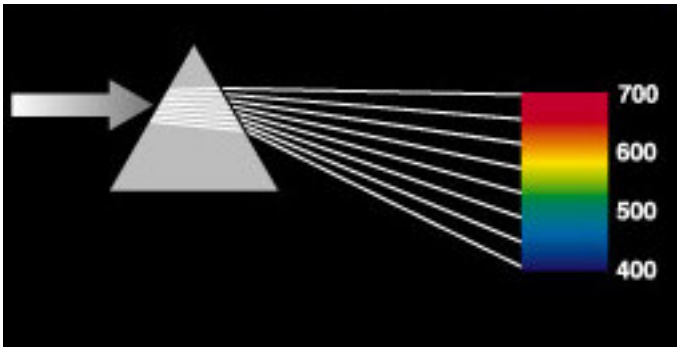
Göz tarafından algılanan ışık, retinada sinirsel sinyallere dönüştürülüp, buradan optik sinir aracılığıyla beyine iletilir. Göz, üç temel birleştirici renk olan, kırmızı, yeşil ve maviye tepki verir ve beyin, diğer renkleri bu üç rengin farklı kombinasyonları olarak algılar. Renklerin algılanışı dış koşullara bağlı olarak değişir. Aynı renk güneş ışığında ve mum

[47] http//www.odevsitesi.com
[48] Ching.,a.g.e., s.58

ışığında farklı algılanacaktır. Fakat, insanın görme duyusu ışığın kaynağına uyum sağlayarak, bizim her iki koşuldakinin de aynı renk olduğunu algılamamızı sağlar. Renklerin algılanışı da kişiden kişiye değişir. Bir rengi sıcak, soğuk, ağır, hafif, yumuşak, kuvvetli, heyecan verici, rahatlatıcı, parlak veya sakin olarak algılayabiliriz. Ancak bu tanımlama, kişinin, kültür, dil, cinsiyet, yaş, ortam veya deneyimlerinden. kaynaklanır..

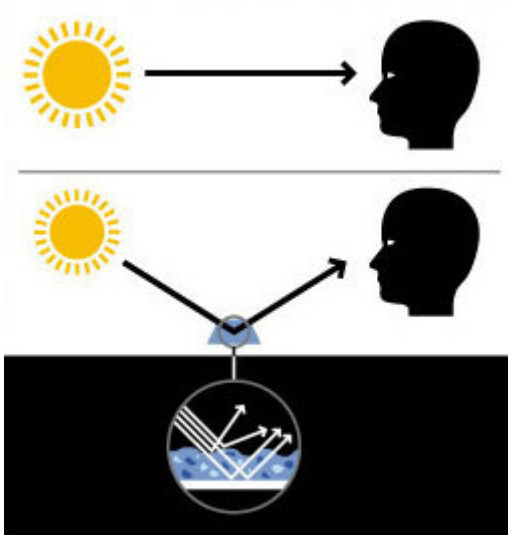
Bir nesnenin şekli de bu farklılıklardan birini oluşturmaktadır. Büyük bir ihtimalle, katalogdan seçtiği bir ürünün rengi, asıl rengi ile katalogdaki rengi arasında hiçbir ilgisi olmadığını fark eden kişi sayısı hiç de az değildir.

Işık, aydınlattığı nesnenin algılanmasını sağlayan araç olarak da tanımlanır. Biz bir nesneyi ancak gözlerimiz nesnenin yansıttığı ışık tarafından uyarıldığı zaman görür ve bunu bir renk olarak algılarız.



Şekil 18: Prizmadan geçen beyaz ışığın oluşturduğu renkler

İnsanlar iki çeşit rengi algılayabilirler. Işık yayan bir cismin rengi “direkt renk” ve aydınlatılmış bir cismin rengi “yansıyan renk” olarak adlandırılır. Yansıyan renk, aydınlatılmış bir cismin rengidir. Bu renk cismin yüzeyinden ve yüzeyinin iç kısmından yansıyan ışığın bir birleşimidir

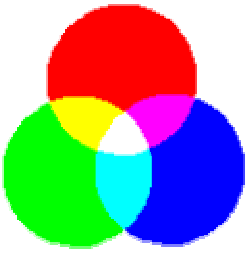


Şekil 19: Direk ışık-yansıyan ışık

İnsan gözü 400-500 nm civarındaki dalga boylarını mavi, 500-600 nm civarındakileri yeşil ve 600-700 nm civarındakileri kırmızı olarak algılar. Bilgisayar dünyasında bunlar üç temel renk; RGB olarak tanınır.

Spektral renklerin dünyasına ilk defa 1876'da fizikçi Sir Isaak **Newton** girmiştir. Daha sonra renkli algılamada üç rengin yeterli olacağını "**Young**" dile getirmiştir. "**Maxwell**" bu üç rengi görünür ışık spektrumunun başı, ortası ve sonuna denk gelecek şekilde " **Kırmızı**", " **Yeşil**" ve " **Mavi**" olarak saptamıştır. Ancak üç reseptörün bulunması 1957'de fizyolojist "**Rushton**"a kısmet olmuştur. Rushton gözde "**Erythrolabe**" (Kırmızıya duyarlı) "**Chromolabe**" (Yeşile duyarlı) ve "**Cyanolabe**" (Maviye duyarlı) adını verdiği üç reseptör tespit etmiştir.Bu üç reseptör birlikte uyarıldığı zaman beyaz, hiç biri uyarılmadığı zaman ise siyah algılanır. İki reseptörün birlikte uyarılmasından ikincil renkler algılanır.

%50 • Kırmızı + %50 • Yeşil = • Sarı
%50 • Yeşil + %50 • Mavi = • Turkuaz
%50 • Kırmızı + %50 • Mavi = • Magenta (Mor)
%30 • Kırmızı + %59 • Yeşil + %11• Mavi = • Beyaz (%100)



Şekil 20: Toplamsal renk metodu

Bu üç reseptörden filogenetik olarak belli bir dalga boyuna ilk özgünleşen mavidir. Kırmızı ve yeşil maviden daha sonra ayrıldığı için bu renklerle ilgili renk körlüğüne daha sık rastlanır. Algılanan bilgiler beyinde oksipital loba taşınır. Burada V1 adındaki alanda renk ve renkli formlara duyarlı hücreler blob denen kümeler oluşturur. Siyah/Beyaz formlara duyarlı hücreler ise interblob alanlarda toplanmaktadır. Renk bilgileri daha sonra yine oksipital lobda olan V4 alanına taşınır. V4 renkli algıya ayrılmış özel alandır. V4'de oluşan problemler akromatopsi (renkli algının bozulması) ile birlikte seyreder ve hasta dünyayı grinin tonlarında algılar. Renk belleği ise genelde sözel ve duygusal renk bellekleri olarak yapay bir şekilde sınıflanır. İşin bundan sonraki kısmı sanatçıların ve psikologların alanına giren konulardır.

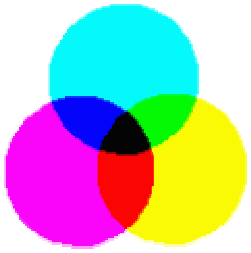
"Newton" daha sonra kendi geliştirdiği renk halkasını uç uca birleştirerek spektrumda eksik olan Magenta rengini oluşturdu. Daha sonra bu halkayı 12'ye bölerek renklerin sistemli bir şekilde değerlendirilmesinde belki de ilk adımı atmış oldu. Bauhaus sanat okulunda renk eğitimi veren "Iten", öğretisini bu temele dayandırdı. Boyaların karıştırılması sonucunda ortaya çıkan renkleri açıklayan "Çıkartma" veya "Substraksiyon teorisine" göre Turkuaz, Magenta ve Sarı renkleri ile tüm renklerin aslına yakın reprodüksiyonu mümkün olmuştur. Bu üç renk günümüzün matbaası ve renkli filmlerin temeli oldu. Çıkartma teorisine göre ortak olan renk yansıtılır, geri kalan renkler emilir ve görülmez. Örneğin Mavi ve Yeşil reseptörleri uyaran Turkuaz ile Yeşil ve Mavi reseptörleri uyaran Sarı boyaların karıştırılması sonucu her iki boyada ortak renk olan yeşil görünür, geri kalan renkler diğer boya tarafından emilir. Mavi sarı tarafından kırmızı ise turkuaz tarafından emilerek yok olur.

%50 • Turkuaz + %50 • Magenta = • Mavi

%50 • Turkuaz + %50 • Sarı = • Yeşil

%50 • Sarı + %50 • Magenta = • Kırmızı

%33 • Turkuaz + %33 • Magenta + %33 • Sarı = • Siyah



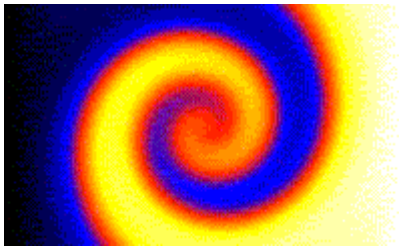
Şekil 21: Çıkarımsal Renk Metodu

Gördüğümüz çoğu renk "absorpsiyon" yolu ile oluşmuştur. Burada bir madde, gelen ışıkta bazı dalga boylarını absorbe ettikten sonra geriye sadece göründüğü renge ait dalga boylarını yansıtır. Transparan maddeler yansıttığı renkte değil, içinden geçirdiği dalga boyları renginde görünür. Bazı floresan boyalar aldıkları ışığı dalga boyunu değiştirerek farklı bir renkte ve dalga boyunda yansıtırlar. Fosforesan boyalar ise aldıkları ışığı depolayıp uzun süre saçabilirler. Bazen ışığın kendisi renklidir. Işığın kaynağı kırmızı alev gibi sıcak veya neon-ateş böceği kimyasal ışığı gibi soğuk olabilir. Sabun köpüğünde ve su yüzeyindeki ince filmlerde bibirine çok yakın iki yansıtıcı yüzey vardır. Oluşan renkler, iki ayrı yüzeyden yansıyan ışık dalgaları arasında oluşan interferans sonucu oluşur. Bazı kelebek ve böceklerdeki doygun mavi ve yeşiller, CD ve plaklardaki renkler, difraksiyon (saçılma) yoluyla oluşur. Yeşil renk bu yolla oluşur. Gök yüzünün mavisi ise, toz ve su parçacıkları tarafından saçılan kısa dalga boylarından oluşur. Görünen şeyler renk, form, doku, gölge, hareket ve anlam açısından değerlendirilirler. Renk algılamasında insanların kıyaslama için kullandığı yedi kriter olduğu ifade edilmektedir.

1. Renk kontrastı , yedi kontrast arasında en basit kontrasttır. Renk kontrastı, renk dairesindeki renklerin en saf şekillerini kullanarak oluşturulabilir. İki renk ile bir kontrast yaratırken örneğin karşı karşıya gelen iki renk kullanılabilir. Mor/Sarı en basit diadlardan biridir. Triadlar renk halkasından eşkenar bir üçgen oluşturacak şekilde seçilebilir. Ressamların en çok sevdiği sarı/kırmızı/mavi bu şekilde oluşturulmuş güçlü bir triaddır. İkiz kenar üçgenlerin etkileri daha çok diadlara yakındır. Ayrıca kare kullanarak üç farklı tetrad yaratmak mümkündür.

2. Açıklık/koyuluk kontrastı Gece/Gündüz tekrarlanan ve yaşamımızın en vazgeçilmez kavramlarından biridir. Aydınlık/karanlık, açık ve koyu kutuplarını açıklayan en güzel renkler Siyah ve Beyaz dır. Beyaz gözdeki koni ve basillerin en şiddetli uyarılma, siyah ise dinlenme halidir. Grinin tonları ve tüm renkler, siyah ve beyaz arasında yer alır. Açıklık/koyuluk kontrastı grinin tonlarında kullanılabileceği gibi renklide de açık ve koyu renkler tarzında kullanılabilir.

3. Sıcak/Soğuk kontrastı yedi kontrast arasında en dikkat çekici kontrasttır.Alev ve sıcağı düşündüren renkler arasında sarı, turuncu ve kırmızı sayılabilir. Yapılan deneyde Mavi bir odada oturanlar, kırmızı bir odada oturanlara göre daha çabuk üşümeye başlamışlar.Sıcak/soğuk kontrastını bazı kelimelerin uyandırdığı duygularda görebiliriz. Gölge/Aydınlık, Şeffaf/Mat, Semavi/Dünyevi, Uzak/Yakın, Buzul/Çöl, Islak/Kuru vs. Sıcak soğuk kontrastı kullanılarak çok güçlü duygular elde edilebilir.



Şekil 22: Sıcak-soğuk renk kontrastı

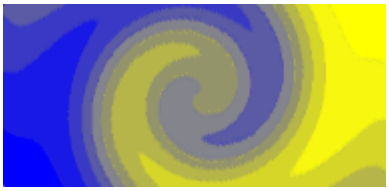
4. Doygunluk kontrastı : Renk dairesinin kenarında kalan renklerin hepsi doygun renklerdir. Dairenin ortasına yaklaştıkça doygunlukları azalır ve grileşirler. Renkler saf halleriyle dikkat çekici özellik taşırlar. Doygun renkler doğada genelde zehirli ve tehlikeli olmanın işaretidir. Saf renklere beyaz karıştırılınca daha barışçıl ve dinlendirici bir özellik kazanırlar. Siyahın karışması ile renkler hastalıklı ve melankolik bir özellik kazanır.



Şekil 23: Doygunluk kontrastı

5. Komşuluk kontrastı : Kırmızıya komşu olan renkler koyu turkuaz rengine doğru bir değişiklik gösterir. Göz başka renklere komşu olan renkleri komplementer renklere yaklaştırarak görür. Kırmızı kravatlar üzerinde siyah iplik kullanan üretici ipliğin siyah olduğu konusunda ısrar edince büyük zarara uğramıştır. Siyah iplik yerine kahverengi iplik kullansa idi, büyük zararın önüne geçilebilirdi. Beyaz etrafındaki renklerin parlaklığını azaltır ve sönük görünmelerine sebep olur. Siyah ise etrafındaki renklerin daha parlak ve canlı görünmesini sağlar.

6. Komplementer (tamamlayıcı) kontrast : Boyalar birbirine karıştırıldığı zaman, Siyah/Gri renk oluşturan renkler tamamlayıcıdır. Bunlar Turkuaz+Kırmızı, Sarı+Mavi ve Magenta+Yeşildir. Fizyolog Hering**'e** göre, insan gözü gri rengi arar. Hering'e göre grinin anlamı göz dibindeki algılama hücreleri olan koni ve basillerin uyarılma durumunun dengelenmiş olmasıdır. Bu durumda birleşmesinden gri renk doğan renkler, "harmonik" sayılırlar. Toplamı gri olmayan renkler ise ilgi çekici veya uyumsuz olacaktır.



Şekil 24: Tamamlayıcı kontrast

7. Alan genişliği kontrastı : Her rengin etkisi kapladığı alan kadardır. Ancak birden fazla renk söz konusu olduğunda hangisinden ne oranda kullanılacağı belirlenmelidir. Renkleri dengeye dayalı kullanmak amacıyla Gothe**,** renklere dikkat çekme özelliklerine göre ağırlık

değeri vererek bazı rakamlar tahsis etmiştir. Sarı 9, Turuncu 8, Kırmızı 6, Mor 3, Mavi 4, Yeşil 6. Tüm renkleri kapsamamasına rağmen Gothe'nin değerleri benimsenmiş, bazı ressamlar bundan yola çıkarak bu rakamlar ile uyumlu alan ölçümlerini tekrar hesaplamışlardır. Sarı 3, Turuncu 4, Kırmızı 6, Mor 9, Mavi 8, Yeşil 6. Bu alan genişliği değerlerini kullanırsak denge için mor/sarı oranı 9/3 = 3/1 olmalı.

W. Oswald'a göre, hangi renklerin hoşa gidip hangilerinin etkisiz veya rahatsız edici olduğunu deneyimle öğreniyoruz. Önemli olan bu etkinin nasıl belirlendiğidir. Doğada bulunduğumuz ortam sürekli bir dinamizm içindedir. Mevsimlerin değişmesi, doğadaki renklerin değişmesi ile kendini belli eder. İlkbahar kendini parlak ve aydınlık renkler ile takdim eder. Sarı beyaza en yakın renktir ve sarı-yeşil sarı rengini şiddetlendirir. Doğada doğurganlık mevsimi başlamıştır. Pembe, paste mavi, sarı mor çiçekler menüsünü görmek mümkün. Sonbaharın renkleri ile ilkbaharın vaatleri gerçekleşir ve renkler en doygun ve en sıcak halleri ile kendini ortaya koyarlar. Kış, tam uyku zamanıdır. Renklerin duyguları aslında bizim duygularımızdır. [49]

KIRMIZI : Kırmızı tansiyonu yükseltir, kan akışını hızlandırır İştah açar. O yüzden dünyadaki gıda firmalarının çoğu logosunda kırmızıyı kullanır.



Şekil 25: Kırmızı kullanımına örnek

YEŞiL : Güven veren renktir. O yüzden bankaların logolarında hakim renktir. Yatak odası için rahatlatıcıdır. Yeşil yaratıcılığı körükler. Bu yüzden büyük lokanta mutfaklarında yeşil tercih edilir. Hastanelerde de yeşil rahatlatıcı özelliği nedeniyle kullanılır. Yeşil alanda insanların daha az mide rahatsızlığı çektiği saptanmıştır.



Şekil 26: Yeşil kullanımına örnek

[49] http://www.ossoelektronik.com/isik_teknik.html

SİYAH : Gücü ve tutkuyu temsil eder. Bizde ve batıda siyah matemi temsil eder, oysa Japonya'da siyah mutluluktur. Siyah fonda kullanılırsa karamsarlığı çağrıştırır. Einstein konsantre olabilmek için perdeleri siyah, gün ışığı olmayan odaları tercih ederdi.

MAVİ : Sakinlik simgesi. Araplar mavinin kan akışını yavaşlattığına inanır, nazar boncuğu o yüzden mavidir. Batıda intiharları azaltmak için köprü ayaklarını maviye boyarlar. Duvarları mavi olan okullarda çocukların daha az yaramazlık yaptığı saptanmıştır.

LACİVERT : Kozmik renk olarak kabul edilir. Sonsuzluğu, otoriteyi, verimliliği simgeler. O yüzden dünyadaki firmaların yarıdan fazlası logolarında maviyi kullanır. Hilton logosunu laciverte çevirirken insanların kafasında büyük kuruluş imaji yaratmak istemiştir.

MOR : Nevrotik duyguları açığa çıkardığından, insanları bilinçaltının korkuttuğu saptanmıştır. İntihar edenlerin beğendiği renktir.

PEMBE : Rahat hissettiren renktir. Bu yüzden bazı büyük mağazalar müşteriler kendilerini rahat hissetsin diye tezgahtarlarına pembe üniforma giydirir. Pembe aynı zamanda çocuk rengidir.

SARI : Geçiciliğin ve dikkat çekiciliğin sembolüdür. O yüzden dünyada taksiler sarıdır, geçici olduğu bilinsin ve dikkat çeksin diye. Araba kiralama şirketleri de sarıyı kullanır, çünkü müşterilerine aldığınız şey geçicidir lütfen geri getirin demek isterler. Sarı rengi bu özelliğinden dolayı bankalar kullanmak istemez, çünkü paranın geçici degil kalıcı olmasını isterler.

BEYAZ: istikrarı, devamlılığı, temizliği simgeler. Politikacılar temiz, dürüst izlenimi vermek istediklerinden dolayı beyazı pek severler.

KAHVERENGİ : İnsanın hareketlerini hızlandırır. Kansas Üniversitesi Sanat Fakültesi'nde bir deney için bilgisayar yardımıyla duvarların rengi değiştirilebilir hale getirilmiş. Fonda beyaz kullanıldığında insanlar sergide yavaş hareket etmiş. Fon kahverengiye döndüğünde ise insanlar daha hızlı hareket etmişler. Müzede daha çok yeri daha az zamanda gezmişler.

Kahverengi insanı hızlandırıyor, bu yüzden fastfood restoranları iç mekanlarında kahverengi kullanıyor. Kahverengi toprak rengi, bu yüzden kıyafetlerde pek tercih edilmez, çünkü kahverengi giyen insanlar kalabalıkta dikkat çekmez.

Sanatçı renklere estetik açıdan ilgi duyar ve bilgilerin tümüne, ışığın fiziğine, boya pigmentlerinin kimyasına, dayanıklılığına, görmenin fizyolojisine, psikolojisine gereksinim duyar. Başlangıç için renklerin görsel, duygusal ve simgesel etkileri olduğunu, bunların nasıl belirlendiğini bilmek tasarım açısından önemlidir.[50]

I. IV. 4. DOKU

Sanatsal anlamda doku, maddelerin doğal yapısının dış yüzeyindeki görüntüsüdür. Görsel Sanatlar olarak adlandırılan resim, heykel, seramik, grafik, tekstil, mimari gibi sanat dallarındaki uygulamalarda etkin biçimde kullanılan çeşitli dokular, yapılan çalışmalara estetik bir görüntü kazandırır. Dokuyu doğal ve yapay doku olmak üzere iki ana başlığa ayrılabilir;

a- Doğal Dokular: Doğal ya da sanatçı tarafından meydana gelmiş olan bir alanının dokunma duyusuna hitap eden duygusal değerleridir. Tüm görsel nesnelerin karakteristik birer dış yapıları vardır. Nesne ve varlıkların dış yapı özellikleri ve bunların objektif etkileri dokuyu (tekstür) oluşturur. Diğer bir deyişle, doğadaki tüm nesnelerin iç yapılarının işlevsel özelliklerini dışa vuran yüzeysel etkilere *"DOKU"* denir. Bu, doğanın yapısal bir özelliğidir. Bir nesnenin, üzerine dokunarak hissettiğimiz ya da gözümüzle algıladığımız yapısıdır. Çevremizi gözlemlediğimizde, doğanın bu konuda ne kadar cömert olduğunu rahatça görebiliriz. Ağaç gövdeleri, taşlar, yapraklar, otlar, değişik hayvanların derilerindeki genel görüntüler, kendi derimizdeki görüntü, bir cevizin kabuğu, bir kaktüs görüntüsü ve bunlara benzer binlerce nesne üzerindeki doğal dokuyu görmemiz ve algılamamız mümkündür.

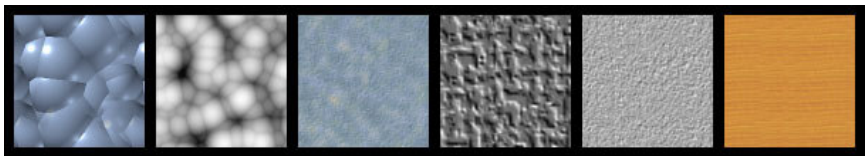
b- Yapay Dokular: İnsanlar tarafından yapılmış olan cam, metal, halı, perde, plastik eşya ve bunlara benzer pek çok nesnenin yüzeyle¬rinde görülen ya da algılanan yapıdır. Doğal ve yapay dokuların dışında bir de anlık oluşan dokulardan söz edebiliriz. Örneğin su birikintisine atılan bir taşın su yüzeyinde oluşturduğu dairesel dalgalanma, neskafe içerisine süt

[50] http://www.ossoelektronik.com/isik_teknik.html

katıldığında oluşan karışımdaki yapı, kar yağışındaki taneciklerin görüntüsü ve buna benzer durumlarda ortaya çıkabilen görüntülerde dokusal unsur olarak kabul edilir. Objelerin dış görünüş-lerindeki ayrıcalıkları sağlayan üzerlerindeki dokusal yapı farklılıklarıdır. Yani doku, yüzeyleri oluşturur. Bir yüzey değerlendirmesidir. Gözün gördüğü her şey özel bir dış yüzey yapısına sahiptir. Tasarımcı, yaşayan doğadaki dokusal oluşumlardan yararlanarak yeni yaratım olanakları elde edebilir. Bir cismin yüzeyi dokunulduğunda sert yada yumuşak pürüzler içerir. Bu pürüzler o cismin dokusunu oluşturur.

Tekstür (Dış yapı) : Yüzeyde, objelerin iç yapılarında bir dereceye kadar, kendini belli eder. Böyle bir yüz plastik bakımından daha ilginç bir görünüme sahiptir.

Strüktür (İç yapı) : Birbiriyle sık bağlantılı, benzer formların iki yada üç boyut üzerine yinelenmesinden strüktür doğar.



Şekil 27: Doku

I. IV. 5. LEKE

Leke, yüzey üzerinde ışığın etkisiyle ortaya çıkan ton değerleridir. Bu değerler açık, orta ve koyu tonlardır (lekelerdir). Çeşitli tonlamalardan oluşan bu lekeler bir rengin kendi içerisindeki tonları olabileceği gibi, farklı renklerin birbirleriyle olan ton ilişkileri şeklinde de karşımıza çıkabilir. Resim yüzeyi üzerinde boya ile yapılan izdir. Başka bir değişle leke, resim sanatında yüzeyin homojen biçimde tek bir renk kullanılarak örtülmüş parçasıdır.

I. IV. 6. BOYUT

Genel olarak var olanın biçimlendirilmesidir. Doğadaki nesneler titiz bir boyut ilişkisi içindedir. Her tasarım ögesinin boyutu:

a- İşlevsel açıdan

b- Malzeme açısından

c- Çevreyle olan ilişkisi açısından belirlenir.

Tasarım boyutlamasında insan boyutu şarttır. Yaşamda her şey insan boyutuna göre ayarlanmıştır.

I. IV. 7. BİÇİM

Biçim, bir nesnenin dış sınırlarıdır. Biçim, canlı varlık, form cansız doğadır formu yaratıcı eylemin zihinde canlandırdığı şey, biçimde kuvvetli konturları olan şekildir"ya da "bir alanın, değer, renk ve dokusal farklılıkları nedeniyle sınırları belirlenmiş olarak algılanması" olarak tanımlanabilir.[51]

Doğada var olan her cismin, bir geometrik forma dayalı biçimi vardır. Bazıları da serbest görünümdedirler. Biçimi sınırlayan çizgi karakterleri, biçimin yuvarlak, sivri, keskin, yumuşak niteliklere sahip olmasına katkıda bulunurlar.



Şekil 28: Biçim

Temel tasarım tekniğinde, çizgi, renk ve diğer yüzey elemanlarının birbirleriyle ilişkileri sonucu biçim oluşur. Tasarımcının görevi, bir mesajın ne türde olursa olsun, anlaşılmasını istediği zaman, bunu mümkün olduğu kadar çok sayıda alıcı üzerinde aynı etkiyi uyandıracak biçimde tertiplemektedir. Bu sonuca varabilmesi için, biçim psikolojisini iyi bilmesi gerekmektedir. Önemli olan biçim tasarımı bilgilerinin topluca değerlendirilebilmesi, biçimlendirmede tasarım elemanlarına doğada olduğu gibi bütünü oluşturma potansiyeli ile yaklaşmalıdır. Böylece işlev-biçim-estetik birliği içerisinde olan eserler elde edilmesi mümkün olacaktır. Fakat, biçimler arasında büyük farklar olduğu görülebilir. Bir kısmı geometrik düzen içinde oldukları halde, diğer bir kısmı ise serbest haldedir. İşte tasarımcının yapacağı iş, biçimleri doğaya dayalı tasarım kurallarını göz önüne alarak iki boyutlu bir yüzey üzeri bağlantılar yaparak, çizgi, renk, doku, hareket gibi temel tasarım elemanlarıyla biçimlendirebilmektir

[51] Atan, a.g.e. s.72

İki boyutlu düzlem üzerinde bulunan çizgiyle üç boyutlu biçimler tutulabilir. Tasarımcının, çizginin (kontural) dış çerçeve özellikleri yararlanıp bunu yapması mümkündür. Üç boyutlu nesne anlatımında ince ve kalın çizgilendirmeler tek yönlü ışık altında bu biçimlendir, ulaştırılabilir. Sonuç olarak grafik tasarım çalışmalarında kullanılan tekniklere bağlı olarak biçimlendirme olanakları artar.

I.V. GRAFİK TASARIM

Grafik tasarım bir mesajı iletmek için metnin ve görsellerin algılanabilir ve görülebilir bir düzlemde organize edilmesidir. Baskı, ekran, hareketli film, animasyon, iç mimari, paketleme gibi bir çok ortamda uygulanabilir. Grafik Tasarım, okunan izlenen görüntülerin tasarımı şeklinde ifade edilir. Grafik Tasarım, İletişim adına sanatsal ifadelendirmeleri kullanır ve bilimden yararlanır. Grafik Tasarım çerçevesinde yapılacak tüm çalışmalar, tasarımlar estetik değerler kadar, işlevsel bağlamda da ele alınmak durumundadır. Bu bağlamda Grafik Tasarımın kapsamında üretilecek çalışmalar, etkili bir iletişim kurma özelliğine sahip olmalıdır.

Grafik sanatlar, çeşitli basım ve çoğaltma teknikleriyle gerçekleştirilecek resimsel ya da yüzeysel malzemenin tasarımı konusunu ele alan sanat grubudur. Bir grafik ürünü salt estetik işleve sahip olmakla kalmaz, somut bir kullanım alanında işe yarar. (Amblem, afiş tasarımı, kitap kapağı, tekstil tasarımı vs.) Grafik Tasarım**,** bir mesajı görsel iletişim yoluyla hedef kitleye duyurma işlevini estetiksel tavırla birlikte resim ve yazıyı birbirini tamamlayan bir düzenleme içinde kullanarak yerine getirir. Farklı kitleye, farklı insanlar arası ortak iletişim dili kurmak açısından çok önemli bir işlevi olan bu tasarım dalı, iletişim medyalarına paralel çok büyük oranda insan yaşamında yer alır. Dünyadaki iletişim ağında vazgeçilmez bir unsur olmuştur.

Grafik Tasarımda, estetik ve işlevsellik bir araya gelmiştir. İşlevsellik görevi, estetikle taçlandırılarak yaşama, insana sunulmuştur. Resimden, farklı tarafı işlevsel de oluşudur. Ayrıca onun kadar özgür değildir. Bağımlıdır. "Duygunun yanında mantığın varlığı da söz konusudur."[52] Grafik tasarımcı tabii ki yaratıcı, farklı olma durumundadır. Ancak iki tarafa

[52] Çellek, a.g.e.

bağlıdır. Bir sipariş verene, bir de hitap edeceği kitleye. Hedef kitleyle iletişim kurabilmesi için doğru dilin seçilmesi, görsel imajın dikkat çekmesi, akılda kalması en önemli unsulardır.

• Görsel imajın, mesajın akılda kalması.
• Espri
• Şok etkisi yaratma
• Farklı teknikler, fotoğraf vs.
• Farklı anlatım yollarına başvurulabilir.
• Farklı disiplinlerden yararlanabilir.
• Amblem, özgün yazı (logotype) afiş, basın ilanı, (dergi, gazete ilanı) billboard (büyük boy kentsel afiş) basılı kağıt –antetli kağıt, zarf, davetiye, tebrik kartı, pul, mektupla duyuru-direkt, e-posta, TV filmi, ürün tanıtımı için etiket ve ambalaj vb. unsurların tasarımı, Grafik tasarımın konularıdır. Böylece tüm kitle iletişim alanlarında etkinlik gösterir. Anlatım yoluyla kurulan kitlesel iletişimin başlıca unsuru "Grafik Tasarım" olmuştur. Bu da yeni bir sanatsal tavır, yeni bir görme biçimi, yeni bir görsel dil oluşturmuş olup, yalın yapıda görsel bir sanat niteliği kazanmıştır. Bu alanın başlangıç okulu sade, yalın, açıklık ve düzen anlamında "BAUHAUS" uygulamalı sanatlar okuludur. Grafik Tasarım, kavramların görsel anlatımıdır.[53]

I.V.I. GRAFİK TASARIM TARİHÇESİ

Grafik tasarımın tarihi İ.Ö 14,000' lerde yapılmış mağara resimlerine ve İ.Ö 4.yy' da yazının başlamasına dayandırılabilir. Sonraları daha çok el yazması dini içerikli kitaplar ilk yayınlar olmuştur. Johann Gutenberg'in Avrupa'da 1450'lerde hareketli matbaa'yı icadı kitap yaygınlaşmaya başlamıştır. O dönemlerde entellektüel düşünce nin etrafında olduğundan ilk basılıp dağıtılmaya başlayan kitaplar dinsel kitaplardır. Basılı yayınlar için harf ve metin dizimi erken dönem grafik tasarım pratikleridir.

Türkiye'de İbrahim Müteferrika ilk defa 14 Aralık 1727'de Müteferrika Matbaasını kurmuştur. Burada basılan kitaplar dünya kitap tarihine ve Osmanlı kültürü tarihine dair önemli bilgiler vermektedir. Bu matbaada 1729-1742 tarihleri arasında 16 kitap basılmıştır. 1729'da "Vankulu Lugati" Arapça harflerle ilk basılan kitaptır. Katip Çelebi'nin 1732'de

[53] Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi

basılan "Cihannuma"sı içinde harita ve çizimler vardır. J. B Holderman'ın "Grammaire Turque" kitabı 1730'da Osmanlı'da Latin alfabesini kullanan ilk baskı olmuştur. 1732 yılında basılan "Tarih-i Hind-i garbi" (Amerika'nin keşfi), Amerika hakkında Müslüman bir yazar tarafından yazılan ilk kitaptır, 13 tahta baskı içerir. Birinci Dunya savaşı sonrasında 19.yy'un sanat ve tasarım görüşlerine tepki olarak yeni düşünceler oluşmaya başladı. 1919'da Almanya'nin Weimar şehrinde kurulan Bauhaus okulu sanat ve tasarım alanında bir çok yeniliğin öncüsü oldu.[54]

I.V.I.1. BAUHAUS OKULU

Temel Sanat Eğitimi kavramının bilinçli bir şekilde ilk uygulama ve isimlendirilmesi, 1919 da Weimar' da kurulan bir mimari ve dizayn okulu olan "Bauhaus"ta oluşmuştur. 1919 ile 1933 yılları arasında Weimar, Dessau, Berlin'de eğitim yapmıştır. Bauhaus 20. yüzyılda mimari, tasarım, sanat alanlarında yeni akımlar yaratmış bir okuldur. Kurulduğu zaman dünyanın en seçkin ve çağdaş mimarlarını, sanatçılarını, bir araya getirerek, bir eğitim kurumu ve aynı zamanda bir üretim merkezi ve tüm bunların konuşulup tartışıldığı bir yer haline gelmiştir. Bauhaus Walter Gropius tarafından 1919 yılında kurulmuş ve Nazi rejiminin emriyle 1933' te kapatılmıştır. Bauhaus mimaride olduğu kadar endüstriyel tasarım ve şehir planlama gibi konularda yenilikler getirmiş, yeni bir mimari akım yaratarak, sanatın tüm dallarını etkilemiştir. Bauhaus'un en temelinde sanatsal ve uygulamalı öğretim yatıyordu. Her öğrenci kendi seçtiği workshopa katılıp bitirdikten sonra, mecburi hazırlık kursunu tamamlamak zorundaydı. Böylelikle temel zanaat bilgisi, tasarım parametreleri ve uygulama bir araya getirilmişti. Bauhaus'un kuruluşundaki ilk hedef kombine bir mimarlık okulu, zanaat okulu ve güzel sanatlar akademisi yaratmaktı. Savaş sonrası Gropius'a göre yeni bir mimari stil başlamalıydı. Daha fonksiyonel, ucuz ve kalıcı ürünlerin üretildiği bir stil. Böylece Gropius sanat ve zanaatı birleştirerek, fonksiyonel ve sanatsal ürünler yaratmak istiyordu. Bauhaus'a göre mimarlık, ressamlık, heykeltraşlık ve zanaatkarlık iç içe olmalıydı. Walter Gropius; sanatçının, zanaatkarın yücesi olarak görürdü.[55]

Temel tasarım dersi fikri ilk burada oluşmuş ve günümüzde dünyadaki çoğu mimarlık okullarınca benimsenmiştir Makina Bauhausçular tarafından pozitif bir eleman olarak değerlendiriliyordu. Bu sebeple endüstri ürünleri tasarımına da önem veriyorlardı.

---

[54] Temizsoylu, a.g.e.
[55] http://tr.wikipedia.org/wiki Bauhaus_Okulu

Bauhaus kapatıldıktan sonra Bauhaus öğretmenlerinin çoğu Amerika'ya gitmiş ve Bauhaus ekolünü tüm dünyaya yaymıştır. Bunlardan Walter Gropius, Harvard mimarlık okulunda, Mies Van der Rohe Illinois Yüksek Teknoloji Enstitüsü'de öğretmenliğe devam etmişlerdir. Mies Van der Rohe'un bu okulda düzenlediği eğitim programı tüm dünya okulları tarafından kopyalanmıştır.[56]Okul yirminci yüzyılın somut ve soyut gereksinimlerine cevap verecek üretimi oluşturabilecek aklın, estetiğin, tekniğin tüm kaynaklarını kullanmayı amaçlayarak kurulmuştu, ütopik gibi görülen amaçları içinde, toplum bilim ve sanat arasında birleştirici bir unsur olarak çağımız sanat tarihinde dönüm noktasını oluşturur. Zamanla toplumsal özelliğinden, çok kişinin görsel yaratıcılık yönünü eğitmeye yönelmiştir. Bu özelliği ile daha sonra başka kuramcılar üzerindeki etkileri de genellikle bu yönde olmuştur.

Bauhaus Okulunun özellikleri şöyle sıralanabilir;

1.Kültürel açıdan Özellikleri

- Etkileşimlere ve değişimlere açık bir kavramdır.
- Yukarıdaki nedenle karmaşık ve çok yönlü bir gelişimi olmuştur.
- Romantik, ütopik düşüncelerle başlamış olmasına rağmen günümüz ve yakın geleceğe kadar u-zanan yeni bir görüş olarak devamlılık gösterir.
- Zamanımızda "Bauhaus"un görüşü,tarihsel-eleştirisel bir tanımdır.
- Kavramın bugün bile canlılığını yitirmemiş olması»kavramsal özelliğinden,gerçekçiliğe doğru gelişen gelişime -daima yer vermesidir.

2.Bir kurum olarak-özellikleri

- Bir sanat kurumu olarak akademik güzel sanatlar ve el sanatları okulunun bir birleşimidir. Akademi kavramı ve akademik düşünceye kar şıdır.(anti-akademik tutumdadır.)
- Kurumda teorik, pratik ve el işleri türünde çalışmalar yapılır ve eğitimde pratik amaçlar, teorik eğitim düşüncelerinden “üstün" tutulmaktadır.
- Başlangıçtaki el sanatlarına verilen önem, toplu üretim maddelerinin tasarımına doğru gelişen, daha tasarımsal eğitime yerini bırakmıştır.

3.Çağımızı etkileyen özellikleri

- Öncelikle mimarideki olumlu yenilikçiliği ve toplu üretimin önemini vurgulayan felsefesi ile çevre tasarımı ve endüstriyel tasarım kavramlarının gelişmesine yardımcı olması ile etkili olmuştur.

---

[56] http://tr.wikipedia.org/wiki/Bauhaus_Okulu

- Resim sanatı, sanat teorilerindeki yaratıcı bulguları ile modern sanatın gelişiminde katkısı olmuştur.
- Özellikle güzel sanatlar dallarında "temel öğretim metodlarını" ortaya koymuştur.

4.Bauhaus'un, temel kişisel özelliklere etkileri

- Eğitmeyi amaçlamasına rağmen toplumda bilgi alışverişine önem veren bir görevi yüklenmiş olması ile toplumsal sorumluluk bilincini yaratmıştır. Bu tavrı ile sanat ve teknoloji,yeni birlik düsturunu benimsemiştir. Böylece el sanatlarına dayanan uygulamalardaki temel gerçeklerin kavramsal temcilere oluşturulması sağlanmıştır.
- Toplumsal özelliği ve geçirdiği evreler dışında Bauhaus, daha sonraları özellikle eğitim, düşünce ve metodlarına getirdiği yenilikler bakımından etkili olmuştur.
- Eğitim amacı, 1921 deki okul broşüründe "Bauhaus sanat bakımından yetenekli erkek ve kadınların yaratıcı el sanatçısı, heykeltraş, ressam, veya mimar olmaları için eğitim yapan bir kuruluştur. Bütün öğrencilerin "el sanatlarında eğitilmeleri yolu ile birleştirici bir temel kurar. " şeklinde belirtir.

Bauhaus el becerisini arttırma çalışmaları, malzemelerin kullanımı ile özgür yaratıcı çalışma, renk ve biçim kuramlarının mekan oluşturma bakımından, araştırılma yapan yenilikçi pek çok sanatçıyı bir araya getirdi.

Bunlardan Weimar'da J.Itten, L.Feining, G.Marke, A.Meyer, G.Marke, Ö.Schlemmer aynı kurumda görev almış olan ve sanatçılıkları ile de çağımızda,. söz sahibi olan P.Klee, VV.Kandinsky ve L.Mohaly Nagy'e göre daha çok yeni görüşler getiren eğitimcilikleriyle tanındılar. Dassau'da eğitici kadrosu" na katılan öğretim üyelerinden özellikle J.Albers, H.Bayer ve M.Breuer 'de çağdaş sanat eğitimine katkılarını başka ülkelerde sürdürdüler.[57]

I.V.2.TEMEL GRAFİK TASARIM İLKELERİ

Grafik tasarım bir mesajı iletmek için metnin ve görsellerin görülebilir düzlemde organize edilmesidir. Baskı, ekran, hareketli film, animasyon, iç mimari, paketleme gibi bir çok ortamda uygulanabilir. Temel ilkeleri, denge, karşıtlık, vurgulama, hareket, hizalama(grid), oran, yakınlık, tekrarlama, ritim, ve bütünlüktür. [58]

[57] Temizsoylu, a.g.e.,s.11-12
[58] http://tr.wikipedia.org/wiki/graphic design

Gestalt, tasarımın birdenbire ortaya konan niteliksel bir bütün olduğunu ileri sürer. Bir ürünün tasarımında genel olarak bazı temel ögeler göz önünde bulundurulur. Bunlar kullanılan malzeme ya da malzemelerin olanakları, bu malzemelerin amaçlanan işleve uyarlanmasında kullanılan teknikler, parçaların bütün içinde yan yana geliş biçimi, bir başka değişle yapısı ve ürünün onu izleyecek ya da kullanacak olanlar üzerindeki olası etkisi, yani tasarımın amaçları ve ürünün işlevidir. [59]

I.V.2.1.DENGE

Bir tasarımda denge unsuru gözetilmediği taktirde, ürün beklenen etkiyi yaratamaz. Burada sözü edilen denge, tasarımı oluşturan hareketli unsurların (Fotoğrafı tipografik veriler, iliüstrasyonlar vs.), belirlenen düzlem üzerinde dengeli dağılımıdır. Bir tasarımda iki farklı denge sistemi kullanılabilir:

Simetrik denge, Resmiyetin, otoritenin vurgulanacağı tasarımlarda tercih edilir. Diğer yandan simetri dürüstlüğün, saygınlığın psikolojik simgesi olarak değerlendirilmektedir. Simetrik dengenin somut örneklerini doğada sık sık görürüz. Örneğin İnsan gövdesi ve insan yüzü simetrinin en yakınımızdaki örnekleridir. Kitap, dergi, broşür gibi çok sayfalı basılı materyallerde de simetrik denge uygulamalarına çok sık rastlarız. Simetri; dengeli parçalar, dengeli sayfalar, aşağı yukarı aynı boyda sağ, sol, alt, ve üst boşluklar demektir.

Simetrik düzenlemeler günümüzün grafik tasarım uygu lamalarında yaygın olarak kullanılmaktadır.

Asimetrik denge, birbirine benzemeyen ya da eşdeğer olmayan görsel unsurlar arasında dinamik bir denge ya da ya da düzen sağlayan bir kavram olarak ele alınmaktadır. Simetrik dengede olduğu gibi asimetrik dengede de bir optik ağırlık merkezi vardır. Ama bu merkez geometrik merkezden farklı bir konumdadır.

Asimetride, büyük yazı küçük yazıyı, büyük görsel öge küçük görsel öğeyi ezer ancak sayfada yine de bütünlük hakimdir. Simetri katılık ve sınırlılığı, asimetri ise hayatı, eğlenceyi ve özgürlüğü simgeler. Muhafazakar ve sakin bir imaj için simetriyi; çağdaş ye genç bir imaj

[59] Gülnaztekin, a.g.e.

için asimetriyi seçimi,.simetride düzen ve kural, asimetride rastlantı ve keyfilik egemen olması nedeniyle tercih edilebilir





Şekil 29: Denge





Şekil 30: Simetrik Denge örnekleri





Şekil 31: Asimetrik Denge örnekleri

I.V.2.2. ORANTI VE GÖRSEL HİYERARŞİ

İki ya da daha çok sayıda görsel unsur, tasarım yüzeyinde birleştirilirken mutlaka bir orantı sorunu ile karşılaşılır. Tasarımcı, görsel unsurların orantısal ilişkilerinde değişken ya-

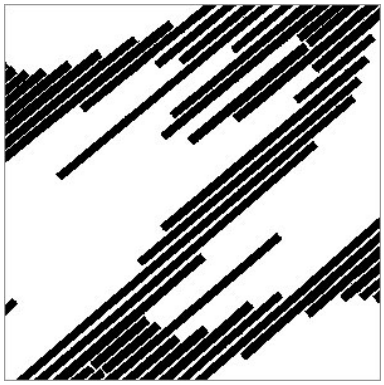
pılar kurmaya çalışır. Çünkü, genişliğin uzunluğa, renkli olanın renksiz olana, bir ölçünün diğerine eşit olduğu tasarımlar, tekdüze görünürler. Oran, yüzey üzerinde objeler arası büyüklük küçüklük, darlık genişlik uyumu şeklinde tanımlanabilir. Resimde oranlar ile çok farklı yanılsamalar sağlanabilir. Bir cismin eni ile boyu arasındaki farka oran denir. Gördüklerimiz ve çizdiklerimizin özgün görsel niteliklerine daha duyarlı olurken, imge bütünlüğünü de gözden kaçırmamalıyız. Nesnelerin doğru konumlarını ve birbirleriyle göreli ilişkilerini korumalarını sağlamak için orantı ve ölçeğe dikkat edilmelidir. Orantı bir oranlar sorunudur. Oran ise bir bütünün herhangi iki parçası veya bir parça ile bütün arasındaki ilişkidir. Görme edimi sırasında boyut ve biçime ilişkin algılarımızı düzenleyen oransal ilişkileri kavramamız gerekir. Çizimde biçim, renk ve doku yönünden çeşitliliğin kabul edilir olmasına karşın, bir dizi uyumlu orana yer vererek, bir bütünsellik duygusu iletmek mümkündür. Bir biçimin fark edilebilmesi için bir figür olarak görülmesi gerekir. Algılamanın eşiğindeyken nesneleri bir arka planın önünde birer figür olarak görmeye başlarız. Figürle arka plan arasındaki bu ilişki, görsel dünyamızı bir düzene sokmak açısından vazgeçilmez bir kavramdır. Biçimi olan bir figürün bir arka plan önünde belirginlik kazanması, bazı özelliklerinin olmasına bağlıdır.

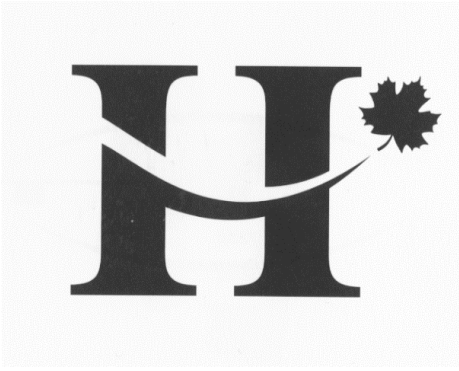
Görsel hiyerarşi, tasarım içinde vurgulanmak istenen mesaja göre görsel unsurların ölçülenmesi anlamına gelir. Kimi tasarımlarda fotoğraf öne çıkarılırken, kimisinde tipografik unsurlar, kimisinde renk, hatta bazılarında tasarım yüzeyindeki beyaz boşluk öne çıkabilir. Boyut dışında renk tonlarını (açıklık, koyuluk) kullanarak ya da unsurları uzak yakın konumlandırarak da görsel hiyerarşi yaratılabilir. Hatta bazen hiyerarşik yapı içindeki unsurlar çatıştırılarak hareketli tasarımlar elde edilebilir. Örneğin görsel unsurlardan biri boyutuyla, diğeri rengiyle ön plana çıkarılabilir.

I.V.2.3. DEVAMLILIK

İnsan gözü takip özelliğine sahip, devamlılık davranışı gösteren bir organik yapıdır. Okuyucunun gözü, tasarım yüzeyinde belli ilkeler doğrultusunda hareket eder. Göz hareketlerinin ustaca değerlendirildiği bir tasarım daima hedefine ulaşır. Göz alışkanlık gereği soldan sağa ve yukarıdan aşağıya doğru bir yön izler. Gözün yatay hareketleri dikey hareketlerine göre daha kıvrak ve hızlıdır. Ayrıca göz; büyükten küçüğe, koyu renkten açık renge, renkliden renksize, alışılmamış olandan alışılmış olana doğru bir yol izler. Göz bir

unsurdan diğerine doğru kesintisiz geçişler yapabiliyorsa, devamlılık sağlanmış demektir. Devamlılık görsel unsurların boyutları ve biçimleri arasında oluşturulan benzerlikler, tekrarlamalar ve görsel hiyerarşi ile sağlanabilir. Görsel hafıza özelliği, insan gözünü algı boyutunda özgün kılar. Kimi zaman tekrar eden görsel elemanlar bizde devamlılık etkisi uyandırırken, kimi zaman okuyucunun bir konuya ilgisinin veya takibinin kolaylaştığı unsurlar haline gelebilir.





Şekil 32: Devamlılık

I.V.2.4. BÜTÜNLÜK

Tasarım ilkelerinden belki de en çok dikkat edilmesi gerekeni bütünlüktür. Bir tasarımda bulunan görsel unsurlar bütünlük oluşturacak şekilde bir araya getirildiğinde etkili olurlar. Aynı temel biçime, dokuya, boyuta, renge ya da duyguya sahip öğeler bir tasarımda bütünlüğü oluştururlar.

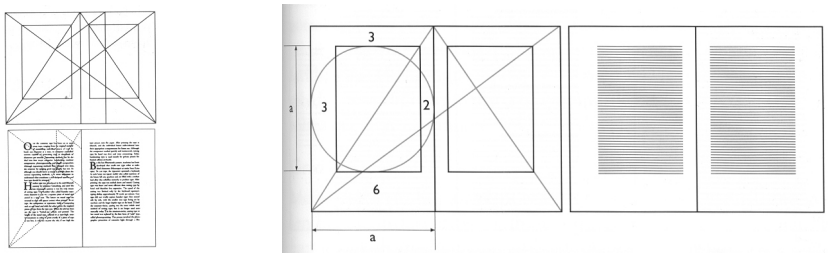
Bütünlük/Uyum (armoni) formüle etmesi en zor olan ilke uyum ilkesidir. Görsel bütünlük şeklinde de açıklayabileceğimiz uyum ilkesi, tasarımdaki en önemli etkendir. Belli bir kurala bağlı olmasa da, tasarımın genel etkisi için vazgeçilmez bir önemdedir. Bu üzerinde durulması gereken önemli bir unsur, aynı zamanda da tasarımda tekdüzelik tuzağıdır. Uyum oluşturmak adına tüm resimlerin aynı boyda, tüm yazıların aynı karakterde, tüm beyaz alanların eşit oluşturulmaması halinde sıkıcılık ve sıradanlık oluşacaktır. Yerinde ve tadında kullanılmış bir renk, farklı yazı karakterlerinin duyarlı şekilde birlikte kullanımı, görsel eksenlerin çakıştırılması gibi basit yöntemler, uyum oluşturmada iyi sonuçlar veren yöntemlerdir.

Bütünlük, aynılık ve benzerlik ilişkisi değildir. Kullanım yeri ve yöntemlerine göre çok farklı ve kontrast yazı karakterleri, renklerin birlikte kullanımı, yoğunluk, sistem ve ritm gibi diğer unsurlarla bütünleştirildiğinde görsel armoni adına çok iyi sonuçlar yaratılabilir.Bütünlük oluşturmada kullanılabilecek farklı yöntemler ise şöyle sıralanabilir;

Bordür: Tasarım yüzeyini çevreleyen bordürler bütünlük sağlamada kullanılabilirler. Bordürler arası ölçü, üslup gibi benzerlikler, bir tasarımı bütünlüğe ulaştırabilirler. Beyaz boşluk: Gerekli yerlerde beyaz boşluklar bırakılarak bir tasarımda bütünlük sağlamak mümkündür.

Eksen: Bir grafik tasarım yüzeyinde bütünlük oluşturmada en yaygın kullanılan yöntemlerden biri eksen kullanmaktır.
Bir tasarım yüzeyinin çatısı en az iki olmak üzere, üç ya da daha fazla yatay ve dikey eksenden oluşur. Resimle tipografıyi aynı hizada yerleştirmek için eksenlerden yararlanırız.

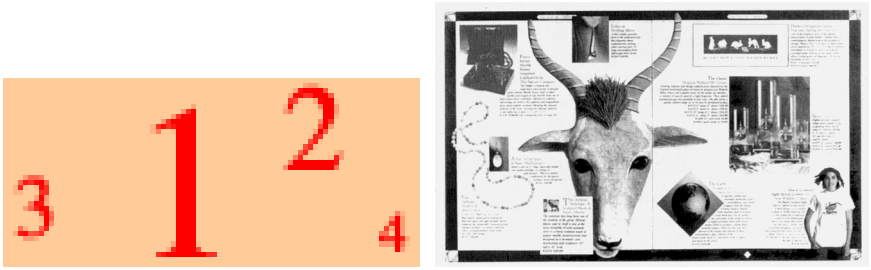
Üç nokta yöntemi : Tasarımcılar, kompozisyon yüzeyinde belirledikleri üç odak noktasını tasarımın bağımsız birimlerini birbirine bağlayan unsurlar olarak kullanabilmektedir. Göz, bir yüzey üzerinde yer alan üç unsuru hayali çizgilerle birleştirerek bir üçgen oluşturmakta ve tasarımı bir bütün olarak algılamaktadır.
Sayfa tasarımında, karşılıklı sayfalar arasında bütünlük sağlamak için şu yöntemlerden yararlanabiliriz: Her iki sayfada da; aynı rengi, yazı karakterini ya da tasarım üslubunu kullanabiliriz. Sol sayfadaki eksenin konum ve ölçüsünü sağ sayfada yineleyebiliriz.



Şekil 33 : Üç nokta yöntemi ve kullanımı

Vurgulama : Görsel düzenleme etkin bir vurgu elemanına ihtiyaç duyar. Vurgulama; ön plana çıkarılması gereken unsur ile ikinci planda kalması gereken unsurlar arasında gerçekleştirilecek bir yön, boyut, biçim, doku, renk, ton ya da çizgi kontrastı ile

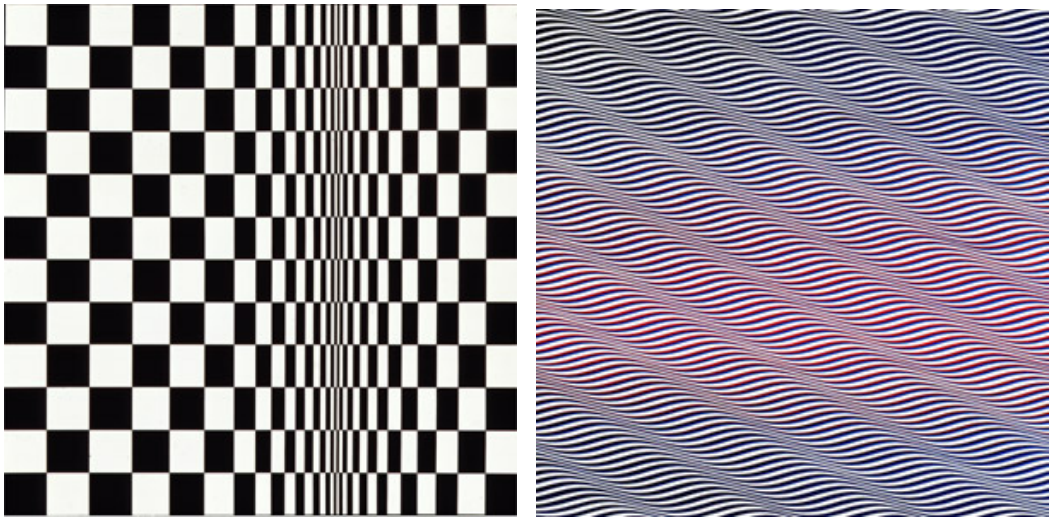
gerçekleştirilebilir Cesur bir şekilde oluşturulmuş asimetrik bir denge daha duygusal, deneysel, akılda kalıcı etki yarattığı halde simetrik dengeler sıkıcı olabilir. Tasarımcının bu bağlamda içerikle biçimi çok uyumlu bir biçimde kurması gerekir. Hangi görsel unsur (başlık, metin, fotoğraf vb)vurgulanacaksa önceden karar verip ona göre boyut büyütme koyu ton ya da canlı renk kullanımı gibi vurgulama yöntemlerini denemelidir.



Şekil 34 : Vurgulama ve kullanımı

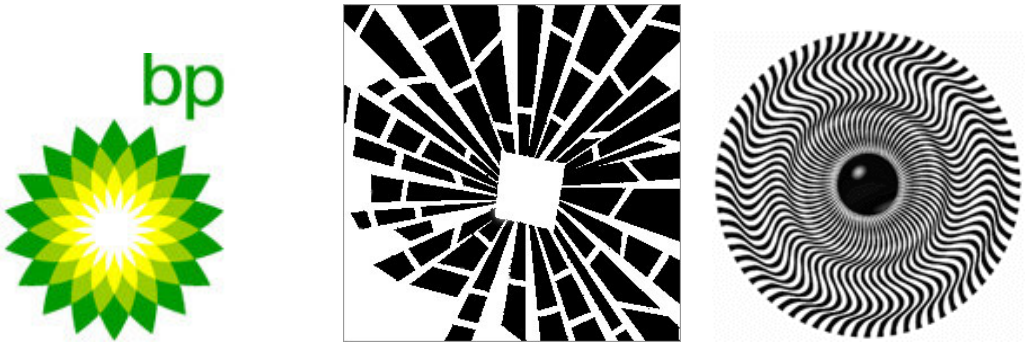
I.V.2.HAREKET

Bir grafik tasarım ürünü, daima değişik ve belirli ölçülere sahip görsel unsurların bir araya gelmesiyle oluşur. Ölçüler büyüdükçe, etkileyicilik ve algılanırlık daha artar.Bir tasarım üzerindeki çizgiler ve noktalar değişik noktalara yönelerek bir hareket oluştururlar. Tasarımcı, vereceği mesaj doğrultusunda bu hareketi yönlendirmekle yükümlüdür.



Bridget Riley, Movement in Squares 1961 Tempera on board, 48"x47"

Şekil 35: Hareket örnekleri



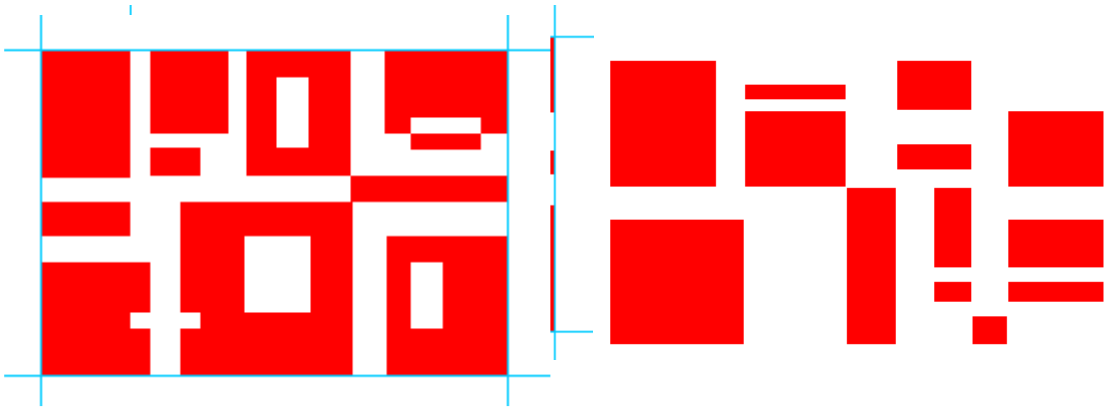
Şekil 36: Rotasyonel hareket(British petroleum logo) örnekleri[60]

I.V.3. HİZALAMA (GRİD)

Hizalama / Grid kelime anlamı olarak belli bir hat, izlek, ızgara anlamındadır. Bir başka değişle grid, sayfa tasarımında kullanılacak elemanların (yazı, resim, şekil, grafik, çizim vs.)düzenlenmesinde yardımcı yatay ve dikey çizgilerdir. Bu çizgiler kendi içinde bir sistem ve oransal ilişki içinde hazırlanırlar. Tasarımcılar bu ilişkiyi kimi zaman matematiksel veya geometrik yöntemler yardımıyla oluşturmuşlar, kimi zaman ise, sezgilerinden yararlanmışlardır.Basılmış sayfa üzerinde bu çizgileri göremeyiz ancak varlığını hissedebiliriz. Neden yatay ve dikey sorusu aklımıza gelebilir. Grid kullanımının faydası yüzey üzerinde yapılacak tasarımın sayfa sayısı bazında çok olduğu durumlarda hayati önem taşır. Tek sayfalık bir broşür tasarımında yazı ve görsel elemanların belirli bir uyum içinde birleştirilmesi çok zor olmayabilir. Ancak benzer bir işlemi 32 sayfalık bir gazete veya 350 sayfalık bir kitap için yaptığımızı düşünürsek, her sayfada karşımıza çıkan ayrı büyüklük ve tondaki resimleri, farklı yoğunluktaki metinleri düzenleyebilmek için sağlıklı bir gride ihtiyaç duyulacağı açıktır. Grid için, "problemin planlanmış çözümü" tanımını kullanmak hiç de yanlış olmaz. İyi tasarlanmış bir grid, o an ortaya çıkan düzenleme problemlerinden öte ileride ortaya çıkması olası durumların çözümü için de potansiyel bir plandır. Okuyucu pek farkında olmasa da bu sistemi tanımlar ve takip amaçlı kullanır. Grid adeta bir görsel şifre gibi bilginin iletim dilini tanımlayan bir sisteme dönüşür. Bu yüzden dergi ve özellikle gazete tasarımında önce sağlıklı bir grid tasarımının yapılması zorunludur. Grid, birden fazla tasarım elemanının bir araya getirildiğinde ortaya çıkan düzenleme sorununa etkin bir çözüm yoludur. Bir tasarım elemanının diğer bir tasarım elemanına olan ilişkisini düzenlemede, belli bilgileri benzer sistemlerde sunmaya

[60] http://www.marumushi.com/apps/newsmap/newsmap.cfm

yardımcı olan bir etken olarak karşımıza çıkar. Örneğin şu anda elinizde tuttuğunuz kitapta sayfa numaralan diğer bütün görsel elemanlar gibi bir grid sistemi ışığında düzenlenmiştir. Göz her sayfada bu numaraları tekrar tekrar okumaz, ancak konum olarak algılar ve gerektiğinde sayfa üzerinde aynı yeri kontrol ederek bilgiye ulaşır. Özgün ve işlevsel bir grid, üretilen tasarımın bir kimlik kazanması ve tasarımcının yapabileceklerini zenginleştirebilme adına çok önemlidir. İlk aşamada yazı ve resimleri yerleştirmek için yatay ve dikey çizgiler, kutucuklar oluşturacaksak, bunun bizim esnekliğimizi kısıtlayan bir çalışma biçimi olduğu fikri aklımıza gelebilir. Ancak unutulmamalıdır ki grid, sadece rehber niteliğinde çizgilerdir ve tasarımcının işini kolaylaştırır. İyi grid üzerinde esnek ve dinamik tasarımlar oluşturmak iyi bir grafik tasarımcının görevidir ve bu nedenle hizalama/grid grafik tasarımının temel ilkelerinin başta gelenlerindendir.[61]



Şekil 37: Hizalama

I.V.4.RİTM

Grafik tasarımda herhangi bir konunun kompozisyonunu hazırlarken, bir resim çalışmasında resmin temelini oluşturan şekil ve biçimleri düzenlerken belirli bazı kuralları göz önüne alırız. Bunlar şekil ve biçimlerin bir benzerlik dahilinde tekrarlanması olabildiği gibi, bu şekil ve biçimlerin yönlerinin oluşturduğu hareketler de olabilir. Şekil ve biçimlerin tekrarı, benzer biçimlerin bir yönde kullanımı, yapılan kompozisyonda benzer göz hareketleri yaratır. Bu göz hareketleri, (gözün dolaşımı) ters ve farklı biçimlerde zorlanır. Göz çalışmanın orasına, burasına takılır kalır. Oysa mükemmel bir çalışmada göz sadece disonans noktası dediğimiz noktada takılmalı, buradan hareketine başlayarak, bütün çalışmayı dolaşmak ve bitirmelidir. Bu ise kompozisyonda birlik ve bütünlüğü sağlayacak benzer elemanların tekrarı ile olabilir. Bu benzer elemanların tekrarı bu çalışmada bir ritim oluşturur. Grafik

[61] Uçar, a.g.e., s.145

çalışmalarda yazı ve resim, yazı ve fotoğraf, bütünlüğüne ulaşabilmek için, kullanılan fotoğraftaki benzer yuvarlaklardan ya da zikzaklardan yazının kompozisyonun da benzerlikler olmasına ve bunların bir yön dahilinde yerleştirilmesine önem vermiştir. Bu eşdeğer elemanlar bir sıra oluştururlar. Bu sırada birbirleriyle ilişki ve bağlantıları önemlidir.

Sanatta bir şeklin aynen tekrarı, ya leke ya da renk farklılığıyla, ya da büyüklük, küçüklük oranlarıyla bozulmaktadır. Çünkü doğanın kendisinde de hiçbir şey aynen tekrarlanmamaktadır.

Dekoratif sanatlardaki biçim düzenlemelerinde, benzer elemanların tekrarı bir bütün oluştururlar. Burada zigzaglar, dalgalar, hareketlerin aynen tekrarında benzer elemanlar tek tek etkilerini kaybederler. Bütünleşerek tek bir eleman olurlar. Bu durumda gözümüz görüntünün tümünü algılar. Elemanlar bu bütünün bir parçası olurlar. Böylesi bir etki yaratabilmek için şekillerin birbirine yanaşması örtüşmesi ve birbiri içinde erimesi gerekir.

Bir sanat eserinde de kullanılan malzeme ve konu aynı olsa bile anlatım her sanatçı da değişiktir. Sanatçıların yan yana koyduğu renkler, şekiller, biçimler her birinde değişiktir. Her sanatçı kendi yaratma temposu içinde, kendi özel ritmiyle çalışır, o eserlerini beyninde oluşturur, duygularıyla sezer, çağının kültürü ile yorumlayarak, kendine has biçimler, renkler, şekiller içinde sunar. Bu eserler sanatçının çağına tanık olur, ışık tutar. Figüratif bir resim çalışmasında ritim, benzer elemanların aynen tekrarından çok, bu benzerliklerin kendi arasında dengelenmesi kaygısını taşır. Burada kompozisyon endişesi birinci plandadır. Doğadaki temel ritim kuralı bu sanat çalışmalarından prensip olarak uygulanmaktadır

Ritim benzerliği, bütünü, uyumu ve ahengi sağlar. Ritmik olmayan hareketler dengesizdir. İnsanlar ritmik olaylarda kolaylık bulurlar, zevk duyarlar. Bu ritmik olaylara sanatta armoni diyoruz. Ritim bir armonidir, bir sezgi biçiminde içimizden taşar. En basit ritim basit birimlerin toplamından doğar. Bir resmin düzeninde yer alan elemanların yerleşme ve hareket etme açısından meydana getirdikleri birbiriyle bağıntılı ve birbirini izleyen aralık, ölçü ve değişimler. Bir peyzaj veya bir figüratif çalışmada, yatık eğri ve dik çizgilerin ahengi o tabloda ritmi meydana getirir. Kompozisyon kurmada başlıca gözetilen nokta çok yönlü dengenin kurulabilmesidir. Bu da; ya bütün içinde formların tek tek birbirleri ile ilişkilerinin ön plana alındığı kompozisyonlar ya da kompozisyonun bir bütün olarak düzenlenmesi şeklinde kurulabilir. Kompozisyonun içinde formların birbirlerini tamamlamaları ile sonunda

bir dengeli bütüne, kompozisyonda birliğe varılır. Yapının tümü içerisinde form elemanları bireysel seslerini kaybetmeye mahkûmdurlar.

Bu tip bir yapıda form elemanlarının irili-ufaklı, kalmlı-inceli, uzunlu-kısalı, açık-koyulu, eğri-düzlü, yatıklı, dikli, sıcaklı-soğuklu gibi çeşitli nitelikler ile birbirlerini uyarmaları, bir bütün içinde, bir büyük sesin elde edilmesine yani işin tüm ritmine yarar. Bu da kompozisyonu oluşturur. Senfonik diyebileceğimiz kompozisyonlarda belirli, seçik ya da belirsiz bir formun hakimiyetindeki değişik yönlü formlardan meydana gelen karışık anlatımlı dengelemeye dayanır. Böylece ritim de denge unsuru da yer almış olur. Bu tip kompozisyonlarda çok güçlü bir ana form bulunması gereklidir. Kompozisyonun diğer form unsurlarını yapan elemanlar arasında hakim form ile aralarında bir çağrışıma sahip olanı da ana forma; form, renk valör, ölçü, ritim yönünden çok aykırı olanları da bulunabilir. Böyle bir dengeleme de ana form ile diğer form gruplan arasında bazı "ara form" lar bulunur. Bu ara formlarda melodi ilkesi (açık-seçik, belirgin formun hakimiyetindeki kompozisyon) kendini belli eder.[62]



Şekil 38 : Düzenli-Akıcı-İlerleyen ritim

I.V.5.LEKE

Leke, yüzey üzerinde ışığın etkisiyle ortaya çıkan ton değerleridir. Bu değerler açık, orta ve koyu tonlardır (lekelerdir). Çeşitli tonlamalardan oluşan bu lekeler bir rengin kendi içerisindeki tonları olabileceği gibi, farklı renklerin birbirleriyle olan ton ilişkileri şeklinde de karşımıza çıkabilir. Leke bir yüzey üzerinde; yüzeyin renginden, tonundan daha farklı renk ve tonda fark edilen daha küçük bir yüzey olarak tanımlanabilir.

Bu; sanatsal çalışmalarda ve grafik tasarımda açık-koyu siyah-beyaz şeklinde olabilir. Çevresinden farklı renk ve tonla ayrılan bu yüzey iç yapısında açık-koyu ve küçük farklı renk değerleri ile hareket kazanır.

[62] Hatice Aslan Odabaş. Grafikte Temel Tasarım.Yorum Sanat Yayınları.İstanbul:2002, s.130

Grafik tasarımda kullanılan lekede önemli olan konturun belirlediği şekil ya da harekettir. Leke yüzeyi siyah-beyaz bırakılacağı gibi, geçişli, tonlu ya da noktalı olabilir.

Resim yüzeyinde "leke"yi fırça tuşlarıyla ya da spatula gibi araçlarla yapılmış biçimler, işler olarak görüyoruz. İzlenime dayanan fırça tuşları olarak yer alabildiği gibi, akuatinta gibi gravür tekniklerinde büyük ve parça yüzeylerin anlatımında da kullanılır. Çağımız modern sanatında lekeci taşist pekçok sanatçı vardır. Robert Motherwell siyah-beyaz tuval düzenlemelerinde, çağımızın en başarılı lekeci sanat anlayışına sahip sanatçılardan bir tanesidir. Biz de de Hoca Ali Rıza'nın suluboyaları leke anlayışı ile sürülmüş boya izlerini taşır.

Leke her resim tekniğinde geçerlidir; yağlıboya, suluboya, akrilik gibi. Akuatinta tekniğinde oyma basma ustaları tarafından çeşitli renk tonları elde etmek için kullanılan bir yöntemdir de: Boya alması istenmeyen, bölümler aside dayanıklı toz reçine yada şekerle kaplanır. Bakır levha aside bırakılır. Açıkta kalan bölümleri aşındıran asit istenilen desende çukurlaştırılmış bir yüzey oluşturur. Ardından tozlar temizlenir. Levha baskıya hazır duruma gelir. Çukur alanlara boya verilerek, basık yapılır. Suluboyaya benzeyen geniş renk alanları elde edilir. Bu tarzda baskı tekniklerini kullanan Fransız baskı ustası Jean Babtiste Le Prince, daha sonra Francisco'de Goya oldu. Pıcasso ve George Rouault ta bu tarz gravürler yapmışlardır.[63]

I.VI.TEMEL GRAFİK TASARIM ELEMANLARI

Grafik tasarım, görsel iletişim sanatlarından biridir. Grafik tasarımcı, ressamlar, fotoğrafçılar, heykeltraşlar, seramikçiler gibi görsel sanatlar meslek grubunun bir üyesidir ve genellikle onlara benzer bir dil kullanır. Ambalaj hariç bütün grafik tasarımlar, (kağıt, film, video, bilgisayar vb. görüntüler) dört köşe ile sınırlandırılmış iki boyutlu yüzeyler üzerinde oluşur. Bir afişe yakından bakıp incelediğimizde başlık, alt başlık, illüstrasyon, tipografi gibi bağımsız elemanları gözümüze çarpabilir. Ancak tüm bunlar belli bir kavram ışığında birleştirildiğinde bütüne organik olarak bağlı bir doku oluştururlar.

Tasarımcı, mesajların görsel ve sözel unsurlarını bu iki boyutlu yüzey üzerinde bütünleştirmeye çalışır. Bir yüzeyin yatay ve dikey kenarları, tasarımın ilk dört çizgisidir. Grafik yüzeyler işlenirken göz önünde bulundurulması gerekli iki temel unsur vardır:

1.Görmenin doğası:

[63] Odabaş,a.g.e.,s.76

Görsel unsurlar, kenar çizgileri ile aynı yönde yerleştirildiklerinde düzenli ve durağan, karşıt yönde yerleştirildiklerinde dinamik ve enerjik bir yapı oluştururlar.

Bir grafik tasarım yüzeyini yatay ve dikey eksenlere böldüğümüz zaman, bu İki eksenin kesiştiği geometrik merkez odak noktasını oluşturur. İnsan gözünün merkez olarak algıladığı optik merkez ise, kesin olarak ölçülememekle birlikte bu geometrik merkezin biraz daha yukarısındadır. Bütün insanlarda yatay ve dikey formlarda doğuştan gelen güçlü bir eğilim bulunmaktadır. Bundan başka, insanın görme duyusunun izlediği yol, grafik iletişim açısından son derece önemlidir. İnsan gözünün tasarım yüzeyi üzerindeki hareket yönü soldan sağa ve yukarıdan aşağıya doğrudur. İnsan gözü, oldukça dar bir alan içine odaklanabilir. Bu ayrıştırma ve seçme işlemi sırasında gözler, sürekli ve hızlı bir hareket içindedir. Gözün hareketi grafik tasarımın yüzeyine kinetik bir enerji kazandırır.

2..Boşluk :

"Boşluk etkisi, çevredeki şekiller ve konturların söz konusu yüzey üzerinde bir strüktürel sistem oluşturmadığı zaman meydana gelir. Gözlemcinin bakışı nereye takılırsa takılsın, bir yer ötekine benzediği için kişi kendisini aynı yerde bulur. Bu durum mesafelerin belirlenmesi için gerekli mekansal koordinatların yokluğunu hissettirir. Bir obje, kendi ortamından dolayı tanımsızlaşabilir. Bu olay, obje konumunun çevresiyle tanınabilir bir ilişki içinde olmadığı zaman meydana gelir." Sonuç olarak boşluk çoğu zaman nesnelerin etrafını saran ve onları şekillendiren unsur olmakla beraber kimi zaman resmin içindeki bir nesnenin kesilerek veya koyu tonlarla gösterilerek geriye atılması ve bu şekilde boşluğun sorgulanması da söz konusu olmuştur.

"Boşluk", kelime anlamı nedeniyle önemsiz gibi görünen bir tasarım elemanıymış gibi görünse de bir illüstrasyon için var olan önemi göz ardı edilemez. Boşluk bir illüstrasyondaki kullanım şekline göre izleyende yalnızlık ya da kalabalık hissi oluşturabilmekle birlikte gerçeklik ya da fantezi izlenimi de uyandırabilmektedir. Örneğin, bilinçli bir boşluk kullanımı ile metinde yer alan ana karakter diğer öğelerden izole hâle getirilerek daha fazla ön plâna çıkarılabilir. Ya da daha etkili uçsuz bucaksız bir çöl izlenimi elde etmek için boşluk kullanımına başvurulabilir. Boşlukta uçuşan figürlerin izleyende masalsı bir izlenim uyandırması da illüstrasyon tasarımında boşluk kullanımının önemini gösteren bir başka örnek olarak gösterilebilir.

I.VI.1. Tasarımda Konu

Tasarım çalışmalarında konu tek başına bir şey ifade etmez, ancak sonuca ulaşmak için öz ve biçim ilişkisini konu ortaya çıkarmaktadır. İnsanın yaşadığı ortamda her olay ve varlık bir tasarım konusudur. Tarih boyunca konular, insanın kendi yarattığı efsaneler, mitolojik öyküler, din ve toplumların arasındaki sosyal, ekonomik ve kültürel ilişkiler sanatsal tasarımın asıl kaynağını oluşturmaktadır.

Tasarımda konu, sanatçının düşünce (tasarımlama) aşamasında ortaya koyduğu beyin fırtınası olarak da kabul edilebilir. Tasarımın bir amaca hizmet etmesi esas olduğuna göre, önce tasarıma temel teşkil edecek olan konunun iyi belirlenmesi gerekir.

I.VI.2.Tasarımda Ön ve Arka Yapı

Tüm sanatsal tasarımlarda konunun seçilme biçimi, seçilme amacı ve hitap edeceği alanlar göz önüne alınarak, tasarlanacak çalışmada bir kurgu oluşturulur. Bu yapılan eylem bir sanat felsefesidir, felsefe pozitif bir bilim olmadığı için, değişmez konulan ve kuralları söz konusu olmayabilir, yani sürekli değişkenlik gösterebilir. Çağlar boyu meydana getirilmiş eserlerin analitik gözlemleri sayesinde sanat felsefesi, eserin arka ve ön kurgusundaki estetik kavramları, sanatçının geçirmiş olduğu mantık ve duygu değişimlerini ele alır, inceler.

Eserin ön yapısı, teknik ağırlıklı öğelerden oluşur ve göze hitap eden görsel kavramlardır. Daha çok estetik hazlar dikkat çekici konumdadır. Fakat eserde asıl düşünce arka yapı da denilen eserin ruhunun saklandığı kısımdır, sanat eserini rasgele bir eğlence, bir oyalanma ve oyun olarak düşünmek yanlıştır. Çünkü tasarımda ön ve arka yapının birlikte oluşturduğu kurgusal yapı, her eserde sanatçının ruhsal duygulanmalarını ve estetik felsefesini yansıtır.[64]

I.VI.3.Arka Yapının ifadesini Belirleyen Etkenler

Tasarım aşamasında, arka yapıyı meydana getiren birçok etken vardır. Bunlar sırasıyla ele alınacak olursa; psikolojik, sosyo kültürel, ekonomik ve endüstriyel etkenlerdir.

I.VI.3.1.Psikolojik Etkenler

Sanatsal tasarım içerisinde eserin arka yapısını belirleyenler arasında yer alan psikolojik etkenler, çeşitli teorilerle açıklanmaya çalışılmıştır. Çünkü psikoloji bilimi sanatın acıdan ve ümitten doğduğunu savunur. Ancak yirmi birinci yüzyıla giren dünyada bu fikir artık çok gerçekçi gelmemektedir. Sanatçı, iletişim araçları sayesinde küçülen ve adeta avucunun içine sığan bir dünyada yaşamaktadır. Dünyanın öbür ucunda olan bir olaydan etkilenmekte ve

[64] Tepecik,.a.g.e. s.29

ortaya eserini koyabilmektedir. Yani sanatçı artık içine kapanık bir kişilik değildir, içe ve dışa dönük dünyası tasarım yaparken sanatçıyı etkilemektedir. Özellikle tasarım olgusunun çok önemli olduğu günümüzde, psikolojik etkilenme kuşkusuz çok daha yoğundur. Sanayi devrimiyle birlikte toplumların değer yargıları değişmiş ve okulların, üniversitelerin dolup taştığı, yeni iş alanları ve üretimin sınırsızca pompalandığı, endüstri toplumunda basit bilgileri yorumlayıp, onlara yeni anlamlar kazandırmak tasarımcının asıl amacı haline gelmiştir.

Sanatsal tasarımlarda duyguya yer verilmesine rağmen, teknik ve bilimsel verilerde duygular kadar önemlidir. Günümüzde sanatın faydacılıktan uzak, sadece duygusal anlatımları tatmin eden bir düşünce biçimi olduğu savı, geçerliliğini yitirmektedir. Sanat artık insanların hizmetinde, insanın daha iyi yaşamasını sağlayan çevresini daha iyi çözümlemesine yardımcı olan ve yaptığı her eylemde onun yanında olan bir kavramdır. Örneğin Brezilya'nın önemli kentlerinden Brasil'deki kent tasarımlarında, binalar insan heykellerinden oluşmaktadır, yani heykelin içine girip mekan olarak kullanılabilmektedir. Sanat burada faydacı anlatım gibi görünmesine rağmen, insanın psikolojik açıdan farklı bir tasarım kavramını gerçekleştirmesini sağlamaktadır.

I.VI.3.2. Sosyo-Kültürel Etkenler

Tasarımcının topluma karşı görev ve sorumlulukları vardır. Çünkü sanatçı insanlığın yeni bir ihtiyacını cevaplayacak türden duygu ve düşünceleri önceden sezinleyip bunları toplumun işine yarayacak biçimde tasarım haline sokabilmelidir. "Sanat eseri tasarımcının elinden çıktıktan sonra, kendi malı olmaktan çıkar ve toplumun malı olur" [65]. Bu tanımlamaya göre, toplumun sosyal ve kültürel yapısı sanatçının tasarım etkinliklerine doğru orantılı olarak etki eder. Sanatçı tasarımlarında özgür olmasına rağmen, yaşadığı toplumun sosyal ve kültürel değerlerine ilgisiz kalacağı anlamına gelmez. Tarihte bunların örneklerini görmek mümkündür, örneğin bugünkü anlamda grafik tasarımcı sayılan ünlü Fransız afiş sanatçısı Lautrec, eserlerinde Paris gece hayatını görsel bir anlatımla ortaya koymuştur. Burada sadece afişlerin tasarımı söz konusu değil, sanatçının konu se ve bunu işleyiş biçimi önemlidir. Yine 1917 yılında Rusya'da gerçek Sovyet devrimini halka anlatmak ve benimsetmek için gı tasarımcılara önemli görevler verilmiştir. Ayrıca, uluslararası toplantılar, fuarlar ve olimpiyat oyunları için f dillen konuşan insanları ortak iletişimlerde buluşturabilmek için g tasarımcıların geliştirdiği piktografik diller de sosyal ve kültürel et lere bir örnek teşkil edebilir. Ünlü Türk grafik tasarımcısı Ihap Hulusi, Ziraat

[65] Dilek Bektaş. Çağdaş Grafik Tasarım Süreci. Y.K.Y.İstanbul.1992

Bankası'na hazırladığı afişlerinde köylünün hasadı kaldırdıktan sonraki umutlu ve sevinçli ruh halini çok iyi analiz ederek resimlemiştir. Bu sadece sanatçının çizim yeteneğinden kaynaklanmamakta aynı zamanda kendi toplumunu iyi tanıması, sosyal ve kültürel etkenleri tasarımlarında ön palana çıkarabilmesinden kaynaklanmaktadır.

I.VI.3.3. Ekonomik ve Endüstriyel Etkenler

Bir grafik tasarımın arka yapısında yer alan en önemli etkenlerden birisi de, hiç kuşkusuz ekonomik ve endüstriyel etkenlerdir. Çünkü bir toplum uygarlık kavramını bu sözcükle yakalayabilir. Ekonomi ve endüstri eğer bu alanlardaki gelişimini tamamlayamamışsa, tasarımcının da yapabileceği bir şey yoktur. Yaratıcılıktan ve yenilikten ziyade geleneksel bir yapı içerisinde eserlerini üretecektir. En başta ekonomik kalkınma endüstriyel kalkınmayla iç içedir. Özellikle 19- yüzyıl sonuna doğru Avrupa'da başlayan sanayi devrimi endüstriyel açıdan batıya büyük bir avantaj sağlamış ve endüstriyel ürünlerin eritilmesinde hedef kitle olarak tüketicinin seçilmesi ekonomi bilimiyle örtüşmesini sağlamıştır.

Üretimin ana kaynağı imalat olduğuna göre, mamul malın da çeşitli özelliklere sahip olması gerekmektedir, bunun başında ürünün tasarım olgusu gelmektedir, tasarımın tek başına üretimde söz sahibi olması da mümkün değildir. Tasarım endüstriyel üretimle uyumlu olmalı ve çoğaltımda sorun çıkarmamalıdır. Üretimin biçiminden ambalajına kadar tasarım aşamasında endüstriyle uyumlu olan mal ekonomikliğini sağlamış olacaktır.

Örneğin; matbaa teknolojisini bilmeyen grafik tasarımcının yapacağı çalışmalar baskı teknikleriyle uyum sağlamayacağı için, endüstriyel açıdan uyumsuzluk gösterir ve üretim aşamasında özgünlüğünü kaybedebilir.

I.VII. TEMEL GRAFİK TASARIM ELEMANLARI VE GRAFİK TASARIM SÜRECİ

I.VII.1. Grafik Tasarım Ürününün Öğeleri

Grafik tasarımcı çalışmalarında arka yapıyı, genel bir etkilenme açısından psikolojik ve kültürel birikimlerle anlatmaya çalışır. Ancak bu ifadelerin somut anlamda biçimlendirilmeleri gerekir. Bu biçimlendirme tasarım içinde ön yapı elemanlarıyla kendisini

gösterir. Arka yapıdaki ilkelerle, ön yapıdaki elemanların bir araya gelmesi tasarıma anlam kazandırır.

I.VII.1.1 Çizgi

Tüm tasarım alanları için vazgeçilmez bir kavram olan çizgi, noktaların birleşmesinden oluşur. Bu anlamda çizgi, maddenin en küçük yapısını oluşturan moleküllere benzetilmektedir. Çizgi kendi başına bağımsız bir eleman değildir, noktalara bağlıdır. Buna dayalı olarak çizgi; yüzeylerin kesişmesi veya noktanın hareketi olarak tanımlanabilir.[66]

Çizginin kağıt üzerinde iki boyutlu, soyut bir anlatım ifade etmesine rağmen, insan psikolojisi üzerinde nesnelerin çağrışımını yapar. Yeryüzündeki dağların, ovaların, binaların yolların dış konturları çizgisel bir anlatım olarak ifade bulur. Küçük bir resimde birkaç milimetre genişliğinde ve birkaç santimetre boyunda çubuklar çizgi rolü oynarken, büyük yapılarda bir metreye yakın genişlikte 20-30 metre hatta daha fazla uzunlukta çıkıntı şeritleri ve benzeri kısımlar yine çizgi gibi etki ederler.

Çizginin grafik tasarımdaki rolü de burada başlamaktadır. Çünkü tüm anlatım unsurlarının temeli çizgiyle sağlanmaktadır. Çizginin kendi içinde kalın, ince, uzun, kısa, kırık düz ve buna benzer biçimleri ile gözde bıraktığı etki, ortaya konularak tasarımı temelden etkiler. Çizginin günümüzde işlevi (fonksiyonelliği) önemli derecede artmıştır. Özellikle teknik resim çalışmalarında çok önemlidir.

Grafik tasarımda birlik ve dengenin temel unsuru çizgidir. Tasarımın Çünkü insan olarak sahip olunan tüm duygular; neşe, hüzün, canlılık, güzellik, kırgınlık, kararsızlık ve buna benzer duygular çizgiyle anlatıla lir, dolayısıyla tasarımda temel eleman çizgidir. Çizgiye hakim olan çizgiyle iletişim kurabilen sanatçı, bu soyut dili çözebiliyor demektir.

Tasarım içinde çizgi, diğer elemanlarla birleşince daha fazla bir etkini sahiptir. Bu elemanlar: Renk doku, biçim, hareket v.b. dir. Çizginin in kişiliğiyle de önemli bir bağlantısı vardır, ünlü ressam Paul Klee, çizgiyi yaşayan bir kişilik olarak tanımlamıştır.[67]

Çizgilerin yan yana, alt alta, yada üst üste gelmesiyle, nesnenin soyut y somut olarak dokusal özelliği oluşur. Tasarım içinde çizgi, bir renge, a koyu veya dokusal özelliklere sahip olabilir. Renkle birleşince anla olanağı artar, renk çizgiyi sertleştirip yada yumuşatabilir. Çizgi iki boyutlu düzlemde nesneye hacimsel özellik kazandırabilir. Kendi içinde çok

[66] Tepecik, a.g.e. s.30
[67] P.Klee. Sanat Kuramı. Ankara:1986

kullanılması gölge oluşmasını meydana getirebilir. Sanatçı tasarımcıların ve sanat eleştirmenlerinin birleştikleri öne nokta, çizgilerin aldıkları konuma göre bir anlam teşkil etmeleri Bundan dolayı tasarımcının, çizginin psikolojik dilini çözmesi çok önemlidir. Söz gelişi; tasarımda düz çizgiler anlatım olarak sağlamlık, sakil ve süreklilik demektir. Dikey doğru çizgiler, hayat canlılık hareketlilik, eğri ve helezonik çizgiler ise, dinamizm ve enerjiyi temsil eder. Çizginin geometrik formlara bürünmesiyle ortaya çıkan tasarımlarda, yukarıda konu edilen çizgisel anlatım mantığını uygulamak oldukça önemlidir. Dolayısıyla geometriyi bünyesinde taşıyan anlamlı çizgisel bir resim yapısı, doğadaki nesne ve varlıkların optik görüntülerinde olmadığından, bunların farklı bir biçimlendirme işleminden geçirilmesi gerekir.

I.VII.1.2. Renk

Renk, insan hayatının bir parçasıdır. Güneşin olmadığı yerde ışıktan, ışığın olmadığı yerde renkten söz edilemez. Genel anlamda rengi tanımlayanlar, eşyaların alışılmış renkli biçimlerinden yola çıkar ve ışığı renk olarak değerlendirirlerdi. Ancak renk konusunun fizik ve kimya bilimi açısından incelenmesiyle, böyle bir özelliğinin olmadığı meydana çıkarılmıştır.

Bilimsel verilerde, ışığın eşyalar üzerine düşmesiyle birlikte, nesnenin molekül yapısı hangi rengi daha fazla barındırıyor-sa, bu renk yansıtılmakta ve içerisinde bulunan diğer renkler, eşya tarafından yutulmaktadır. Böylece fizik bakımından renk, ışık demeti içinde enerjinin yayılı-mı ve dağılımı, çeşitli ışık dalgaların fre-kansıyla belirlidir. Fizyolojik bakımdan renk ise, göze giren ışık dalgaların bıraktığı etkidir denilebilir. Güneş yada suni beyaz ışığın içinde bulunan altı renk, (lacivert mavinin bir tonu olduğu için bazen yedi renk olarak sayılmaktadır) mevcuttur. Bu altı renk kombinasyonu kendi içinde değişik oranlarda birleşerek, doğada bulunan sonsuz renk alternatiflerini oluştururlar. Ancak her rengin dalga boyları ve göz üzerinde uyandırdığı etki farklıdır. Beyaz ışığın kaynağından doğan renk tayfları kendi içinde bir sınıflandırmaya tabi tutulmuş ve ana ara renkler olarak guruplandırılmıştır. Kırmızı sarı mavi ana renkler, yeşil turuncu mor ise, ara veya başka bir deyimle de yardımcı renkleri oluşturur. Ancak bu sayılan üç ana renk boya anlamında ele alınan renk kavramıdır ve buna baskı tekniklerinde çıkartmalı renk denilir. Halbuki video, televizyon ve bilgisayar gibi elektromanyetik kanallara görüntü ileten araçlarda ana renkler,

kırmızı mavi ve yeşil (RGB)dir. Çünkü sarı rengin dalga boyu kısa olduğundan ışık rengi olarak görüntülenemez ve bu renk grubuna toplamalı renk denilir.

Rengin fiziksel tanımlanması dışında asıl olarak grafik tasarımcıyı ilgilendiren yönü, tasarımda kullanılan psikolojik renk kavramıdır. Bunun için renkler kendi içinde gruplandırılırken sıcak renkler, soğuk renkler, tamamlayıcı renkler ve tonlama renkler gibi sınıflamaya tabi tutulmuştur. Çünkü renk duygusal açıdan insanı etkileyen bir özelliğe sahiptir .

Her renk insan üzerinde değişik psikolojik etkilere sahiptir. Örneğin; sıcak renk olarak değerlendirilen kırmızı turuncu sarı ve tonları, insan ruhunda hareket canlılık sıcaklık aydınlık duygusunu uyandırır. Bir mekanın iç bölümleri sıcak bir renkle boyandığı düşünülürse, burada uzun süre oturmak yada yaşamak mümkün değildir. Çünkü psikologlar sıcak renklerin insanın tansiyonunu yükselttiğini, kan akışını hızlandırdığını ve heyecanlandırdığını bilimsel yönden kanıtlamışlardır.[68]

Soğuk renk gurubu ise, yeşil mavi mordur. Ancak sarı, aldığı konuma göre soğuk renk gurubuna da girebilmektedir. Renkler bazen kendi gurupları içinde bile sıcak ve soğuk olarak sınıflandırılabilir, yani yeşil mavi soğuk renkler, fakat mavi ve yeşil bir resim içerisinde kullanıldığında yeşil maviye nazaran sıcak renk gurubuna girebilir. Renk çalışmasında diğer bir kavramda tamamlayıcılıktır. Grafik tasarımcı renk çalışmalarında tamamlayıcı renk guruplarını tasarımın çarpıcılığını güçlendirmek için kullanır, başka bir deyimle zıt renklerin bir arada kullanılması demektir ve tasarımın daha etkili görünmesini sağlar. Renkte armoni (uyum) kuralları birçok sanatçı tarafından değişik alternatif formüller içinde sınıflandırılmıştır. Bundan amaç, kullanılan renklerin kendi içinde bir uyum oluşturmaları ve tasarımı rahatsız edebilecek renk çalışmalarının önüne geçmeleridir. Özellikle grafik tasarım çalışmalarında rengin kroması (kalitesi) çok önemlidir. Çünkü grafik tasarımcının yaptığı her çalışma çoğal tim tekniğinden geçebilir. Eğer gerekli renk kromasına sahip boyalar çalışmada kullanılmaz ise baskıdan iyi sonuç almak mümkün olmayabilir. Bununla birlikte basım tekniklerinde üç ana renk tasarımda kullanılan tüm renkleri meydana getirmek için kullanılır. Bu renkler, magenta kırmızısı boya olarak saf kırmızı sayılır içinde başka renk yoktur. Cyan mavisi, gökyüzü mavisi niteliğinde ve içinde başka renk olmayan bir mavidir. Limon sarısı ise sarının saf halidir. Bu üç renk kendi içerisinde değişik oranlarda karılarak doğanın sonsuz renkleri elde edilir . Ayrıca ışık olmayan bölgeler içinde, bu üç rengin üzerine siyah

[68] H Chijiiiwa,H., Color Harmony, Rockport Publishers, Massahusetts, 1979

mürekkep basılarak işlem tamamlanmış olur. Tasarımda renk dağıtımını yapmak zor bir işlemdir. Renkleri bir araya toplamak veya dağıtmak, tasarımı temelden etkileyebilir, rengin yatay dikey yada başka yönlerde kullanılması anlatımı zenginleştirir. Böylece doğru renk doğru tasarım olgusunu da güçlendirir. Her türlü grafik ürünlerde bulunan hedef anlatımı ve bu anlatım içinde bulunan gizli enerjiyi ortaya çıkarmak, ancak tasarım yüzeyine dengeli serpiştirilmiş renk çalışmasıyla mümkündür. Çünkü tasarımda rengin kullanım amaçlan, renkli alana bir özellik kazandırmak, düşünceleri renkle simgeleştirmek, tasarımlarda verilmek istenen anlatıma yoğunluk kazandırmak ve nesnelere karakter kazandırmaktır. Renklerin toplumlar üzerinde değişik anlatım ve yorumlamaları söz konusudur. Örneğin; Ekvator kuşağına düşen ülkeler genellikle sıcak ve canlı renkleri giysilerinde, bayraklarında ve sembollerinde kullanmaktadırlar. Soğuk iklim kuşağında kalan ülkeler ise daha pastel ve gri renkleri tercih ederler, bu da coğrafi şartların insan yaşamında renk seçimini etkilediğini ortaya koymaktadır. Rengin üç boyutu bulunmaktadır: Uzunluk (rengin türü), genişlik (rengin tonu), derinlik (rengin yoğunluğu) . Rengin türü, rengi tanımlamada kullandığımız terimlerdir. Sarı, kırmızı, mavi, mor, yeşil gibi. Rengin tonu, bir rengin açıklık ya da koyuluğudur. Bir renge beyaz boya kattıkça tonu açılır, siyah ekledikçe koyulaşır. Renk yoğunluğu ise, parlaklık ile ilişkilidir. Yoğunluğu fazla olan renkler parlak renklerdir. Rengi oluşturan bu üç boyut içinde en önemlisi, rengin ton değeridir. Bir görsel imgeyi en iyi tanımlayan unsur, içerdiği tonlardır. Renk bir tasarımı meydana getiren yapı taşlarından biridir. Bu nedenle bir tasarımcının insanların renk tercihlerini göz önüne alması gerekir. Yeşil ve mavi renkler soğuk, kırmızı ve sarılar ise sıcak renkler olarak bilinirler. Soğuk bir renk olan maviyi, sıcak bir renk olan kırmızı ile karıştırdığımızda mora yaklaşan bir mavi elde ederiz. Bu renk maviye oranla biraz daha sıcaktır. Nötr renkler olarak adlandırdığımız griler ise. pigmentlerindeki karışıma bağlı olarak sıcak ya da soğuk olabilirler. Sıcak renkler, izleyeni uyarır ve neşelendirirken; soğuk renkler sakinleştirir ve dinlendirir. Lokantaların daha çok sıcak renklerle boyanmış olmasının nedeni insanların çabucak yemeklerini yiyip gitmelerini, hastanelerin soğuk renklerde boyanmasının nedeni ise panik haldeki insanların sakinleşmelerini sağlamak içindir. Soğuk renklerin aşırı kullanımında kasvetli ve moral bozucu bir etki ortaya çıkabilir. Yine sıcak renklerin fazla kullanımı, insanları şiddete yöneltebilir.

Grafik yüzeylerde, sıcak renkler sayfadan çıkacakmış izlenimi verirler ve önde görünürler. En önde görünen renk sarıdır. Soğuk renkler ise uzaktaymış izlenimi verirler. Her rengin sıcak ve

soğuk renklerden çeşitlemesi yapılabilir. Örneğin kırmızı ve mavi karıştırılarak az soğuk bir renk elde edilebilir.

Grafik tasarımcı renk seçiminde şu dört unsuru dikkate almalıdır:

1- Rengin kültürel çağrışımını,

2- Hedef kitlenin renk tercihi,

3- Firma ya da ürünün karakteri,

4- Tasarımdaki yaklaşım biçimi [69]

I.VII.1.3. Biçim (Form)

Temel tasarım tekniğinde, çizgi, renk ve diğer yüzey elemanlarının birbirleriyle ilişkileri sonucu biçim oluşur. Tasarımcının görevi, bir mesajın ne türde olursa olsun, anlaşılmasını istediği zaman, bunu mümkün olduğu kadar çok sayıda alıcı üzerinde aynı etkiyi uyandıracak biçimde tertiplemektedir. Bu sonuca varabilmesi için, biçim psikolojisini iyi bilmesi gerekmektedir. Önemli olan biçim tasarımı bilgilerinin topluca değerlendirilebilmesi, biçimlendirmede tasarım elemanlarına doğada olduğu gibi bütünü oluşturma potansiyeli ile yaklaşmalıdır. Böylece işlev-biçim-estetik birliği içerisinde olan eserler elde edilmesi mümkün olacaktır. Ancak, biçimler arasında büyük farklar olduğu görülebilir. Bir kısmı geometrik düzen içinde oldukları halde, diğer bir kısmı ise serbest haldedir. İşte tasarımcının yapacağı iş, biçimleri doğaya dayalı tasarım kurallarını göz önüne alarak iki boyutlu bir yüzey üzeri bağlantılar yaparak, çizgi, renk, doku, hareket gibi temel tasarım manlarıyla biçimlendirebilmektir

Grafik tasarımcı özellikle ambalaj tasarımında geometrik biçimlerden çok faydalanmak zorundadır. Çünkü üretimde kullanılacak madde tasarım aşamasında seçilecek ve ambalaj asıl geometrik biçimini alacaktır. Gerek renkler, gerekse biçimler algı malarında genişleme ve yayılma özelliği gösteren nesnelerdir. Bu görsel algılamanın fiziksel bir boyutudur, öyleyse biçimin ortaya çıkabılı için çizgi ve rengin biçime canlılık kazandırılması gerekmektir. Örneğin; bir afiş tasarımında bulunan çizgiler, düzlemler, yatayla dikeyler olarak kullanılır. Renkler ise açıklık koyuluk, azlık çokluk siyle ele alınarak tasarımlardaki biçimler meydana getirilir. İki boyutlu düzlem üzerinde bulunan çizgiyle üç boyutlu biçimler tutulabilir. Tasarımcının, çizginin (kontural) dış çerçeve özellikleri yararlanıp bunu yapması mümkündür. Üç boyutlu nesne anlatımında ince ve kalın çizgilendirmeler tek yönlü ışık

[69] Gültekin, a.g.e.

altında bu biçimlendir, ulaştırılabilir. Sonuç olarak grafik tasarım çalışmalarında kullanılan tekniklere bağlı olarak biçimlendirme olanakları artar.

I.VII.1.4. İşlevsellik (Fonksiyon)

Fonksiyon işleyiş bakımından amaca uygunluğunun ve belirli amaçla ilgili eylem türü uğruna yapılan görevin ifadesidir. Grafik tasarım sürecinde fonksiyonellik kavramı çok kullanılmaktadır. Çünkü fonksiyon kelimesi, Türkçe anlamda kullanışlılığı olan fayda sağlayan nesneler için geçerlidir. Bir sanat eserinde yararlılık aramak aslında yanlıştır. Hazzın yararlılıkla ilgisi yoktur, eğer fonksiyonellik güzelliğin şartı olsaydı bir eşya kullanışlı olduğunda güzel, kullanışlı olmadığında ise çirkinleşecekti. Bu düşünceden hareket edildiğinde sanat eserlerinin hiç birinde yararlılık aramamak gerekir. Fakat bir seramik sanatçısı eserini tasarıma dönüştürürken güzellik endişesiyle birlikte fonksiyonellik özellikleri de arar. Osmanlı Devleti döneminde yapılan duvar çinileri fonksiyonellik ve güzellik ortaklığına bir örnek teşkil edebilir. Grafik tasarımlar içinde aynı düşünceyi vurgulamak mümkündür. Örneğin; bir zarf, bir afiş, kitap kapağı, tabela ve ambalaj tasarımlarında fonksiyonellikle güzellik birlikte ele alınan öğelerdir .

Çağdaş kurumlar, mal ve hizmet üretimlerini, kurum kimliğini oluşturan amblemleri sayesinde hedef kitleye daha başarılı bir şekilde ulaştırabilmektedirler. Üretimde belirli bir kalite tutturan markalar, amblemleriyle tanınmaya başlayınca kurumun talep yaratmadaki etkisini hep aynı düzeyde tutabilir. Mal ve hizmet üretiminde amblem kullanımı, üretimin pazarlama kanallarına doğru yönlendirilmesinde etkilidir. Amblemin dışında aynı tür mal ve hizmetleri birbirinden ayıran önemli bir kavramda markadır. Örneğin; Vakko ya da Beymen bir marka adıdır.

I.VII.1.5.Ton

Tonlar genellikle görsel imgenin yarım ton reprodüksiyon tekniği ile tramlanması yoluyla elde edilir. Ton ye çizgi tasarımda kontrastlık yani karşıtlık oluşturan elemanlardır. Tonlama Bir kompozisyonda devamlı kullanılan renk düzenlemesi. Ressamın amacını ortaya koymak için seçtiği renk bileşimi. Resimde bir rengin tonalitesi o rengin siyah ve beyaz merdivenindeki yeridir. İki renk aynı koyuluk veya açıklıkta ise her iki renk aynı tonalitede demektir. Renklerin karşılıklı tonalitesinin resimde çok önemli bir yeri vardır. Renklerin karşılıklı ilgisi bir objeler grubunda veya peyzajda, gözlerimizi kırparak kirpiklerimizin

arasından bakarsak, detaylar kaybolur, rengin kendisi o kadar gözümüze çarpmaz ve koyu, açık kısımların görüntüsel valörü basit bir aydınlıkla görülür.

I.VII.1.6.Doku

Bir yüzey üzerinde tekrarlara dayalı biçimsel bir düzen bulunuyorsa, orada bir dokunun varlığından söz edilebilir. Tasarım ve baskının vazgeçilmez malzemesi olan kağıtlar da farklı dokularda üretilirler. Sert ve düz, sert ve grenli, yumuşak ve grenli, mermer dokulu, ahşap dokulu vb. tasarım yüzeyinde yer alan dokular, optik ya da fiziksel olarak duyguları yönlendirici bir işleve sahiptir.

I.VII.1.7. Ölçü

Bir grafik tasarım ürünü, farklı ölçülerdeki unsurların bir araya gelmesiyle oluşur. Ölçüler büyüdükçe algılama düzeyi ve etkileyicilik artar.

I.VII.1.8. Yön

Bir tasarım yüzeyi üzerinde bulunan çizgisel, tipografık ve görsel unsurların yönü önemlidir. Örneğin bir gazete haberinde yer alan insan fotoğrafı, ilgili habere doğru bakmalıdır. Ya da tasarım yüzeyinde hareket eden unsurların önündeki boşluk arkasındaki boşluktan daha fazla olmalıdır.

I.VII.2. GRAFİK TASARIM ALANLARI

I. VII. 2.1. GRAFİK TASARIMDA AMBLEM

Amblem, çizgi ve resimle yapılan işaretlerdir ya da daha geniş tanımıyla "Ürün ya da hizmet üreten kuruluşlara kimlik kazandıran, sözcük özelliği göstermeyen; soyut ya da nesnel görüntülerle ya da harflerle oluşturulan simgelerdir".

I. VII. 2.2.Amblem Çeşitleri

a-Harflerden Oluşan Amblemler

Tipografik amblemler, sadece bir harften oluşuyorsa, o harf alışılmışın dışında bir form olmak zorundadır. Kullanılan alfabelerdeki harflerden ayrılması ve akılda kalıcılığı bu özelliğe baçlıdır. Tasarımcı burada yeni bir harf formu arayacaktır. Birden fazla harften oluşan amblemlerde ise en önemli özellik, harflerin birbirleriyle strüktür, form ve espas kombinasyonu açısından dengeli kullanımları ve alışılmışın dışında olmalarıdır. Eğer tek

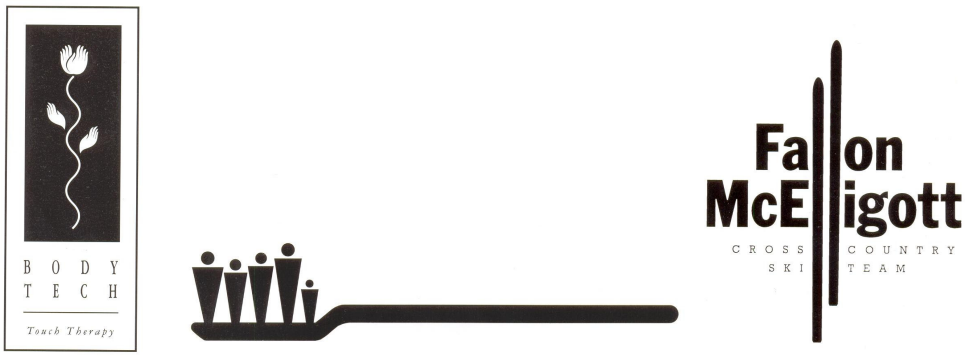
harften oluşan bir amblem söz konusuysa o zaman o harfin farklı olması kaçınılmazdır. Amaç farklılık olduğunda tasarımcı yeni bir harf formu arayacaktır. Birden fazla harften oluşan amblemlerde ise en önemli özellik dengeli kullanımları ve yine farklı olmalarıdır.



Şekil 39 : Harflerden oluşan amblem örnekleri

b-Biçimleriyle Firma Hakkında Bilgi Veren Amblemler

Bazı amblemler biçimleriyle firma hakkında bilgi taşırlar. Bu tür amblemlerde sembolik motiflerden yararlanılır. Dokuma mekiğinin tekstili, kitabın yayınevini, güvercinin barışı simgelemesi gibi... Ayrıca firma adı özel bir şekilden oluşmakta ise, bu tip amblemlerde sembole yönelik tasarımlar yapılmaktadır. Aslanlı, Başak, Karaca gibi... Kimi sembollerin yüklendiği anlamlar vardır. Bu anlamlar çoğu sektör tarafından kendilerine mal edilmiştir. Dolayısıyla bir firmaya ait amblem tasarımı yapılırken firmanın ait olduğu sektöre özgü sembollerden yararlanılır. Örneğin Baykuş akıl, bilim bilgelik demektir ve eğitim kurumlarınca kullanılır. Bir de firmaların isimlerinden yola çıkılarak sembolik amblemler tasarlanır ki buna da örnek vermek istersek Pelikan markasının ambleminin Pelikan kuşu olmasını söyleyebiliriz.



Şekil 40 : Biçimsel anlatıma yönelik tasarımlar

c-Harf ve Resimsel Biçimlerin Bir Arada Kullanıldığı Amblemler

Formlarını harflerden alan ve firma hakkında imaj veren biçimlerden oluşan amblemlerin kombinasyonlarıdır. Bu tür amblemler, firma hakkında bir imaj verirken firma adının baş harfi ile de diğer firmalardan ayrılmasını kolaylaştırır ve akılda kalma yüzdesini artırır.



Şekil 41 : Harf – biçim kombinasyonu amblem, logotype

d-Firma Hakkında Yeni Bir İmaj Veren (Soyut veya Somut) Amblemler

Harflerle yapılan amblemler, genelde bir karmaşa doğurmaktadır. Yapılan tasarımın özgünlüğü amblemin yaşama süresini etkiler. Günümüzde harflerle yapılan amblemlerin çokluğu, akılda kalıcılık oranım büyük ölçüde düşürmüştür. Bu nedenle yeni bir imaj veren amblemler aranmaktadır."[70] [71]Ayrıca bazı toplumsal ya da kentsel özelliği yansıtan amblemler de vardır. Bunlar, önemli bir toplumsal olayın anma yıldönümü veya bir yörenin, kentin özelliklerini yansıtan amblemlerdir. Daha çok öğeyi yan yana getirme zorunluluğundan doğan bir karışıklığa meydan vermemek gerekir. Öğeler arası ilişki uyumlu olmalıdır.

I. VII. 2.3. Amblemin Tasarlanması

Amblemin tasarımından önce, planlama aşaması önemlidir. Grafik tasarımcı önce kurum hakkında yeterli bilgi toplamalıdır. Bu bilgiler içerisinde, kurumun iş alanı müşteri tipi, mal ve hizmet kalitesi, toplum üzerinde bıraktığı izlenimler detaylı bir şekilde araştırılmalıdır. Bu araştırma iki başlık altında toplanabilir;

a- Amblem tasarımı yapılacak kurumun, kültürel, siyasal ve ekonomik özellikleri; Amblem tasarımı yapılacak kurumun, mal ve hizmet konusunda hangi kültürel kimliğe sahip olduğu, tasarımın amacına ulaşması açısından önemli bir bilgidir. Örneğin; bir turizm seyahat şirketi, içinde bulunduğu toplumun sosyal ve kültürel değerlerini, yabancı ülkelerden gelecek olan turistlere tanıtabilecek bilgi ve alt yapıya sahip olmalıdır. Sosyal kültürel ve siyasal açıdan

[70] Abdullah Taşcı, "Marka ve Amblemler. Grafik Sanatı Dergisi, Sayı: 4, 1985
[71] H. Pektaş. "Basın İlanlarında Grafik Tasarımın Yeri ve Önemi" Y. Lisans Tezi. Ankara, 1988

yapılacak amblem tasarımlarında; bir vakıf, parti hayır kurumu, dernek veya birlik gibi kuruluşlar olabilir. Ekonomik açıdan bir amblem tasarlanacağı zaman; bankalar, borsalar, ticaret şirketleri bu kapsama girer.

b- Amblem tasarımı yapılacak kurumun pazar alanı ve tüketici özellikleri;

Bir mal veya hizmete olan talep anlamına gelen pazarlama tanım olarak; Tüketicinin satın alma gücünü, eyleme geçirmeye yarayan faaliyetlerin tamamına birden pazarlama adı verilir.[72] Pazarlama kurumun genel düzeyini ortaya koyan önemli bir kavramdır. Grafik tasarımcı amblemini hazırlayacağı bu kurumun pazara süreceği mal veya hizmetleri iyi analiz edebilmelidir ki, bunların içinden bir yada birkaç ayrıntıyı alıp tasarımında kullanabilsin. Ayrıca kurumun hizmet verdiği tüketici çeşitleri de tasarımda önemli ipuçları sağlayabilir.

I. VII. 2.4. AMBLEM TASARIMININ ÖZELLİKLERİ

Tasarımda aranılan özellikleri dört ana başlık altında toplamak mümkündür: Özgünlük, sadelik, endüstriyel ve ekonomiklik, estetik.

1. Özgünlük

Amblem tasarımında özgünlük, ana çizgileriyle; başkasına benzememe veya kendine ait olma biçiminde tanımlanabilir. Böylece verilen ı yoğunluk noktası seçilebilir. Özellikle yeni kurulan şirketler kendilerini kamuoyuna tanıtırken, kurumun tanıtıcı kimliği mahiyetine amblemlerini tamamen yeni bir buluş olarak halka benimsetmeyi plana almak zorundadırlar.

Gestalt kuramına göre, insan bir harfi bir sembolü, bir trafik işaretini gördüğünde, onu bir bütün olarak dolayısıyla ilk kez sunulan görsel bir işaret, sürekli gündemde tutularak hedef kitlenin belleğine yerleşmesi sağlanabilir. Eğer amblem özgünlük gücü yoksa, kurum kimliği özelliğini kazanamayacaktır. Amblem tasarımında özgünlüğü sağlamak, grafik tasarımcının hakkında topladığı bilgileri iyi ayıklayabilmesine ve en dikkat özelliğini ön plana çıkarabilmesine bağlıdır. Sonuç olarak amblemin özgün olabilmesi için;

- Kurumun önemli bir özelliğini ortaya çıkarabilmelidir.
- Tekrar edilmiş olmamalıdır.

[72] Y.Ünsal. Bilimsel reklam ve pazarlamadaki yeri,İstanbul:1993,s.71

- Mal ve hizmetin akılda kalabilirliğini sağlayabilmelidir.
- Hedef kitleye hitap edebilmelidir.
- Başka bir amblemi hatırlatmamalıdır.

2. Sadelik

Grafik tasarımda, teknik ve estetik bilgilerinin birleştirilmesiyle ortaya çıkan sadelik kavramı, amblemin birçok gereksiz ayrıntıdan temizlenmesi anlamına gelmektedir. Bir şirketin, her yaş ve her sosyal sınıf düzeyinde, müşterisi olduğu varsayılırsa, amblem tasarımındaki sadelik kavramı daha iyi anlaşılabilir. Çünkü, müşteri kitlesi zaman içinde, kurum seçimi konusunda iç güdüleriyle hareket edecektir. Mal ve hizmet seçiminden önce marka ve amblemden etkilenecektir. Karmaşık veya birçok mesajı bir arada vermeye çalışan amblem, hedef kitleye ulaşamayabilir. Örneğin; köylüden süt toplamak ve pazarlamak için kurulan, kalkınma kooperatifi ambleminde, çiftçi, süt bidonu, inek, buğday başağı ve köyün görüntüsüne yer verilirse, çok karmaşık bir tasarım ortaya çıkmış olur. Sadeleştirme olmadığı için başarılı mesaj iletemez. Karışık amblem, çok konuşan, ancak derdini anlatamayan insanlara benzer .

Sadeleştirme yapılırken, mal ve hizmetin içinden vurgulayıcı kısımları seçip, ana temayı görselleştirerek hedef kitleye sunabilmek önemlidir.

3. Endüstriyel ve Ekonomiklik

Amblem tasarımında, endüstriyel ve ekonomiklik, aranılan diğer unsurlar kadar hayati önem taşımaktadır. Tasarlanan amblemin değişik amaçlar için kullanılacağı düşünülmelidir. Bir kuruma hazırlanan amblemin, tasarıma dönüşmesiyle birlikte, mesaj alışverişi başlamış olur. Yazışma kağıtlarından, yaka rozetlerine, elde taşınan ambalajlardan, kent sokaklarındaki tabelalarla kadar her yerde kullanılmaya başlanacaktır. Bir amblemin endüstriyel ve ekonomikliği bu aşamada başlayacaktır.

-Amblem, her türlü yüzeye uygulanabilir netlikte olmalıdır.

-Her türlü malzemeye işlenecek biçimde tasarlanmalıdır.

-Küçültülüp büyütüldüğünde özelliğini kaybetmemelidir.

4. Estetik Özellikler

Amblem tasarımı görsel anlamda bir sanat çalışması olduğu için, renk biçim ve kompozisyon değerleri olarak ele alınmalıdır. Amblemin dikkat çekmesi şarttır, ancak yeterli değildir. Estetik değerleri açısından da tüketiciyi etkilemesi gerekmektedir. Mal ve hizmetin

özelliğini anlatan renklerden ve biçimlerden yola çıkılarak, bazen bir çizgi, renk veya leke unsuru, tüketicinin dikkatini çekme gücüne sahip olabilir. Kurumun geleneksel renklerinden yola çıkılarak yapılan bir tasarımla, kuruluşun köklerinin geçmişe dayandığı anlatımı verilmiş olur.

I. VII. 2.5. AMBLEM TASARIMINDA YÖNTEMLER

Amblem tasarımı yapılırken, kurumun birtakım özelliklerinden yararlanmak gerektiği üzerinde durulacaktır. Bu temel olarak üç maddede toplanabilir;

a-Kurumun ismini oluşturan harfler açısından tasarım

Amblem tasarımında çok kullanılan bir tasarım yöntemidir. Buluş açısından çok yönlü sonuçlar almak mümkündür. Kurumun baş harflerinden yola çıkılarak özgün amblemler yapılabilir .

b-Kurumun iş alanı açısından tasarım

Kurumun iş ve faaliyet alanı göz önüne alınarak tasarım yapılabilir. İşin özelliğine uygun görsel öğelere veya tipografik unsurlara ağırlık verilir

AEG
Alman Endüstri devi AEG (Allgemeine Elektrcitäts-Gesellschaft)'de 1907 yılında göreve başlayan Art Direktör Peter Behrens ilk iş olarak logoya el attı. Basit ama güçlü bir ifade vermek için logoyu üç büyük harf ve bir dikdörtgenden oluşturdu. Diktörtgende değişiklikler yaşayan logo hala harfleriyle bugün kullanılmakta.

ALFA ROMEO
Asaletin simgesi. Alfa Romeo amblem tasarımı, Italya'nın Milano şehri ile ülkenin soylu ailesi Visconti etrafına dönüyor... Kırmızı haç soyluluğu, beyaz zemin halkı ve köylüleri simgeliyor. Taç giymiş engerek yılanı ise soylu Viscoti ailesi'nin armasından alındı.

APPLE
Amerika'nın en çok bilinen Bilgisayar firması olan Apple ilk kurulduğu zamanlar Macintosh ismiyle anılıyordu. Daha sonra pazarlama dahisi Steve Jobs İncilde yer alan Adem ile Havva'da ki elmayı kullanmaya başladı.

AUDI
Dört halka. Amblemdeki dört yüzük araba birliği için bir araya gelip ittifak kuran dört firmayı simgeliyor. Audi ismi, firmanın eski yöneticilerinden olan mühendisAugust Horch tarafından verildi... Markaya kendi ismini vermeyen Horch, Latince'deki karşlığı olan Audi'yi buldu.



BAYER
1863'te boya imalatçısı olarak faaliyete başladı. 1881'de kimyevi madde üretiminde yoğunlaştı. Sağlık dünyasında devrim sayılan Aspirin 1899'da satışa sunuldu. Şirket, yatay ve dikey olarak yazılan BAYER logosunu 1900 yılında tescil ettirdi.



BMW
Bavyera renkleri. 1916 yılında Münih'te kurulan BMW (Bayerische Motoren Werke)'nin amblemindeki mavi beyaz renkler, Almanya'nın Bavyera eyaletinden geliyor. 1929 yılından bu yana uçak ve motoru üreten BMW, amblemdede üretime uygun lastik içinde dönen pervane figürüne yer veriyor... daha sonra araba üretimine başlayan BMW arabalarındada aynı amblemi kullanmayı tercih etti.



CHRYSLER
Yeni arabalara eski tasarım. Firmanın kurucu ve sahibi Walter Chrysler'in isteği üzerine, 1998 yılından sonra üretilen Chrysler modellerine 20'li yıllardaki eski amblem takılmaya başlandı.amblemdeki daireler lastiği, şimşekler ise hızı simgeliyor.



CITROEN
Açılı sembol. Fransızların çift açılı çavuş amblemi, daha önce başka bir Citroen ürünü olan dili çarklarda kullanılıyordu... 1919 yılında arba yapımına başlayan Fransızlar, ürettikleri ilk arabalarında da çift açılı amblemi kullanmayı uygun buldular.



COCA COLA
Coca Cola'nın mucidi Dr. Pemberton'un ortağı ve aynı zamanda muhsebecisi Frank Robinson, iki C harfinin mükemmel bir estetik yaratacağını düşündü ve kendi el yazısıyla Coca Cola'nın bugüne kadar değişmeden gelen logosunu yarattı. Logonun anlamını "Nefis ve Taze" olarak belirtiyor.



FERRARI
Hediyelik beygir. Italyan kontesin 1923 yılında firma kurucusu Enzo Ferrari'ye hediye ettiği at maskot, Ferrari'nin amblemini teşkil etti. Amblemdeki ana renkler sarı ile kırmızı, firma sahibinin yaşadığı komşu şehir Modena'yı ve yarışa olan sevgiyi simgeliyor.



FIAT
Özüne dönüş. Fabrica Italiana Automobili orino. Gerçek ismi uzun olduğu için firma sahibi kısaltmayla firmanın marka amblemini oluşturdu. basit amblem 60 yıl aradan sonra 1990 yılında defne ağacı çevreli daire içine yerleştirildi. Amblem firmanın uzun geçmişini ve spor alanındaki başarılarını simgeliyor.



FORD
Modern ve süslü. Mavi plaka üzerine süslü püslü harflerle yazılı Ford, nostaljik bir geçmişi anımsatıyor. 1903 yılından bu yana kullanılan Ford ambleminde, geçici bir süre için Köln Katedrali'nin silüeti yer almış.



JAGUAR
Hızlı kedi. Araba ve kedi. Güç ve zariflik. Jaguar, arabalarındaki zıplayan kedi figürünü, meydana gelebilecek kazalarda, yayaların yaralanma riskini azaltmak için değiştirdi. Firma, ürettiği yeni modellerine jaguar yerine, jaguar resimli bir plaket monte ediyor.



LANCIA
Mızraklı amblem. Direksiyon ile bir bayrak Italyan arabası Lancia'nın bütün zarifliğini ortaya çıkarıyor. Mızrak şeklindeki amblemin, firmanın kurucusu, yarışçı Vinceno Lancia'nın soyadı ile ilişkili. Italyanca Lancia'nın Türkçe karşılığı mızrak anlamına geliyor.



MASERATI
Maserati kardeşlerin doğduğu Bologna'da bulunan fıskiyeli havuz logoya ilham vermiş. Rönesans döneminden kalma havuz, denizlerin tanrısı Neptün'e ithaf edilmiş. Neptün'ün sembolü üçlü çatal da logo olarak seçilmiş.



MAZDA
Mahkeme kararıyla yeni amblem. Renault'a büyük benzerliği nedeniyle, açılan davayı kaybeden Japon araba üreticisi Mazda, yeni bir amblem oluşturmak zorunda kaldı. Mazda, kanatlarını açmış bir kartal figürünü amblem olarak kullanıyor.



MERCEDES BENZ
Hırsızların en çok rağbet gösterdiği bir figür. Dünyada en çok tanınan markalar arasında yerini alan Mercedes'i, üç ayaklı yıldız figürü, markanın kara, hava ve suda ki gücünü tanımlıyor. Mercedes ambleminin mucidi Daimler. Mercedes amblemi, dünyada en çok tanınan marka olmanın yanı sıra en çok çalınan figür olarakta ilk sırayı alıyor.



MICHELIN
Edouard Michelin 1984'te bir fuarda üst üste yığılmış otomobil lastiklerini görünce "kolları da olsa adama benzeyecek" demiş. Reklamcısına lastiklerden yapılmış bir adam çizimi siparişi vermiş. Bibendum adı verilen lastik adam böyle doğmuş.



MITSUBISHI
Samurai erdemi. Üç kanatlı baklava şeklindeki amblemde, Samurai armasından esinlenilmiş. Firmayı kuran iki Japon aile, tercih ettikleri amblemin sorumluluk bilincini, centilmenliği ve cemiyetler arası uyumu simgelediğine işaret ediyor.



MONT BLANC
Üç Alman 1906'da bir araya gelerek kalem üretme kararı aldı. O tarihten bu yana en pahalı kalemlerin tepesinde üstü karla kaplı, Avrupa'nın en yüksek dağı Mont Blanc'ın resmi var. Yukarıdan bakınca beyaz bir yıldızı andıran dağın karlı tepesi, aynı zamanda kalitenin zirvesi olduğunu da gösteriyor.



NIKE
Nike'ın ilk çalışanlarından Jeff Johnson bir gece rüyasında Yunan tanrıçası Nike'yi görür. Patronu Phil Knight "Dimension 6" adını düşünüyordur. Logoyu 35 dolara bir öğrenciye yaptırırlar. Kanca olarak adlandırıldığı da oluyor.



NISSAN
Güneş ve dürüstlük. Markanın, daire içine yazılmış ismi, güneşin doğuşu ile Japon bayrağındaki beyaz zemin içindeki kırmızı noktayı simgeliyor. Amblem, dürüstlüğü ve samimiyeti sembolize ediyor.



OPEL
Opel, önceleri sadece dikiş makinaları üretiyordu... 1899 yılında araba üretmeye başlayan Opel, ambleminde tekerlek içinde şimşeğe yer veriyor. Amblemdeki tekerlek güveni, şimşek ise hızı simgeliyor.



PEUGEOT
Aslanın gücü. Peugeot'un asli işi testere ve testere levhaları. Bir aslan gibi "güçlü" sloganıyla satılan bu ürünlerdeki aslan amblemini Fransızlar, daha sonra ürettikleri arabalarda da kullanmaya başladı.



PORSCHE
Suebyalı'nın gururu. Porsche amblemi, 1952 yılından bu yana Suebya milliyetçiliğini öne çıkartan simgelere yer veriyor... Amblemdeki siyah at, Almanya'nın Stuttgart şehrinin armasından. Geyik boynuzu ile kırmızı-siyah çizgiler ise Almanya'nın Württemberg köyünün flamasından alındı.



RENAULT
Kübist baklava şekli. Renault baklava şeklinin bulunuşu 30'lu yıllara dayanıyor. Amblem klasik ve durgun şekli ile geleceği simgeliyor. 1992 yılında küçük değişiklerle, şu an bütün Renault'larda kullanılan yeni bir tasarım yapıldı.



ROLEX
Rolex logosu firmanın kurucusu Hans Wilsdorf'un yaratıcılığı sayesinde ortaya çıkmış. İsmin üzerindeki taç, saat ustalığının işareti, beş parmak şeklindeki çıkıntılarda saat ustasının hünerli parmaklarını sembolize ediyor.



ROLLS ROYCE
Henry Royce 1884'te elektronik ve makine üreten bir fabrika kurdu. 1904'te ilk otomobilini yaptı. Aynı yıl Londra'da otomobil satan Charles Rolls'la tanıştı. İkili işbirliği yapmak üzere anlaştı. Royce'un yaptığı otomobilleri Rolls satmaya başladı. Otomobillerin adı "Rolls Royce" oldu. Lüks marka Rolls Royce'un kaputundaki zarif şekil 1911 yılından geliyor. Şekil, tasarımcının sevgilisini temsil ediyor. Orijinal adı "Spirit of ecstasy" (yeniliğin ruhu). Şekle, halk dilinde "emily" adı verildi.



SAAB
Svenska Aeroplan Aktiebolaget (İsveç Uçak Anonim Şirketi) 1937'de kuruldu. Şirket kuruluşunun ilk yıllarında askeri uçak üretiyordu. II.Dünya Savaşı'nın ardından şirket yönetimi otomobil üretmeye karar verdi. Logo olarak da şirketin adının ilk harflerini seçti.



SEAT
Ispanyol'un S'si ilham verdi. 90'lı yılların başında VW ile birleşmesiyle Ispanyol araba yapımcısı, VW amblemin üstüne prestij, ilericilik ve dinamikliği simgeleyen büyük S harfini yerleştirdi.



SKODA
Çek sembolü. Skoda'nın daire içindeki kanatlı ok, hayal eymeyi, itina göstermeyi, hız ve ilerlemeyi sembolize ediyor. Firma, kullandığı amblemle, bütün arabaların bu vasıflara sahip olduğunu göstermek istiyor.



SMART
Mercedes-Benz 1998 yılında İsviçre'li teknoloji devi SMH'yla otomobil sektöründe yeni bir çığır açtı. Swatch saatleriyle ünlü SMH'yla birlikte üretilen otomobile Smart adı verildi: Swatch, Mercedes ve Art (Sanat).



SUBARU
Japon yıldızı. Subaru'nun amblemi, 6 Japon araba üreticisinin birleşmesi ile ortaya çıktı. Oval içindeki 6 yıldız, bir araya gelen firmaları sembolize ediyor.



SUZUKI
Logosu için yarışma düzenlendi. Suzuki amblemi, 300 güzel sanatlar akademi öğrencisinin katıldığı bir tasarım yarışmasıyla ortaya çıktı. Firma yetkilileri, "Uzlaştırıcı" buldukları büyük "S" harfini, yüzlerce amblem arasından seçti. Amblem, 1961 yılından bu yana Suzuki markasını temsil ediyor.



TOYOTA
Müşterilere sevgiler. Japon firmanın kurucusu Kirchiro Toyoda, 1937 yılında üçlü elips kombinasyonu ile güçlü markasının amblemini oluşturdu. Elipsler, araba ile müşteri arasındaki sıcaklığı, ekip ruhunu ve modernizasyonu temsil ediyor.



VOLVO
İsveç'in savaş tanrıçası Volvo arabalarını, Isveç'in çeliğini sembolize eden daire ve ok süslüyor. Amblemin yaratıcısı, demir silahlarla donatılmış savaş tanrısı Merih'i simgelediği figürde, aynı zamanda markanın sağlamlığına işaret ediyor.



VOLKSWAGEN
Kim icat etti? VW amblemi Porsche mühendisi Franz Xaver tarafından bulundu. Ekim 1948 yılından bu yana markanın iki harfi Almanya'nın Wolfsburg şehrini şereflendiriyor

Şekil 42: Dünyaca ünlü amblemler

I. VII. 2.6. AMBLEMDE GESTALT ETKİLERİ

I. VII. 2.6.1.Amblem ve figür-zemin ilişkisi



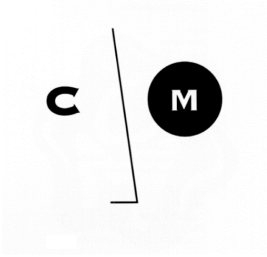
Şekil 42: Amblemde figür-zemin yasası etkisi

I. VII. 2.6.2.Amblem ve benzerlik



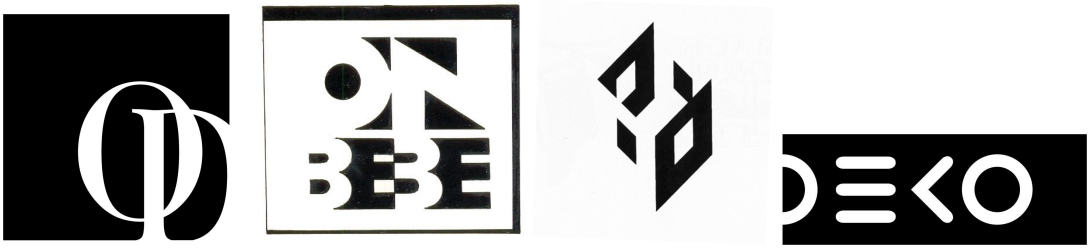
Şekil 43: Amblemde benzerlik yasası etkisi

I. VII. 2.6.3.Amblem ve yakınlık



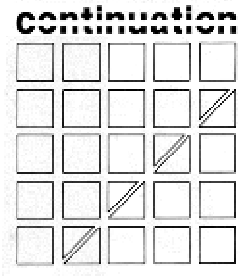
Şekil 44: Amblemde yakınlık etkisi

I.VII.2.6.4.Amblem ve tamamlama



Şekil 45: Amblemde tamamlama etkisi

I. VII. 2.6.5.Amblem ve Süreklilik



Şekil 46: Amblemde süreklilik etkisi

I. VII. 3. GRAFİK TASARIMDA TİPOGRAFİ

Tipografi; dilin, insanlığın, form ve biçimlere yansımış şeklidir. Kaligrafi ise bu sanatın el ile, el yazısı ile yapılmış şekli akla gelir. Kültür tarihi içinde, dil olgusuna koşut olarak, tipografi de, onu formlar yardımı ile kâğıt veya herhangi bir malzeme üzerine aktararak, bir ölçüde yaşanan zamanı görsel olarak kaydetmiştir. Tarihi tipografik öğeler ışığında incelersek, bu örnekleri tüm açıklığıyla görebiliriz. Osmanlı İmparatorluğu'nun en görkemli zamanındaki kaligrafi örnekleri, saltanatın, ahenk ve dinginliğin, gücün formlar üzerindeki etkisini yansıtır. II. Dünya Savaşı Demirperde ülkeleri afişlerinde ise, sert ve keskin hatlara sahip, toplumsal bir savaşın hırçın yüzünü izleriz. Aynı şekilde geçmişte modernizm, postmodernizm, günümüzde funk, punk, acid gibi bazıları felsefi dayanaklara sahip düşünce ve yaşam tarzlarını da tipografi ağırlıklı grafik eserlerinde izlemek olasıdır. Her tür yaşam biçimi, düşünce tarzı, tipografik bir dil ile kendine anlatım biçimini oluşturabilir dersek pek yanlış olmaz. Gerek "street culture", funk veya barok veya postmodern yapıda sayısız yazı karakteri ve tipografik uygulamaya rastlanabilir. Günümüzde grafik tasarım dünyasında kavramsal ve aynı zamanla tipografik çözümlemeler minimal bir biçemle mesaj verme ve aynı zamanda duru bir estetik düzey elde edebilmektedir. Tasarlanmış yazının sanatı olarak adlandırabileceğimiz tipografi, İster Latin, ster Çin, Japon, Arap veya Kril alfabesinde ortak yöntemlerle grafik tasarımın önemli elemanlarından biri olarak ortaya çıkar.

Tipografi; harf, sözcük ve satırlarla ve boşluklama için gereksinen diğer öğelerle belirlenmiş bir sayfa üzerinde yapılan görsel ve işlevsel düzenlemelerdir. Üretilen yazı karakteri uzun bir süre revize edilir, :aman içinde formu yeniden yapılandırılır ve kullanıma sunulur. Bu nedenle Stewen Heller, harf denen bu formların tasarlanmasının da grafik

tasarımın önemli konularından biri olduğunu belirtmiştir. Gerek bilgi ve mesajın aktarılmasında gerekse, yazıt kitabe veya bir yapının cephesinde estetik bir öğe olarak kullanılmasında yazı, aynı zamanda bir görsel öğe olarak çağlar boyu kendini göstermiştir.

I. VII. 3.1. TİPOGRAFİNİN ELEMANLARI

- **Harf**: Tipografik düzenlemenin en temel öğesidir ve alfabenin her bir harfini belirtir, bir alfabe içerisindeki öznel harflerin, sayıların ve noktalama işaretlerinin her biri ise karakter olarak adlandırılır. Büyük harfler majiskül veya kapital, küçük harfler miniskül olarak bilinir.

- **Yazı karakteri takımı** (font, yazı tipi): Bir harf biçiminin bütün alfabesidir. Diğer bir deyişle, aynı dizide, aynı ölçüde ve hizadan sayılan, noktalama işaretlerini de içeren, bütün parçalarıyla öznel harflerin uygun bir toplamasıdır.

- **Yazı fontlarının karakter çeşitleri** : Sayıları font tasarımına ve üretim ihtiyaçlarına göre değişebilir. Benimsenmiş fontlar genellikle bir bütün alfabenin büyük ve küçük harf karakterlerine, l'den 0'a kadar sayılara ve bütün noktalama işaretlerine mutlaka sahiptir. Bunun yanı sıra bazıları yabancı aksan işaretlerine, çizgilere vb. sahip olabilir.

- **Yazı Ailesi** : Bir yazı karakterinin değişik et kalınlıklarında ve daraltılmış, genişletilmiş, eğimli, kon turlu, gölgeli çeşitlemelerinin bir arada oluşturduğu gruba yazı ailesi denir. Bir yazı ailesi içinde yer alan tipografik çeşitlemeleri adlandırmada kullanılan standart bir terminoloji yoktur. Değişik yazı karakterleri ile birlikte kullanılan pekçok terim aslında aynı anlamı içerir:

  Yarım siyah (Regular=normal=roman=book)
  Beyaz (Light=llghtline=slim=hairline)
  Siyah (Bokl=bIack=massive=elephant=heavy=thick=fatface)
  Daraltılmış (Condensed=narrow=contracted=compressed) Genişletilmiş (Expanded=Extended=Wide=Streched)

- **Yazı Tipleri**



Şekil 47: Yazı tipleri



Şekil 48: Yazı tiplerinde okunurluk

Yazı tipinin Okunurluk ve açıklık özelliği:

Okunurluk, yazının ne kadar kolay okunduğu ile ilgilidir. Seçilen yazı tipi, metni hızlı ve kolay okutmalıdır. Özellikle uzun soluklu metinler açısından önemli bir faktördür. Açıklık, ayrı ayrı harflerin ne kadar kolay belli olduğunu ifade eder. Başlıklar ve ana başlıklar açısından önemlidir. Tasarlanmış binlerce yazı tipi olmakla birlikte, bunları dört ana grupta toplanabilir : Serif, sans şerif, script, decoratif .



Şekil 49 : Farklı zemin ve yazı renklerinin kullanımının okunurlukta yarattığı etkiler.

Tasarımda renk ve yazının birlikte kullanımlarında bu özellikleri dengelemenin önemi büyüktür. Örneğin aşağıda, tamamlayıcı renklerden olan turuncu zemin üzerinde mavi metin görülmektedir Harflerin renk yoğunlukları titreşim (vibrasyon) yaparak okuyucunun gözünü yoran bir enerji yaymakta, her iki renk de öne çıkmak, dikkati çekmek için adeta yarışmaktadır. Böyle bir durumda, değeri düşürülerek ya da koyulaştırılarak, elemanlardan birinin renginin yumuşatılıp, geri plana çekilmesi yazının kolay okunmasını sağlayacaktır. Tipografi kullanımında, görüntü ve yazı öğelerinin hem içerik hem de biçimsel olarak birbirini tamamlaması, bütünlüğü sağlayabilecek şekilde kullanılması gerekir. Verilecek mesajın fotoğraf ve illüstrasyon ile iletilebilecek iken yazı ile bir kez daha vurgulanması her

ikisinin de etkisini yitirmesine ve gereksiz yinelemeye neden olmaktadır. Bu nedenle, vurgu için hangi öğelerin ön plana çıkacağı önceden belirlenmeli, gereksiz öğeler tasarımdan çıkarılmalıdır.

Tasarımında renk kullanımı, tanımlayıcılığı, ayırt ediciliği, yön göstericiliği ve vurgulayıcılığı ile en önemli tasarım öğelerinden biridir. Okuyucuyu etkiler, ilgiyi diri tutar. Siyah/beyaza göre %40 daha fazla dikkat çeker. Bilgi, renk sayesinde daha etkili sunulabilir. Bir mesaja dikkat çekmek, bilgi gruplarını birbirinden ayırmak, akışı sağlamak gibi pek çok işlev renkle yerine getirilebilir. Okunurluk açısından harf ve zemin arasındaki ton farkının en az %70 olması gerektiği unutulmamalıdır.[73]



Şekil 50 : Dokulu zemin üzerinde yazının kullanımı.

Serif yazı tiplerinde, her harfin bitiş noktalarında küçük yatay çizgiler vardır. Bu çizgiler her harfin şeklini ayrı tutar ve harfler arası geçişi kolaylaştırır. Dikey çizgileri yatay çizgilerinden daha kalındır. İnce ya da kalın, eşit kalınlıkta, incelen şekilde veya yuvarlak olabilirler. Bu yazı tipleri uzun metinlerin yer alacağı tasarımlarda, genel metinler için sıkça tercih edilirler. Okunurluğu en iyi yazı tipleri, şerif yazı tipleridir.

Sans serif yazı tipleri daha basittir. Şerif yazı tiplerindeki bitiş çizgileri yoktur. Genellikle eşit ağırlıklı çizgilerden oluşurlar. Başlıklarda tercih edilirler. Açıklığı en iyi olan sans şerif karakterler, uzaktan iyi seçilirler. Arial, Helvetica, Univers... sans şerif yazı tipinin tipik örnekleridir.

Script yazı tipleri, elyazısına benzerler. Resmiyetten uzak, samimi bir hava yaratırlar. Dizgide bazı harfler birleşirken, bazılan birbirlerine dokunmazlar. Davetiye gibi az yazı gerektiren samimi yazışmalarda kullanılırlar. Dekoratif yazı tipleri, özel imajlar için tasarlanmışlardır. Genelde metinlerde değil, başlıklarda, afiş vb. sanatsal çalışmalarda tercih edilirler.

- **Yazı Stili** : Bir yazı tipinde farklı yerlere vurgu yapmak için kullanılan değişikliklerdir. Normal, **kalın**, *italik*, koyu, ***kalın italik***, altı çizili, gölgeli vb. yazı stilleri vardır. Kalın

[73] Pektaş, a.g.e.

Yazı Tipinin fazla kullanımı harf başına düşen boşluğu azaltacağından okuyucunun gözlerini yorabilir. Kalın yazı tipi ana başlıklarda, başlıklarda, alt başlıklarda kullanılmalıdır. İtalik yazı tipi, el yazısına benzetilmek için tekrar tasarlanıp eğilmiştir. İnceliği ve açısı yüzünden okunaklığı azdır.
Eğik yazı tipi, normal yazının bilgisayar tarafından hafif eğilmiş türüdür. İtalik olana göre daha iyi okunur. Kalın İtalik Yazı tipleri, eğik karakterleri ve kalın çizgileriyle zor okunur olmasına rağmen, pek çok insan tarafından tercih edilmektedir. Bu stil daha çok alt başlıklarda tercih edilmelidir.

- **Yazının Ağırlığı** : Çoğu yazı tipi normal ve kalından daha çok alternatif sunarlar. Mesela sans serif yazıların büyük bir kısmını hafif ve ağır yazı seçeneklerini içerirler. Bunlar genel metin yazısında kullanılmaya elverişli olmamakla birlikle; başlıkları renklendirir, hareket katarlar. Light, regular, bold, black, ultra black gibi seçenekler vardır.
- **Yazı Kalınlığı** : Yoğunlaştırılmış yazı karakterleri çok yer harcamadan başlıkların etkisini arttırmaya yarar. Yoğunlaştırılmış; sıkıştırılmış ya da bozulmuş demek değildir. Bunlar daha çok etki için yeniden tasarlanmışlardır. Her karakterin içindeki boşluğun artması için x-yükseklikleri arttırılmıştır. Bu da yazıya açıklık sağlar.
- **Harf, Satır ve Paragraf Arası Boşlukları** : Deneyimli ve deneyimsiz ya da özenli veya özensiz tasarımcılar arasındaki en önemli fark, harf, satır ve paragraf arası boşluklarına verdikleri önemden belli olur. Harf arası boşlukları hem okunurluğu hem de açıklığı etkiler. Hem metinde, hem de başlıklarda harf arası boşluklarını ayarlayarak büyük farklılıklar yaratılabilir.

I.VIII.3.2. TİPOGRAFİDE GRAFİK TASARIM ELEMANLARI

- **Yazı tipi :** Serif yazı tipleri, sans serif yazıtiplerinden daha muhafazakar hava verir.
- **Yazı Punto:** Aynı metinde farklı yazı büyüklükleri kullanmak, standart kullanıma göre daha yenilikçi bir tarz oluşturur.
- **X-yüksekliği:** Az x-yüksekliğinde dizilmiş metinler, çok x-yüksekliğinde dizilmiş olanlara göre daha muhafazakar bir izlenim oluşturur.
- **Ayarlama:** Sola bloklu yazının, blokludan daha az resmi görünüm verdiği kabul edilir.
- **Denge:** Asimetrik dengelenmiş sayfaların, simetrik dengeli olanlara göre daha az resmi olduğu görülür.

- **Renk kullanımı :** Bir tasarım öğesi olarak renk, görsel hiyerarşiyi organize etmek aşamasında önemli bir etmendir. Renk; çizimleri, tipografiyi görünür hale getirebileceği gibi, etkisiyle onların önüne de geçebilmektedir. Tasarımda kullanılan renkler ile ilgili kesin kurallar koymak mümkün değildir. Farklı renk kombinasyonları, her insanda farklı psikolojik algılar oluşturabilir. Fakat bazı temel renk kuralları ve sınıflandırmalar tasarımcıya çalışmasında kolaylıklar getirecektir. Kırmızı/yeşil renkler, mavi/mor renklerden daha genç bir hava verirler. Her insanın yaşamında harflerin ve yazıların mutlaka bir yeri vardır. Bu konuda bazılarımız şüphesiz daha bilinçliyiz. 1456'da matbaanın icadından ve daha sonra bilgisayarın oluşumundan bu yana pek çok değişiklik meydana gelmiştir. Son iki yüzyılda tipografinin gelişimi hız kazanmış, bu süre içinde yazı karakterlerinin yapılarında ve boyutlarında müthiş bir degişim olmuştur. Değişim halen devam etmektedir. Fontların bu müthiş istilası yazı kullanımını kolaylaştırmıştır. Artık istediğiniz fontu bilgisayarınıza indirerek sahip olabiliyorsunuz. Fakat daha sonra önemli bir sorunla, kalite problemiyle karşı karşıya kalıyorsunuz. Sunulan harflerin sadece küçük bir bölümü güzel. Halkın iyiyi kötüden ayıramaması ise bir başka sorun. Tipografide çok sayıda kural ve onları uygulamak için çeşitli yollar vardır. Tipografinin karşı karşıya kaldığı en büyük sorun harflerin kapalı ve açık alanları arasındaki dengedir. [74]

I.VIII. 3.3. TİPOGRAFİDE GESTALT ETKİLERİ

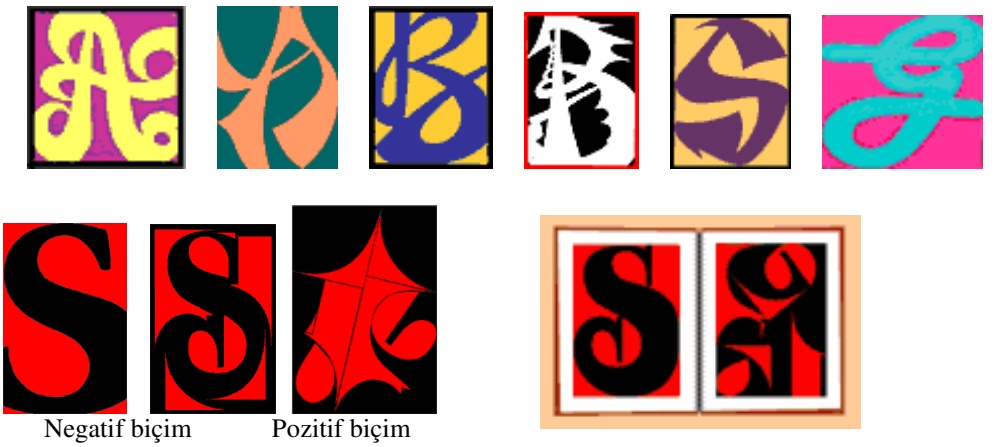
I.VIII. 3.3.1.Tipografi ve Figür-Zemin yasası



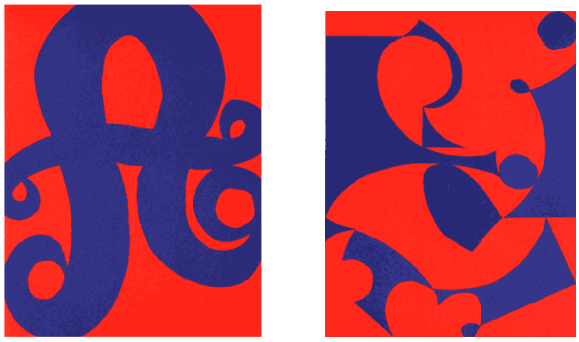
Zemin Figür Figür ve zeminde eşitlik

Şekil 51 : Tipografide şekil-zemin etkisi türleri

[74] Al & Laura Ries. Marka Yaratmanın 22 Kuralı .Mediacat yayınevi.



Şekil 52 : Tipografide şekil-zemin etkisi



Şekil 53 : Tipografide şekil-zemin etkisi



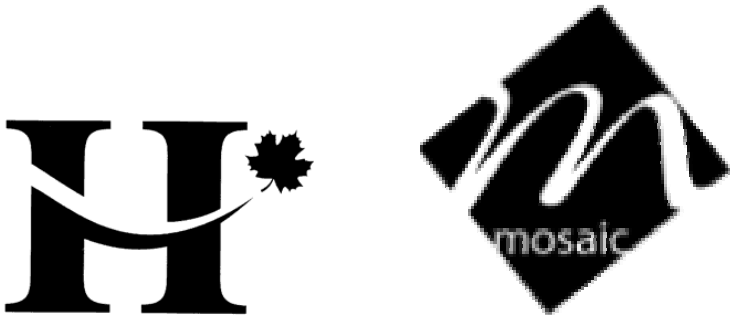
Şekil 54 : Tipografide şekil-zemin etkisi

I.VIII. 3.3.2. Tipografi ve benzerlik yasası



Şekil 55 : Tipografide benzerlik etkisi

I.VIII. 3.3.2. Tipografi ve devamlılık yasası



Şekil 56 : Tipografide devamlılık etkisi

I.VIII. 3.3.2. Tipografi ve tamamlama yasası



Şekil 57 : Tipografide tamamlama etkisi

I.VIII. 3.3.2. Tipografi ve yakınlık yasası

Yakınlık tasarımda bütünlüğün oluşmasını sağlar. Yakınlık ilkesi gösteren formlar birleşerek bütünü oluştururlar.



Şekil 58 : Tipografide yakınlık etkisi

I.VIII. 3.3.4. Tipografi ve algısal organizasyon



Şekil 59 : Tipografide algısal organizasyon

I.VIII.4. GRAFİK TASARIMDA LOGOTYPE

Logo, bir ürünün, firmanın ya da hizmetin isminin, harf ve resimsel öğeler kullanılarak sembolleştirilmesidir. Amblemden farklı olarak ayırt edici özellikler yanında firmanın ismini de yansıtır. Logo yaratmak için kullanılan fontlar yeni tasarlandığı gibi mevcut fontlarda olabilirler. Logo yaratmak için belli başlı bazı kurallar işin uzmanları tarafından şöyle sıralanırlar.

- Sade, kolay anlaşılır, hatırlanması kolay, mümkün olduğunca az sayıda renkten oluşmalıdır. Her çeşit baskı ve kesim tekniği ile sorunsuz kullanılabilir olmalı, çok küçük ölçülerde ayrıntılar kaybolmamalı, çok büyük ölçülerde dağınık görünmemelidir. Her türlü ölçüde ve yüzeyde okunabilir olmalıdır.
- Özgün olmalıdır. Başka firma ya da ürünlere ait logolar ile karışıklığa sebep vermemeli, hatta çağrıştırmamalıdır. Kopyalanan ya da esinlenen logolar o ürün ya da firmaya büyük zarar verir.
- Logo tasarımcıyı değil ürün ya da firmayı yansıtmalıdır. IBM logosunun tasarımcısı Paul Rand'e göre logoyu üreten tasarımcıdır ancak oluşturan firmanın kendisidir. İlgili kuruluşun ya da ürünün özelliklerini yansıtmalıdır. Seçilen ya da tasarlanan font şirketin içeriğine uygun olmalıdır. Ayrıca kurumun kendisini nasıl tanımladığı ve kurumu yansıtan kavramların neler olduğunu bilmek logonun tasarım aşamasında önemli unsurlardır.
- Logo sadeliğinin yanısıra gerek rengi gerek şekli itibariyle farklı koşullarda görüldüğü zaman bile akılda kalıcı olmalıdır.
- Farklı bir ülkeye ait ürün ya da firma için logo tasarlanacağı zaman o ülkenin renklere yüklediği anlamlar ve kültürleri hakkında bilgi sahibi olunmalıdır. Özellikle bir simge kullanılacağı zaman simgenin taşıyacağı anlam bakımında bu bilgi çok önemlidir.

I.VIII.4.1. Logotype çeşitleri

Logolar yukarıda da söylendiği gibi bilinen bir fontun kullanımıyla ya da deformasyonuyla oluşturulabileceği gibi yeni bir font tasarımıyla da oluşturulabilir. Bilinen yeni typografik logo tipleri ise örnekleriyle birlikte aşağıdaki gibidir.

San Serif Sitili Logolar: Bu stilde hazırlanan logolarda amaç basit ama güçlü bir ifade sağlamaktır. Derli toplu, zarif, keskin hatlı ve güç dolu bir görünüşleri vardır. Bu sitil logolar genelde modern tasarımcıyı yansıtır.



Şekil 60 : San serif stili logo

Tek Karakterden Oluşan Logolar: Çoğu yerde logonun tanımı yapılırken en az iki karakter olmasından bahsedilir ama işin aslı tek karakterden de logo olabileceğidir. Tek tipografik karakterden oluşan logolar güçlü, modern karaktere sahip fikirler ve işaretleri temsil eder.



Şekil 61: Tek Karakterden Oluşan Logolar

Çok Karakterden Oluşan Logolar: Birden fazla tipografik karakterden oluşan bu logoların en sık kullanım şekli 2 karakterden oluşanıdır. Çok klasik bir kullanım şekli olmasına rağmen bazen basit ya da son derece karışık sonuçlara ulaşmak mümkün olabiliyor.



Şekil 62 : Çok Karakterden Oluşan Logolar

Kombinasyon Tipi Logolar:

Kombinasyon tipi logolar genelde iki ya da daha fazla farklı etkileşimli logo tipinin

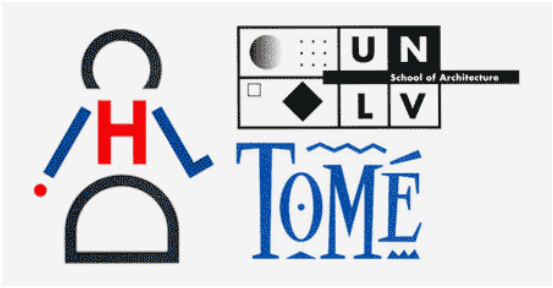
kullanılmasından oluşurlar. Harflerin parçaları, gölgeler, deforme edilmiş karakterler, el çizimlerinin bilgisayarda bir araya getirilip manipule edilmesinden oluşurlar. Ortaya çıkan logolar genelde enerji doludurlar.



Şekil 63 : Kombinasyon Tipi Logolar

Geleneksel Olmayan Logolar:

Bu tip logolar genelde bildik karakterlerden yararlanarak alışılmışın dışında logolardır. Büyük harf kullanımı, tekrardan kaçınma yeni güçlü bir tarzı oluşturur. Sanki eski tarz ile yeni tarzın bütünü gibidir. ya da başka bir deyişle geçmişi kullarak geleceği tasarlamak da denilebilir.



Şekil 64 : Geleneksel olmayan logolar

Yeni Tipografik Formlar: Bilgisayarların logo tasarımında kullanılması ve yeni fontların da hızla gelişiminden sonra tasarımcılara birçok imkan sağlanmış oldu. Yaratmak, bozmak, bükmek, deforme etmek, eğmek gibi sonsuz seçenek tasarımcıların elinde olunca ortaya da mevcut fontların üzerinde oynanarak elde edilen yeni logo formları çıktı.



Şekil 65 : Yeni tipografik formlar

Kaligrafik Logolar: El yazısı, el çizimi ve süslü çizgiler kullanarak yaratılan logolar. Klasik bir yöntem olarak görünmesine rağmen çok modern ve etkileyici sonuçlara ulaşılmaktadır.



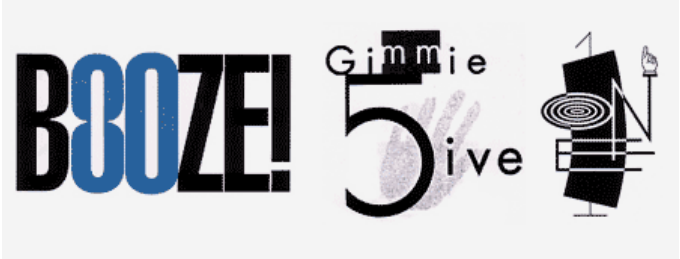
Şekil 66 : Kaligrafik logolar

Rebus - Karmaşık Formdaki Logolar: Kelimeler, objeler ve sembollerin biraraya gelmesinden oluşan karmaşık yapıdaki logolar genelde anlaşılması güç logolardır.



Şekil 67 : Rebus - Karmaşık Formdaki Logolar

Numaralardan Oluşan Logolar: Sadece rakamlardan ya da hem rakamlarda hem de harflerden oluşan logolardır. Bu numaralar farklı formlarda kullanılabileceği gibi genelde ölçü, mesafe, uzaklık gibi rakamsal değerleri olan anlatımlar için de kullanılabilir.



Şekil 68 : Numaralardan oluşan logolar

Katmanlı, Gölgeli, Merkezi Olmayan Logolar: Farklı formlar yaratmak isteyenlerin tercih ettiği belli bir merkezi bulunmayan, biraz sıradışı, katmanların (arkaplan kullanımı), gölgelemelerin kullanıldığı logolar. Bu şekilde hem derinlik hem de algı farklılığı sağlanan, taze ve hareketli logo yaratmak isteyenlerin logo tipi...



Şekil 69 : Katmanlı, Gölgeli, Merkezi Olmayan Logolar

Çatlak, Kırılgan ve Agresif Logolar: Tipografik karakterlerin ya da kullanılan sembollerin deforme edilerek, kırılarak, çizilerek, bükülerek oluşturulduğu logo tipi. Anlatılmak istenene, bu tür hareketler vererek farklılık yaratmak isteyenlerin kullandığı bu logo tipine çok farklı sektörlerde rastlanmaktadır.[75]



Şekil 70 : Çatlak, Kırılgan ve Agresif Logolar

[75] Erol Bek. http://www.dinodream.com/yazi.asp?id=11

I.VIII.4.2. LOGOTYPE'DA GESTALT ETKİLERİ

İki ya da daha fazla tipografik karakterin sözcük halinde okunacak biçimde bir araya getirilmesiyle oluşturulan ve bir ürün, kuruluş ya da hizmeti tanıtan marka ya da amblem özelliği taşıyan simgeler olarak tanımlanabilen logotype tasarımında gestalt kuramının etkilerine ilişkin örnekler grafik tasarımcının görsel algılamayla olan etkileşimini ve algılamanın kuramsal boyutunu ifade etmektedir.

I.VIII.4.2.1.Logotype ve Şekil-zemin yasası



Şekil 71 : Logotype ve Şekil-zemin yasası



Şekil 72 : Gnome Desktop Environment logosu





Şekil 73 : Vistnorey.com logosu **Şekil 74 :** Macintosh logosu

I.VIII.4.2.2.Logotype ve yakınlık yasası



Şekil 75 : MTV Müzik ödülleri 2002

I.VIII.4.2.3. Logotype ve Simetri yasası



Şekil 76 : CSC Finlanda logosu

I.VIII.4.2.4. Logotype ve Tamamlama Yasası



Şekil 77: Paul Thagard "Coherence in Thought and Action"Adlı kitap kapağı



Şekil 78 : IBM'nin logosu

Grafik tasarım alanlarından amblem, logotype ve tipografi tasarımı örneklerinde gestalt kuramının algılama yasalarının kullanıldığı görülmektedir. Algısal öğrenme yasalarının grafik tasarım ürünlerinde kullanımının algılamayı ve öğrenmeyi hızlandırdığı bilinmektedir. Öğrenme deneyimlerle algılamaya etki ettiğine göre bu öğrenme ve algısal hatırlama görsel algılama açısından benzerlik, yakınlık, tamamlama, simetri, figür zemin gibi Gestalt öğrenme kuramında yer alan algısal öğrenme yasalarından olumlu etkilenmektedir. Grafik tasarımında üretici düşünmeyi sağlamak için, problemin doğasını ve çözümünde kullanılan ilkenin dayandığı temelleri anlamak ve rehberlik etmek, tasarımcının sadece mantıklı düşünmesini değil, aynı zamanda çok yönlü ve yaratıcı düşünmesini de yönlendirir.

I.6.AMAÇ

Bu araştırma gestalt kuramından yola çıkarak, grafik tasarımda günümüze değin yapılan çalışmalar içerisinde gestalt kuramının ilkelerinin tasarım içerisinde kullanılışını tespit etmeyi, gestalt kuramına ait ilkelerin grafik tasarımın temel ilkelerinin yönlendiği bir algısal kuramdan dayanak aldığını ve algısal sürecin tasarımın başarısında ve kabul edilirliğinde göz önünde bulundurulması gereken önemli bir faktör olduğunu göz önüne sermek amacıyla yapılmıştır.

Konu ile ilgili kavramlar ve bu araştırmanın amacı doğrultusunda, grafik tasarımda kullanılan gestalt ilkelerinin, grafik tasarımın temel elemanları içindeki yerinin irdelenmesi üzerinde durulmuştur. Grafik tasarım, görsel iletişim sanatlarından biridir.

Grafik tasarım bir mesajı iletmek için metnin ve görsellerin algılanabilir ve görülebilir bir düzlemde organize edilmesidir. Baskı, ekran, hareketli film, animasyon, iç mimari, paketleme gibi bir çok ortamda uygulanabilir

Grafik Tasarım, okunan izlenen görüntülerin tasarımı şeklinde ifade edilir. Günümüzde baskı yoluyla çoğaltılacak her türlü materyalin üretiminde grafik tasarım ilke ve uygulamalarından yararlanılmakta, ayrıca; televizyon ekranının etkili kullanım ilkelerini düzenleyen TV Grafik Tasarımı ile bilgisayar ekranından takip edilen Internet siteleri için WEB Grafik Tasarımı hızla gelişen yan grafik sanayileri olarak karşımıza çıkmaktadır. Baskı, televizyon ve WEB sayfalan için grafik çalışmalar ayrı uzmanlık dalları olmakla birlikte, hemen hepsi için uygulanması gerekli temel ilkeler vardır. Buradan hareketle temel ilkeleri hizalama, karşıtlık, denge, vurgulama, hareket, görüntü, oran, yakınlık, tekrarlama, ritim ve birlik olan grafik tasarımın gestalt kuramı ile yakın ilişkisi olduğu ve grafik tasarımcının tasarım süreci içerisinde gestalt prensiplerinin bir veya bir kaçını tasarımında birlikte kullandığı göz önüne alındığında, tasarımcının bu bilgiler ışığında kendini gerçekleştirip, çeşitlemeler ile tasarımcı kimliğini geliştirmesinin ve mesleki yaşantısında algı kavramının üretimine ve iş alanının tercihlerine olan etkileriyle ilişkili farkındalığa ulaşması; araştırmanın tasarımcıların farklı bir bakış açısı kazanmaları ile ilgili amacıdır.

I.7. SINIRLAR

Bu araştırmanın sınırları grafik tasarım alanlarından, amblem-logotype ve tipografi tasarımlarında yer alan gestalt ilkelerinin irdelenmesiyle sınırlandırılmıştır. Sınırlılıkların

belirlenmesinde gestalt ilkelerinin tasarım sürecinde en çok kullanıldığı alanlar olmasından dolayı araştırmanın sınırlarını amblem-logotype ve tipografi tasarımları oluşturmuştur.

I.8. ARAŞTIRMANIN YARARLARI

- Grafik tasarımın temel ilkelerinin, gestalt kuramı ile olan ilişkisinin irdelenmesi.

- Gestalt ilkelerinin algılamaya yönelik olarak grafik tasarımının temelleri ile olan ilişkisinin belirlemesi.

- Gestalt kuramının grafik tasarım sürecinde grafik tasarımcılara olan katkılarının ortaya koyması,

I. 8. KONU İLE İLGİLİ ÇALIŞMALAR

- Var olan görsel algılamada Gestalt kuramının ele alındığı çalışmalarda algılamada form, renk, gestalt ve resim sanatına yönelik perspektif ve derinlik algılarından söz edilmektedir.

- Tasarım ilkeleri ve tasarım elementlerini ele alan çalışmalarda bu ilke ve elementlerin gestalt algısal öğrenme kuramı ile olan ilişkisinden söz edilmektedir.

- Grafik tasarım ilkeleri ve grafik tasarım elementlerini ele alan çalışmalarda gestalt algısal öğrenme kuramının algısal organizasyon- örgütleme ilkelerinin grafik tasarım sürecinde tasarımın bütünlük içerisinde algılanmasına kaynak teşkil ettiğinden söz edilmektedir.

- Görsel algılamada organizasyon ve gestalt prensipleri ile ilgili çalışmalarda grafik tasarım ve temel tasarım elemanlarının tasarım sürecinde kullanımının gestalt prensipleri ile ilişkisinden söz edilmektedir.

I. 9. ARAŞTIRMANIN YARGILANMASI

- Gestalt kuramının görsel algılamada açısından ele alındığı çalışmalar bulunması araştırma için dayanak teşkil ettiğinden araştırma için önem taşımaktadır.
- Gestalt ilkelerinin grafik tasarımda kullanımının, grafik tasarım sürecine katkılarının ele alınması grafik tasarımcının tasarımını görselleştirirken , algısal açıdan farkındalık düzeyini geliştireceğinden araştırmaya dayanak teşkil edebileceği düşünülen tasarım ve grafik tasarımına yönelik çeşitli araştırmalar çalışmamızın önemini destekler niteliktedir.
- Görsel algılama açısından gestalt kuramının sanat psikolojisi içindeki yerini ve algının özelliklerini irdeleyen çeşitli araştırmalar grafik tasarım sürecini yakından ilgilendirdiği için araştırma grafik tasarım alanı açısından önem taşımaktadır.

II.YÖNTEM

Bu bölümde, araştırma probleminin tanımı, literatür çalışması, araştırmanın modeli, araştırmanın hipotezleri, evren ve örnekleme yöntemi, bilgilerin toplanması ve toplanan bilgilerin analizi yer almaktadır.

II.I. PROBLEM

Grafik tasarımın temel ilkeleri ve elemanları açısından gestalt kuramının grafik tasarımdaki etkileri nelerdir?

II.I.1. ALT PROBLEMLER

1.Gestalt kuramının grafik tasarım sürecinde kullanımının görsel algılama açısından etkileri nelerdir?
2. Grafik tasarım eğitimi sürecinde Gestalt ilkelerinini öğretilmesinin tasarımcılara katkıları var mıdır?

II.2. LİTERATÜR ÇALIŞMASI

Araştırmanın bu bölümünde, gestalt kuramı, temel tasarım ilkeleri ve elemanları ile grafik tasarımında temel prensipler ve elemanlar ile ilgili kaynaklar araştırılmıştır. Gestalt kuramının tasarım sürecinde kullanımının görsel algılama açısından irdelendiği çeşitli kaynakların yanı sıra grafik tasarım ile ilgili temel kavramlar ve tasarım alanları incelenmiştir.

- Arnheim(2001) "Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye" adlı kitabında görsel algılamada yer alan görsel elemanlar açısından görme ve sanatta yaratıcılıkta algılamanın etkilerini aktarmıştır.

- Bruno (1996) "Psikoloji Tarihine Giriş" kitabında Gestalt Psikolojisi'ni ilkelerini ve öncülerini aktarmıştır.

- Chilifford.(1991) "Psikolojiye Giriş"adlı kitabında yine algılamanın özellikleri, algısal değişmezler ve nesne algısını vurgulamıştır.

- Genç ve Sipahioğlu (1990) tarafından yazılan "Görsel Algılama-Sanatta tarafından "Görsel Algılama-Sanatta aratıcı Süreç" adlı kitapta, görsel algılamanın fizyolojik boyutu, görsel algılamanın ögeleri olan şekil, biçim, denge, espas, renk ve ifade elemanlarını ve sanat açısından görsel düşünme ile ilgili kavramlara değinilmiştir.

- Senemoğlu(2004) "Gelişim Öğrenme ve Öğretim" adlı kitabında Gestalt kuramını ve algılama konusunu ele almış ve gelişim ve öğrenme ile olan ilişkisini ortaya koymuştur.

- Uçar(2004) “Görsel İletişim ve Grafik Tasarım” adlı kitabında grafik tasarımda görsel algılamanın gestalt kuramı ile olan ilişkisine değinerek konuyla ilgili görselleri bu kuram doğrultusunda ve grafik tasarım alanları açısından örnekleme yaparak aktarmıştır.

- Yeşilyaprak (2004) “Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi” adlı kitabın “Gestalt ve İnsancıl Yaklaşımda Öğrenme” adlı bölümünde Gestalt kuramıyla ilgili temel terimleri aktarmıştır.

- Zdenek Kocib(1986) “Negative Space in Painting “adlı makalesinde görsel örgütlemede gestalt prensiplerinin resim sanatı ile olan etkileşimini aktarmıştır.

II.III. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Bu araştırmada, betimsel yöntem kullanılmıştır. Betimsel yöntem “mevcut olayların daha önceki olay ve koşullarla ilişkilerini de dikkate alarak durumlar arasındaki etkileşimi açıklamayı hedefler .[76]

Betimleme olayları, obje ve problemleri anlama ve anlatmada ilk aşamayı oluşturur. Bilimsel etkinlikler olayların betimlenmesiyle başlar. Böylece olayları daha iyi anlayabilme, gruplama olanağı sağlanır ve aralarındaki ilişkiler saptanmış olur.

Buradan hareketle araştırmada Gestalt kuramının tasarım ve grafik tasarım ile olan etkileşiminin açıklanması yoluna gidilmiştir.

II.IV. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

- Grafik tasarımı eğitimi süresince Gestalt kuramı ilkelerine eğitimde yer verilmelidir.

---

[76] Saim Kaptan. Bilimsel araştırma gözlem ve teknikleri, Tekışık A.Ş. Ankara:1994,s.48

- Grafik tasarımı süresince karşılaşılabilecek tasarım sorunlarının giderilmesinde algısal örgütlenmenin tasarımda etkileri göz önünde bulundurularak tasarım sorunlarının çözümüne yönelik programlar uygulanmalıdır.

- Grafik tasarım ürününün hedef kitleye ulaşmasına yönelik problemlerin çözümü için algılama psikolojisinin iyi bilinmesi gereklidir.

- Grafik anlatım tekniklerine ilişkin eğitim sürecinde karşılaşılabilecek sorunları ortadan kaldırmak için, önce temel tasarım ve temel sanat eğitimi kavramları üzerinde önemle durulmalıdır

II.V. ÖRNEKLEME YÖNTEMİ

Evren: Araştırmanın evrenini Gestalt kuramının grafik tasarım ilkeleri ve elemanları ile olan etkileşiminin ele alındığı grafik tasarım alanları oluşturmaktadır.

Örneklem: Araştırmanın örneklemini Gestalt kuramının grafik tasarım ilkeleri ve elemanları ile olan etkileşiminin ele alındığı grafik tasarım alanlarından, amblem, logotype ve tipografik tasarımlar oluşturmaktadır.

II.VI. BİLGİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Bu araştırmanın verileri belge ve kaynak tarama yoluyla nitel bilgilere ulaşılması ve konuyla ilgili mevcut ve daha önceki durum ve koşullarla ilişkilerini de dikkate alarak durumlar arasındaki etkileşimi açıklamayı hedefleyen betimsel yöntemle elde edilmiştir. Veriler alana ilişkin temel kavramların araştırma konusu ile ilişkilendirilmesi ve durum tespiti yapılması suretiyle betimsel yönteme uygun şekilde toplanmıştır.

II.VII. TOPLANAN BİLGİLERİN ANALİZİ

Belge ve kaynak tarama yoluyla ulaşılan nitel bilgiler konunun mevcut ve daha önceki durum ve koşullarla ilişkilerini de dikkate alarak durumlar arasındaki etkileşimi açıklamaya yönelik olarak derlenmiştir. Alana ilişkin temel kavramların araştırma konusu ile

ilişkilendirilmesi ve durum tespiti yapılması suretiyle betimsel yönteme uygun şekilde toplanarak düzenlenen verilerin anlamsal açıdan bir bütün teşkil edecek şekilde tümevarımsal yaklaşımla ve analitik bakış açısıyla analizi yapılmıştır.

III . SONUÇ

Bir tasarımın yorumlanması onun önce algılanmasını gerektirir. Algının da sanat eğitiminde büyük rolü olduğu kesindir. Algı daha iyi görme, ayrımsamalar yapma, bağlantılar kurma yeteneği ve ayırt etme olayıdır. Duyu organları yardımıyla çevredeki objelerin, fark edilmesini, olayların açıklamasını içeren bir bilgi alma süreci sonunda ortaya çıkan psikolojik bir olgudur. Yirminci yüzyılın başında Almanya'da gelişen bir psikoloji okulu olan Gestalt psikolojisinin savunucuları, uyaranların organizasyonunun, algının gerçekleşmesinde önemli bir rol oynadığını vurgulamışlar ve uyarıcıların nesneye yönelik olarak örgütlenmesi biçiminde beliren temel eğilimin, bireyin duyu organları ve sinir sistemlerinin doğuştan gelen bir özelliği olduğunu kabul etmişlerdir. Gestalt kuramına göre, herhangi bir şeyin bütünsel özellikleri, bütünü oluşturan parçaların ayrışımından daha fazladır.

Grafik eğitimi için iyi bir alt yapının gerekliliği herkesçe bilinmektedir. Bir grafik tasarım ürünü, daima değişik ve belirli ölçülere sahip görsel unsurların bir araya gelmesiyle

oluşur. Ölçüler büyüdükçe, etkileyicilik ve algılanırlık daha artar. Bir tasarım üzerindeki çizgiler ve noktalar değişik noktalara yönelerek bir hareket oluştururlar. Tasarımcı, vereceği mesaj doğrultusunda bu hareketi yönlendirmekle yükümlüdür. Tasarım, seyirci tarafından biçimi aracılığı ile algılanır. Algılanmakta olan konu ile ona katılan kültürel unsurların belirleyiciliği arasındaki ilişki algılamayı güçlendirmektedir Bir tasarımın yorumlanması onun önce algılanmasını gerektirir. Görsel keskinlik aldığımız mesajlarla ilgilenirken, görsel ifade, yolladığımız mesajlarla ilgilidir. Görsel eğitimi başarmak için her ikisi de bilinçli olarak geliştirilmelidir. Görsel mesajın, üç seviyesi tanımlanmaktadır. Bunlar: İfade, soyutlama ve sembolizmdir. İfade, gerçekte görebildiğimiz ve yaşadığımız şeyleri kaydetmeyi araştırır. Görsel iletişimde, soyutlama daha kuvvetli ve özü çıkartılmış bir anlamda doğru bir basitleş-tirme olarak tanımlanmaktadır. Herhangi bir anda görülen şeylerin anlamını çıkartmak ve düzen yaratmak için görsel bilgi ile doldurulmuş olmak gerekmektedir. Bu algılama denilen olgu aslında soyutlama sürecidir. Sembolizm de görsel mesajın basitleştirilmiş bir formudur. Ancak, gerçekte görülebilen için yerine geçebilecek ya da onu yansıtabilecek bir imajı ortaya koyar. Tasarımda, tasarım ögeleri ve tasarım sorunları dikkate alınmazsa bireyin estetik beğenisi bozulur, kavramları algılaması zorlaşır.

Algılamada deneyim önemli bir rol oynar. Algılamada insan çevreden amaçlarına uygun bilgi almaktadır. Algılama davranışı yönlendirir, eylem için bir uyarıcıdır. Ayrıntıyı görebilme, fark etme; algıyı artırmak için, onu bütünleyen, tamamlayan etkinlik ayrıntıyı fark etmedir. Ayrıntıyı fark etme birtakım işaretlerle de ifade edilebilmektedir. Hayal gücünün geliştirilmesi; gözleme dayalı tasarıma yönelik düşünmeye doğru ilerlemek için hayal gücünün geliştirilmesi gerekmektedir. Çünkü yaratıcı bir tasarımcı için en önemli araç, hayal gücünün gelişmesine katkıda bulunan görsel hafızadır. Birey, görsel hafızanın zengin bir koleksiyonuna sahip olmalıdır. Hafızanın zenginliği iyi gelişmiş ve etkin bir görsel algılamaya dayanmaktadır. Görsel imaj toplamanın ve algılamayı bilinçli hale getirmenin en kolay yolu görsel not tutmadır. Görsel eğitim sonucu gelişen (görsel keskinlik ve ifade kazanan, görsel analizi öğrenen, gözlem yapan, doğru algılayan, ayrıntıyı fark eden, hayal gücünü geliştiren) birey, çalışmalarını iyi bir kompozisyonla ifadelendirir. Tasarımcı, gerektiği hallerde optik dengelerle oynayarak ilgi çekmeye çalışabilir. Ancak bu bilinçli bir seçim olmalıdır.

Grafik Tasarım eğitiminde; grafik sanatına ilişkin temel ilkeleri, teknik bilgileri, alana ilişkin birikimi özümsemiş, çağdaş bir grafik dille grafik tasarımlar yapabilecek yetkinlikte

eleman yetiştirmeyi ve aynı zamanda çağdaş sanat konularında da bilgilenmelerini amaçlanır. Bu bölümde verilen eğitimle tasarımcı adaylarının, grafiğe ilişkin görsel iletişimin, logo, afiş, billboard, ambalaj, basın ilanı, kitap ve dergi tasarımı, tipografi, bilgisayar, animasyon, illüstrasyon gibi dersler verilirken; serigrafi, çinko, ahşap, linol gibi baskı tekniklerini de öğrenmeleri, teknik bilgilerini özgün anlatım biçimleriyle birleştirerek, sanatsal işler üretmeleri amaçlanır. Gestalt ilkelerinin eğitime sağladığı getirilerden olan iç görüsel öğrenme ve üretici düşünme yetilerinin gelişimi ise grafik tasarım eğitiminde tasarım sürecinde olumlu birer pekiştireç görevi görmektedir.

Grafik Tasarımı, öz bir anlatımla ifade edecek olursak; bir mesajı görsel dili kullanarak, imgesel bir anlatımla ifade edebilme şeklidir; diye yorumlayabiliriz. Grafik Tasarım, Güzel sanatlar altında incelenip ana sanat dallarından biridir. Sanat için yapılan grafik tasarımlar olduğu gibi, günümüz teknolojik gelişmeleri ve endüstri toplumu, sanatı da etkilemiş olup sanayi toplumlarının kaçınılmaz gerçeği olan, tüketici kitleye sunulacak nice ürünler arasında rekabeti doğurmuştur. Kurumlar için bu süreçte; varlığını kabul ettirebilmek ve devamlılığını sağlayabilmek diye sıralayabileceğimiz süreçler doğmuştur. İşte grafik tasarımcılar, özellikle bu aşamalarda önemli görevler üstlenmişlerdir. Ya sıfırdan kurumsal kimlik oluşturmuş ya da; ürün veya hizmet bazında (tanıtıcı, açıklayıcı, uyarıcı, davet edici, meraklandırıcı vb) reklamlar yapmışlardır. Bu şekilde kitleleri peşinden sürükleyen markalar yaratmışlar (veya devamlılığını sağlamışlar) ya da rekabet ortamlarını iyice tetiklemişlerdir. Bir tasarım üzerindeki çizgiler ve noktalar değişik noktalara yönelerek bir hareket oluştururlar. Tasarımcı, vereceği mesaj doğrultusunda bu hareketi yönlendirmekle yükümlüdür. Gestalt kuramı da ilk başta psikologlar tarafından ortaya atıldı, sonraki yıllarda özellikle eğitim ve sanat dallarını etkileyen düşüncelerden biri olmuştur.

İyi bir organizasyon her tasarımın temel koşuludur. Amaca uygun olarak derlenmiş bir bilgi, doğru düzenlenir, iyi sınıflandırılır ve etkili şekilde sunulursa alıcısı tarafından kolayca algılanır. Bu durum gestaltın eğitimdeki doğurguları açısından değerlendirilebilir. Düzensiz yerleştirilen yazı ve görüntü ögeleri algılamayı, iletişimi güçleştirir ve yanlış anlaşılmalara neden olur. Tek bir tasarım içinde olduğu kadar dizi oluşturan bir çok tasarım arasında da devamlılık sağlanabilir. Örneğin bir derginin, kitabın sayfalarında, dizi oluşturan kitap kapaklarında bir bütünün parçalan olduğu izlenimi yaratmak için devamlılık sağlayan unsurlar kullanılabilir. Yani bir yayınevinin dizi kitaplarının kapaklarında fotoğraf yada İllüstrasyonun, yazar adının, logonun aynı yerde kullanılması, aynı yazı karakterinin tercih

edilmesi görsel devamlılığı sağlar. Bir tasarım üzerindeki çizgiler ve noktalar değişik noktalara yönelerek bir hareket oluştururlar. Tasarımcı, vereceği mesaj doğrultusunda bu hareketi yönlendirmekle yükümlüdür. Tasarımcının bu bağlamda içerikle biçimi çok uyumlu bir biçimde kurması gerekir.

Görsel öğrenme sürecinde algılama teorisi, iletişim teorileri, fizyolojik (işlevbilimsel) beklentiler, görüntü ve bellek kavramı ile tarihsel gelişme temel kavramlar olarak gösterilir. Gestalt psikolojisine göre, şekil ile zemin arasındaki ayırımı algılama seçime bağlıdır. Şekli oluşturan şeyleri biz seçeriz ve zihnimizde onu zeminden ayırırız. Yine Gestalt psikolojisine göre şekil ile zemin arasındaki ayırımı algılama da otomatik seçimlere bağlıdır. Bir şekli oluşturan şeyleri otomatik olarak seçer ve zeminden ayırırız.

Gestalt ilkeleri, gerçek-dünya bağlantılı birçok algılama konusunun anlaşılmasında değerlerini kanıtlamış olup, sanatçıların bu ilkeleri, imgelerinin seyirciler tarafından görülmesi ve tepki göstermeleri için özellikle kullandıkları bilinmektedir. Görsel tasarımda görsel elementlerin tasarımı süreci içinde tasarım elementleri ile tasarım prensipleri ya da ilkelerine çok dikkatle yaklaşmak gerekliliği açıktır. Görsel tasarım söz konusu olduğunda grafik ve onların iletişim yolları ayrı bir önem kazanır. Grafikler iletişim araçları, görsel iletişimin bir formu olarak görsel öğrenmeye katkı yapar. Psikoloji alanı içinde bakıldığı zaman görsel algılamaların öne çıktığını görürüz. Burada farklı bilişsel biçemler ve öğrenme yolleri teknikleri ile beynin yapısı ve fonksiyonları söz konusu olur. Her birey farklı algılama biçimlerine sahiptir. Etkileşimli algılama ve iletişim modelleri görsel öğrenmeye farklı biçimlerde birey yönünden farklı katkılarda bulunurlar.

Görsel tasarımın niteliği görsel bilginin açıklığı, sadeliği bütünlüğü ve hayal gücü bakımından taşıdığı ölçütlerine göre değerlendirildiğinden, görüntülerin büyüklüğü, yeterli koyu yazılışları, zıtlıkları, uygunluğu ve görsel araçlar için uygunluğu, kullanıcı bakımından çekiciliği gibi unsurular tasarımcı için önem kazanır. Görsel materyalin bütünlüğü için görsel elementlerin tasarımını, mesajın sunumu, resimlerin düzeni, dikkat çekme ve kompozisyonunun öğretime etkisi gibi yönlerden değerlendirilmelidir. Görsel biçemler, dikkatin devamını sürdürme ve hatırlama gücüne ilişkin sorulara yanıt verir niteliktedir.

Görsel semboller, elementler ve algılamalar bireylerin öğretim süreçlerinde, kültürlenme etkinliklerinde yeni kazanımların ve yaratıcılıkların oluşmasına katkı yaparlar.

Tasarımda görsel öğrenme için önemli özellikler gösterirler. Tasarımlarda bu niteliklere önem vermek görsel öğrenme ilkelerinin dikkate alınmasını gerektiririr. Böylece grafik tasarım ürününün etkili ve kalıcı bir şekilde görsel algılanması kolaylaştır.

Grafik Tasarım, bir mesajı görsel iletişim yoluyla hedef kitleye duyurma işlevini estetiksel tavırla birlikte resim ve yazıyı birbirini tamamlayan bir düzenleme içinde kullanarak yerine getirir. Bir afişe yakından bakıp incelediğimizde başlık, alt başlık, illüstrasyon, tipografi gibi bağımsız elemanları gözümüze çarpabilir. Ancak tüm bunlar belli bir kavram ışığında birleştirildiğinde bütüne organik olarak bağlı bir doku oluştururlar. Yaşamı kavramanın, algılamanın yollarından biri olan; "Grafik Tasarım" tasarım çerçevesinde yapılacak tüm çalışmalarda olduğu kadar, estetik değerler ve işlevsel bağlamda da ele alınmak durumundadır. Bu bağlamda Grafik Tasarımın kapsamında üretilecek çalışmalar, etkili bir iletişim kurma özelliğine sahip olmalıdır. Grafik, görsel olarak algılanan şeylerle, görüntülerle ilgili kavramdır. Grafik sanatlar, çeşitli basım ve çoğaltma teknikleriyle gerçekleştirilecek resimsel ya da yüzeysel malzemenin tasarımı konusunu ele alan sanat grubudur. Bir grafik ürünü salt estetik işleve sahip olmakla kalmayıp, somut kullanım alanları olan amblem, afiş tasarımı, kitap kapağı, gibi alanlarda da yer almaktadır. Kişiler arası ortak iletişim dili kurmak açısından önemli bir işlevi olan grafik tasarım, insan yaşamında büyük bir yer tutar. Grafik tasarımcı yaratıcı, farklı olmalıdır. Hedef kitleyle iletişim kurabilmesi için doğru dilin seçilmesi, görsel imajın dikkat çekmesi, akılda kalması en önemli unsulardır. Bunları sağlamak için algısal faktörleri göz önünde bulundurması tasarımın başarısı ve amacına ulaşması açısından önem taşımaktadır.
Kişiler arası ortak iletişim dili kurmak açısından önemli bir işlevi olan grafik tasarım, insan yaşamında büyük bir yer tutar. Grafik tasarımcı yaratıcı, farklı olmalıdır. Hedef kitleyle iletişim kurabilmesi için doğru dilin seçilmesi, görsel imajın dikkat çekmesi, akılda kalması en önemli unsulardır. Bunları sağlamak için algısal faktörleri göz önünde bulundurması tasarımın başarısı ve amacına ulaşması açısından önem taşımaktadır.

Amblem, özgün yazı (logotype) afiş, basın ilanı, (dergi, gazete ilanı) billboard (büyük boy kentsel afiş) basılı kağıt –antetli kağıt, zarf, davetiye, tebrik kartı, pul, mektupla duyuru-direkt, e-posta, TV filmi, ürün tanıtımı için etiket ve ambalaj vb. unsurların tasarımı, Grafik tasarımın konularıdır. Gestalt, tasarımın birdenbire ortaya konan niteliksel bir bütün olduğunu ileri sürer. Bir ürünün tasarımında genel olarak bazı temel ögeler göz önünde bulundurulur. Bunlar kullanılan malzeme ya da malzemelerin olanakları, bu malzemelerin

amaçlanan işleve uyarlanmasında kullanılan teknikler, parçaların bütün içinde yan yana geliş biçimi, bir başka değişle yapısı ve ürünün onu izleyecek ya da kullanacak olanlar üzerindeki olası etkisi, yani tasarımın amaçları ve ürünün işlevidir. İnsanın görme duyusunun izlediği yol, grafik iletişim açısından son derece önemlidir.

Gestalt kuramcılar psikolojik gerçekliğin önemini vurguladıkları, için grafik tasarımcının tasarım düşüncesini oluşturan maddi ve manevi kültürü, gereksinmeleri, tutumlarının tasarım sürecini etkilemektedir. Grafik tasarımcının oluşturacağı ürünün tasarım sürecine ilişkin problemin özüne inebilmesi öğeler arasındaki ilişkileri keşfetmesi ve olası çözüm yollarından en uygununu bulabilmesi için yardımcı olacak yöntemlerden biri olan Gestalt kuramı analitik düşünme becerisini de etkileyeceğinden tasarımda pratik ve çabuk ulaşılan ömzüm olanaklarını sunmaktadır. Gestalt'çılar öğrenilenlerin yeni durumlara kolaylıkla transfer edilmesinin önemli olduğunu ileri sürmektedirler. Bu durum grafik tasarım eğitimi sürecinin parça bütün ilişkisine uygun şekilde ilerlemesini destekler niteliktedir. Bu bütünlüğe ulaşmak için bazı öneriler ;

• Fikrin anahtar unsur olduğunu, iyi fikrin iyi biçimi getirebileceğini bilmek,

• Sunuşu düşünceye tercih etmemek, sunuşu düşüncenin sunulması için kullanmak,

• Görünürde kolay ve basit olanın içinde ne kadar çok düşünce yattığını bilmek,

• Yeteneğin, düşünceyle birlikte kullanımının başarıyı getirdiğini bilmek,

• İzleyiciyi dışarıdan içeri, izleyenden katılana çeken bir tasarım anlayışını tercih etmek,

• İyi tasarımın, iyi sattıran ya da kendini iyi satan tasarım olmadığını bilmek,

• Her şeyin çok fazla tasarlandığı, tasarımın içeriğin kendisi haline geldiği günümüz moda çözümlerinde, içeriği aşırı tasarım elemanlarından arındırmak, içeriği öne çekmek,

• Tasarım çözümünü, tasarım probleminin kendisinde aramak,

• Malzemeyi bir tasarım unsuru olarak kullanmak,

• Sürekliliğin tasarım olduğunu farketmek,

• Günün geçerli tarzlarına, üsluplarına bağlı olmayan, tarzlara mahkum olmayan bir tasarım anlayışını yerleştirmek,

• Dikkatin, tasarlanan "iş"in bütününden, yazı karakterine kaymasını önlemek,

• Yeni formlar, yeni görüntü biçimleri önermek yerine, yeni anlama biçimleri, yeni algılama biçimleri önermek

şeklinde sıralanabilir.

Grafik tasarım egitimi veren kurumlar, piyasayla çok yönlü bir işbirligi içinde olmalıdır. Bu işbirligi, karşılıklı görüşme, tartışma ve çözüm önerileri getirmeden öteye, bir dayanışma ve yardımlaşma olgusu yaratabilmelidir. Grafik eğitimi için iyi bir alt yapının gerekliligi herkesçe bilinmektedir. Bir Grafik Tasarımcı; yaratıcı, özgün, görsel yeteneğe sahip, analitik düşünebilen, günceli takip edebilme, dili iyi kullanabilme, konusunda çıkan yayınları takip edebilen, estetik bir görüşü olan, insan psikolojisinden anlayan, teknolojik ve sanatsal gelişimleri takip edebilen, eğitimin hayat boyu olduğunun bilincinde olan bir tasarımcı kimlik taşımalıdır.

Gestalt felsefesini bilmek grafik tasarımcıya hedef kitlenin algı boyutuna göre tasarım üretebilmek açısından değerli veriler sunar. İnsan gözü biçimleri ve formları gruplandırma ve ilişkilendirme özelliğine sahiptir.Aynı birim elemanı farklı şekilde düzenlenerek değişik bir anlam ifade edebilir.

KAYNAKLAR

Alabay, M.N. (2003) **Grafik ve Animasyon Sistemleri**. Detay Yayıncılık. Ankara.

Al & Laura Ries. **Marka Yaratmanın 22 Kuralı** .Mediacat yayınevi

Arnheim Rudolph. **Art and Visual Perception** .Notes by Frederic F. Leymarie September 12, 2001

Arnheim Rudolph., 1977, **The Dynamics of Architectural Form**, University of California Press, USA.

Aslan Odabaşı, H. (2002). **Grafik'te Temel Tasarım**, İkinci Baskı. Yorum sanat Yayınları, İstanbul.

Atan, Ahmet. **Resimli Resim Sözlüğü**.Asil Yayın dağıtım Ankara:2006

Başaran Ethem.**Eğitim Psikolojisi**.Kadıoğlu Matbaası. Ankara .1983. s.178

Cavit, Binbaşıoğlu, Etkin. **Endüstri Psikolojisi**, Ankara:1992, Kadıoğlu Matbaası, Ankara, s.34-39

Becer, E. (1997). **İletişim ve Grafik Tasarım**. Dost Kitabevi Yayınları. Ankara.

Binbaşıoğlu Cavit,, Etkin. **Endüstri Psikolojisi**, Ankara:1992, Kadıoğlu Matbaası, Ankara, s.34-39

Dilek Bektaş. **Çağdaş Grafik Tasarım Süreci**. Y.K.Y.İstanbul.1992

Berkeley George Berkeley **"Treaties Concerning the Principle of Human Knowledge**", 1710, Works of George Berkeley, **vol. I, ed**. A. Fraser, Oxford, 1871, s.35-36

BOLLES Edmund Blair. **GALILEO'NUN BUYRUĞU. TÜBİTAK** Popüler Bilim Kitapları2. Basım, Aralık 2000, Sf. 304-315

BURGER, J. **Desktop Multimedia Bible**. Addison-Wesley Publishing Company, New York, 1993

BARFIELD, L. **The User Interface, Consepts and Design**. Addison-Wesley Publishing Company, Oxford, 1993.

Cüceloğlu Doğan.**İnsan ve Davranışı**.Remzi Kitabevi.1992, s.120

Chilifford. Morgan **Psikolojiye Giriş**.Hacettepe Yayınları. 1991,s.265

Clare Torrans .**Gestalt and Instructional Design** EDIT 704 . Nada Dabbag March 8, 1999

COTTON, B. ve OLIVER R. **Siberuzay Sözlügü**. Yapı Kredi Yay., İst.,1997.

Çağlarca, S. (1993). **Renk ve Armoni Kuralları**, 4. Baskı. İnkılap Yayınevi. İstanbul

Çellek Tülay. www.tulaycellek.com/tulay

Daniels, V. (2005). **Sources for Gestalt therapy and Gestalt psychology around the world**. Retrieved November 1, 2005 from http://www.sonoma.edu/users/d/daniels/gestalt.html

Driscoll, M. P. (1993). **Psychology of Learning for Instruction**. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.

Fultz, J. (date unknown). **Gestalt Psychology**. Anderson University [On-line]. Available: http://users.anderson.edu/~jfultz/gestalt.html

David H. Hubbel, **Eye Brain and Vision**, Scientific American Library, 1988, s.34

DEMİRCAN, Ziya Mete 2001 "Web Sayfanız Rahat Okunabiliyor mu?" NetLIFE, Sayı: 7, Sayfa: 86-90

Demir Abdullah . **Temel Plastik Sanatlar Eğitimi**.Anadolu Üniv.Açıköğretim Fak.Ders Notları

Daniel Chandler, UWA Visual Perception 7: Gestalt Principles of VisualOrganization Quasi-Negative Space in Painting July 1997

Eldra Pearl Solomon. **İnsan Anatomisine ve Fizyolojisine Giriş**.Birol basın yayım dağıtım.İstanbul 2000. s.121.

EDMAN, İrwin, **Sanat ve İnsan**, Estetiğe Giriş, 2. Baskı, Çev: Turhan Oğuzkan, İnkılâp ve Aka Kitabevi, İstanbul, 1977.

ERİNÇ, M. Sıtkı, **Sanatın Boyutları**, I. Basım, Çınar Yayınları, İstanbul, 1998.

Erdem Selman. .**Psikoloji ders kitabı**. Fil Yayınevi, İstanbul, 1995, s.47

Erinç Sıtkı.. **Sanat Psikolojisine Giriş**. Ayraç Yayınevi. Ankara: 1998, s.50

Eti.Erol.. **Tasarım ve Dekor Semineri** Bildiri Kitapçığı, s. 25

http://www.apogeephoto.com/mag1-3/mag1-3mf1.shtml

Francis D.K. Ching.**Mimarlık ve Sanatta Yaratıcı Bir Süreç-Çizim**.Yem Yayın.İstanbul:2003,s.53

Fulkes, M. (1995). **The Gestalt of composition**. Retrieved October 31, 2005 from http://www.apogeephoto.com/nov2003/gestalt.shtml/

Fultz, J. (date unknown). Gestalt Psychology. **Anderson University** [On-line]. Available: http://users.anderson.edu/~jfultz/gestalt.html

GEIGER, Moritz, **Estetik Anlayış**, Çev: Tomris Mengüşoğlu, Remzi Kitabevi, İstanbul, 985.

Genç Adem, Sipahioğlu Ahmet. **Görsel Algılama"Sanatta yaratıcı Süreç"**. Sergi yayınevi, İzmir:1990 s.39

Gültekin Gülnaz Gülsüm. **Gazi Ün.T.E.Fak.Matbaa Böl.Ders notları**

H. Ü. Bilgi İşlem Dairesi/Lacivert Tasarım Grubu **"Web Tasarım Klavuzu"**, http://www.hun. edu.tr

H Chijiiiwa,H., **Color Harmony**, Rockport Publishers, Massahusetts, 1979

JEAVONS, T. ve BEAUMONT, M. **1990 An Introduction To Typography**, Quintet Publishing Limited, London

İpek İsmail,. **The Turkish Online Journal of Educational Technology** TOJET July 2003 ISSN: 1303- 6521 Volume 2, Issue 3, Article 9

Kearsley, G. (1998). **Explorations in Learning & Instruction: The Theory Into Practice** Database: Gestalt Theory. **George Washington University** [On-line]. Available:

Klee P. Sanat Kuramı. Ankara:1986

Köhler, Wolfgang (1947): **Gestalt Psychology**. New York, Liveright

MAGNIK, J. **"Typography & Page Layout"**, http://www.dtp-aus.com/typo/txt-lay.htm

Moore, P., & Fitz, C. (1993). Gestalt Theory and Instructional Design**. J. Technical Writing and Communication**, 23 (2), 137-157, 1993.

Odabaş Hatice Aslan**. Grafikte Temel Tasarım**.Yorum Sanat Yayınları.İstanbul:2002, s.130

PEKTAŞ, H. "**Basın İlanlarında Grafik Tasarım ve Layout"**, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 1987.

Polito, M. (date unknown). **How Gestalt theory can facilitate teaching and learning processes. Society for Gestalt Theory and Its Applications** [On-line]. Available: http://rdz.acor.org/lists/gestalt!/gerhards/polito.html

REYNOLDS, L. **"Yazının Okunaklılığı"**, Mimar Sinan Ünv. çeviriler, İst.

RUBINSTEIN, R. **Digital Typography. An Introduction to Type and Composition for Computer System Design**. Addison-Wesley Publishing Company, USA, 1988.

Sarıkavak, N.K. (1997). **Tipografinin Temelleri**. Doruk Yayıncılık. Ankara.

Senemoğlu. **Gelişim ve Öğrenme**.Gazi Yayınevi.Ankara 2004

Saw, J. T. (2000). **2D design notes: Art 104: Design and composition**. Retrieved November 2, 2005 from http://daphne.palomar.edu/design/gestalt.html

Skallid, B. (1999). **Gestalt principles of perception**. Retrieved November 7, 2005 from http://www.usask.ca/education/coursework/skaalid/theory/gestalt/gestalt.htm

Stemberger, Gerhard (1997). **The international society for Gestalt theory and it's applications.** Retrieved October 31, 2005 from http://www.gestalttheory.net/

ŞENER, B. **"Grafik Tasarımın İnternet'deki Yeri ve İşlevi"**, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 1997.

Taşcı, Abdullah ."Marka ve Amblemler. Grafik Sanatı Dergisi, Sayı: 4, 1985

Tepecik, A. (2002). Grafik **Sanatlar Tarih – Tasarım – Teknoloji**. Detay & Sistem Ofset. Ankara.

Torrans, C. (1999). **Gestalt and instructional design**. Retrieved October 31, 2005 from http://chd.gse.gmu.edu/immersion/knowledgebase/strategies/cognitivism/gestalt/gestalt.htm/

Temizsoylu Nuri. **Temel Sanat Kavramları**. Eskişehir:1987

Uçar Tevfik Fikret **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım** .2004

Y.Ünsal. **Bilimsel reklam ve pazarlamadaki yeri**,İstanbul:1993,s.71

Varış Fatma. . Eğitim Bilimine Giriş.Atlas Kitabevi, Ankara, 1994, s.111

Yeşilyaprak Binnur.Gelişim ve öğrenme.Pegem Yayıncılık, Ankara, 2004, s.128

Zdenek Kocib Visual organization. *Leonardo*, Vol. 19, No. 2 (1986) , pp. 141-144

Wertheimer, M. (1924). Gestalt Theory. **Society for Gestalt Theory and Its Applications** [On-line]. Available: http://rdz.acor.org/gestalt!/gerhards/wert1.html

What is Gestalt Theory? **Society for Gestalt Theory and Its Applications** [On-line]. Available: http://rdz.acor.org/gestalt!/gerhards/gtax1.html#kap2

(1999). Gestalt Psychology. **Encyclopædia Britannica Online** [On-line]. Available: http://www.eb.com/bol/topic?eu=37336&sctn=1.

(1999). Perception. **Encyclopædia Britannica Online** [On-line]. Available: http://search.eb.com/bol/topic?eu=119394&sctn=6#s_top

(1999). Thought. **Encyclopædia Britannica Online** [On-line]. Available: http://search.eb.com/bol/topic?eu=115409&sctn=3#s_top

(1999). Wertheimer, Max. **Encyclopædia Britannica Online** [On-line]. Available: http://search.eb.com/bol/topic?eu=78598&sctn=1#s_top

(1999). Koffka, Kurt. **Encyclopædia Britannica Online** [On-line]. Available: http://search.eb.com/bol/topic?eu=46940&sctn=1#s_top

Berryman, G. (1990). **Notes on graphic design and visual communication**. Menlo Park,CA: CrispPublications.

http://search.eb.com/bol/topic?eu=115322&sctn=17#s_top

www.aof.edu.tr/kitap/EHSM/1211/unite03.pdf

http://www.dtp-aus.com/typo/txt-lay.htm MAGNIK, J. Typography & Page Layout

http://www.hun. edu.tr Web Tasarım Klavuzu, Hacettepe Ünv. Bilgi İşlem/Lacivert Tasarım Grubu

http://www.marumushi.com/apps/newsmap/newsmap.cfm

http://www.ossoelektronik.com/isik_teknik.html

http://www.apogeephoto.com/mag1-3/mag1-3mf1.shtml

http//www.odevsitesi.com

http://tr.wikipedia.org/wiki/Bauhaus_Okulu

http://en.wikibooks.org/wiki/Principles_of_Design/Line"

http://en.wikibooks.org/wiki/Principles_of_Design/Line"

www.tdc.org/reviews/elementsgraphicdesign.html - 6k

http://www.firstcoastcreative.net/index.php?static=archives&load=1

http://www.cmla.ens-cachan.fr/Utilisateurs/morel/Principesabstraits.pdf

http//i.ticu.edu.tr

www.psikolojim.net

www.supermp3.org/archive/index.

http://www.apogeephoto.com/mag1-3/mag1-3mf1.shtml

İ. Tahir Erdal

1970' de Sivas' ın Zara ilçesinde doğdu.
1991' de Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Resim Eğitimi Bölümü Grafik Ana Sanat Dalından mezun oldu.
1992-1995 Siirt-Baykan
1995-1997 Gebze' de resim öğretmenliği yaptı.
1997' de Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Bölümünde göreve başladı.
1997' de kurulan Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi' nin kuruluşunda görev aldı.
Lisans eğitiminden itibaren çeşitli reklam sektöründe grafik tasarımcı, illüstratör ve art direktör olarak çalışmakta olup, özellikle kurumsal kimlik alanında uzmanlaşmıştır. Grafik ve illüstrasyon çalışmalarının yanı sıra resim çalışmalarına da devam etmekte olup yoğunlukla yağlı boya ve akrilik olmakla beraber tuval üzerine farklı teknik uygulamalar ve denemelerde yapmaktadır. Özel koleksiyonlarda ve müzede eserleri bulunmaktadır. Katıldığı sergiler ve aldığı ödüllerden bazıları ise şöyledir;

Karma Sergiler

2002	Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Elemanları Karma Sergisi, Ticaret Odası Sanat Galerisi, Kocaeli
2003	Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Elemanları Karma Sergisi, Büyükşehir Belediyesi Sanat Galerisi, Kocaeli
2003	6. Uluslararası TÜRKSAV Karma Resim Sergisi, Zafer Çarşısı Sanat Galerisi, Ankara
2004	7. Uluslararası TÜRKSAV Karma Resim Sergisi, Zafer Çarşısı Sanat Galerisi, Ankara
2005	Türkiye Jokey Kulübü 6. Resim Yarışması Sergileri, İstanbul, Ankara, İzmir.
2005	Büyükşehir Belediyesi Sanat Galerisi, Kocaeli
2005	Devlet Güzel Sanatlar Galerisi, Bursa

Ödüller

2001	ÇimSA Kent Mobilyaları Tasarım Yarışması, Mansiyon

Halen Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Fotoğraf ve Grafik Sanatlar Bölümü Grafik Anasanat Dalı'nda öğretim görevlisi olarak çalışmakta aynı zamanda Grafik Anasanat Dalı Başkanlığı görevini sürdürmektedir.