



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIMI ANASANAT DALI

TOPLUMSAL OLGU VE ESTETİK KAYGILARIN GRAFİK
TASARIM SÜRECİNE ETKİLERİ

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan: Tuba KILDIRAN

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Süreyya KOÇTÜRK

2019



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIMI ANASANAT DALI

**TOPLUMSAL OLGU VE ESTETİK KAYGILARIN GRAFİK
TASARIM SÜRECİNE ETKİLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan: Tuba KILDIRAN

2019

KABUL VE ONAY

Tuba Kıldırın tarafından hazırlanan ‘‘Toplumsal Olgu ve Estetik Kaygıların Grafik Tasarım S¼recine Etkileri’’ başlıklı bu çalışma, xx/xx/xxxx tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak j¼rimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Unvanı, Adı ve SOYADI

¼ye : Unvanı, Adı ve SOYADI

¼ye : Unvanı, Adı ve SOYADI

¼ye : Unvanı, Adı ve SOYADI

¼ye : Unvanı, Adı ve Soyadı

Yukarıdaki imzaların adı geçen ¼retim ¼yelerine ait olduğunu onaylım.

[İmza]

[Unvanı, Adı ve Soyadı]

Enstit¼ Müdür¼

Not: Bu tezde kullanılan ¼zg¼n ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, izelge ve şekillerin kaynak g¼sterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki h¼k¼mlere tabidir.

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Toplumsal Olgu ve Estetik Kaygıların Grafik Tasarım Sürecine Etkileri” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

[Tarih ve İmza]

Tuba KILDIRAN

İÇİNDEKİLER

ÖZET	I
ABSTRACT	II
ÖNSÖZ	III
KISALTMALAR LİSTESİ	IV
ŞEKİLLER LİSTESİ	V
RESİMLER LİSTESİ	VI

1. BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Problemin Tespiti	1
1.2. Çalışmanın Amacı	1
1.3. Araştırma Metodolojisi	2
1.4. Ünitelerin Planı	2

2. BÖLÜM

GRAFİK TASARIMIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

2.1. Tasarım Kavramı	3
2.1.1. Tasarımın Tanımı	3
2.1.2. Tasarım Problemi	4
2.1.3. Tasarım İlkeleri	7
2.1.3.1. Balans	7
2.1.3.2. Ritim	10
2.1.3.3. Tekrar	11
2.1.3.4. Vurgu – Odak Noktası	11
2.1.3.5. Hareket	12
2.1.3.6. Harmoni	13
2.1.3.7. Birlik	13
2.1.3.8. Proporsiyon (Oran)	14
2.2. Grafik Tasarım	20
2.2.1. Grafik Tasarımın Tanımı	20
2.2.2. Grafik Tasarımın Tarihsel Gelişimi	22
2.2.3. Grafik Tasarımın Önemi	25
2.2.4. Grafik Tasarımın Elemanları	26
2.2.4.1. Renk	27

2.2.4.2. Çizgi	27
2.2.4.3. Biçim	28
2.2.4.4. Doku	28
2.2.4.5. Mekân	29
2.3. Grafik Tasarımın İlkeleri	29
2.3.1. Tekrar	30
2.3.2. Ritim (Ardışık Tekrar)	30
2.3.3. Uygunluk (Harmoni, Uyum)	30
2.3.4. Zıtlık (Kontrast)	31
2.3.5. Koram (Görsel Hiyerarşi)	32
2.3.6. Egemenlik	33
2.3.7. Denge	33
2.3.8. Birlik (Bütünlük)	34
2.3.9. Grafik Tasarımda Baskı Teknikleri	35
2.4.1. Grafik Tasarımda Fotoğraf	50
2.4.2. Grafik Tasarımda Sayısal Dönem	59

3. BÖLÜM

TOPLUMSAL OLGULAR VE ESTETİK KAYGILARIN GRAFİK TASARIM SÜRECİYLE İLİŞKİSİ

3.1. Toplumsal Olgu Kavramı	69
3.1.1. Olgu Kavramının Tanımı	69
3.1.2. Toplumsal Olgunun Tanımı	69
3.1.3. Toplumsal Olguların Tasarım Sürecine Etkileri	70
3.2. Estetik Kaygı Kavramı	80
3.2.1. Estetik Kavramının Tanımı	80
3.2.2. Estetik Kaygının Tanımı	81
3.2.3. Estetik Kaygıların Tasarım Sürecine Etkileri	83
SONUÇ	85
KAYNAKÇA	87
ÖZGEÇMİŞ	94

ÖZET

TOPLUMSAL OLGU VE ESTETİK KAYGILARIN GRAFİK TASARIM SÜRECİNE ETKİLERİ

Tuba KILDIRAN

Yüksek Lisans Tezi, Grafik Tasarımı Anasanat Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Süreyya KOÇTÜRK

Şubat, 2019 – 108 Sayfa

Bu çalışmanın amacı, toplumsal olgu ve estetik kaygıların grafik tasarımda tasarım sürecine etkilerini ortaya koymaktır. Bu amaç çerçevesinde çalışma üç bölümde tamamlanmıştır. Birinci bölüm, giriştir. İkinci bölümde grafik tasarımın kavramsal çerçevesi ele alınmıştır. Burada öncelikle tasarımın tanımı, tasarım problemi, ilkeleri açıklanmış; ardından grafik tasarım sunulmuştur. Grafik tasarımın tanımı, tarihsel gelişimi, önemi, elemanları, ilkeleri, baskı teknikleri ve grafik tasarımda fotoğraf açıklanmıştır. Üçüncü bölümde ise toplumsal olgu ve estetik kaygıların grafik tasarım süreciyle ilişkisi ele alınmıştır. Burada öncelikle toplumsal olgu açıklanmış ve tasarım sürecine etkisi ele alınmış; ardından estetik kaygı açıklanmış ve tasarım sürecine etkisi sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Estetik Kaygı, Grafik Tasarım, Tasarım Süreci, Toplumsal Olgu

ABSTRACT
**THE EFFECTS OF SOCIAL PHENOMENON AND AESTHETIC
CONCERNS ON THE GRAPHIC DESIGN PROCESS**

Tuba KILDIRAN

Master Thesis, Graphic Design Department

Advisor: Dr. Ahmet Süreyya KOÇTÜRK

February, 2019 – 108 Pages

The purpose of this study is to determine the effects of social phenomenon and aesthetic concerns on the design process in graphic design. For this purpose, the study is completed in three chapter. First chapter is the introduction. In the second chapter, the conceptual framework of graphic design is discussed. In this chapter, the definition of design, design problem and its principles are explained; then graphic design is presented. The definition of graphic design, its historical development, importance, elements, principles, printing techniques and photograph in graphic design are explained. In the third chapter, the relationship between social phenomenon and aesthetic concerns with graphic design process is discussed. In this chapter, the social phenomenon is explained and its effect on the design process has been discussed; then, aesthetic concern was explained and its effect on the design process was presented.

Keywords: Aesthetic Concern, Graphic Design, Design Process, Social Phenomenon

ÖNSÖZ

Toplumsal olgular, tasarım sürecini etkilediği gibi estetik kaygının oluşumuna da etkide bulunan kavramlardır. Bu kapsamda toplumsal olgu ve estetik kaygıların tasarım süreci üzerindeki etkisinin araştırılması önem taşımaktadır. Bu çalışmada da grafik tasarımda toplumsal olguların, estetik kaygıların tasarım süreci üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

Çalışma sürecinin başlangıcından sonuna kadar yol gösterici önerilerini esirgemeyen danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Süreyya KOÇTÜRK'e ve bugünlere gelmemi sağlayan değerli aileme teşekkürü borç bilirim.

Bu tez çalışması, Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yapılmış olup, tez numarası 'dir.

Tuba KILDIRAN
İSTANBUL, 2019

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
CRT	: Katot Işın Tüpü
DARPA	: Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Ajansı
DNS	: Domain Name System
ENIAC	: Electronic Numerator, Integrator, Analyzer, and Computer
HTML	: Hyper Text Markup Language
M.Ö.	: Milattan Önce
MIT	: Massachusetts Institute of Technology
s.	: Sayfa
SAGE	: Semi-Automatic Ground Environment
TDK	: Türk Dil Kurumu
WWW	: World Wide Web
yy.	: Yüzyıl

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Bilimsel Süreçteki Aşamalar	7
Şekil 2. Fibonacci Tavşan Deneyi	16
Şekil 3. Fibonacci Tavşan Deneyi Sonuç Tablosu.....	17
Şekil 4. Altın Dikdörtgen ve Altın Sarmal.....	18
Şekil 5. McDonald's Logosu – Stanley Meston	25
Şekil 6. Apple Logosu - RobJanoff (1977).....	26



RESİMLER LİSTESİ

Resim 1. Ahşap Baskı Tekniği	36
Resim 2. Ahşap Baskı Tekniği İle Basılan Çin, İskambil Kağıtları (Solda) Karo Vale, İskambil Kağıtları Üzerinde Ahşap Baskı Tekniğinin Uygulanması (Sağda)	37
Resim 3. Hurufat Örneği (Sol). Gutenberg'in Harf Döküm Sistemini Gösteren İllüstrasyon (Sağ)	38
Resim 4. Gutenberg'in kırk iki satırlık İncili, Texture	39
Resim 5. 1459 Yılında Jan Fust Ve Peter Schoeffer Tarafından Basılan İlahi Görevlerin Mantiği.....	40
Resim 6. Monotipi Klavye ve Döküm Makinesi	41
Resim 7. Flekso Baskı Tekniği.....	42
Resim 8. Gravür Plakası Hazırlanması Kaynak: Ceyda Artun arşivinden.....	43
Resim 9. Tifdruk Baskı.....	44
Resim 10. Litografi Tekniği	45
Resim 11. Renkli Litografi	46
Resim 12. Web Ofset Baskı.....	47
Resim 13. Tabaka Ofset Baskı.....	48
Resim 14. Serigrafi Yöntemi	49
Resim 15. Kamera Obskura'da Karanlık Bir Kutunun Yüzeyine İğne İle Açılan Delikten, Kutunun Dışında Bulunan Mumun Kutunun İç Yüzeyinde Ters Bir Şekilde Oluşması.....	50
Resim 16. Le Gras'da Pencereden Görünüm Joseph Nicephore Niepce 1826.....	52
Resim 17. Dagerreyotip	53
Resim 18. 1840'ların Başında William Henry Fox Talbot Tarafından Basılan Fotoğrafın Kalotif Negatifi ve Kağıt Üzerine Aktarılan Pozitif	53
Resim 19. Kolodyum Tekniği	55

Resim 20. Kodak Fotoğraf Makinesi 1889.....	56
Resim 21. Fotogravür Tekniği.....	57
Resim 22. Tramlı Baskı.....	58
Resim 23. Macintosh Lisa 1984.....	59
Resim 24. 1963 Yılında Douglas Engelbart Tarafından Yaratılan İlk Fare.....	61
Resim 25. Ivan Sutherland'ın Işıklı Kalem Kullanarak Bilgisayar Ekranına Şekiller Çizmeyi Olanaklı Kılan Sketchpad Yazılımı.....	62
Resim 26. Macpaint 1984.....	63
Resim 27. Aldus PageMaker.....	63
Resim 28. Adobe Yazılımları.....	64
Resim 29. iPod 2001.....	66
Resim 30. Telefonda Fener Uygulaması.....	67
Resim 31. Telefonda Harita Uygulaması.....	67
Resim 32. 1 Mayıs Afişi- Orhan Taylan (1977).....	70
Resim 33. Coca Cola'nın Arabistan Reklamı.....	71
Resim 34. Coca Cola'nın Avrupa Reklamı.....	71
Resim 35. Coca Cola'nın Aile Temalı Türkiye Reklamı.....	72
Resim 36. Coca Cola'nın Avrupa Reklamı.....	72
Resim 37. Nike'dan tesettürlü kadın sporculara özel reklam.....	73
Resim 38. Nike'ın 'Spring Zonal Strenght Tight' koleksiyonu için hazırlanan reklamı.....	73
Resim 39. Burger King Arabistan Reklamı.....	74
Resim 40. Burger King Yeni Zelanda Reklamı.....	74
Resim 41. H&M'in tesettürlü Kadın Reklamı.....	75
Resim 42. H&M'in Miranda Kerr'li Reklamı.....	75
Resim 43. Burger King'in Hindistan Reklamı.....	76
Resim 44. Burger King'in ABD Reklamı.....	77

Resim 45. Burger King'in Elma Kızartması Reklamı.....	77
Resim 46. Dunkin Donuts'un Çin Pazarı İçin Geliştirdiği Kurutulmuş Domuz Eti ve Deniz Yosunu İçeren Ürünü	78
Resim 47. Kim ve Lee (2005) Tarafından Kullanılan İkon Seti.....	79
Resim 48. 'Teen Wolf' 1. Sezon Afişi	83
Resim 49. 'Teen Wolf' 4. Sezon Dizi Jeneriği.....	84



1. BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Problemin Tespiti

Grafik tasarım alanında elde edilen ürünler tasarlanırken toplumsal olgular dikkate alınmakta, ortaya çıkan ürünler topluma hitap etmektedir. Bu ürünler aynı zamanda yaratıcı süreçte ortaya çıkan estetik kaygıları ve ilkeleri de bünyesinde barındırmaktadır. Grafik tasarım, hedef kitleye veya bütün topluluğa hitap eden ve birçoğu ticari amaçla üretilen ürünlerdir. Grafik tasarımcı, yer aldığı toplumun ve kültürün etkisi altında olduğu için tasarım aşamasında toplumsal olgu ve estetik kaygılar tasarımcının hazırladığı ürünü doğrudan etkilemektedir.

Grafik tasarım sürecinde estetik kaygıların hem grafik tasarımcıları üzerinde hem de izleyici üzerinde; toplumsal olguların ise yalnızca tasarımcı üzerinde anlamlı bir etkisinden bahsetmek mümkündür. Grafik tasarımcıların karşı karşıya kaldığı sorunlardan birisi, tasarım sürecinde hedef kitle ya da müşterinin kendisini yönlendirmeye çalışmasıdır. Bu durum kimi zaman ürünün tamamen müşterinin talepleri doğrultusunda hazırlanmasıyla bile sonuçlanabilmektedir. Tasarım aşamasında karşılaşılan bu sorunun başlıca kaynağı olan “Toplumsal Olgu” kavramının incelenmesi ve etkilerinin belirlenmesi grafik tasarım alanı için son derece gerekli bir durumdur. Bu kapsamda araştırma problemi şu biçimde belirlenmiştir:

“Grafik tasarımda estetik kaygı ve toplumsal olguların tasarım süreci üzerinde etkisi nasıldır?”

1.2. Çalışmanın Amacı

Grafik tasarımcı, tasarım sürecinde aldığı eğitimi, yaşadığı toplumun kültürünü ve deneyimleri göz önünde bulundurarak yansıtan kişidir. Grafik tasarımcının başarılı olarak nitelendirilebilmesi, elde edeceği üründe estetik kaygıların yanı sıra toplum ve müşterinin beklentilerini dikkate almasıyla da gerçekleşecektir. Bu durum grafik tasarımcıyı çoğu zaman zor durumda bırakmaktadır. Bu çalışmanın amacı, grafik

tasarımda toplumsal olguların ve estetik kaygıların tasarım süreci üzerindeki etkisinin açıklanmasıdır.

1.3. Araştırma Metodolojisi

Araştırmada belgesel tarama tekniği kullanılarak literatür taraması yapılmıştır. Tarama sonucunda elde edilen kaynaklar ışığında araştırma tamamlanmıştır.

1.4. Ünitelerin Planı

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, giriştir. İkinci bölüm tanım, tarihçe gibi kavramsal bilgilerin yer aldığı bölümdür. Burada tasarım kavramı ve grafik tasarım ele alınmıştır. Üçüncü bölüm ise araştırma problemine yönelik bölüm olarak hazırlanmış ve toplumsal olgu ile estetik kaygının tasarım sürecine etkisi ortaya konulmuştur.

2. BÖLÜM

GRAFİK TASARIMIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

2.1. Tasarım Kavramı

2.1.1. Tasarımın Tanımı

Günümüzde tasarım, birçok meslek dalıyla iç içe olan bir kavram rolündedir. Çağımızda sürekli tekrar edilen tasarım, meslek dalları arasındaki işbölümünün artması sonucunda giderek genişlemiş ve her geçen gün de gelişmeye devam etmektedir. Tasarım, gündelik hayatta sıkça kullanılan bir kavramdır. Günlük kullanımdaki tasarım kelimesini Türk Dil Kurumu, “Bir sanat eserinin, yapının veya teknik ürünün ilk taslağı, desen, tasar çizim, dizayn: Kentsel tasarım. Çevre tasarımı.” ve “Zihinde canlandırılan biçim tasavvur.” şeklinde açıklamıştır. Türk Dil Kurumu’na ait bir diğer tanımlamalarda ise tasarım, “Bir araştırma sürecinin çeşitli dönemlerinde izlenecek yol ve işlemleri tasarlayan çerçeve, tasar çizim, dizayn.” ve “Daha önce algılanmış olan bir nesne veya olayın bilinçte sonradan ortaya çıkan kopyası.” olarak tanımlanmıştır (TDK, 2018).

Tasarım kavramına sanat penceresinden bakıldığında ise “Bir tasarlama sonucunda elde edilen ve yapının oluşturulması esnasında yönlendirici rolünde olan maket, çizim ve proje gibi ürünlerin tamamı” tanımı yapılabilir (Sözen & Tanyeli, 1992, s. 231).

Tasarım kavramına ait yapılan tanımlar incelendiğinde bu tanımlar arasında önemli bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu tanımlar arasındaki küçük farklılıklar ise çağımızda bireylerin fikirlerindeki farklılıkların bir göstergesi niteliğindedir.

Günümüzdeki tasarım kavramının geçmişteki tasarım kavramından ayrılmasını sağlayan başlıca etken, endüstri ve mimari alanlardaki tasarımların yapı ve ürün inşası esnasındaki çalışmaların yalnızca kâğıt üzerindeki bir tasarımdan çok daha geniş bir yapıya ulaşmış olmasıdır. Günümüzdeki tasarım kavramının içerisinde ön çalışma niteliği taşıyan taslak gibi çözüm önerileri, bu öneriler arasından seçilip oluşturulan ürün, bu ürün veya yapıya sahip olma isteğini tetiklemek amacıyla gerçekleştirilen reklam gibi bütün çalışmaların ve ortaya çıkan ürün veya yapının kullanımı sırasında

karşı karşıya kalınan problemlerin üstesinden gelenebilmesi için gerekli yan faaliyetlerle birlikte servis hizmeti ile bilgilendirme faaliyetleri de yer almaktadır. Bu özelliğiyle tasarım kavramının kapsamında; bir fikrin zihinde canlanması, hayata geçirilmesi ve form kazanarak insanların kullanımına sunulması ve o tasarımdan faydalanılması gibi süreçler yer almaktadır. Buradan ulaşılabilecek temel sonuç, günümüzde tasarım faaliyetinin grafik tasarım veya endüstri ürünü tasarımı gibi ünitelere girdiği andan itibaren sonlanmaması farklı süreçlerle devam etmesidir.

Tasarımcılar fikirlerini ortaya koyarken çalışma alanlarıyla ilgili farklı disiplinlere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Tasarımcının o güne kadar olan birikimleri de tasarım sürecinde son derece belirleyici bir roledir. Tecrübelerinden faydalanan tasarımcının, zihninde yer alan fikrin somutlaştırılıp somutlaştırılmayacağı konusunda bir tahmini bulunmaktadır. Tasarım aynı zamanda çeşitli faktörlerin arasında düşünebilmeyi ve en etkili ve en basit çözümü ortaya koyma yeteneğini de gerekli kılmaktadır. Burada ortaya çıkan yaratıcılık kavramı, üretim ve düşünce aşamaları arasındaki koordinasyonun başarılı biçimde kurulmasını sağlamakla beraber estetik bir değer özelliği anlamı da taşımaktadır (Armutçu, 2006, s. 11).

2.1.2. Tasarım Problemi

Tasarım, tasarımcının aklında başlayan ve sonunda bir ürünün ortaya çıktığı, soyuttan somuta ulaşmayı hedefleyen bir süreçtir. Tasarım süreci problemin tanımlanıp belirlenmesinden önce bireyin zihnindeki belirsizliklerle başlamaktadır. Problemin temel hatlarının belirlenmesi ve tasarım için gerekli sorunun sorulabilmesi için tasarımdan önce analizin doğru ve verimli biçimde gerçekleştirilmesi gerekir. Bu noktada doğru cevaba ulaşmak, doğru sorunun sorulmasıyla mümkün olacaktır.

Laseau'a (1937) göre tasarımda iki tür düşünme yöntemi bulunmaktadır. Bu yöntemlerden ilki ayrıntılara dikkat edilmeyen, hızlı ve bol seçeneklere sahipken ikinci yöntem ise dikkatli, detaylara önem veren ve aşamalı gelişen özelliklere sahiptir. Tasarımcı bu iki yöntemden birisine kendisini yakın hissetse bile iki yöntemden de faydalanabilir (Yaroğlu, 2000).

Tasarım sürecinde yer alan basamakların farklı bilim adamları tarafından tasarım kavramının tanımlanması konusundaki yorumların çeşitlendiği görülmektedir. Birbirlerinden farklı gibi görünen bu basamaklar aslında farklı noktalarda birbirlerini desteklemektedir. K. W. Norris tasarım sürecinde tanımlama, çözümleme, bireşim, iletim aşamalarının zaman içerisinde problem belirlenip son çizimlere dek ters orantılı bir soru cevap içerisinde geliştiğini öne sürmektedir. G. Guerra ise tasarım sürecinin bilgi toplama, yaratma ve geliştirme aşamalarından meydana geldiğini, bu aşamaların birbirini takip ettiğini ve her aşamanın bağlantılı olduğu alandan yararlanılarak açıklanabileceğini savunmaktadır. J. Luckman tasarım süreci için üç aşamayı ortaya koymakta, bu aşamaları da çözümleme, bireşim ve değerlendirme olarak nitelendirmektedir (Aksoy, 1975). B. Handler'e göre tasarım süreci mimarlık sistemi içerisinde yer alan bir alt sistemdir ve bu süreç kapsamında hedefler, performans standartları, zorunluluklar, uzmanlık bilgisi gibi girdiler yer almaktadır. Handler aynı zamanda tasarım sürecinde kavramlaştırma, programlama, çözümleme, seçim ve bütünleştirme işlemlerinin de yer aldığını ortaya koymuştur. Harris ise tasarım sürecini aşağıda yer alan aşamalardan meydana geldiğini belirtmiştir:

- Durum ve problem analizi,
- Seçeneklerin tasarlanması,
- Seçenek sonuçlarına yönelik tahminler,
- Karar ve seçim,
- Gerçekleştirme (Aksoy, 1975).

Asimov, tasarım süreci ile problem çözme sürecini diğer bilim adamlarına göre daha sade bir şekilde gözlemlemiş ve bu sürecin üç aşamadan meydana geldiğini öne sürmüştür. Asimov'a göre tasarım ve problem çözme süreci aşağıda yer alan aşamalardan oluşmaktadır.

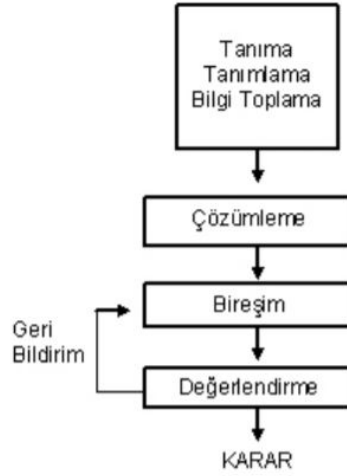
- Analiz,
- Sentez,
- Değerlendirme.

Asimov'un oluşturduğu şemaya göre problem ilk olarak analiz edilir, sentez aşamasına geçilir ve değerlendirme de yapılarak analize geri dönülüp problemin sağlanması gerçekleştirilir. Fakat bu model çeşitli araştırmacılar tarafından eksik olarak nitelendirilmiştir. Bu modele karşı çıkan araştırmacılar değerlendirmenin sürecin her

esnasında var olması gerektiği görüşünde birleşmektedir (Aksoy, 1975). Problem çözme süreci problemi doğrudan ve dolaylı ilgilendiren bütün konulardan veri alınması, bu verilerin uygun bir biçimde değerlendirilerek tasarım süzgecinden geçmesi ve temel probleme ulaşımın da sağlanmasıyla gerçekleşecektir. Bu kapsamda sorulacak doğru sorular belirlenmeli, tasarım elde edilen verilerden faydalanılarak sonuca bağlanmalıdır. Tasarım sürecini farklı disiplinlerde farklı biçimlerde ele almak mümkündür. Mimarlık disiplinlerinde problemi çözme sürecinin problemin belirlenmesi ve çözüme kavuşturulmasıyla gerçekleştiği görülmektedir. Bu kapsamda iyi tanımlanan ve iyi tanımlanmayan iki grup altında değerlendirilebilen tasarım problemi kimi zaman belirsiz özellikte gerçekleşebilir (Yaroğlu, 2000).

Problem tanımlanması, tasarım sürecinde tasarımcının performansı da göz önünde bulundurularak gerçekleşebilmektedir. Çevre analizini uygun biçimde gerçekleştiren tasarımcının, problemin tanımını da doğru şekilde yapması son derece olağan bir durum olarak değerlendirilmektedir. Tasarımın kâğıda dökülen ilk şekli tasarı olarak adlandırılır. Tasarımın zihinde yer alan düşüncenin kalemle elde edilen ilk sonuç olduğunu söylemek mümkündür. Belirli bir amaca yönelik gerçekleştirilen tasarımın çeşitli bölümlerinin kâğıt üzerinde yer aldığı çizimler ise tasarı olarak adlandırılmaktadır. Tasarım kavramıyla ilgili olan bu ifadelerin birbirlerinden ayıran özelliklerinin belirlenmesi gerekmektedir (Güngör, 2005). Bu kapsamda ilk olarak verilerin tespiti yapılmalı, veri tespiti yapılırken programlamadan da faydalanılması gerektiği göz ardı edilmemelidir. Burada tüm şartlar ve imkânların net bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Tasarımcı bu aşamada temel tasarım ilke ve elemanlarını meslekî birikimleriyle birleştirerek kullanmalıdır. Bu aşamada zihinde bir patlamanın gerçekleştiğini söylemek mümkündür. Tasarımcı bu noktada gerçeğe dönüştüremeyeceği fikirleri saf dışı bırakarak yapılması mümkün fikirler üzerinde yoğunlaşır. Fikirlerin belirli elemeye tabi tutularak sadeleştirildiği aşamada tasarımın meydana gelmeye başladığını söylemek mümkündür. Bu noktada tasarımcı kafasında sadeleştirdiği tasarılarını maket ya da çizim yoluyla oluşturmaya başlar. Elde edilmeye başlanan tasarıda geriye dönüş yapılarak gerekli düzeltmelerin yapılması mümkündür. Süreç boyunca tasarımın kontrolünün gerçekleştirilmesi son derece normal bir durum olarak değerlendirilir. Tasarımcılar bazı tasarımlarında tekrar düşünmeye başlayabilir ve daha önceden elediği veya önemsemediği bir fikri üzerine yoğunlaşabilir (Güngör,

2005). Yukarıda yalın bir biçimde yer alan tasarım aşamaları Şekil 1’de detaylı bir şekilde ele alınmıştır.



Şekil 1. Bilimsel Süreçteki Aşamalar

Kaynak: (Aksoy, 1975)

Şekilde yer alan aşamalar arasında yer alan gözlem ve varsayım işlemleri ile bu aşamaların süreç içerisindeki yerleri araştırmacılar arasında görüş ayrılıkları yaşanmasına neden olmuştur. Kimi araştırmacılar gözlem yapılmadan bir varsayıma ulaşamayacağını öne sürerken kimi araştırmacılar ise varsayım olmadan gözlem yapılmasının bilinçsiz bir davranış olacağını savunmuşlardır.

2.1.3. Tasarım İlkeleri

2.1.3.1. Balans

Artut dengenin, tasarım içerisinde yer alan bütün öğelerin gerekli düzeni oluşturarak dağılması olduğunu kabul etmektedir (Artut, 2004, s. 156). Dengenin aynı zamanda tasarım içerisindeki düzeni sağlayan kuvvetler eşitliği olduğunu söylemek de mümkündür. Denge, kompozisyon içerisinde yer alan ışık, gölge, yön ve renk gibi öğelerin birbirleriyle uyumlu olması sonucunda sağlanmaktadır. Dengenin sağlanmasını sağlayan bu elemanlar denge içerisinde farklı şekillerde yer alabilmektedir. Kuvvet ve yön grupları tasarım içerisindeki yere, renklere, form

yapısına ve yaygınlığa bağlıdır. Kuvvet gruplarının bu özellikler çerçevesinde birbirlerini dengelediği kabul edilmektedir (Say & Balcı, 2003, s. 36). Tasarım içerisinde herhangi bir bölümün ağırlıklı olmasından kaynaklanan bir dengesizlik söz konusu olduğunda bu dengesizliğe neden olan bölümün rengi, dokusu, yeri ve yönü gerektiği şekilde revize edilmeli veya diğer bölümlere dengenin sağlanması için yeni biçimler eklenmelidir (Deliduman & Orhon İstifoğlu, 2006, s. 35). Tasarımda dengenin sağlanabilmesi için zıtlıklardan sıkça faydalanılmalı, zıtlıkların tasarıma zenginlik katacağı unutulmamalıdır.

Tasarımda yer alan objenin denge ilkesine olan etkisi göz ardı edilmeyecek boyuttur. Büyük bir objenin daha küçük objeler aracılığıyla dengelenmesi mümkündür. Denge ilkesine göre farklı kalınlıktaki konturlara sahip olan obje, daha sade konturlarla elde edilen objeye göre daha ağırdır. Bu noktada dengenin sağlanması için renklere başvurulabilir. Koyu renklerin açık renklere oranla tasarım içerisinde daha fazla görsel ağırlık taşıdığı göz önünde bulundurularak sade konturlarla elde edilen objelerin koyu renklerle, farklı konturlara sahip olan objenin ise açık renklerle zenginleştirilmesi dengeyi sağlayabilir. Aynı şekilde küçük bir alanın koyu renkte olması ile büyük bir alanın açık renkte olduğu durumlarda da denge ilkesinden söz edilebilir. Tasarımda sıcak renklerin de soğuk renklere göre görsel ağırlıkları daha fazladır. Denge ilkesini etkileyen bir diğer unsur da renklerin ton farklılıklarıdır. Tasarımda yer alan bir biçime ait ton değeri zeminle birlikte oluşturduğu kontrastın güçlü olduğu durumlarda görsel ağırlıktan bahsedilebilir. Beyaz zemin üzerinde yer alan koyu tondaki bir yeşil rengi açık tondaki bir yeşile göre daha fazla görsel ağırlık sağlar.

Denge ilkesi incelendiğinde biçimlerin dokuları da göz ardı edilmemelidir. Biçim dokusu pürüzlü bir yapıya sahip ise burada şiddetli kontrastlıklar oluşabilmektedir. Pürüzsüz dokulardan meydana gelen biçimlerin pürüzlü dokuya sahip olan biçimlere oranla görsel ağırlıkları daha azdır. Tasarımda dengenin sağlanabilmesi için biçimlerin konumları da son derece önemlidir. Tasarım merkezine yakın konumlanan büyük boyutlu biçimler merkezden uzaktaki küçük biçimler ile denge içerisinde olabilmektedir (Öztuna H. Y., 2007, s. 26). Temel tasarımda denge, dört ana başlık altında incelenmektedir. Bunlar simetrik (bakışık), asimetrik (bakışimsız), yaklaşık simetrik ve radyaldır. Simetrik yani bakışık denge, eksen etrafında yer alan değerlerin simetrik olan düzenlenmesiyle elde edilir. Simetri ekseni yatay, düşey veya eğik

olabilir. Simetrik denge genelde tasarımda durağan bir etki yaratmasıyla öne çıkmaktadır (Güngör, 2005, s. 145). Devlet binalarının tasarımında simetrik dengeden bahsedilebilir. İktidarın görkeminin yüceltilmesi için kullanılan simetrik dengeden, hastanelerin tasarımında da faydalanılmaktadır. Bu gibi yapılarda simetrik dengenin yer almasındaki temel amaç, burada çalışan bireylerin etkileyici ve dengeli yapıda olduklarını ön plana çıkarmaya yöneliktir (Öztuna H. Y., 2007, s. 26). Fakat simetrik dengenin ilgi çekiciliğinin düşük olmasından dolayı bu denge türü, genel olarak sıkıcı olarak nitelendirilmektedir.

Birbirlerinden farklı olan objelerin görsel algılama esnasında eşit görsel ağırlıklarının bulunması veya eşit göz dikkati oluşturabilecek şekilde tasarlanmaları sonucunda ise ortaya asimetric denge çıkmaktadır. Asimetric tasarımların temel özelliği, izleyicilerdeki merak duygusunu tetiklemesidir. Sanatçı ve tasarımcıların birçoğu hareketi, rahatsızlığı ve enerjiyi görsel anlamda dışa vurmak için asimetric dengeden yararlanmaktadır. Asimetric denge kimi kaynaklarda dinamik gelirim veya dinamik denge olarak da tanımlanmıştır (Öztuna H. Y., 2007, s. 27). Kompozisyonun asimetric veya simetric dengeye dayalı olmasındaki temel ölçüt, tasarımın içeriği ve konusuyla ilgilidir. Asimetric ve simetric düzenlemeler yapılarak etkileyici sonuçların elde edilmesi olağan bir durumdur. Bu kapsamda kompozisyonun alt ve üst bölümünde bulunan unsurlar arasındaki etkileşim asla yok edilmemeli, tasarım içerisinde yer alan tüm görsel unsurlar bir merkez etrafında yer almalıdır. Bu şekilde tasarımın kendi içerisinde bir dengede olacağı bilinmektedir. Koyu renkli ve büyük boyutlu görsel öğelerin optik ağırlığı, açık tonlu ve küçük görsel öğelere oranla daha fazladır. Örneğin siyah-beyaz tonların ağırlıklı olduğu bir çalışmaya eklenen canlı bir renk, optik dengeyi üzerine çeker. Bu nedenle optik olarak dengelenen birçok tasarım izleyici açısından kimi zaman dengesiz olarak algılanabilmektedir (Becer, 2013, s. 66-67). Yaklaşık simetride hem asimetric dengenin hem de simetric dengenin özelliklerine rastlamak mümkündür. Yaklaşık simetric denge, az miktardaki asimetric ile zeminin her iki bölümünde de bulunan ve birbirlerine yakın olarak konumlandırılan objeler aracılığıyla elde edilir. İnsan yüzü asimetric dengeye verilebilecek en iyi örnektir. İnsan yüzünün iki yanı birbirine benzemektedir fakat iki yan birbirlerinin aynısı değildir (Öztuna H. Y., 2007, s. 28). Birbirine zıt olan güçlerin sezdirilen veya gerçek bir merkezi noktaya doğru yönelmesi veya bu noktadan etrafa doğru yayılması sonucunda gerçekleşen denge türü radyal denge olarak adlandırılır. Radyal denge aynı

zamanda bir tasarımda yer alan öğelerin merkez noktadan dışarıya doğru saçılması anlamı da taşımaktadır (Öztuna H. Y., 2007, s. 27). Radyal dengenin başlıca örnekleri gözbebeği çevresinde yer alan iris, papatyalar ve güneştir.

2.1.3.2. Ritim

Ritmin özünde tekrar ilkesi yer almaktadır. Tasarımda ritim, algının artırılması ve hareketin sağlanması için kullanılır. Ritim aynı zamanda elemanların zaman ve mekân içinde karmaşık ve düzenli bir şekilde kendini tekrar etmesidir (Özkan, 2007). Belirli aralıklarla tekrar eden tasarım öğeleri, tasarım içinde bir ifade oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Belirli aralıklarla gerçekleşen bu tekrar, kimi zaman lineer kimi zaman ise farklı şekillerde gerçekleşmektedir. Tasarım içerisinde tekrar eden öğeler ritim şekline göre kendi arasında farklılıklar gösterebilir. Tasarım kapsamında yer alan tekrarlar farklı şekillerde devam ederek de gerçekleşebilir. Bu noktada üzerinde durulması gereken temel faktör, izleyicinin ritmi hissedebiliyor olmasıdır. Bu nedenle tasarım içerisinde yer alacak farklılıklarda aşırıya kaçılmamalı, göz tasarımı algılamak zorluk yaşamamalıdır. Genel itibarıyla 3 tür tekrardan bahsetmek mümkündür. Bunlar tam tekrar, alternatif tekrar ve değişken tekrardır.

Tam tekrar türünde elemanlar arasında herhangi bir zıt durum ya da değişkenlik bulunmamaktadır. Bu nedenle tam tekrar monoton olarak açıklanabilir.

Alternatif tekrar türünde birbirini takip eden değişimler bir tekrar içerisindedir. Alternatif tekrar farklı tekrarların yinelenmesi sonucunda meydana geldiği için tasarıma önemli ölçüde hareket kazandırmaktadır. Son tekrar türü olan değişken tekrarda ise esas olan doğadaki düzendir. Gürer (1990), kar tanesinin altıgen yapısını ve şehir merkezine ışınal şekilde bağlanan caddeleri değişken tekrara örnek olarak göstermiştir (Zöngür, 2008).

Ritim etkisini sağlayan iki ana faktör öne çıkmaktadır. Bu faktörler öğelerin zaman ve mekân içindeki sürekliliği ile tekrar eden öğelerdir. Ritmi direkt olarak etkileyen süreklilik, bireyin bir mekân içerisinde yer alan belirli imgeleri birlikte algılayıp değerlendirebileceği zaman aralığında meydana gelmektedir (Kuban, 1992).

2.1.3.3. Tekrar

Tasarımda bir elemanın aynı özellikte veya benzer şekillerden birden fazla kullanılması tekrar olarak adlandırılır (Güngör, 2005). Tekrarın tasarımsal ve ritmik algıya yönelik arttırılması hareketin sağlanmasına katkıda bulunmakta; bu durum aynı zamanda zaman ve yere yönelik kısıtlamaların bir düzen içerisinde gözlemlenmesine neden olmaktadır (Özkan, 2007). Tasarım içerisinde tekrar edilen öğeler tasarımsal çizgide ifade edilme imkânı oluşturur. Genelde doğrusal bir düzende süren tekrarlar kimi zaman farklı doğrultularda da gerçekleşebilirler. Tasarım içerisinde tekrar eden öğeler ritmik kararları etkilemektedir. Tekrarlar arasında oluşabilecek farklılıklar ise düzene yönelik yapıya zarar verebilir. Tekrarların devamlılığı farklı şekillerde de gerçekleşebilir. Tasarımın temel unsurlarına seyircilerin olan algısı, hissedebilme ve okuyabilme yetileri aracılığıyla gerçekleşebilir. Bu nedenle farklılıklar uygulanacağı zaman abartıya kaçmamalı bireylerin algılama düzeyleri zorlaştırılmamalıdır. Tasarım içerisinde yer alan ritmik öğelere de tekrarın farklı biçimlerde uygulanabildiği görülmektedir. Tasarım içerisinde genellikle çift yönlü etkiye sahip olan unsurlar ritmik etki oluşturmaktadır.

2.1.3.4. Vurgu – Odak Noktası

Tasarımda yer alan vurgu kavramı, özenli kullanım aracılığıyla görsel önemin oluşturulması olarak açıklanabilir. Tasarımcılar birçok farklılıkları nedeniyle birbirlerinden ayrılırsalar da sıkıcı olmaktan dolayı yaşadıkları korku tüm tasarımcılarda hakîm olan bir duygudur. Tasarımcılar ortaya koyduklarıyla ilgi çekmek ve izleyiciye aktif bir rol verebilmek için odak noktasından faydalanırlar. Tasarımcılar vurgu aracılığıyla izleyicilerin dikkatini belirli öğelere doğru yönlendirirken odak noktasıyla da diğer öğeler üzerinde egemenlik sağlayan bir parçayı vurgulamaktadır. Tasarımda bulunan yüzeysel alan ilgi ve dikkati çekebilmek amacıyla çevresindeki öğelerden farklılaştırılmaktadır. Tasarımcı oluşturduğu bir kompozisyon ya da tekrar sayesinde göreceli önemi ön plana çıkarmak için çaba sarf edebilir (Öztuna H. Y., 2007, s. 36).

2.1.3.5. Hareket

Enerjide var olan devinim, hareket olarak adlandırılır. Varoluşun içsel, dışsal sınırsız ve sınırlı hareketlere sahip olduğu bilinmektedir. Varlık ve nesnelerin konumlarında yaşanan değişiklikler hareketin birer göstergesidir. Fiziksel, organik ve kimyasal hareketlerin tamamı mekanik hareketi oluşturmaktadır. Hareketin tasarımsal ortamda bulunduğu işlevsel konum ise pozların neden olduğu durağan dengedeki tasarımı sağlayan değişkenliğin meydana gelmesi ve bu değişkenliğin farklılaşmasıyla etkilidir (Artut, 2004, s. 155). Tasarımsal yüzeyde çizgi ve lekelerin bölünmesine dek statik bir biçimin varlığından bahsetmek mümkündür. Hareketin gerçekleşmesindeki temel amaç yüzeyin durağanlıktan kurtarılmasına yöneliktir. Ögelerin hareketleri kontrastlar dahilinde gerçekleşmektedir. Şekillerde yer alan yön ve sınır gözün pozisyonunda değişiklik oluşturarak biçimsel farklılıkları öne çıkarır (Bigalı, 1976, s. 187). Tasarım kapsamında yer alan ögeler zıtlık ve uygunluğa yönelik yapılan düzenlemelerle birlikte tasardaki algının görselliğini ve harekete ilişkin niteliği meydana getirir. Hareket, beyindeki merkezlere sürekli olarak uyarıcı etki gönderir. Böylece algısal derinlik ve dikkatin de devamlılık kazanması sağlanmaktadır. Algılayan tarafından tasarım bir bütün olarak ele alınır ve kalıcılık-derinlik bağlamı etkisini açığa çıkarır. Bu şekilde zihne ve bedene yönelik oluşturulan tasarımda harekete ilişkin faktörlerden bahsedilebilir (Atalayer, 1994, s. 118).

Tasarımın estetik yönü görsel hareket aracılığıyla açıklanmaktadır. Varlık ve nesnelere fizikî yapılarıyla birlikte ışığa, dokulara ve konturlara göre değişebilen biçimlerdeki titreşim ve etkileriyle algılanırlar. Tasarımsal ögeler aracılığıyla elde edilen hareketin tamamında görsel etkiler yer almaktadır (Atalayer, 1994, s. 117). Mimari, resim ve heykelin yapıları harekete elverişli değildir. Bu ögelerde bir izlenimden yola çıkarak hareketi anımsatan yöntemlerden faydalanılır. Sanattaki hareket unsurunun nitelikleri arasında yalnızca şiddet ve abartı yer almamaktadır. Plastik sanatların vazgeçilemeyecekleri arasında gölge ve ışıktan yararlanılarak elde edilen hacim sahibi parçalar yer alır. Aynı şekilde düzgün bir biçimde konumlanan eğri çizgilerin de harekete ilişkin etkenlerin ön plana çıkardığı gözlemlenmektedir. Eğik çizgilerin hareketi, paralel ve düz çizgilerin ise dinginlik temsil ettiği kabul görmektedir (Erdem, 2005, s. 8). Oluşturulan zıtlıklar aracılığıyla gerçekleşen etkiler, algısal pekiştirmeye neden olmaktadır. Yüzeye yönelen hareketlerde ise etki durgunluğa, eylemsizliğe ve

yavaşlığa yönelikken; eğri yönelen hareketler ise eylemliliği ve hızı ifade etmektedir (Atalayer, 1994, s. 20).

2.1.3.6. Harmoni

Boydaş'a (2007, s. 22-23) göre ahenk sanatsal eserlerde yer alan elemanlar arasındaki benzerliklerin vurgulanmasıdır. Yüzeysel değişiklikler ve tekrarlar aracılığıyla gerçekleşen yapısal elemanların tekrarı, ahengi meydana getirmektedir. İki zıtlık arasında orta biçimlerde oluşan ahengin, beyaz ve siyah zıtlıklarda gri yapıda olduğu gözlemlenmektedir. Kimi kaynaklar ise ahengi, ebeveyn ilişkisindeki çocuklara benzetmektedir. Atalayer'e (1994, s. 123) göre ahenk, akışkanlığı sağlamakla beraber büyük bir etkileyciliğe de sahip olan bir unsurdur.

Gürer (1990, s. 163-165) harmoninin, ortanca bir kararlılığın bir temsili olarak nitelendirmektedir. Harmoni kavramı için bahsedilen kararlılık, renk, biçim ve ölçüye bağlı olarak çeşitli konumlar üstlenebilmektedir. Bu noktada Gürer harmoni kavramı konusunda 3 ana unsura dikkat çekmiştir. Bunlardan ilki olan fonksiyonel harmoninin bünyesinde, birbirleriyle örtüşmeyen fakat birbirlerine etki eden yapılar yer almaktadır. Düzen ve şekil harmonisine ise genellikle tekstil alanına yönelik oluşturulan tasarımlarda karşılaşılmaktadır. 3. unsur ise karakter harmonisidir. Karakter harmonisi tamamlayıcı özelliği ile ön plana çıkmaktadır. Kabartma, süs ve motifler karakter harmonisi kapsamında ele alınmaktadır.

2.1.3.7. Birlik

Kompozisyonda bir birlikten bahsedilebilmesi için ilk olarak tasarım genelinde bir dengenin olması gerekmektedir. Birlik ilkesinin amacı, izleyicinin kompozisyonunun tamamını parçalardan daha önce algılayabilmesidir. Kompozisyonda birlik ilkesinin sağlanabilmesi için tasarımda yer alan bütün unsurlar birbirleriyle bağlantılı olmalıdır. Zıtlık, tekrar ve egemenlik gibi tasarım ilkesi aracılığıyla sağlanabilen birlik ilkesi, hareketsiz birlik, hareketli birlik ile fikir ve üslup birliği olarak üç ana başlık altında toplanır. Esmen Cıvcır bu üç ana başlığı aşağıdaki gibi açıklamaktadır:

Hareketsiz birlik: Tasarıma ait kompozisyon geometrik bir düzen ile elde edilmişse ve bu geometri tasarımın tamamına hakîmse hareketsiz birlikten söz edilebilir. Hareketsiz birlik türü etkili ve kararlı yapıdadır (Civcir, 2015, s. 393).

Hareketli birlik: Bir birliğin hareketli sıfatını kazanabilmesi için bünyesinde hareketli yapıların yer alması gerekmektedir. Şehirlerin yapısında yaşanan büyüme hareketli birlik kapsamında değerlendirilebilir (Civcir, 2015, s. 395). Eğer tasarım iki boyutlu ise o çalışmada hareketli birliğin sağlanması kolay değildir. Kompozisyon içerisinde yer alan unsurlar izleyicilere hareketli izlenimi sunsa dahi gerçek bir hareketli birlikten bahsetmek mümkün olmayacaktır.

Fikir ve üslup birliği: Bu birlik türü kompozisyonu meydana getiren bütün öğelerin aynı üslup ve aynı fikir kapsamında kurgulanması sonucu oluşmaktadır (Civcir, 2015, s. 397). Tasarımda bütünlük ilkesinin temel amacı, izleyicilerin yarım kalmışlık düşüncesinden uzaklaşmalarına yöneliktir. Bütünlük ilkesinin sağlanabilmesi için ilk olarak birlik ilkesinin var olması gerekmektedir. Eric Grzymkowski, izleyicinin eserde yer alan öğelere göre yorumlandığı için bütünlük ilkesinin öznel bir nitelikte olduğunu savunmaktadır (Grzymkowski, 2017, s. 121). Bütünlük ve birlik ilkesi, birbirlerinden beslenen iki ilkedir. Birlik ilkesinin bulunmadığı yerde bütünlük ilkesinden bahsetmek mümkün değildir. Aynı zamanda bütünlük ve birlik ilkelerinin amaçları da birbirleriyle oldukça benzerdir. İki ilkenin de temel amaçları kompozisyonu meydana getiren parçaların birbirleriyle bağlantılı olması ve izleyiciye tamamlanan bir tasarımın sunulmasıdır.

2.1.3.8. Proporsiyon (Oran)

Oran kavramını bazı araştırmacılar tasarım ilkesi olarak kabul ederken kimi araştırmacılar ise oranın tasarımın bir ögesi olduğunu savunmaktadır. Oran başlığı altında perspektif ve altın oran konuları da ele alınacaktır. Oran, perspektif ve altın oran temel sanat eğitimindeki matematiksel konular olarak göze çarpmaktadır. Bu üç kavram mercek altına alındığında yalnızca matematik ile bağlantılı olmadıkları, açılarla da iç içe oldukları görülmektedir.

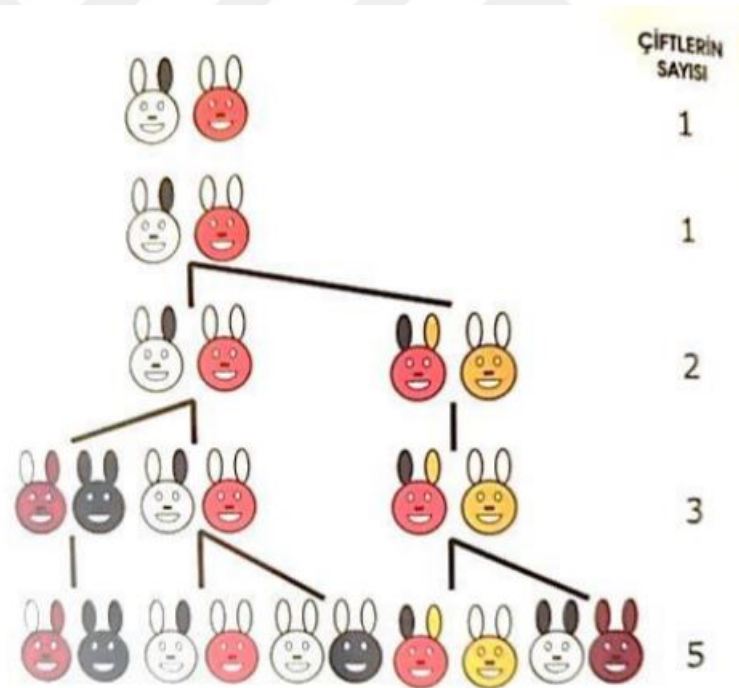
Levent Mercin ve Ali Osman Alakuş, bir parçanın diğer parçalarla ve dolayısıyla bütün ile olan ilişkisini oran olarak tanımlamaktadır. Oran aynı zamanda bir varlığın gerçek boyutları göz önünde bulundurularak kaleme alınmasıdır (Alakuş & Mercin, 2011, s. 125). Çizim ve tasarımlarda oran kavramı ihmal edildiğinde eserleri gözlemleyenler bu durumdan rahatsız olacaklardır. Parçaların birbirleriyle ve eserin tamamıyla kuracağı ilişki, izleyici tarafından fark edilecek başlıca etmenlerdir. Perspektif, oran ve altın oran kavramları hakkında bilgi sahibi olan tasarımcılar, sanat ve matematiğin iç içe olduğunun bilincindedirler.

Altın Oran: Altın oran kavramı genel olarak “güzel olma kuralı” olarak zihinlerde yer edinmiştir. Altın oran aynı zamanda üçte bir kuralı, altın kesit ve altın bölüm olarak da adlandırılmaktadır. Doğada yer alan pek çok canlı ve cansız varlık var olan altın oran, geometrik bir yapıya sahiptir.

Altın orandan ilk kes Öklid’e (M.Ö 325 – M.Ö 265?) ait “Elementler” adlı eserde bahsedildiğini dile getiren Prof. Dr. Fikri Akdeniz, altın oran kavramıyla ilgili çalışmalara Eski Mısır zamanında karşılaştığını belirtmektedir. Altın oranı Eski Yunan dünyasına tanıtan ismin ise Pisagor (M.Ö 569-475) olduğu kabul edilmektedir. Altın oran kavramı ile ilgili ele alınan ilk kitap ise 1519 yılında basılan ve Luca Pacioli imzası taşıyan “De Divina Proportione” isimli eserdir (Akdeniz, 2007, s. 9).

Altın oran en temel şekilde bir doğrunun eşitsiz iki parçaya bölünmesi sonucu elde edilen iki parçanın birbirleriyle ve bütün nesneyle olan oranının eşitliği şeklinde açıklanabilir. Sanat tarihi kapsamında ele alınan birçok eserde altın beşgen, altın sarmal ve altın yıldız gibi çeşitli altın oranlı öğelerin yer aldıkları gözlemlenmiştir. Fakat temel sanat eğitimi alan bir tasarımcıdan tüm bunlara eserinde yer vermesi beklenemez. Eserlerdeki örnekleriyle sıkça karşılaşılan altın orana sahip geometrik öge Fibonacci dörtgenidir. Fibonacci 1202’de tavşanların ne kadar sürede yavruladıklarını belirlemek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiş, bu araştırma sonucunda bazı sayısal veriler elde etmiştir. Bu veriler kapsamında belirli bir alana konulan yeni doğan bir erkek tavşan ile dişi bir tavşanın yılsonunda kaç yavru sahip olacakları incelenmiştir. Fibonacci imzası taşıyan bu çalışmanın aşamaları şu şekildedir:

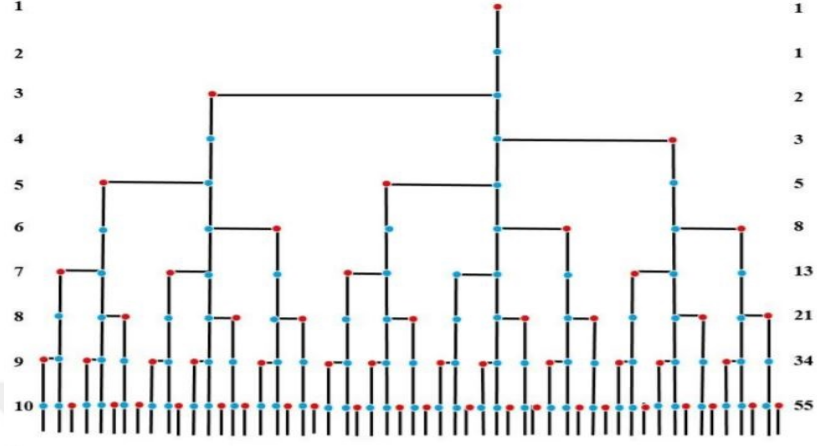
1. Bir dişi ve bir erkek tavşan bir odaya yerleştirilir. İlk ayın sonunda iki tavşan çiftleşir. İlk ayın sonunda odada bir çift tavşan bulunmaktadır.
2. İkinci ayın sonuna gelindiğinde dişi tavşan bir erkek ve bir dişi olmak üzere bir çift tavşan dünyaya getirir. Geçen süre zarfında belirlenen alanda toplamda iki çift tavşan bulunmaktadır.
3. Üçüncü ayın sonuna geldiğinde odaya ilk yerleştirilen tavşan yeni bir çift tavşan doğurur. Dolayısıyla gözlem altına alınan alanda üç çift tavşan bulunmaktadır.
4. Dördüncü ayın sonunda odaya ilk yerleştirilen dişi tavşan bir çift tavşan daha dünyaya getirir. Bu ayın sonunda iki ay önce doğan tavşan da ilk çiftini doğurur. Geçen zaman sonunda odada toplam 5 çift tavşan yer almaktadır (Akdeniz, 2007, s. 44).



Şekil 2. Fibonacci Tavşan Deneyi

Kaynak: (Akdeniz, 2007, s. 46)

Onuncu ayın sonuna gelindiğinde belirlenen alandaki tavşan çifti sayısı 55'tir. Tavşan çifti sayısı 11. ayın sonunda 89, 12. ayın sonunda ise 144'e ulaşacaktır (Akdeniz, 2007, s. 47).

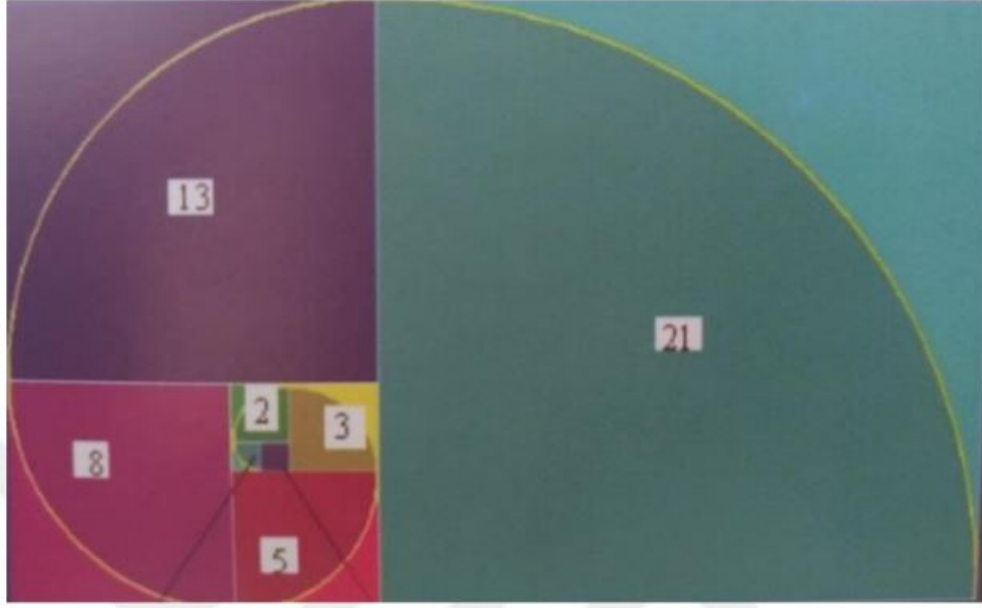


Şekil 3. Fibonacci Tavşan Deney Sonuç Tablosu

Kaynak: (Akdeniz, 2007, s. 47)

Yukarıda ifade edildiği şekilde oluşan Fibonacci sayılarından, altın dikdörtgenin elde edilmesinde yararlanılmaktadır. Altın dikdörtgen çizilirken kenar uzunluğu 1 birim olan ve birbirine bitişik olan iki kare ve bu karelerin üzerine de kenar uzunluğu iki birim olan bir kare çizilir. Bu işlem sonucunda üç kare ile kenar uzunlukları sırasıyla iki ve üç birim olan dikdörtgen elde edilir. Bu şekillerin sağına kenar uzunlukları 3 birim olan kare çizildiğinde ise yeni karenin kenar uzunluğu, kendisinden önce yer alan iki karenin kenar uzunluklarının toplamına eşit olmaktadır. Çizilen şekillerin artında kenar uzunlukları 5 birim olan bir kare daha eklendiğinde ve şekil bu örüntü kapsamında sürdürüldüğünde Fibonacci dörtgeni elde edilmiş olur (Akdeniz, 2007, s. 21).

Estetik bir kompozisyon elde etmek amacıyla kullanılan ve özel bir yapıya sahip olan altın dikdörtgenin içerisinde yer alan sarmal altın sarmal olarak adlandırılmaktadır.



Şekil 4. Altın Dikdörtgen ve Altın Sarmal

Kaynak: (Akdeniz, 2007, s. 47)

Günümüze dek yapılan gözlemlerde altın oran eğitimi alan bireylerin, kurdukları kompozisyonların daha sistemli ve daha estetik oldukları sonucuna varılmıştır. Altın orandan faydalanan tasarımcıların çalışmalarını matematik korkusu olmadan sürdürdüklerini söylemek de mümkündür.

Perspektif: Perspektif kavramı, temel olarak “bakış açısı” şeklinde tanımlanabilir. Perspektif aynı zamanda izleyici, mesafeler ve nesnelerin içerisinde yer aldığı üç boyutlu dünyanın iki boyuta aktarılmasını sağlayan bir bütündür. Perspektif kelimesinin Latince “Perspectiva” kelimesinden günümüze gelmiştir ve asıl anlamının “içinden bakmak” olduğu belirtilmektedir (Panofsky, 2017, s. 9).

John Berger’a göre perspektif geleneği Avrupa sanatına Rönesans döneminin başlarında yerleşmiştir. Berger perspektifi bakan kişinin görüş açısına göre elde edildiğini kabul ederken bu durumu aynı zamanda deniz fenerinden etrafa yayılan ışığa da benzetmiştir (Berger, 2017, s. 16).

Mekân içerisinde ya da bir yüzeyde yer alan nesnelerin izleyiciye yakın ya da uzak olduğunda bu durum iki yöntemden yararlanarak gösterilebilir. Bu yöntemler örtme yöntemi ve ayrıntı yöntemidir.

- **Örtme Yöntemi:** Bu yöntemde bir yüzey üzerinde ya da mekânda bulunan nesnelere büyük olanlar önde, küçük olanlar ise arkada olarak algılanmaktadır. Örtme yöntemi kimi kaynaklarda “Dereceleme Prensi” olarak da adlandırılır.
- **Ayrıntı Yöntemi:** Bu yöntem kapsamında ayrıntılı çizilen öğeler, ayrıntısız veya daha az ayrıntılı çizilen öğelerden daha önde algılanmaktadır. Bu yöntem aynı zamanda “Ayrıntılı Gösterme İlkesi” olarak da adlandırılmaktadır (Işingör, Eti, & Aslıer, 1986, s. 34)

Perspektif renk perspektifi (hava perspektifi) ve çizgi perspektifi olmak üzere iki sınıf altında kabul edilmektedir. Renk perspektifinde güçlü, doymuş ve sıcak renkler yakın izlenimi oluşmasını sağlarken, doymuş, nötr ve soğuk renkler ise izleyicide uzaklık izlenimi oluşturur (Çellek & Sağocak, Temel Tasarım Sürecinde Yaratıcılık, 2014, s. 102). Çizgi perspektifinin tek kaçışlı, çift kaçışlı, üç kaçışlı, negatif perspektif, açısız perspektif ve ters perspektif (Çellek & Sağocak, Temel Tasarım Sürecinde Yaratıcılık, 2014, s. 113) olmak üzere farklı çeşitleri vardır. Bu perspektiflerden en fazla tek kaçışlı, çift kaçışlı ve üç kaçışlı perspektifler kullanılmaktadır.

Perspektif çizimin yapılabilmesi için ilk olarak ufuk çizgisine ihtiyaç vardır. Ufuk çizgisinin çizilmesinin ardından bakış noktası belirlenir. Bakış noktası bakış açısının yanı sıra bakış yüksekliğini de belirlemektedir.

Varlık ve nesnelere çok yakından inceleyip çizim yapıldığında elde edilen tasarımın deforme olduğu görülmektedir. Bu duruma gözün algılama yüzeyinin küresel yapıda olmasına rağmen çizim yapılan yüzün düz olması neden olmaktadır. Belirtilen bu durum “deformasyon çemberi” olarak tanımlanmaktadır (Canbulat, 2014, s. 17).

Dünyanın sınırı olarak algılanan, deniz manzaralarında gökyüzü ile denizi ayıran çizgi ufuk çizgisi olarak adlandırılır. İç veya dış mekânlarda ufuk çizgisi, gözün hizasından geçtiği kabul edilen çizgidir. Kalem alınacak manzara dağ gibi izleyiciden yüksek ise ufuk çizgisi çizim yüzeyinin alt kısmına çizilir. Eğer çizilecek şekiller gözlemcinin

altında yer alıyorsa ufuk çizgisi yüzeyin üst bölümüne konumlandırılır (Canbulat, 2014, s. 23).

Rönesans döneminin mimarlarından olarak kabul edilen Brunelleschi (1377-1446) ağaçlardan uzaklaştıkça onların daha küçük göründüğünü resmederek perspektif kurallarının matematiğini de ortaya koymuştur (Canbulat, 2014, s. 12). Bu dönemden itibaren perspektif çizimler birçok eleştiriye maruz kalmıştır. Perspektif ilk ortaya çıktığı dönemlerde cisimlerin gerçek ölçülerinin çarpıtıldığına dair yorumlar öne çıkarken günümüzdeki eleştiriler ise perspektifin sınırlandırıcı yapıda olmasına yöneliktir (Panofsky, 2017, s. 56). Bu gibi eleştirilerin yanı sıra perspektiften, dini çizimlerde sıkça kullanılmıştır. Dini içeriklerde perspektifin kullanılması simgesel ve dogmatik alanı da devre dışı bırakmıştır. Perspektif eğitimi alan bireyler imgesel dünyayı gerçek dünyaya paralel hale getirebilecek yeteneğe sahip olmaktadır. Aynı zamanda perspektifle iç içe olan kişilerin çevrelerine bakma şekilleri de daha dikkatli yapıda gerçekleşecektir.

2.2. Grafik Tasarım

2.2.1. Grafik Tasarımın Tanımı

Görmek eylemi “bakmak” eyleminden zihinsel bir süreç olmasıyla ayrılmaktadır. İnsanların en büyük yetilerinden biri gördüğünü algılaması ve onu anlamlandırmasıdır. İnsanoğlu sahip olduğu görme yetisini zamanla geliştirmiş, görsel sembollere çeşitli anlamlar yüklemiştir. Bu sayede ortaya yeni bir iletişim biçiminin çıktığını söylemek de mümkündür. Günümüzde piyasada yer alan ürün ambalajlarının neredeyse tamamında yazılı materyaller görsel öğelerle desteklenmektedir. Yazıya ek olarak görselliğin de ambalajlarda yer alması iletişimin etkililiğini sağlamaktadır. Görsel materyallerin algılama ve öğrenmeye olan olumlu etkileri, tartışmaya kapalı konumdadır.

Grafik tasarımı görsel bir iletişim sanatı olarak nitelendirmek mümkündür (Becer, 2013). Grafik tasarım, tasarımcının özgün biçimlendirmesi sonucunda elde edilen eserin kitle iletişim araçlarında kullanılması ve bilgi iletilmesinin amaçlandığını; yazı, çizgi ve resimlerin yer aldığı tasarımların tümüdür (Sözen & Tanyeli, 1992). Grafik

tasarımın temel hedefi, iletilmek istenen mesajın estetik, açık ve ekonomik bir biçimde hazırlanmasıdır.

Görsel unsurları ve sözcükleri görsel bir iletim oluşturacak şekilde düzenleyen bireyler, grafik tasarımcı olarak adlandırılır. Grafik tasarımcılar çalışma içerisindeki görsel organizasyonu algılayarak o organizasyonu gerekli şekilde yapılandırır. Grafik tasarımcı aynı zamanda ürünün sunulduğu ortamda ulaşılabilir ve çekici unsurları bir araya getirerek karşı tarafa sunmalıdır. Tasarımın çekiciliği ne kadar fazla olursa olsun istenilen mesajı iletmiyorsa o tasarımın bir anlam taşıdığı söylenemez. Tasarımcı bu kapsamda hem biçim düzenleyici hem de mesaj aktarıcı rolündedir. Grafik tasarımcıları aynı zamanda mesaja görsel biçim ekleyen kişiler olarak da tanımlamak mümkündür (Becer, 2013).

Grafik tasarım yapısı itibariyle görsel algılamaya yönelik gerçekleşmektedir. Grafik tasarımının temel fonksiyonları, bir hizmet veya ürün hakkında bilgi vermek, bir mesajın iletimini sağlamaktır. Grafik tasarımcılar bu hizmetleri yerine getirirken sunum olanaklarından meydana gelen bazı problemlerle karşı karşıya kalabilmektedir. Bu kapsamda grafik tasarımcılarının çağdaş ve dinamik olmaları, teknolojik yeniliklerden uzak kalmamaları gerekmektedir. Grafik tasarımcı eğer işini başarılı bir şekilde sürdürmek istiyorsa, zihin ile nesnelere arasındaki çağrışım ilişkisine de hakîm olmak zorundadır.

Çağrışım ilişkisinin temel dayanak noktasında benzeşme ilkesi yer almaktadır. Tasarımda kullanılacak nesnelere, psikolojik ve kültürel öğelerle desteklendiğinde hedef kitleye iletilecek mesajın yapısı daha güçlü olacaktır (Uçar F. T., 2004, s. 61-65). Grafik tasarım genel itibariyle görselliğe dayansa da içerisinde yer alan unsurlar ve bu unsurların üstlendiği görsel kodlar, tasarım içerisinde önemli roller üstlenmektedir. Grafik tasarımcı tasarımının başarılı olarak nitelendirilmesi için ürününü hem bütün olarak hem de bileşenleriyle birlikte ele almalı ve bu kapsamda tasarım ilkelerini de ihmal etmemelidir.

Günümüzde görsel öğelerin hedef kitleye nasıl ulaştırılacağı ve ne biçimde kullanılacağı konusu üzerinde duran tasarımcılar için, tasarım, görsellik ve iletişimi kapsayan görsel iletişim tasarımı adında yeni bir alan oluşmuştur. Görsel iletişim

tasarımının uygulama alanı oldukça geniş olup, oyun tasarımı, tanıtım, kurumsal kimlik, reklam ve ambalaj tasarımı gibi pek çok faaliyet bu yeni kapsama alanı altında yer almaktadır. Görsel iletişim tasarımcılarının amacı, mesajın tasarım yöntemlerinden yararlanılarak imgeler aracılığıyla hedef kitleye aktarılmasıdır (Ekim, 2011).

2.2.2. Grafik Tasarımın Tarihsel Gelişimi

Tarih öncesi dönemlerden beri iletişimi açık ve düzenli bir biçimde sürdürmek isteyen insanoğlu, sürekli olarak kavram ve düşüncelere görsel bir yapının kazandırılmasını amaçlamıştır (Meggs & Purvis, 2012, s. 8). Günümüze gelene kadar insanlık, iletişim alanında oldukça fazla yol kat etmiştir. İletişimin gelişmesiyle birlikte görsel iletişim imkânlarında da önemli gelişmeler yaşanmıştır Eski Avrupalılar ve Afrikalılar Paleolitik çağ ile Neolitik çağ arasındaki dönemde yaşadıkları mağaralara çeşitli resimler çizmiştir (Meggs & Purvis, 2012, s. 7). Bu sayede insanlığın binlerce yıl önceden beri iletişim kurarken çeşitli tasvir ve göstergelerden faydalandığını söylemek mümkündür. Mağara duvarların yer alan işaret ve resimler gün geçtikçe soyut sembollere dönüşmüş, insanlar arasında iletişimin sağlanmasında bu semboller önemli roller üstlenmiştir. Tarih boyunca pek çok dönüm noktası, bu dönüm noktalarını da etkileyen farklı buluş ve gelişmeler bulunmaktadır. Tarihteki en önemli dönüm noktalarından birisi yazının bulunmasıdır. Düşünce yazısı olarak adlandırılan ve geometrik şekillerin yan yana getirilmesiyle elde edilen bu yazı türü, düşüncenin açıklanmasına yönelik gerçekleştirilen ilk çalışmalardandır. Düşünce yazısı gün geçtikçe farklı bölgelere yayılıp, pek çok aşamadan geçmiştir. Yazının bulunması ve yazının gelişim evrelerinde önemli rol oynayan Mısır yazısı ve Çin yazısı da yazının gelişip kullanımının yaygınlaşmasına doğrudan katkı sağlamıştır (Jean, 2002, s. 12, 52). Görsel özelliklerin gün geçtikçe soyut bir yapıya kavuşması ve sembollerini dönüşmesiyle birlikte yazı özgün yapısına kavuşmuştur. İnsanlığın geçirdiği kültürel evrimin ardından yazı, düşüncelerin aktarıldığı bir somutlaştırıcı gösterge bütünü haline dönüşmüştür.

Bilinen ilk alfabetik yazı Fenike Uygarlığı'na aittir. M.Ö. 1500'lerde kavramların resimleştirilmesi sonucunda elde edilen bu alfabede, seslere çeşitli işaretlerin eklendiği görülmektedir (Meggs & Purvis, 2012, s. 25).

Yazının gelişmesiyle birlikte insanlar, yeni yöntemler geliştirerek yeni anlatım olanakları oluşturmuştur. Aynı zamanda iletilen mesajın diğer bireylere ulaştırılabilmesi için örneklerin çoğaltılması gerekliliği gün yüzüne çıkmıştır. İletişimin sağlanması için kil tabletlerden, ağaç kabuklarından ve düzleştirilen derilerden faydalanan insanoğlu, bu sayede bilgileri gelecek nesillere aktarabilmiştir. Yazıların yazıldığı bu ürünlerin saklanması ve temin edilmesinin zor olması insanları yeni bir buluşa itmiştir. Bu noktada kâğıt üretilmesi ve kullanılması, insanlığın işini kolaylaştırmış ve iletişim alanını genişletmiştir. Kâğıt üretimi ile baskı teknikleri, birbirinden ayrılmayacak kadar ilişkili iki unsurdur. Çin’de uygulanan hareketli ahşap harflerden meydana gelen baskı sisteminin geliştirilmesine ek olarak Johann Gutenberg’in de değiştirilebilir metal hurufatı keşfetmesi matbaa alanında yeni bir sayfa açmıştır. Bu uygulama sayesinde harf kalıpları tekrar ayrılıp kullanılmasına zemin hazırlanmış, Gutenberg bu sayede baskının mekanikleştirilmesini sağlayan kişi olarak tarihe geçmiştir (Jean, 2002, s. 94-95). Gutenberg’in keşfi sayesinde baskı sayılarında artış olmuş, kitap üretimi de hız kazanmıştır (Eskilson, 2007, s. 14-15). Matbaa alanında kaydedilen bu yenilikle birlikte Avrupa başta olmak üzere dünya genelinde kitapların çoğaltılması daha kolay bir şekilde gerçekleşmiştir. Yazı ve resimlerin düz bir taşta çizildikten sonra kâğıda aktarılmasına dayalı olan litografi yönteminin de keşfedilmesiyle resimlerin büyük boyutlarda üretiminin gerçekleştirilmesi önündeki engel kaldırılmıştır. Yaşanan gelişmelere ek olarak dizgi makinelerinin de icat edilmesiyle birlikte kitap, dergi ve gazetelerle birlikte afiş üretimi de hız kazanmıştır (Weill, 2007, s. 12-13). Matbaa icadının ardından baskı teknolojisinde yaşanan gelişmeler yeni arayışlara zemin hazırlamıştır. Matbaa sayesinde yeni zanaat uğraşlarıyla birlikte çeşitli meslek grupları da ortaya çıkmıştır. Bu meslek grupları aynı zamanda grafik tasarımın gelişmesine de doğrudan veya dolaylı olarak katkıda bulunmuştur. Matbaanın icadıyla birlikte ortaya çıkan bu meslek gruplarına yazı ustaları, ciltleme ustaları, ressamlar ve makineleri kullanan ustalar örnek olarak gösterilebilir.

Sanayi devrimini ardından yaşanan gelişmeler, ekonomik ve sosyal alanda birçok köklü değişikliklerin yaşanmasına neden olmuştur. Sanayi devriminin ardından yaşanan teknolojik gelişmeler tarım toplumundan endüstri toplumuna geçişi kolaylaştırmış, buharlı makinelerin icat edilip geliştirilmesi de bu geçişi hızlandırmıştır. Buharlı makinelerin icadıyla birlikte başlayan mekanik üretim süreci,

fabrikaların artmasını sağlamış fabrikaların artması da şehirlerin büyümesine imkân yaratmıştır. Dünya genelinde değişime neden olan bir diğer olay da Fransız devrimidir. Bu devrimle birlikte eşitlik düşüncesi dünya genelinde yaygınlaşmış, okuryazarlık oranlarında önemli ilerlemeler kat edilmiştir. Okuryazarlığın artması da kitap ve diğer yazılı yayınların üretimine zemin hazırlamıştır. Bu gelişmeler grafiğin ve grafik tasarımının gelişmesine önayak olurken, bilgi akımının hız kazanması da kitle iletişim çağının başlamasına neden olmuştur (Becer, 2013, s. 96).

Sanayi devriminin ardından neredeyse tüm alanlarda yaşanan gelişmeler ve makineleşme, toplumların yaşam biçimlerini doğrudan etkisi altına almıştır. Grafik tasarım alanının da gelişmesinde önemli rol oynayan buluşlardan birisi fotoğrafın bulunmasıdır. Fotoğrafın bulunmasının ardından baskı tekniklerinde de yaşanan yenilikler, yeni bir görsel anlatım şeklinin oluşmasını sağlamıştır. Günümüzde de teknolojik gelişmeler çeşitli sunum ve anlatım imkânlarını beraberinde getirmiş, bu imkânlar görsel iletişimin dinamik bir şekilde etkilemiştir. Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler kendisini en çok bilgisayar alanında göstermektedir. Bilgisayar, tarayıcı, yazıcı gibi donanımlar ve bu donanımlara yönelik geliştirilen yazılımlar, masaüstü yayıncılık teknolojisinin oluşmasına sebebiyet vermiştir (Becer, 2013, s. 122). Böylece bilgisayar üzerinden tasarım yapılması ve tasarımların baskı haline getirilme süresi oldukça kısalmıştır. Dünya genelinde birçok çoğaltım tekniği bulunmakta ve bu teknikler gün geçtikçe geliştirilmektedir. Yaşanan gelişimde ihtiyaçlara cevap aranması esas alınmaktadır. Çağımızda yaşanan gelişmelerle birlikte internetin de yaygınlaşması dünyanın bir iletişim ve paylaşım ağı ile örülmesini sağlamıştır. Bu ağ sürekli yenilenmekte ve gelişmektedir.

İletişim araçlarıyla görsel iletişim arasında güçlü bir bağ bulunduğundan bahsetmek mümkündür. Görsel iletişim günümüzde hemen hemen herkese hitap etmektedir ve insan yaratıcılığının etkisi altındadır. Her alanda yaşanan teknolojik gelişmeler grafik tasarım üretim tekniklerini de etkilemekte, grafik tasarım bu yeniliklerden sürekli olarak beslenmektedir.

2.2.3. Grafik Tasarımın Önemi

Günümüzde grafik tasarım ürünleriyle günlük hayatın her alanında karşı karşıya kalınmaktadır. Değişen yaşam şartlarıyla birlikte grafik tasarım modern hayatın bir gerekliliği haline gelmiştir. Grafik tasarımın izleyicide görsel algı oluşturmak, sanat aracılığıyla eğitmek, toplumu bilinçlendirmek, pratik çözümler sunmak, görsel iletişimi güçlendirmek ve beğeni düzeni oluşturmak gibi birçok işlevi bulunmaktadır. Günlük hayatta grafik tasarım örnekleriyle düğün davetiyesinden çizgi filmlere, tanıtım afişlerinden dizi jeneriklerine kadar pek çok alanda karşılaşılmaktadır. Birçok sektörde grafik tasarım örneklerinin yer alması, grafik tasarımın var olan önemini arttırmaktadır.



Şekil 5. McDonald's Logosu – Stanley Meston

Kaynak:(<https://www.thesun.co.uk/living/2788320/theres-something-strange-about-the-mcdonalds-logo-which-youve-probably-never-noticed/>)

Modern çağda grafik tasarım bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitelikli grafik tasarım ürünleri bireyler üzerinde bıraktığı iz tartışılmayacak düzeydedir. Örneğin nerede yaşarsa yaşasın ve hangi sektörde yer alırsa alsın günümüzde birçok insan Apple ve MC Donald's gibi markaların logosunu tarif edebilir ve reklamları hakkında bilgi verebilir (Şekil 5 ve 6).



Şekil 6. Apple Logosu - RobJanoff (1977)

Kaynak:(<https://carwad.net/apple-logo-outline>)

Günümüzde faaliyet gösteren bütün kurumsal firmalar kullanıcılara sundukları ürünlere olduğu kadar pazarlama ve reklam etkinliklerine de önem vermektedir. Bütün sektörlerde yer alan firmalar, tanıtım ve reklam alanına önemli yatırımlar yapmakta, bu şekilde müşterileriyle etkili bir iletişim kurma gayreti göstermektedir. Günümüzde grafik tasarımın her alanda var olması, grafik tasarımın toplum üzerindeki etkisinin son derece fazla olduğunun bir göstergesidir. Bu noktada grafik tasarımcılarının dikkate aldıkları durum, ürünlerinin topluma ne derecede hitap ettiğiidir. Bir grafik tasarım ürününün toplum üzerindeki etkisi ne kadar fazla olursa, o ürün ve tasarımcı o kadar başarılı kabul edilmektedir. Buradan aynı zamanda grafik tasarımın bir iletişim aracı olduğu da ortaya çıkmaktadır.

2.2.4. Grafik Tasarımın Elemanları

Sanat eserlerinde yer alan ve plastik elemanlar olarak adlandırılan renk, çizgi, biçim, doku, değer ve ışık-gölge gibi öğeler eserin hissedilen ve görülen somut yapıdaki unsurlardır. Eserin kapsamında bulunan ve kompozisyon olarak adlandırılan alan ise bu somut unsurların yer aldığı alandır (Altıntaş, 2007, s. 10). Tasarımcı, eserinde somut eserlerinin kimi zaman birisinden kimi zaman ise tamamından faydalanabilir.

2.2.4.1. Renk

Işığın bir cisme çarpıp daha sonra yansıma yoluyla gözde oluşturduğu yansıma renk olarak adlandırılır. Orhan ve Gence'ye (2006, s. 47) göre renk, farklı cisimlerden yansıyıp göze gelen ışınların görsel olarak oluşturduğu bir duygudur. Renk herkes tarafından eşit değerlendirilecek, algılanabilecek ve sevilecek bir unsur değildir. Bu noktada rengi, bir algı olarak da tanımlamak mümkündür. Işıkla birlikte var olan renkler, insanlar üzerinde çeşitli duygular uyandırabilmektedir. Bu duygular kimi zaman genellenebilir iken kimi zaman ise kişisel yapıdadır. Genellenebilir duygular içerisinde sıcak renklerin uyarıcı, soğuk renklerin ise dinlendirici ve gevşetici olması örnek gösterilebilir. Renklere yönelik oluşan tepkileri etkileyen bir başka faktör ise dalga boylarıdır (Becer, 2013, s. 57). Renklerin bireyler üzerinde oluşturduğu birçok psikolojik etki bulunmaktadır. Sahip oldukları fiziksel yapıları nedeniyle renkler, insanlar üzerinde farklı algıların oluşmasına neden olmaktadır.

Renklerin tamamının farklı dalga boyuna sahip olması, görülebilirliklerinin de farklı olmasına neden olur. Parlak kırmızı ve parlak turuncu gibi renklerin dalga boyu uzun olup, oluşturdukları sıcak etkilerle öne çıkmaktadırlar. Mor ve mavi gibi renkler ise soğuk renkler olarak nitelendirilirken bu renklerin dalga boyları kısa olduğundan dolayı insanlarda derinlik etkisi oluşmasına neden olur (Akçadoğan, 2006, s. 264).

Renklerin koyu-açık şekilde dereceleri ton olarak adlandırılır. Geçmişten günümüze bütün resim anlayışlarında, boyanın bulunduğu bütün alanlarda ton ve değer derecelerine rastlanmaktadır. Işığın yer aldığı her yerde ölçülebilir değer, anlaşılır bir tondan bahsedilebilir (Altıntaş, 2007, s. 13).

2.2.4.2. Çizgi

Görsel ifadenin en sade hali olan çizgi, tasarımın da en temel unsurudur. Çizgi iki noktanın birleşimiyle elde edilebileceği gibi iki yüzeyin kesişmesiyle de oluşabilir. Birçok tasarımda bulunan çizgi unsuru için bir genişlik ya da uzunluktan bahsetmek mümkün değildir. Uzunluğu ve genişliği ne olursa olsun eğer bir öge çizgi etkisi oluşturuyorsa o ögenin tasar içinde çizgi rolü üstlendiği söylenebilir (Güngör, 2005, s. 9).

Çizgi ince veya kalın, kıvrımlı veya düz, keskin veya grenli, kesik veya sürekli özelliklerden meydana gelebilir. İki görsel unsurun arasında yer alan çizgi ise izleyiciye, bu unsurların ayrılmasının gerektiğini iletir. Çizgiler aynı zamanda konu ve karakterlerine göre bazı mesajların izleyicilere iletilmesini sağlar. Yatay çizgi durgunluk algısı oluştururken, düşey çizgi saygınlık, kıvrımlı çizgi zarafet ve diyagonal çizgi ise canlılık mesajı oluşturur (Becer, 2013, s. 56).

2.2.4.3. Biçim

Becer (2013, s. 62) biçimin, birden fazla çizginin bir arada bulunması, bir çizgi içerisindeki kıvrımlar ve dönüşün yanı sıra farklı tonların meydana getirdiği yüzeylerden de oluştuğunu belirtmektedir. Sanat eseri nesnelere biçimiyle ilgilidir. Sanatsal ifade ise üç boyutlu bir objenin biçime uygulanmış halidir. Biçim kimi zaman gölge ve ışık aracılığıyla izleyicide üç boyutlu gerçek bir nesne görünümünü oluşmasına neden olabilir. Dikdörtgen şeklinde olan buzdolabı form olarak kabul edilirken, dikdörtgen ise bir biçim olarak nitelendirilmektedir (Altıntaş, 2007, s. 11). Çevresel çizgilerle oluşturulan herhangi bir objenin bir biçime sahip olduğunu söylemek mümkündür. Objelerin biçimleri değişken ya da sabit yapıda olabilir (Güngör, 2005, s. 8).

2.2.4.4. Doku

Cismin yüzeyindeki görünüm doku olarak adlandırılır. Doku cismin yapısıyla izleyiciye bilgiler verebilmektedir. Becer (2013, s. 56), bir yüzeyde tekrarlara dayanan bir düzen olmadığı takdirde orada dokunun var olabileceğini savunmaktadır. Tasarım yüzeylerinde yer alan dokular fiziksel veya optik duyguları harekete geçirebilir. Doku, tasarımcılar tarafından kimi zaman kolaj, kimi zaman ise boya aracılığıyla oluşturulan bir katmandır. Doku aynı zamanda tasarlanan form ve biçim yüzeyindeki yeni küçük şekillerdir. Eserlerde yer alan doku, eseri güçlü kılarken izleyiciyi etkisi altına alan bir tekstürel bölgenin oluşmasına neden olmaktadır. Rönesans döneminde dokudan, çizimi yapılan nesnenin yapısının birebir hissettirebilmesi için yararlanılmaktaydı. Geleneksel resim anlayışının yanı sıra modern resim anlayışında da doku birçok sanatçı üzerinde bir üslup haline dönüştür. Bu noktadan cismin doğal yapısının

hissettirilmesini sağlayan bir araç olarak görülen doku, bu işlevinden sıyrılıp gerçek bir eleman rolüne kavuşmuştur (Altıntaş, 2007, s. 12).

2.2.4.5. Mekân

Tasarım unsurlarının yer aldığı tasarım alanında bulunan ve derinlik, yükseklik, genişlik oluşturan bir kavram olan mekân iki boyutlu olmasına rağmen izleyicide derinlik hissi yaratmaktadır. Altıntaş (2007, s. 13) mekânı, varlığı tanımlayan olarak özetlemiştir. Nesnelerin içerisinde bulunduğu bir dış alan olan mekân bazen nesneden katbekat büyüklükte olabilir. Ancak bazı sanat ve tasarımcılar kurgulama esnasında nesneye göre bir alan da oluşturabilir. Tasarımcı yüzeyi kurgularken boşluk alanın büyüklüğünü göz önünde bulundurmalı, bu alanın gereğinden fazla büyük olmamasına zen göstermelidir. Tasarımsal kurgularda yer alan mekân iki boyutlu olabileceği gibi üç boyutlu da olabilir. Mekân içerisinde bütün nesnelerin bulunduğu sonsuz bir alan iken, sonlu bir nesne olarak da karşımıza çıkmaktadır.

2.3. Grafik Tasarımın İlkeleri

Tasarımın başlıca unsurlarının ton, izgi, Şekil, renk, doku ve mekân olduğu birçok kişi tarafından bilinmektedir. Bu unsurlar aynı zamanda grafik tasarım alanının temelinde yer alır. Bu unsurların kontrol edilebilmesi için tasarımcılar bazı tasarım ilkelerine ihtiyaç duymaktadır. Bu ilkeler görsel uyum, denge, odak noktası, ritim, oran, egemenlik, vurgu, çeşitlilik, hareket, plastik ekonomi ve görsel hiyerarşi olarak sıralanabilir. Tasarımın ilke ve ögeleri, görsel kompozisyonun temel yapıtaşları olarak nitelendirilebilir. Görsel bilginin organize edilmesi, tasarım ilkelerinden faydalanılmasıyla mümkün olacaktır. Tasarımda birlik ve bütünlüğün sağlanabilmesi için bütün unsurların birbirleriyle etkileşim halinde olması gerekmektedir. Tasarımcılar bu ilkelerden faydalanarak kendilerine verilen görsel problemin zme kavuşturulması için etkileşimli bir çalışma sürdürürler. Bu noktada ise analitik ve yaratıcı düşünmenin kaynağını, temel tasarım oluşturmaktadır.

2.3.1. Tekrar

Tasarım içerisinde bir ögenin yakın değerinde ya da aynı şekilde birden fazla yer alması tekrar olarak adlandırılır. Birbirlerine benzer olan cisim ve biçimler yan yana yer aldıklarında aralarındaki benzerlik bir bağ görevi oluşturur. Bu aşamada tekrarın tasarımda çabuklaştırıcı bir rol üstlendiğini söylemek mümkündür (Güngör, 2005, s. 98).

Tam Tekrar: Bu tekrar türünde tasarım öğeleri arasında zıt durumlar bulunmadığı için monoton olarak değerlendirilebilir. Tam tekrardan genellikle mimari alanda ve halı dokumacılığında yararlanılmaktadır.

Alternatif Tekrar (Ritmik Tekrar): Tam tekrara göre daha dikkat çekici olan alternatif tekrar, birbirini takip eden değişimlerin tekrarı olarak ifade edilmektedir.

Değişken Tekrar: Doğadaki düzenin esas olduğu değişken tekrara, papatya tarlası ve kar taneleri örnek olarak gösterilebilir. Kar taneleri genel yapıları itibarıyla merkezden ayrılan bir altıgen biçimindedir. Fakat birbiriyle tamamen aynı olan kar tanesi bulunmamaktadır (Gürer, 1990, s. 81).

2.3.2. Ritim (Ardışık Tekrar)

Tasarımın bir diğer önemli ilkesi olan ritim, tasarımda yer alan öğelerin tekrarıyla birlikte hareketi de nitelendirir. Ritim dinamik ve ani bir yapıya sahipken aynı zamanda birbirine bağlıdır ve akıcıdır. İzleyiciler ritim sayesinde tasarım bünyesinde yer alan öğeleri takip etmektedir. Görsel ritmin oluşmasını benzer öğelerin çoğaltılmasına ek olarak etkileycilik, akıcılık ve süreklilik de sağlayabilmektedir. Günlük yaşamdaki ritmik aktivitelere yürüme, dans etme ve koşma örnek olarak verilebilir. Aynı zamanda sirenler, el çırpma ve tempo tutmak da günlük hayattaki ritmin bazı örneklerindedir.

2.3.3. Uygunluk (Harmoni, Uyum)

Formüle edilmesi en zor ilke olarak kabul edilen uygunluk ilkesi görsel bütünlük olarak açıklanabilir. Tasarımdaki en önemli etken olarak kabul edilen uygunluk, belirli

bir kurala bağılı olmasa dahi tasarım için vazgeçilmez biçimde önemlidir (Uçar F. T., 2004, s. 156).

Tasarımda yer alan bütün öğelerin birbirleriyle aynı veya zıt olmadan kullanılmaları uygunluk ilkesi kapsamında yer alır (Güngör, 2005, s. 97).

Tasarımı oluşturan elemanlar arasında farklı yönlerden harmoni olması sıkıcılık ve monotonluk etkisi oluşturabilir. Tasarımın başarılı olarak nitelendirilmesi için harmoni ilkesi göz önünde bulundurulmalıdır fakat sadece harmoninin var olması tasarımın başarılı olacağı anlamına gelmez. Harmoni üç ana başlık altında toplanmaktadır:

Karakter Harmonisi: Bir tasarımı tamamlayıcı rol üstlenen kabartma, süs ve motifler arasında bulunan üslup beraberliği, karakter harmonisi kategorisinde ele alınır.

Fonksiyon Harmonisi: Birbirleriyle benzerlik taşımayan ancak kullanımları birlikte olan nesnelerin oluşturduğu harmoni tipidir. Şişe ile mantar ve üzüm salkımı ile şarap şişesi arasındaki uyum fonksiyon harmonisi başlığı altından yer almaktadır

Biçim ve Düzen Harmonisi: Bu türdeki örneklerle genellikle tekstil alanındaki çalışmalarda karşılaşılmaktadır (Gürer, 1990, s. 82).

2.3.4. Zıtlık (Kontrast)

Çeşitliliğin ifadelerinden yalnızca biri olan kontrast, canlılığıyla ve dikkat çekici olmasıyla ön plana çıkmaktadır. Çeşitliliğin minimum düzeyde bulunduğu durumlarda karşı karşıya kalınan monotonluk durumu, psikolojik anlamda sıkıntı oluşmasına neden olabilir. Zıtlık sadece bir yönden sağlanabileceği gibi farklı biçimlerle de gerçekleştirilebilir. İzleyicideki ilgi duygusu yalnızca biçim, doku, renk ve çizgi gibi unsurlarla oluşturulmaz. Tasarımda yer alan elemanlar arasındaki zıtlıklar da izleyicide merak ve ilgi duygusunun oluşmasına neden olur (Gürer, 1990, s. 84).

Düzensizlik oluşmasına neden olan durumlar tamamen zıtlık olarak açıklanabilir. Uyuşmazlık ve dağınıklığı sebebiyet veren zıtlık, bireyi düşünmeye sevk ederek merak hissi uyandırır (Güngör, 2005, s. 136).

Tasarımcılar monotonluğu aşmak ve izleyicinin ilgisini çekebilmek için zıtlık ilkesine sıkça başvurmaktadır. Bu kullanım şekillerine düz-eğri çizgi ve kalın-ince çizgi gibi unsurlar örnek olarak gösterilebilir. Aynı zamanda zıtlık oluştururken renklerden de faydalanılmaktadır. Renkler kullanarak zıtlık oluşturmanın çok farklı yöntemi bulunmaktadır (Öztuna Y. , 2006a).

2.3.5. Koram (Görsel Hiyerarşi)

İnsanoğlu yaşamının her anında hiyerarşiyle karşı karşıya kalmaktadır. Törenlerde oturma yerlerinin belirli olması, bürokratların belirli bir düzene göre oturma yerlerini alması hiyerarşinin örneklerinden bazılarıdır.

Tasarımda görsel hiyerarşinin oluşturulması, önem derecesi belirlenen öğelerin tasarım içerisinde konumlandırılmasıyla gerçekleştirilmektedir. Bu noktada birincil, ikincil ve üçüncül öneme sahip olan konumlandırmaya göre bir diziliş gerçekleştirilir. Örneğin gazete ve dergilerde yer alan ana başlık, alt başlık ve içeriğin yer aldığı metin kısmı görsel hiyerarşi dikkate alınarak düzenlenmiştir. Bunlara ek olarak içeriklerde fotoğrafların konumlandırılmasında da görsel hiyerarşi göz önünde bulundurulur. Görsel hiyerarşinin bulunmadığı tasarımların izleyicilerle iletişim kuramadıkları bilinmektedir. Bu durum aynı zamanda yönlendirme eksikliğine ve kafa karışıklığına da neden olur (Öztuna Y. , 2006a). Tasarımda bulunan öğeler arasından bir derecelendirme ve sınıflandırma göze çarpıyorsa orada koramdan söz etmek mümkündür.

Tabiattaki işleyişin genel bir formu olan koram, günün her anında gözlenebilir. Güneşin doğarken yavaş yavaş yukarı çıkması ve batarken de yavaş yavaş alçalmasında bir koramdan söz etmek mümkündür. Aynı zamanda gökkuşağındaki renkler de bir koram temsil etmektedir. Ayın dolunaydan hilal haline gelmesi ve sergilediği yükseliş hareketleri de koram örneklerindedir. Koramın çevresel, eksensel ve merkezsiz olmak üzere üç türü olduğu kabul edilmektedir. Bir tasarımda da bu türlerin birinden yararlanılacağı gibi birden fazlası da aynı anda kullanılabilir (Gürer, 1990, s. 87). Tasarımcı görsel hiyerarşiyi dizayn ederken imaj, renk, açıklık, koyuluk ve büyüklük gibi unsurlara dikkat etmelidir. Görsel hiyerarşi oluşturulurken çeşitli varyasyonların elde edilmesi mümkündür (Uçar F. T., 2004, s. 153).

2.3.6. Egemenlik

Tasarımda yer alan öğelerden bir grubun veya yalnızca birinin diğer öğelere renk, ölçü, doku ve değer gibi farklı biçimlerde üstünlük sağlaması egemenlik olarak adlandırılır. Tasarımda egemenlik, çeşitli zıtlıklar aracılığıyla sağlanabilir. Odak noktası, tasarım her ne kadar sade ve soyut düzenlemelerle elde edilse bile izleyicinin dikkatini çekecek onda heyecan ve merak oluşmasına neden olacaktır (Çellek, 2009, s. 1).

Plastik elemanlardan hangisi kompozisyon içerisinde daha çok kullanıldıysa o kompozisyon o plastik elemanın üstünlüğüyle nitelendirilir. Örneğin bir tasarımda dokusal anlamda zenginlik bulunuyorsa ve doku dikkat çekiyor ise egemenliğin dokuda olduğu söylenebilir. Egemenlik renklerle de sağlanabilir. Bir rengin tasarımda sıkça kullanılması o rengin egemen hale gelmesini sağlayabilir. Kompozisyonda plastik elemanlardan birinin daha çok bulunması aynı zamanda dikkat çekici bir özelliği de beraberinde getirir.

Karşıtlık ve geçişin bir arada olması sonucunda değişkenlik ve egemenlik oluşur. Değişkenlik ilginin oluşmasına ve artmasına neden olurken egemenlik ise dengeyi sağlar. Bu noktada geçiş ise bir birleşmenin ifadesi niteliğindedir. Örneğin siyah ve beyaz iki ucun arasında gri eklendiği takdirde bir geçişten söz edilebilir. Ritim ya da tekrarlar geçişin esası rolündedir.

Tasarım alanlarında ağırlık merkezi olarak da kabul edilebilecek geometrik bir merkez bulunmaktadır. Bu merkezi bir göz alışkanlığı olarak da değerlendirmek mümkündür (Gürer, 1990, s. 89).

2.3.7. Denge

İnsan yapısı gereği denge unsurlarına son derece önem göstermektedir. Bu durumun oluşmasında insanın içinde yer aldığı fizik kuralları ile fizyolojik yapısının da etkisi bulunmaktadır. Görsel tasarım alanında dengenin algılanması, eşitlik ile paralel şekilde gerçekleşmemelidir (Uçar F. T., 2004, s. 154).

Tasarım elemanlarının çalışmada ton ve biçimsel değerleri dikkate alınarak dengeli biçimde dağıtılması bütünlüğün sağlanması için son derece önemlidir.

Kompozisyonda yer alan tüm ögeler görsel dengenin oluşmasına katkıda bulunur (Gökçe & Mehmet, 2013, s. 73).

Görsel denge aracılığıyla ögelerin iki boyutlu düzlemde doğru şekilde yer aldığı düşüncesi izleyicide hâkim olur. Fakat tasarımda bulunabilecek olan dengesizlikler kimi zaman ilgi çekerek dikkat oranının artmasına neden olabilir (Öztuna Y. , 2006b). Dengenin simetrik ve asimetric olmak üzere iki çeşidi vardır.

Simetrik Denge (Şekilsel Denge): Bir eksenin her iki yanında bulunan benzer ya da eşdeğer elemanlar aynı değerdedir. Bu simetri şekilsel dengenin özeti olarak nitelendirilmektedir (Gürer, 1990, s. 91). Simetrik denge tasarımların durağan yapıda olmasına neden olmaktadır. Yaşadığımız evler de simetrik denge baz alınarak inşa edilmiştir.

Asimetrik Denge (Şekilsiz Denge): Bu denge türünde eksenin iki tarafından bulunan ve zıt elemanların meydana getirdiği denge söz konusudur. Burada bir asimetrinin varlığından söz edilebilir. Asimetrik denge aracılığıyla izleyicideki merak duygusu harekete geçirilir. Bu türde bir denge vardır fakat birlik bulunmamaktadır (Gürer, 1990, s. 93).

2.3.8. Birlik (Bütünlük)

Bir tasarımda bütünlük veya birliğin sağlanmasının yolu, kullanılan bütün ögelerin birbirleriyle ilgili olmasından geçer. Tasarımda bütünlük sağlandığı takdirde izleyicide tamamlanmış izlenimi oluşur. Birliğin temel amacı tasarımın tutarlılığının ve okunurluğunun sağlanmasıdır. Tasarımcı çalışma esnasında çeşitli karmaşalardan uzak durmalıdır. Tasarımda ilkelerden doğru şekilde yararlanılması bütünlüğün sağlanması için son derece önemlidir. Tasarımda yer alan ögelerin bir düzene bağlı kalarak tekrar edildiği takdirde bütünlükten söz edilebilir (Gökçe & Mehmet, 2013, s. 78). Birlik, statik ve dinamik birlik olmak üzere ikiye ayrılmaktadır:

Statik Birlik: Geometrik şekiller ve bu şekiller aracılığıyla oluşan birlik tipi statik birliktir. Kristaller ve kar taneleri de bu başlık altında yer almaktadır. Durağan bir yapıya sahip olan statik birlik, belirli bir formu ifade etmektedir.

Dinamik Birlik: İÇerisinde çeşitli hareket ve geçişlerin bulunduğu birlik türü olan dinamik birlik, büyüyen, aktif ve yaşayan her şeyi kapsamaktadır. Akıcı bir yapısı olan dinamik birlik, logaritmik bir spiralin akıcı sürekliliğini göstermektedir (Gürer, 1990, s. 95).

2.3.9. Grafik Tasarımda Baskı Teknikleri

Yüksek Baskı: Baskı yönteminin ilk kullanımı Çin’de keşfedilmiş yüksek baskı yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Mezopotamya topraklarında genelde aidiyet belirtme amacıyla kullanılmış olan silindirik şekilli mühürler vasıtasıyla kil üzerine baskılar yapıldığı görülmektedir. Kağıt üzerinde baskıya ise ilk olarak Çinlilerde rastlanmaktadır. Çinlilerin oymacılık deneyimine sahip olmaları, onların kağıt üzerine baskı buluşunu gerçekleştirmelerine katkıda bulunmuştur. İlk yüksek baskı uygulamaları; “... klasik metinler önce mermer levhalara oyuluyor, sonra bunların üzerine ıslak kağıt seriliyor, kağıt üzerine aktarılan kabartma yazı da mürekkeplenerek baskı tamamlanıyordu” şeklinde açıklanmaktadır (Ketenci & Bilgili, 2006, s. 51). Çin’de gerçekleştirilen bu buluş, kendisinden sonra keşfedilen pek çok baskı tekniğine öncülük etmiş ve benzer amaçlarda kullanılabilen farklı olanaklar sağlayan çeşitli baskı tekniklerinin türemesine yol açmıştır. Yüksek baskı türlerini; ahşap baskı, tipo baskı, linotip, monotip, linol baskı ve flekso baskı olarak sıralamak mümkündür. Bu baskı türlerinin hepsinin temel prensibi; basılacak tasarımın yüksekte bırakılması ve bu alana mürekkep verilmesi yöntemiyle yatay bir düzlemde üzerine baskı uygulanarak aktarılmasıdır.

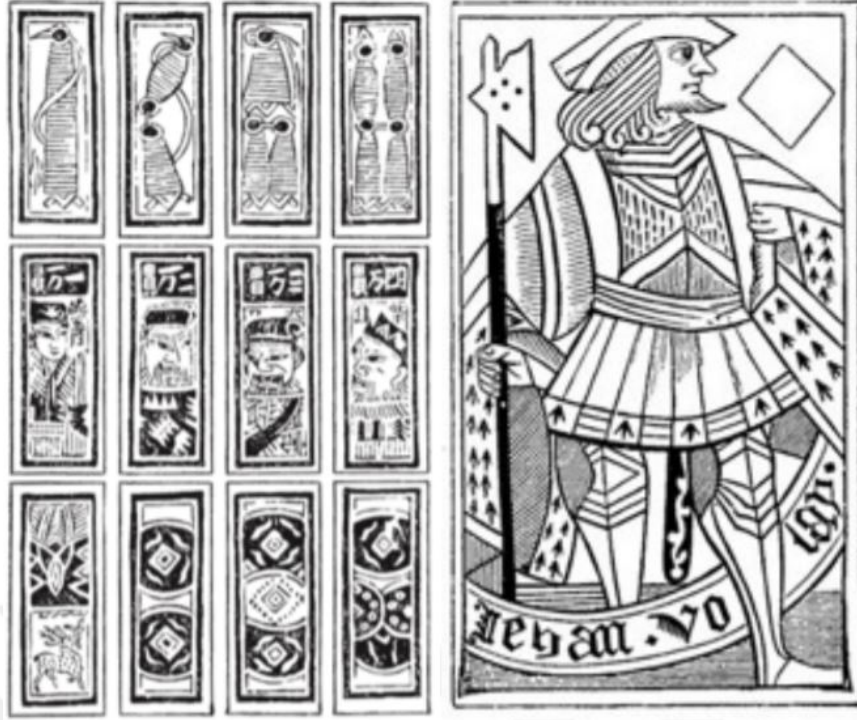
En basit uygulamalardan biri olan ahşap baskı tekniği, bilinen en eski baskı uygulamasıdır. Ahşap baskı yönteminde baskı yapılacak olan ahşabın basılacak kısmı, ahşap oyacağı ve tasarımın arka planının çıkarılmasıyla hazırlanmaktadır. Arka plan oyulduktan sonra basılması gereken kısım yüksekte bırakılmakta ve bu kısma mürekkep verilmektedir. Daha sonra üzerine yerleştirilmiş olan kağıda baskı uygulaması sayesinde tasarımın geçirilmesi sağlanmaktadır. Meyve, çam, kavak, ıhlamur ağaçları gibi çeşitli ağaçlar ahşap baskı tekniğinde kullanılabilir. Ahşap baskı tekniğinde kullanılan ağaçların sertliği, yumuşaklığı, damarların yönleri gibi özellikleri baskı sonucunu etkilemekte ve aynı zamanda farklı sonuçlar elde edilmesini sağlamaktadır. Ahşap baskı hazırlanırken çoğunlukla düz çizgilerden

yararlanılırken ağacın damarları ile aynı yönde oyulmasına dikkat edilmektedir. Bu durum çıkan ürünün hatlarının daha köşeli olmasına neden olmakta ve direk, kuvvetli sonuçlar elde edilmesini sağlamaktadır (Saff & Sacilotto, 1978, s. 40). Ahşap baskı ilk kez Çin'de tekstil sektöründe motifleri basmak amacıyla kullanılmıştır. İlerleyen dönemlerde Budist ideolojisini yaymak ve eğlence aracı olarak görülen iskambil kağıtlarının çoğaltılması amacıyla basıldığı görülmektedir. Ahşap baskı Batı'da ise ilk olarak dini imgeler ve iskambil kağıtlarının basımında yararlanıldığı görülmektedir. Kitapların, farklı sayfalar için ayrı ayrı hazırlanmış olan parçaların tek tek basılması ile oluşturulması ahşap baskı tekniğiyle gerçekleşmektedir. Nispeten zaman alan ve zahmetli bir teknik olduğu için, basılmış kitaplarda genelde daha basit çizilen görsel unsurlara yer verilmiş ve tipografi bazen kullanılmıştır.



Resim 1. Ahşap Baskı Tekniği

Kaynak: (strandofsilk.com, 2018)

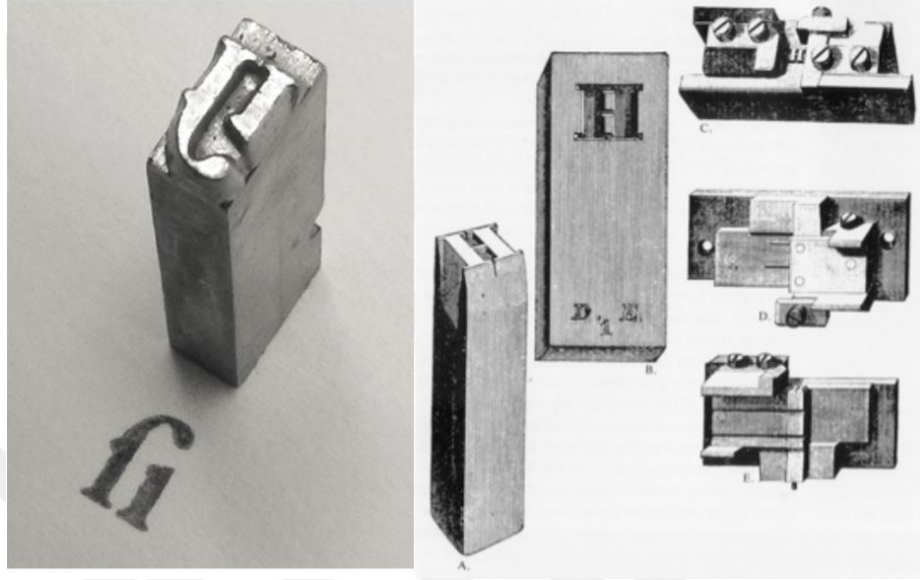


Resim 2. Ahşap Baskı Tekniği İle Basılan Çin, İskambil Kağıtları (Solda) Karo Vale, İskambil Kağıtları Üzerinde Ahşap Baskı Tekniğinin Uygulanması (Sağda)

Kaynak: (Meggs & Purvis, 2012, s. 44) sol, (csun.edu, 2018) sağ

Bilinen en eski ve esas baskı türü olan tipo baskı tekniği, düz bir plakanın basılacak bölgesi yüksekte bırakılıp kalan kısmın oyulmasına dayalı bir tekniktir. Yüksekte kalan kısma mürekkep verilerek ve daha sonra kağıda basınç uygulanarak mürekkepli kısmın geçirilmesiyle elde edilmektedir. Blok baskı ile de kitap basmak mümkün bir hale gelmiştir. El yazmasına göre daha hızlı yazılabilmemesinden dolayı epeyce yaygınlaşmış ve kitap talebinde hızlı bir artış olmuştur. Kitaplara duyulan talep artışı, blok baskının yavaş ve zahmetli olan teknolojisinin gelişmesini ve kalıpların daha bağımsız, daha taşınabilir hatta yeniden kullanılabilir olmasını gerektirmiştir. Johann Gutenberg 1450 yılında bu taleplerin gerektirdiği sistem için ve tipografik kitap basmak için kazınılmaz olan teknolojiyi keşfetmiştir. Daha yumuşak bir alana bastırılmış metal harflere metal bir alaşım uygulayan Gutenberg, yumuşak alanda oyulmuş bir alan oluşturmuş ve bu alanı matris olarak adlandırmıştır. Matrisi yazı kalıplarına yerleştiren Gutenberg, hazırladığı metal alaşımı bunun içerisine dökerek yazı kalıbının içerisinden matrisin üzerine oyulmuş olan harfi hurufat olarak çıkarmıştır. “İletişim ve Grafik Tasarım” isimli eserinde Emre Becer (2013, s. 93), hurufat yapım sürecinde kullanılan metal alaşımın içerdiği bileşenlerden; “Gutenberg,

yaşadığı dönem içinde yaygın olarak kullanılan “Texture” yazısındaki her harf karakterini eşit yüksekliklerdeki kalıplara döktü ve bunun için %80 kurşun, %15 antimon ve %5 kalaydan oluşan sabit bir alaşım geliştirdi” şeklinde bahsetmiştir.



Resim 3. Hurufat Örneği (Sol). Gutenberg'in Harf Döküm Sistemini Gösteren İllüstrasyon (Sağ)

Kaynak: (bureauofbetterment.com, 2011) sol, (Meggs & Purvis, 2012, s. 73) sağ

Gutenberg tarafından geliştirilen alaşım, hızlı donan bir yapıya ve birden fazla baskıya dayanan bir niteliktedir. Bu alaşım ile hazırlanan harufatlar sayfada yer alacak şekilde yan yana dizilmiş, sayfa kurgusu yapılmış ve basım gerçekleştirilmiştir. Bu yöntemle Gutenberg kırk iki satırlık İncil'i basmıştır.



Resim 4. Gutenberg'in kırk iki satırlık İncili, Texture

Kaynak: (Sawers, 2011)

Gutenberg tarafından geliştirilen hareketli harfleri ilerleyen dönemde Fust ve Schoeffer'de benimsemiş ve İncil basımını onlar devam ettirmişlerdir. Bu alandaki çalışmalarına devam eden Fust ve Schoeffer, alana pek çok yenilik kazandırmışlardır. Fust ve Sxhoeffer tarafından yayınlanan "Psalter in Latin" adlı eserde kullanmış oldukları inisyaller iki renkten oluşmuştur. "Büyük kırmızı ve mavi inisyaller ya ayrı ayrı mürekkeplenip düzenlenen iki parçalı metal bloklar ile metnin tamamı ile birlikte basılmıştır, ya da metnin tamamı basıldıktan sonra damgalanarak basılmıştır" (Meggs & Purvis, 2012, s. 77).

Fust ve Schoeffer 1459 senesinde basmış oldukları İlahi Görevlerin Mantığı adlı kitapla bu alanda önemli bir yenilik getirmişlerdir. Bu yenilikten kitaplarında "...ilk kez yerden tasarruf etmek ve her sayfadaki metni artırmak amacıyla küçük bir yazıtipi kullanılmıştır. Bu, basım işçiliği, mürekkep ve parşömende önemli bir tasarruf sağlamıştır" şeklinde bahsetmişlerdir (Meggs & Purvis, 2012, s. 77).

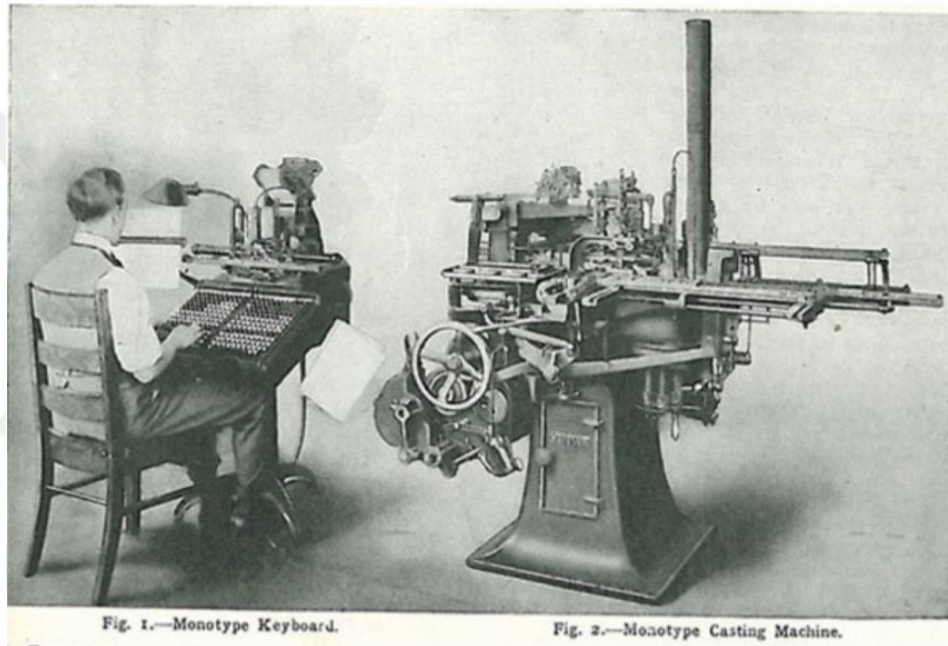


Resim 5. 1459 Yılında Jan Fust Ve Peter Schoeffer Tarafından Basılan İlahi Görevlerin Mantığı

Kaynak: (bildsuche.digitale-sammlungen.de, 2018)

Savaş ve ticaretin sonucunda gerçekleşmiş olan sosyal ve ekonomik gelişmeler matbaanın Avrupa'da hızla yayılmasına neden olmuştur. Bu durum, kitapların zamanla çoğalıp yaygınlaşmasını sağlamış ve bilgi dolaşımını hızlandırmıştır. Bilgi ve fikir alışverişi uzaktan haberdar olmaya imkan sağlamıştır. Çok eski bir teknik olan tipo baskı gelişme göstererek günümüze kadar ulaşmıştır. Kalıplarının üretiminden esinlenerek birçok yeni baskı teknolojisi ortaya çıkmıştır. Buna rağmen bu teknik, yeni üretim teknikleriyle karşılaştırıldığında daha zahmetli ve maliyetli olduğu için yavaş yavaş yok olmuştur. Kitap ve gazete üretiminde harflerin elle teker teker diziliyor olması, üretimin en zor aşaması olmasına rağmen çoğaltma işlemini hızlandırmıştır. Bu işlemin daha kolay gerçekleştirilebilmesi için devamlı çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar sonucunda monotipi ve linotipi makineler sayesinde bu soruna en iyi çözüm bulunmuştur. Linotipi dizgi makinesinin geliştirilmesi, 1886 senesinde Ottmar Mergenthaler tarafından Birleşik Krallık'ta gerçekleştirilmiştir. Linotipi makineler insan eli ile yapılan dizgiden daha hızlı şekilde sonuç verdiği için daha sık kullanılmaya başlanmıştır. Linotipi makinelerin kullanılmaya başlanması ile birlikte

harf dizgisi yapan insanların iş alanları ortadan kalkmıştır. Bunun yanı sıra daha hızlı şekilde grafik üretimine katkı sağlaması yeni iş alanlarını da ortaya çıkarmıştır. Linotipi makineler, baskı maliyetlerini düşürmesinden dolayı gazetelerin sayfaları çoğalmış, fiyatları düşmüş ve kitapların üretimi de artmıştır. Amerikalı Tolbert Lanston ise monotipi dizgi makinelerini geliştirmiştir. Monotipi dizgi makineleri döküm ve klavye olmak üzere iki birimden oluşurken her birim için ayrı operatöre ihtiyaç vardır. Klavye sayesinde oluşan delikli bantlar, döküm bölümünün içine yerleştirilen deliklerden verilen hava basıncıyla okunmaktadır. Bant okundukça matrisler seçilmekte ve harfler boşluklara dökülmektedir (Jury, 2006, s. 51).



Resim 6. Monotipi Klavye ve Döküm Makinesi

Kaynak: (King, 2013)

Monotipi makineler linotipi makinelere göre daha az kullanılmasına rağmen, harfler tek tek döküldüğü için monotipi makinelerde ince ayar yapmak daha mümkündür. Lanston, harfler arasındaki boşluklara ince ayar yapabilmek için harflerin genişliklerine göre birimler atamıştır. Bu sayede klavyede hesap mekanizması olabilmelerini sağlamıştır. Daha özel baskı yapmak isteyen yayın evleri monotipi makineleri tercih ederek bu avantajından yararlanmak istemişlerdir. Bir yüksek baskı tekniği olan flekso baskı, tipo baskı ile büyük benzerliklere sahiptir. Tipo baskıdan ayrıldığı nokta ise kalıplarının kauçuk veya polimer esaslı olmasıdır. Bu baskı

teknğinde silindirik kalıp kullanılmaktadır. Yüksek baskı hızına ulaşabilmesini sağlayan özelliği ise tercih edilen kalıp malzemelerinin esnekliğine dayanmakta, bu sayede de üretim esnasında rulo kağıt kullanılabilir (Ketenci & Bilgili, 2006, s. 170). Flekso baskı tekniği günümüzde; plastik şişe, etiket, torba, ambalaj, büyük boylardaki oluklu mukavvalar gibi maddeler üzerlerine baskı yapılmasında sıklıkla tercih edilmektedir.



Resim 7. Flekso Baskı Tekniği

Kaynak: (becsar.com, 2018)

Çukur Baskı: Bir indirgeme yöntemi olan çukur baskı tekniği, belirlenen yüzeyin ayrı yöntemler ile indirgenmesiyle ve çukur kısımlarına mürekkep verilerek yüksek basınç ile kağıda aktarılmasıyla gerçekleşmektedir. Mürekkep üst yüzeylerde hiç bırakılmayarak yalnızca çukur bölümlerinde duracak şekilde temizlenmektedir. Kağıdın çukurda kalan yüzeyleri yüksek basınç sayesinde teması sağlanarak boya kağıda aktarılmaktadır. Bu baskı kağıt buluşundan önceki yıllarda da görülmüştür. Ancak kullanımı; mülkiyet belirtmek, mühür yapmak, mücevher ve gündelik araçları süslemek amaçlarıyla sınırlı kalmıştır. “Bilinen ilk kağıt üzerine basılmış sanatçı oymaları XV. yy. ortalarında yapılmıştır. Bir çukur baskı işlemi olarak “indirme”, demircilerin ticari faaliyetlerine bağlı olarak gelişmiştir” (Grabowski & Fick, 2012, s. 103). Ayrıntılı tasarımların basılmasını ve farklı renklerin kullanılmasını sağlayan

çukur baskı teknikleri; ayrıntılı resimler ve el yazısı karakter basımında uzun süre boyunca tercih edilmiş ve yüksek baskı teknikleriyle kullanılmıştır. Çukur baskı, "indirgeme" ve "kazıma" teknikleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Kazıma tekniğinde doğrudan kullanılacak olan yüzeyin üzeri kazınmasıyla elde edilmektedir. İndirgeme yönteminde ise kullanılan bakır, asit yardımıyla çökeltilmektedir. Gravür de bir indirgeme tekniğidir. Gravür tekniğinde çinko panelin üzerine aside dayanıklı koruyucu madde uygulanmaktadır. Sürülme aşamasında tasarım oluştururken bu dayanıklı koruyucu kazınıp alanların açıkta bırakılmasıyla hazırlanmaktadır. Plaka hazırlandıktan sonra aside bırakılmaktadır. Plakanın açıkta kalan bölümleri asit nedeniyle çökmekte ve bu işlemin gerçekleşmesiyle koruyucu malzeme temizlenerek plakaya mürekkep verilmektedir. İndirgenmiş alanlar dışındaki bütün mürekkep temizlenmektedir. Sonraki aşamada, çok az ıslatılmış kağıt, plakanın üzerine yerleştirilmektedir. Kağıdın üzerine yüksek basınç baskı uygulanmasıyla indirgenmiş alandaki boya kağıdın üzerine geçmektedir. Bu uygulanan yöntemle elde edilen plakadan istendiği kadar kopya hazırlanabilmektedir.



Resim 8. Gravür Plakası Hazırlanması *Kaynak: Ceyda Artun arşivinden*

Kaynak: (Becer, 2013, s. 137)

Tifdruk baskı; kalitesi yüksek, tutarlı ve son derece hızlı baskılar yapabilmeyi mümkün kılmıştır. Gravürün temel prensiplerini baz alan ve bu işi ticarileştiren tifdruk baskı tekniği, dünyada ilk kez Almanya'da 15. Yüzyılda kullanılmıştır. Tifdruk merdane ve kalıpları çoğunlukla bakırdan yapılmaktadır. Fotomekanik yöntemler imgelerin kalıba geçirilmesinde yardımcı olmaktadır. Bakır merdane ya da bakır levha üzerine görüntüler kopyalanmakta, daha sonra ise bu görüntüler asit banyolarına sokularak çukurlaştırılmaktadır. Kalıbı taşıyan merdane yardımıyla, mürekkep kazanı içinde dönerek asitle çukurlaştırılmış veya çukurlaştırılmamış olan tüm merdanelerin üzerindeki kısımları mürekkeple kaplanmaktadır. Merdane mürekkep kazanından çıktığında çukurlaştırılmamış kısımları bir kazıma bıçağı ile sıyılmaktadır. İmgelerin bulunduğu çukur yüzeylerde kalan mürekkep, silindirik kalıp ile kauçuk yüzeyli baskı kazanı arasından geçirilen kağıt yüzeyine aktarılmaktadır (Becer, 2013, s. 137). Basılacak tasarımın tamamı tifdruk tekniğinde tramlanarak gerçekleştirilmektedir. Derinliği fazla olan tramlar daha çok mürekkep aldıkları için daha koyu tonlu zeminler oluşturmaktadır. Daha az derin olan tramlar ise daha açık renkli tonları oluşturmaktadır. Tramlama sistemi diğer baskı yöntemlerine göre daha karmaşık bir tekniktir. Bu sistem, tifdruk baskının daha koyu tonlu ve daha yaygın bir renk dizisine uygun olmasını sağlamaktadır. Tifdruk baskı tekniği ile yüksek baskı sayılarında en ekonomik ve tutarlı sonuçlar alınmaktadır.



Resim 9. Tifdruk Baskı

Kaynak: (*i.ytimg.com, 2018a*)

Taş baskı: Litografi'nin keşfi Alois Senefelder tarafından 1798 senesinde gerçekleştirilmiştir (Grabowski & Fick, 2012, s. 157). Yunanca kökenli olan bu kelimenin anlamı taş yazmasıdır. Baskı, temel olarak su ve yağın birbirine karışmaması prensibine dayanmaktadır. Bu teknik, halen en fazla kullanılmakta olan ofset gibi baskı tekniklerine öncülük etmiştir ve birden fazla baskı tekniklerinde kullanılmıştır. Alois Senefelder, litografi tekniğini oluştururken yeni yöntemler bulmuş ve farklı teknikler kullanmıştır. Taşın üzerine bir yağlı boya kalemi ile direkt olarak yazmış veya çizmiştir. Bu taşın su ve nitrik asit ile işlem görmesinden sonra taşa Arap zamkı uygulanmıştır. Mürekkebin taş ıslatıldıktan sonra boyalı olan bölgeye tutunup suyu emmiş olan yere tutunmadığını fark eden Senefelder, bu sayede taşa konulan kağıda görüntülerin aktarılabilceğini keşfetmiştir (Saff & Sacilotto, 1978, s. 184).



Resim 10. Litografi Tekniği

Kaynak: (lafsozluk.com, 2014)

Godefroy Engelmann (2011, s. 39)'ın 1837 senesinde keşfettiği renkli litografi tekniği ile baskı alanında yeni bir döneme girilmiştir. Siyah beyaz basılmış bir işi sonradan renklendirmek zaman alıcı ve pahalı bir işlem olduğu için renkli litografi tekniğine ihtiyaç duyulmuştur. Renkli litografinin siyah beyaz olan eski yöntemden farkı şu

şekilde ifade edilmektedir; “renkler, baskıya yeni bir taşa yapılan çizimlerin baskının üzerine basılması ile eklenebilir. Resimdeki her renk yeni bir taşa veya levhaya ayrı olarak çizilmelidir ve kağıt üzerine teker teker ve ayrı olarak uygulanmalıdır”.



Resim 11. Renkli Litografi

Kaynak: (museumblog.winterthur.org, 2014)

Renkli litografi tasarımcıya daha özgür bir çalışma imkanı sunmuştur. Daha önceden çoğaltma işlemi belli kalıplar ile sınırlı kalırken, renkli litografi sayesinde tasarımcılar dilediği gibi renkleri, harf tarzlarını ve kompozisyonları özgürce yaratmaya başlamışlardır. Renkli litografinin daha serbest ve kolaylık sağlaması, bu tekniğin hızla yayılmasına dolayısıyla eski yöntemlerin yerini almasına büyük katkı sağlamıştır. Metalin üzerine baskı yapılamaması renkli litografinin en önemli sorunlarından birisidir. Nedeni ise metalin baskıya uygun, esnek bir nesne olmamasıdır. Bu yüzden konserve tarzı ürünlere baskı yapılamamıştır. Sorunun giderilmesi için transfer baskı geliştirilmiştir. Transfer baskı yönteminde ince kağıtlara ters olarak basılmış olan görüntüler yüksek basınç uygulanmasıyla sac levhalara aktarılmaktadır. Arkası ıslatılan kağıtlar, ince levhalarda görüntülerin oluşmasını sağlamaktadır (Meggs & Purvis, 2012, s. 167).

Tasarıma yeni bir serbestlik getiren litografi 1900'lere kadar birden çok alanda hizmet vermiştir. Tipo baskı ile basılamayan hediyelik eşyalar, kartpostallar, kitaplar, politik posterler gibi baskılı ürünler renkli litografi ile basılmıştır. Temel aldığı prensibin kullanışlı olması, ofset baskı teknolojisinin de bu prensibi benimsemesini ve ticari hale getirmeyi amaçlamasına sebep olmuştur. Ticari kar amacıyla kullanılan ofset baskı, litografinin de temel aldığı gibi su ile yağın karışmaması prensibine dayanmaktadır. Litografi yöntemde taş kalıp olarak kullanılmaktayken, ofset baskı tekniğinde ise bunun yerine baskı silindirini çepeçevre saran ince ve esnek metal plakalar kullanılmaktadır (Becer, 2013, s. 138).

Sahip olduğu yüksek hız ve ekonomik kalıpları sayesinde zamanla tipo baskının yerini almış, çoğunlukla süreli ve periyodik yayın basımında tercih edilmiştir. Ofset baskı tekniğinin iki çeşidi bulunmakta, bunlardan ilki olan tabaka ofset baskı tekniği isminden de anlaşılabilceği gibi tabakalar halinde kesilen kağıtlar üzerine yapılan baskı türüdür. Bu teknik masraflı bulunmakta, gerçekleştirilmesinin çok fazla zaman alıyor olmasından dolayı da çoğunlukla özel baskılarda, el ilanı gibi düşük tirajlı işlerde tercih edilmektedir. İkinci ofset baskı çeşidi ise web ofset baskısıdır. Bu baskı türünün tabaka ofset baskıdan ayrıldığı yanları ise, daha hızlı olması, malzemeler ve elde edilen sonuçtur. Web ofset baskıda kullanılan bobin kağıt, kağıdın iki yüzüne de aynı anda baskı yapılmasını mümkün kılmakta, içerdiği katlama üniteleri ile formların katlanarak çıkmasını sağlamaktadır (Uçar, Uçar, Kılıç, Orhon, & Taşcıoğlu, 2013, s. 180-181). Gazete, dergi gibi çoklu sayfalardan oluşan ve düzenli olarak basılan sürekli yayınların basımında genellikle web ofset baskı tercih edilmektedir.



Resim 12. Web Ofset Baskı

Kaynak: (presslineindia.com, 2018)



Resim 13. Tabaka Ofset Baskı

Kaynak: (hmtmachinetools.com, 2018)

Elek baskı (serigrafi) tekniği kaynağını maskeleme işleminden almakta, bu işlemde çeşitli yöntemlerden faydalanılabilmektedir. “En eski yöntemi, basitçe bir kağıttan kesilen maskeleme şablonunun eleğin arka yüzüne yapıştırılmasıdır. Diğer basit yöntem ise, eleğin deliklerini kuruyarak kapatacak bir sıvı ile boyanmasıdır” (Griffiths, 1996, s. 109). Daha sonrasında geliştirilen ve günümüzde geniş bir yaygınlık kazanan tasarım, ipek gerdirilmiş kasmağa uygulanan ışığa duyarlı medyuma pozlanmasıyla başlamaktadır. Sonraki aşamada tazyikli su yardımı ile pozlanan alandaki medyum çıkartılmaktadır. Bu uygulama sayesinde yalnızca tasarımda bulunulacak alan boya alacak duruma getirilmiş olmaktadır. Bir sonraki adımda kasnak, tasarımın uygulanması planlanan yüzeye yerleştirilmekte, bir rakle kullanılarak tasarımın uygulanması istenen alana boya verilmekte ve çoğaltma işlemi gerçekleştirilmektedir. Her bir renk için farklı bir kalıp gerekmekte, aynı zamanda uygulamanın gerçekleştirilmesinden önce uygulanan diğer rengin kuruması beklenmektedir. Uzun ve zaman alan sürecinden dolayı serigrafi tekniği çoğunlukla düşük tiraja sahip işlerde kullanılmakta ya da sanatçılar bireysel çalışmaları için bu tekniği tercih etmektedir. Bu tekniğin üç boyutlu yüzeylere uygulanmasının mümkün olması sayesinde seramik, kumaş, ahşap gibi farklı yüzeylerde de kullanıldığı görülmektedir.



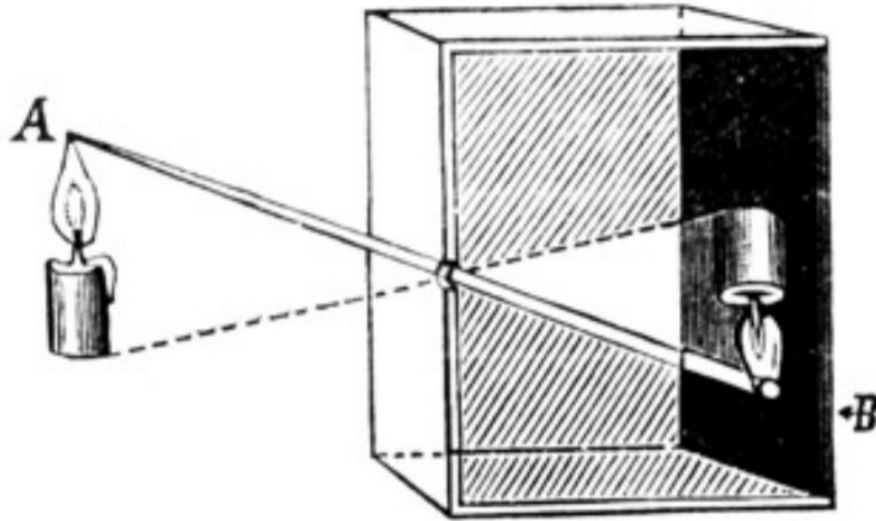
Resim 14. Serigrafi Yöntemi

Kaynak: (i.ytimg.com, 2018b)

Bilgisayar teknolojisinin ilerlemesi sonucunda baskı teknolojileri de bu olgudan etkilenmiş, sayısal baskı dönemine geçilmiştir. Sayısal baskı döneminde; kalıp, film, montaj gibi önceden ihtiyaç duyulan pek çok aşama ortadan kalkmıştır. Meydana gelen hataların düzeltilerek giderilmesi, masrafsız ve daha kolay bir hal almıştır. Alternatiflerin üretilmesi daha kolay olmuş, tüm bu gelişmeler sayısal baskı uygulamasının düşük tirajlı ve sürekli değişiklik gerektiren işler için en çok tercih edilen baskı türü konumuna gelmesine katkıda bulunmuştur. Teknik bakımdan sayısal baskı sistemleri, kuru ofset şeklinde de adlandırılmakta, bu yöntemde su yerine silikon tercih edilmekte ve suyun silikon tarafından itilmesi prensibi baskının gerçekleştirilmesinin temelinde yatmaktadır (Ketenci & Bilgili, 2006, s. 171). Geçmişte çoğaltım teknikleri yalnızca profesyonel matbaalarda yapılabilmekteyken Adobe firmasının 1980’de bulduğu Postscript yazılım dili sayesinde bu teknikler ev ve ofis ortamlarında da kullanılabilir hale gelmiştir. Bu teknolojik gelişme sayesinde farklı boyutlardaki harfler aynı kalite standardında basılabilmektedir. Foto dizgi makinelerinin sahip olduğu kalitede bir keskinliğin masaüstü yazıcılar ile elde edilebilmesi mümkün hale gelmiştir (Uçar F. T., 2004, s. 121). Kitap dizgisinin kişisel bilgisayarlar ile hazırlanabilmesi sağlanmış, Postscript yazılımları aracılığıyla masaüstü yazıcılardan çıktıları alınabilmektedir. Yaşanan bu teknolojik gelişmeler sonucunda tasarım süreci hız kazanmış ve daha demokratik bir hal almıştır.

2.4.1. Grafik Tasarımda Fotoğraf

Işık ile resim yapma sanatı olarak adlandırılan fotoğraf, ışığa hassas bir malzeme üzerine, ışığın yüzeyler üzerindeki yansımalarının aktarılması sonucunda oluşmaktadır. Geçmişten günümüze kadar insanlar görüntüyü tekrar oluşturmayı ve kopyalamayı gerçekleştirmenin teknikleri için denemeler yapmıştır. Bu çalışmalar arasında ışık dikkatleri üzerine çekmiştir. Çünkü kimsenin tekrar çizmesine gerek olmadan görüntüleri olduğu gibi oluşturabilmiştir. Sadece iğne deliğinden ışık alan bir oda, ışıkla resim yapma tekniğinin temelini oluşturmaktadır (Hedgecoe, 1976, s. 18). Mağarada yaşayan ilkel insanların zamanında bu durumun keşfedildiği düşünülmektedir. Duvar resimlerinin ilham kaynağının bu yöntemle elde edilen ters görüntüler olduğu ileri sürülmektedir. “Ünlü filozof, Mo Ti (MÖ 470-391) karanlık bir kutunun bir yüzüne iğneyle bir delik açıldığında, iğne deliğinden giren ışığın, kutunun içinde iğne deliğinin tam karşı yüzeyinde ters bir görüntü oluşturduğundan ilk kez MÖ 500 yılında söz etmiştir” (Uçar, Uçar, Kılıç, Orhon, & Taşcıoğlu, 2013, s. 105). Işığın iğne deliği kadar bir noktadan geçerek karanlık ortamda oluşturduğu ters görüntüye, Latince karanlık oda anlamındaki “kamera obskura” adı verilmiştir.



Resim 15. Kamera Obskura’da Karanlık Bir Kutunun Yüzeyine İğne İle Açılan Delikten, Kutunun Dışında Bulunan Mumun Kutunun İç Yüzeyinde Ters Bir Şekilde Oluşması

Kaynak: (ndrdmath.weebly.com, 2018)

Zamanın ünlü filozoflarından olan Aristoteles ve Al Hassan gibi düşünürler, ışığın yüzeye aktarımına sıklıkla değinmiştir. Kamera obskurdan, tutulmaları seyretme amacıyla faydalandığı kaydedilmiştir. İbnü'l-Heysen gibi zamanın önemli bilim adamlarının yazılarında, Arap dünyasında bu aletin farklı kullanım alanlarının olduğu görülmektedir. Kamera obskuranın kullanımı üzerine verilebilecek bir başka örnek ise, bu aletin Avrupalı sanatçılar tarafından çizim yardımcısı olarak kullanılmasıdır. Rönesans döneminde, deliğe yerleştirilen bir mercek vasıtasıyla görüntü geliştirilmiş ve önceleri bir oda büyüklüğünde olan alet, insanların yanlarında taşıyabilecekleri küçük bir kutu boyutuna indirgenmiştir. Kamera obskura, sanatçıların çizim kağıdı üzerine akseden görüntü üzerinden geçme yöntemi ile çizim yapmasını sağlayan yardımcı bir alet olarak kullanılmıştır (London, Stone, & Upton, 2008, s. 346). Leonardo Da Vinci ve Vermeer gibi ünlü ressamlar sıklıkla kamera obskurayı çalışmalarında kullanmış, kamera obskurdan elde edilen görüntü sayesinde daha gerçekçi bir görünüme sahip resimler ortaya koymuşlardır. Her ne kadar bu dönemde kamera obskura üzerine yaygın çalışmalar gerçekleştirilmesine rağmen, görüntü sabitlemenin yolunun bulunması zaman almıştır.

Fotogravür, gravür prensibiyle fotoğrafın sabitlenmesi olarak adlandırılmaktadır. Joseph Nicephore Niepce bu yöntemle kalıcı görüntüyü elde eden ilk kişidir. Litografi deneyimi olan Niepce, çizmek dışında başka bir yöntemle imaj elde etme üzerine çalışmış, kamera obskura ve ışığa duyarlı kimyasallarla gerçekleştirdiği deneylerin sonucunda ilk fotoğrafı elde etmiştir. Katranı lavanta yağında çözüdüren Niepce, bunun sonrasında bir kalay-kurşun alaşımı levhanın üzerini bununla kaplamıştır. Levhayı pencereden dışarıdaki bahçeye bakacak şekilde kamera obskuranın içine yerleştiren Niepce, levhayı sekiz saat boyunca ekspozite etmiştir. Işık levhanın üzerinde bir görüntü oluşturmuş, aydınlık alanlarda katran katılmış, karanlık alanlarda ise yumuşak ve çözünebilir halde kalmıştır. Bunun sonrasında levhayı lavanta yağıyla yıkayan Niepce, bu uygulama ile ışık görmeyen ve hala yumuşak halde bulunan katranı çıkarmış ve bahçe manzarasının kalıcı bir resmini levha üzerinde elde etmiştir (London, Stone, & Upton, 2008, s. 346). İlk fotoğraf olarak kabul edilen ve Niepce tarafından 1826'da Le Gras, Fransa'da kaydedilen bu fotoğraf "Pencereden Görünüm" olarak adlandırılmıştır.



Resim 16. Le Gras’da Pencereden Görünüm Joseph Nicephore Niepce 1826

Kaynak: (wikipedia, 2018)

Fotogravür tekniğinden faydalanarak benzer çalışmalarda bulunan Louis Jacques Mande Daguerre, çalışmalarını Niepce ile birlikte devam ettirmiş ve Niepce’nin ölümünden kısa bir sonra ise, Niepce’nin gerçekleştirmiş olduğu ilk denemeleri geliştirmiş ve dagerreyotipi yöntemini keşfetmiştir. Niepce’nin kullandığı yöntemden farkı, doğrudan plaka üzerine pozitif baskı yapılması sayesinde daha düşük pozlama zamanına gereksinim duyulmasıdır. Bu yöntemin yaygınlaşması çok hızlı gerçekleşmiştir. İlk ticari fotoğrafı yöntemi olarak bilinen dagerreyotipi, bakır üzerinde kalıcı pozitif imaj elde edilmesini mümkün kılmıştır. ABD’de ve Avrupa ülkelerinde yaygınlaşması çok hızlı gerçekleşmiş ve kısa pozlama süresinden dolayı sıklıkla tercih edilmiştir. Bu ülkelerde halka “Güneşin Çizdiği Minyatürler” olarak adlandırılan dagerreyotip stüdyoları ile hizmet vermeye başlanmıştır. ABD’de üretilen dagerreyotip sayısı 1853 senesinde üç milyon olarak aktarılmış, bunların çoğunluğunu ise portre ve manzara görüntüleri oluşturmuştur (London, Stone, & Upton, 2008, s. 347). Bu teknikle, bir fotoğrafın yalnızca bir kopyasının üretebilmesi mümkündür ve fotoğraf çoğaltılamamaktadır. Bunun yanı sıra, bu teknik ile elde edilen imajın düzgün görüntülenebilmesi ancak belirli açılardan mümkün olmaktadır.

Dagerreyotipin sonrasında keşfedilen negatif fotoğraf teknolojileri onun yerini almıştır.



Resim 17. Dagerreyotip

Kaynak: (*freepages.rootsweb.com, 2018*)

Negatif fotoğrafın üretilmesi ve bunlardan pozitif görüntünün elde edilmesi keşfi sonucunda fotoğraf bir çoğaltma tekniği haline gelmiştir. Kalotip olarak adlandırılan bu yöntem, 1935 yılında William Henry Fox Talbot tarafından keşfedilmiştir.

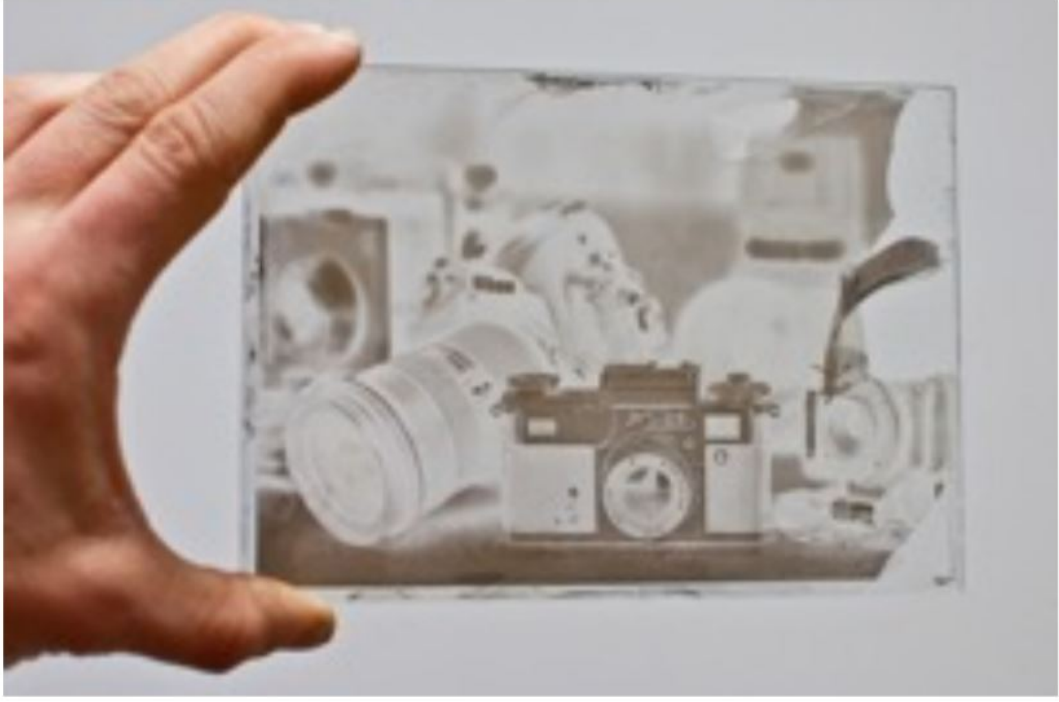


Resim 18. 1840'ların Başında William Henry Fox Talbot Tarafından Basılan Fotoğrafın Kalotif Negatifi ve Kağıt Üzerine Aktarılan Pozitifi

Kaynak: (*theslideprojector.com, 2018*)

Negatif görüntüyü ilk defa kullanan ve kağıt üzerinde sonuç veren fotoğraf tekniği katoliptir. Katolipin sahip olduğu kolay üretim, çoğaltma, saklama gibi özellikleri onu takip eden teknolojilerin de benzer yönde ilerlemesine neden olmuştur. Teknik açıdan bakıldığında; talbot ışığa duyarlı yüzey olarak, gümüş tuzları ve üzeri galik asit ile kaplı kağıt yüzeyi kullandığı görülmektedir. Işığın gümüş tuzlar üzerine düşmesi prensibine dayanmakta, bu ışığın gücüyle orantılı olarak grinin farklı tonları meydana gelmekte ve gizli görüntü oluşmaktadır. Bir takım kimyasal işlemlerin ardından bu gizli görüntü, negatif olmakta ve gerçek görüntüye dönüşmektedir (Uçar, Uçar, Kılıç, Orhon, & Taşçıoğlu, 2013, s. 117). Çoğaltma işlemine elverişli olan negatif transfer işleminin kağıt kullanılarak yapılmasından dolayı kalotip yöntemiyle, dagerreyotip yönteminde olduğu seviyede bir netlik sağlanamamıştır. İçerdiği liflerden dolayı kağıda basılan fotoğraflarda hafif bir bulanıklık gözlemlenmektedir. Ancak bu tekniğin sahip olduğu özellikler ilerleyen dönemde geliştirilen teknolojilere öncü olmuştur. Başarılı bir şekilde fotoğrafı kaydetme denemeleri çoğunlukla metalin üzerinde gerçekleştirilmiştir. Kolodyum tekniğinin bulunması sonrasında bu durum değişmiştir.

Fotoğrafın aktarılacağı yüzey kolodyumda metal yerine cam yüzey olarak tercih edilmektedir. Cam plakalara fotoğrafın kaydedilmesi deneyleri esnasında ıslak kolodyum tekniği keşfedilmiştir. Cam, metalden daha ucuzdur ve bir desene de sahip değildir. Bundan dolayı negatif yaratmak camda metale göre daha kolaydır (Hedgecoe, 1976, s. 24). Pozlanma süresini kısa olan kolodyum tekniğinin ışığa olan duyarlılığı yüksektir. Kolodyum tekniğinde diğer iki tekniğin özelliklerinin bir karışımı görülmektedir. Keskinlik özelliği dagerreyotip tekniğiyle, yeniden üretilebilme özelliği ise kalotip tekniği ile benzerlik göstermektedir. Söz konusu bu avantajlar sayesinde kolodyum tekniği, kuru jelatin levhanın keşfine kadar popülerliğini devam ettirmiştir. Kolodyum tekniğindeki kağıt ıslakken işleme alma gerekliliği onun yalnızca profesyoneller arasında yaygınlık kazanabilmesine neden olmuştur. Bu dönemde fotoğrafın bilinirliğinin yüksek olduğundan bahsetmek mümkündür. Ancak çeşitli sebeplerden dolayı kişisel kullanım için uygunluk kazanamamıştır.



Resim 19. Kolodyum Tekniği

Kaynak: (borutpeterlin.wordpress.com, 2011)

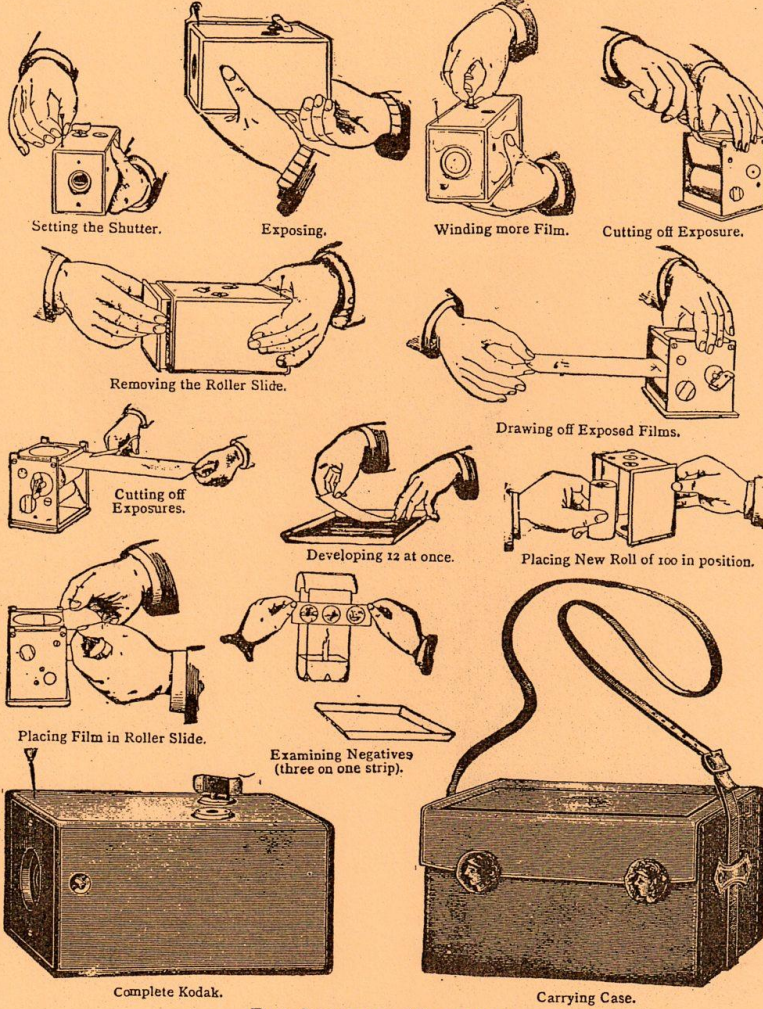
Bu teknikte fotoğraf çekmenin kompakt olmaması, daha iyi sonuçlar alınması için fotoğraf üzerine deneylere devam edilmesi sonucunu doğurmuştur. Bu alanda gerçekleşen ilk gelişme; “... ışığa hassas gümüş tuzlarını tutabilen yeni bir jelatin sıvı çözeltinin keşfiydi. Bu, makaralardaki jelatin film temel alınarak geliştirilmişti. Rulo film, fotoğrafı isteyen herkesin kullanabileceği basitliğe indirerek fotoğrafçılıkta bir devrim yarattı” şeklinde aktarılmaktadır (London, Stone, & Upton, 2008, s. 350). Rulo filmlerin ortaya çıkması neticesinde daha uygun fiyatlı, kolay erişebilir ve kullanımı kolay fotoğraf makineleri üretilmeye başlanmıştır. Rulo filminden yararlanan George Eastman 1888 yılında Kodak fotoğraf makinelerini üretmiştir. “...Kodak kamerası piyasaya “Siz düğmeye basın – gerisini biz hallederiz” sloganıyla çıkmıştı. Bugün milyonlarca amatör fotoğrafçının çok iyi tanıdığı şipşak fotoğrafın doğuşuydu. Kodak fotoğraf makineleri, fotoğrafçılığa artık herkesin kolayca ulaşabilmesine olanak sağlamıştır.

THE KODAK

Is the smallest, lightest, and simplest of all Detective Cameras—for the ten operations necessary with most Cameras of this class to make one exposure, we have only 3 simple movements.

NO FOCUSING. NO FINDER REQUIRED.

Size $3\frac{1}{4}$ by $3\frac{1}{4}$ by $6\frac{1}{2}$ inches. MAKES 100 EXPOSURES. Weight 35 ounces.



FULL INFORMATION FURNISHED BY
THE EASTMAN DRY PLATE & FILM Co., 115, Oxford St., London, W.

Resim 20. Kodak Fotoğraf Makinesi 1889

Kaynak: (fotoclubbg.wordpress.com, 2018)

19. yüzyılın en büyük keşiflerinden biri olarak kabul edilen fotoğrafın, grafik tasarım alanında önem kazanması uzun zaman sonra ancak gerçekleşebilmiştir. Bunun temel sebebi, 19. yüzyılda mevcut olan baskı tekniklerinin, fotoğrafın yazı beraberinde çoğaltılmasını henüz mümkün ve elverişli kılamamıştır. Fotoğrafın henüz baskı için uygun olmadığından dolayı yapılması planlanan illüstrasyonlar için bir araştırma aracı

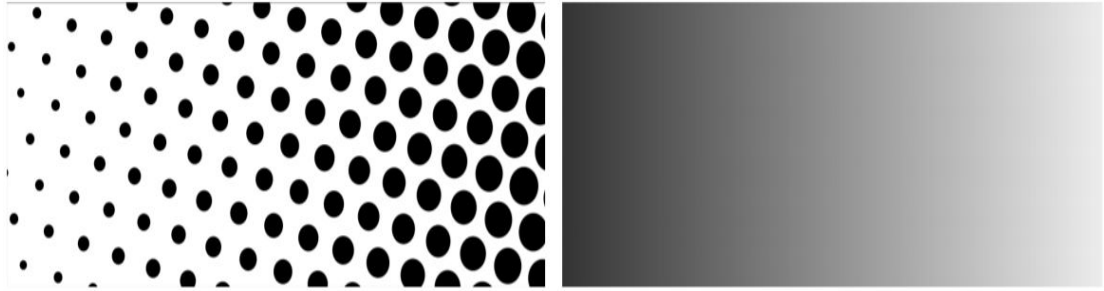
olarak kullanılmıştır. “Grafik Tasarım; Yeni Bir Tarih” adlı eserinde Eskilson, bu konu üzerine bazı noktalara değinmiştir. Eskilson yayınladığı kitabında 19. Yüzyılın sonlarına doğru teknolojinin gelişmesiyle birlikte ABD ve Avrupa ülkelerinde fotoğrafçılığın insanların yaşamlarının yaygın bir parçası konumuna geldiğine, buna karşın fotoğrafların dergi ve gazetelerde çok fazla yer almadığına, bunun nedeninin ise dönemin teknolojisinin resimler ile metinleri yan yana basmaya müsait olmaması olduğuna değinmektedir. Bu gerçeklikten dolayı fotoğrafın grafik tasarımda önemli bir yer edinmesi ancak 1920’lerde gerçekleşebilmiştir (Eskilson, 2007, s. 25). Fotoğraf basımına fotogravür tekniğinin bulunması sonrasında başlanmıştır. Fotogravür tekniği, tasarımın metal plakaya el ile geçirilmesi sürecini ortadan kaldırarak bu işlemin foto kimyevi yöntemlerle gerçekleştirilmesinin önünü açmıştır. “Baskı resim; Kapsamlı Materyaller ve Teknikleri Rehberi” adlı eserlerinde Beth Grabowski ve Bill Fick, fotogravür tekniğine dair bazı konulara değinmişlerdir. Grabowski ve Fick yayınladıkları kitapta; foto-çukur baskısının, zemin görevi gören ışığa duyarlı filmlerin kullanıldığı bir teknik olduğunu, foto-çukur baskı kalıbı yapmak için, filmin plakaya yapıştırıldıktan sonra pozitif bir saydamla pozlanması gerektiğini, bunun geliştirildiği zamanki pozitif görüntünün altındaki metalin pozlanmasıyla dağılıp gittiğini belirtmektedirler. Filmin sertleşip gelişmesi sonucunda, baskı doğrudan doğruya film yüzeyinden alınabilmekte ya da kalıp geleneksel indirgeme teknikleri ile oluşturulabilmektedir (Grabowski & Fick, 2012, s. 128).



Resim 21. Fotogravür Tekniği

Kaynak: (*historyphotography.wordpress.com, 2014*)

Fotogravür tekniğinden yararlanılarak fotoğrafın yanı sıra tipografi basımı da gerçekleştirilmiştir. Doğrudan geçirgen bir malzeme üzerinde yapılacak tasarımdan sonra, olduğu gibi çinko levha üzerine taşınabilmektedir. Bu teknik, fütüristler tarafından fotoğrafçılık ve yazmanın birleşimine olanak tanıdığı için yaygın olarak kullanılmıştır. Tramlı baskı teknolojisinin, fotoğrafın çoğaltılmasını ve basılmasını sağlaması açısından en önemli aşama olduğunu söylemek mümkündür. Tramlı baskı teknolojisinde, imaj farklı boyutlardaki noktalara bölünmekte ve bu noktaların boyut farkları, tonları ortaya çıkarmaktadır. Tram baskı teknolojisinde yaşanan ilerlemeler sonucunda fotoğraf üretimi basitleşmiştir. Tram baskı teknolojisinin bulunmasından sonra ahşap baskıya yönelme yavaşlamıştır. Ahşap baskı yöntemi ayrıntılı ve uzun uğraşlar gerektiren bir tekniktir. Üretim tekniği olan fotomekanik, kitle iletişim araçlarında basitliği ve kullanışlı olması ile hızla kullanılmaya başlamıştır.



Resim 22. Tramlı Baskı

Kaynak: (gobrandgo.com, 2018; websterink.com, 2018)

2.4.2. Grafik Tasarımda Sayısal Dönem

Teknolojinin giderek gelişmesi sayısal dönem olarak bilinen bilgisayar çağına geçilmesini mümkün kılmıştır. Grafik tasarımı, sayısal dönemden oldukça etkilenmiştir. Sayısal teknolojiler, üretim ve tasarım sürecini kolaylaştırmış, bunun yanı sıra internet, mobil cihazlar gibi yeni alanların önünü açmış ve grafik tasarımına yeni tanımlar getirmiştir. Teknoloji ve grafik tasarımda en önemli buluşlardan biri olan bilgisayar, grafik tasarımın yanı sıra çoğaltma tekniklerine de yenilikler getirmiştir. Görsel manipülasyonu ve üç boyutlu görsellerin yaratılmasını sağlayan bilgisayar, tasarım sürecini hızlandırarak, eskiz ve fikir aşamalarında alternatiflerin üretilmesini mümkün hale getirmiştir. Buna ek olarak, tasarımcı ve tasarım üzerine yeni roller yüklemiş ve tasarım için sınırsız yeni kanallar sağlamıştır. Bilgisayarların yaygınlık kazanmasını sağlayan ilk gelişme, Apple'ın 1983 senesinde satışa çıkardığı "Lisa" adlı bilgisayar ile gerçekleşmiştir. Apple Lisa adlı bilgisayar ile hedeflenen herkesin rahatça kullanabileceği ve karşılanabilir bir ücrette olan ürünler satmaktır. Ancak gerçekte fiyatları herkesin karşılayabileceğinin çok yukarısında bulunmuş, buna rağmen ciddi bir satış rakamına ulaşılabilmektedir. 1984 yılında Macintosh adlı bilgisayar Lisa'ya kıyasla daha düşük fiyatla ancak aynı zamanda daha düşük özelliklerle sürülmüş, bu bilgisayarlar ile daha kolay bir kullanım sağlanmıştır. Bilgisayarın kişisel kullanıma açılması ve farklı uygulamaların kullanımını mümkün kılınması bu ilk kişisel bilgisayar örnekleri ile gerçekleşmiştir.



Resim 23. Macintosh Lisa 1984

Kaynak: (Spicer, 2009)

Pascal, 17. Yüzyılda keşfettiği hesap makinesi ile sayısal teknolojinin gelişmesine olanak sağlamıştır. Pascal'ın başlattığı sayısal teknolojinin devamını getiren, ondalık sistemi değiştiren ve yerine ikili dilimi getiren Leibniz olmuştur. Charles Babbage tasarladığı makineden; "...yapılacak işlemleri belleğine alan delikli kartlar yardımıyla programlanabilir çözümsel bir makine..." olarak bahsetmektedir (Cavalier, 2004, s. 276). 19. Yüzyılda George Boole ise; "...bütün problemleri, evet (1) ya da hayır (2) yoluyla yanıt vermenin yeterli olduğu bir dizgi soruya indirgemekle gerçekleşen bütünlükler kuramı..." ifadesinde bulunmuştur (Cavalier, 2004, s. 277). Bu çalışmalara askeri amaçlar doğrultusunda devam edilmiş, ENIAC (Electronic Numerator, Integrator, Analyzer, and Computer) olarak adlandırılan ilk ikili sistem ile çalışan bilgisayar tasarlanmıştır. Bu bilgisayar, füzelerin yörüngelerini hesaplamak için kullanılmıştır. Bunun sonrasında günümüzde kullandığımız ekran ve görüntü teknolojilerinin başlangıcı sayılan Katot Işın Tüpü (CRT) üzerine çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Cavalier, 2004). ENIAC'tan sonra bu alanda yaşanan en büyük gelişme SAGE (Semi-Automatic Ground Environment) projesidir. SAGE'nin geliştirdiği Whirlwind bilgisayarlarının grafik tasarımcılar için en önemli özelliği, kişisel bilgisayar kavramını yaratmış olmalarıdır (Lester, 2006, s. 360). Whirlwind bilgisayarlarının kişisel çalışma alanları yaratmasının yanı sıra kullanıcılara etkileşim imkanı da sağlamıştır. Bilgisayarı toplum kullanımına ideal şekle getirilmesinin ilk adımı; IBM'in mekanik cetveller ve hesap makineleri alanında 701/702 dizisinde seri üretime geçmesi ile atılmıştır. Bu adım, başlangıçta askeri amaçlarla geliştirilen bilgisayar teknolojisinin toplum tarafından da kullanılabilmesi doğrultusunda gerçekleştirilen ilk girişim olmuş ve beraberinde bilgisayar çağını getirmiştir. Bir tasarım aracı olarak bilgisayarın kullanılması, 1960'lı yıllarda Massachusetts Institute of Technology (MIT)'de Bilgisayar Destekli Tasarım (Computer Aided Design) kavramının ortaya koyulması sonrasında başlamıştır. Arayüz oluşturulması ile insanların bilgisayar aracılığıyla çalışarak bilgisayar destekli tasarımlar ortaya koymasını mümkün kılmıştır (Sarıkavak, 2005, s. 36-37).

Bilgisayar teknolojilerinin gelişim göstermesi beraberinde insan-bilgisayar etkileşimine duyulan ihtiyacı getirmiştir. Meydana gelen ihtiyaçların karşılanması ve kolaylaştırılması amaçlarıyla etkileşim araçları oluşturulmuştur. Bu araçlar vasıtasıyla; bilgisayara komut vermek, bilgisayarda bilgi erişiminde bulunmak, sosyal medya kullanmak, müzik dinlemek, çeşitli görselleri bilgisayar ortamına taşımak gibi

işlemler yapılabilir. Mecrayı Keşfetmek adlı eserinde Murray (2012, s. 291), etkileşimden “Etkileşim, sayısal ortamın yöntemsel ve katılımcı kolaylığının ajans deneyiminin doyuruculuğunu maksimize etmesiyle ilişkilidir” şeklinde bahsetmektedir. 1963 senesinde Douglas Engelbart’ın keşfettiği fare, insan-bilgisayar etkileşiminde çok büyük bir role sahiptir. Farenin keşfedilmesinden önce, bilgisayarlara komut verebilmek için kod yazımı gerekmiştir. Bu dönem öncesinde bilgisayar, yalnızca eğitilmiş mühendisler tarafından kullanılabilen bir teknoloji konumunda kalmıştır. Bunun temel sebebi herkesin kod yazma gibi teknik bilgilere sahip olmamasıdır. Fare sayesinde kullanıcılar kod yazarak komut girmek yerine, ekranda bulunan bir imleci kontrol edebilme imkanına sahip olmuştur (MacKenzie, 2013, s. 6).

Bilgisayar kullanımını kolaylaştıran ve yaygınlaşmasına önemli katkıda bulunan durum farenin icadıdır. Fare ile çizim, tasarım, foto-manipülasyon gibi işlemler yapmak, piyasaya sürülen yazılımlar sayesinde kolaylaşmıştır.



Resim 24. 1963 Yılında Douglas Engelbart Tarafından Yaratılan İlk Fare

Kaynak: (Çolak, 2016)

Tarayıcılar, önceden hazırlanan görüntüleri bilgisayar ortamına aktarmaya yardımcı olmakta, imgeleri tarayarak (okuyarak) onları bilgisayarın algılayabileceği küçük noktacıklara dönüştürmektedir (Becer, 2013, s. 123). Tarayıcılar, bilgisayar üzerinde geleneksel

yöntemleri kullanarak görüntülerin değiştirilmesini ve düzenlenmesini sağlamaktadır. Gelişen teknolojilerin sundukları yenilikler sayesinde daha büyük boyutlardaki görüntüler kaliteli bir çözünürlük ile taranabilmektedir.

Bilgisayar tabanlı grafik tasarımın ilerlemesinde bilgisayar ortamı tek başına yeterlilik sağlayamamıştır. Tasarım yapabilmek için belirli bilgisayar yazılımlarına da ihtiyaç duyulmaktadır. Bu alandaki ilk çalışmalardan biri, MIT’de öğrenci olan Ivan Sutherland’ın geliştirdiği “sketchpad”dir. Sketchpad, kullanıcıların bilgisayar ekranında ışıklı kalem vasıtasıyla şekiller çizmesine ve bu çizimleri kaydetmesine olanak sağlayan bir yazılım programı olarak tanımlanmaktadır.



Resim 25. Ivan Sutherland’ın Işıklı Kalem Kullanarak Bilgisayar Ekranına Şekiller Çizmeyi Olanaklı Kılan Sketchpad Yazılımı

Kaynak: (history-computer.com, 2018a)

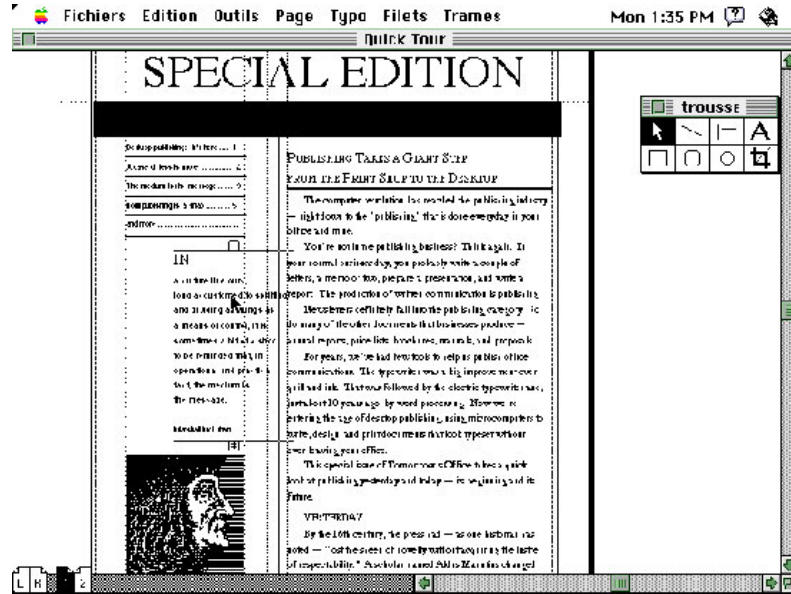
Macintosh’un ilk bilgisayarının piyasaya sürülmesiyle birlikte bilgisayar programcısı Bill Atkinson ve grafik tasarımcı Susan Kare, Macintosh için MacPaint programını

yaratmışlardır. Bu program ile Atkinson ve Kare bilgisayar etkileşiminin öncüleri olmuşlardır. Bu programı Aldus adlı ABD’li şirket çıkardıkları “Pagemaker” programı ile takip etmiştir. “Macintosh ile örneklenebilecek çağdaş grafik ara yüzler, ekrandaki nesnelerin görünüm ve davranışları aracılığıyla etkileşimin “ortak zemininin” bir kısmını açıkça temsil eder” (Laurel, 1991, s. 4).



Resim 26. Macpaint 1984

Kaynak: (onemorething.nl, 2014)



Resim 27. Aldus PageMaker

Kaynak: (history-computer.com, 2018b)

Bu programların sonrasında QuarkXpress olarak adlandırılan yeni bir program çıkarılmıştır. 1987 senesinde piyasaya sürülen QuarkXpress programı ile sayfa düzenlemek, renk ayarı yapmak ve ayrıntılı tipografik düzenlemelerde bulunmak mümkün hale gelmiştir. Yine 1987 senesi içerisinde Microsoft tarafından kişisel portfolyo ve sunumlar hazırlama imkanı sağlayan PowerPoint 1.0'ı piyasaya sürülmüştür. Bilgisayar tabanlı grafik tasarım alanında yaşanan en büyük gelişme ve ilerlemeler Adobe firması sayesinde gerçekleşmiştir. Adobe firması; fotoğraf, video, masaüstü yayıncılığı, vektör tabanlı illüstrasyon gibi pek çok farklı alana hizmet etmektedir. Adobe firmasının piyasaya sürdüğü yazılımları günümüz dünyasının en yaygın kullanım oranına sahip yazılımları arasında yer almaktadır. 1982 yılında bilgisayar programcısı olan John Wamock ve Charles Greschke, Adobe firmasını kurmuştur. Bu programın ana dili olan PostScript sayfa düzenini matematiksel olarak değiştirmişlerdir. Sonrasında ise bu dilde olan sayfa düzeninde değişiklikler yaparak boyut, düzey ve şekillerini uluslararası platformda uygulamışlardır. Wamock ve Greschke, 1986 yılında Illustrator Photoshop ve InDesign yazılımlarında bazı değişikliklere gitmiş ve bu yazılımların gelişim kaydetmelerini sağlamışlardır (Tuksal, 2010, s. 37).



Resim 28. Adobe Yazılımları

Kaynak: (interactiveblend.com, 2012)

Hala günümüzün en çok tercih edilen programları arasında yer alan Adobe Illustrator, 1988 senesinde piyasaya sürülmüştür. Vektör tabanlı çalışan bu program, tipografik düzenlemelerde, illüstrasyonlarda ve logo tasarımlarında kullanılmaktadır. 1990'da görüntü işlemede büyük bir atılım olarak kabul edilen Adobe Photoshop programı, görüntüleri düzenlemek ve değiştirmek için kullanılmak üzere piyasaya sürülmüştür. Bilgisayar teknolojisinde yaşanan gelişime paralel olarak gelişimlerini sürdüren bu yazılımlar, aynı ortamda farklı tasarım aşamalarını bir araya getirerek tasarım sürecini hızlandırmış, kolaylaştırmış ve ilerleyen dönemde piyasaya sürülen yüzlerce benzer programın öncüsü olmuşlardır.

İnternet, dünyadaki bütün bilgisayarları birbirine bağlayan bir ağ teknolojisidir. Geniş bir bilgi havuzuna sahip olan internet, bilgisayar vasıtasıyla herkesin erişimine açık bir teknolojidir. Bu gelişmeler grafik tasarımın yeni mecralar kazanmasını sağlamıştır. Bilginin herkes tarafından rahatlıkla ulaşılması ve bilgisayar ortamında tasarımın ilerlemesi insanların tasarıma kolaylıkla yönelebilmesini sağlamıştır. İnternetin ilk kullanımı askeri amaçlar için gerçekleşmiştir. ARPANET adlı yerel ağ, Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Ajansı (DARPA)'nın daha hızlı ve kolay bir şekilde ve çalışabilmeleri amacıyla yaratılmıştır. Bu teknolojinin kullanım alanı, üniversiteler ile genişlemiş, toplumda kişisel bilgisayar kullanımının artış göstermesi sonucunda ise internetin kapsamında bir genişleme ve genele hitap etme durumu yaşanmıştır. TCP/IP teknolojisi, günümüzde kullanılan internetin temel bileşenlerinden birisi olarak kabul edilmektedir. 1983'ten sonra ARPANET içinde kullanılmaya başlanmış, yine aynı yıl içerisinde DNS olarak adlandırılan sistem de kullanıma sunulmuştur. Türkçe karşılığı Alan Adı Sistemi olarak çevrilmiş (Domain Name System) DNS sistemi, makine isminin adrese, adresin de makine ismine çevrilmesi işlevini görmektedir. Bu dönemde bütün ağların ortak bir dile sahip olması gerekliliği hissedilmiştir. Çalışmalarını o dönemde İsviçre'deki CERN laboratuvarlarında devam ettiren Tim Berners-Lee 1989 yılında önce hiper metin işaretleme dilini (Hyper Text Markup Language – HTML), sonrasında ise dilimizdeki karşılığı dünya çapında ağ olan, internet kullanmak isteyen herkesin internet adreslerinin başına eklemek zorunda olduğu www (World Wide Web) olarak tanımlanan bilgi paylaşım sistemi kurulmuştur. www internet ağı çalışmalarının ilk dönemini sona erdirmiştir. www dünya genelindeki bütün kullanıcıların ortak bir dili konuşması sağlamıştır (Birsen, ve diğerleri, 2012, s. 6).

Web'in bugünkü haline ulaşması üç aşama ile gerçekleşmiştir. İlk aşama olan ve birinci nesil olarak adlandırılan sürüm Web 1.0 ile yalnızca okumaya yapmak ve bilgi erişiminde bulunmak mümkün olmuştur. Web 2.0, hem okumayı hem yazmayı mümkün hale getirmiştir. İnternet aracılığıyla paylaşım yapmak ve sosyal etkileşime girmek Web 2.0 ile birlikte artış göstermiştir. Web 3.0 ise, "iki ana platform içerir; bunlar anlamsal teknolojiler ve sosyal bilişim ortamlarıdır. Anlamsal teknolojiler ağın üzerine uygulanabilecek açık standartları temsil eder. Sosyal bilişim ortamı ise insan-makine iş birliğini ve yüksek sayıda ağ topluluklarının organizasyonunu sağlar" şeklinde tanımlanmaktadır (Aghaei, Nematbakhsh, & Farsani, 2012, s. 2). Günümüzdeki internet fonksiyonlarına ise Web 3.0 ile ulaşılmıştır. İstenilen her çeşit bilgiye çok hızlı bir şekilde ulaşılabilirdiği, iletişim kurulabildiği, etkileşimli bir paylaşım ortamı haline gelmiştir (Meggs & Purvis, 2012, s. 530-531).

Taşınabilir teknolojik aletlerin piyasaya sürülmesinde Apple'ın 2001 yılında satışa çıkardığı İpod öncülüğünde gerçekleşmiştir. Oldukça küçük olan İpod cihazlarını rahatça istenilen yere götürmek mümkündür. Bu cihazlar müzik dinlemede devrim etkisi yaratmıştır.



Resim 29. İPod 2001

Kaynak: (Edwards, 2011)

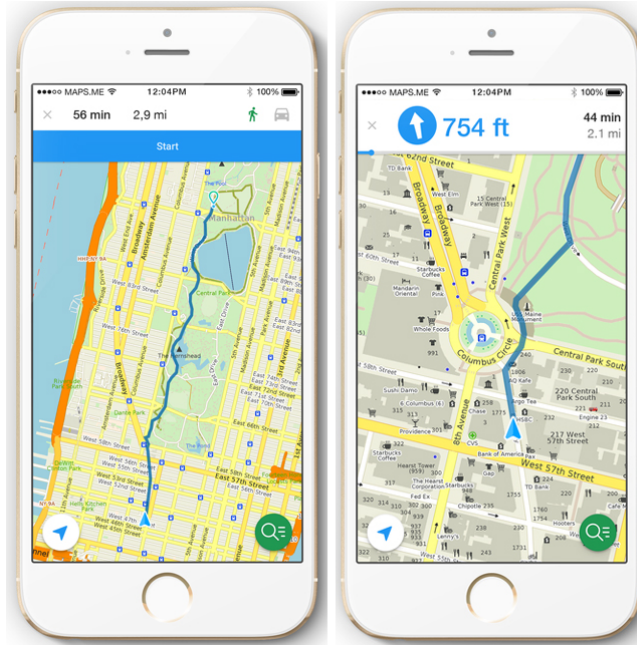
Bir diğer Apple firması ürünü olan ve 2007 senesinde satışa çıkarılan İphone cihazları, İpod'un önünü açtığı yolda ilerlemiştir. Bu cihazlar telefon-insan etkileşimi artırmış

ve insanlara yeni bir internet erişimini yolu sağlamıştır. Iphone cihazlarını, günümüzde tasarım çalışmalarında büyük bir öneme sahip olan uygulamaları takip etmiştir. Bu uygulamalar insanların gündelik yaşantılarını eğlenceli hale getirmek, paylaşmak ve kolaylaştırmak için geliştirilmişlerdir. Bu yeni teknoloji hayatın her alanında ihtiyaç duyulan; fotoğraf, hesap makinesi, saat, kronometre, ses kaydedici, radyo gibi cihazların hepsini tek bir alanda toplamayı başarmıştır.



Resim 30. Telefonda Fener Uygulaması

Kaynak: (spaceotechnologies.com, 2018)



Resim 31. Telefonda Harita Uygulaması

Kaynak: (Fiolet, 2015)

Farklı disiplin türleri, bilgisayar ve internetin hızlı değişimi ile çoğu zaman bir arada görülmektedir. Günümüzde bilgisayar ile video, kamera, ses gibi birçok fonksiyonu bir arada bulabilmek mümkündür. Bu fonksiyonların bir alanda toplandığı yeni etkileşimli sunumlar “multimedya (çoklu medya)” olarak adlandırılmaktadır. İlerleyen teknoloji ile kişisel bilgisayarlar aktif bir şekilde kullanılmaya başlanmış, bu doğrultuda üretilen yazılımlar multimedya yöntemlerini tek bir noktada birleştirmiştir. İnsan hayatının önemli bir kısmını oluşturan eğlence, öğretici malzemeler, sunumlar, reklamlar gibi çeşitli alanlarda multimedya faydalanılmaktadır. İnternet, sosyal medya, etkileşim gibi faktörlerin birleşimi sonucunda “hipemedya” kavramı oluşmuştur. Hipermedya insanların daha etkin, katılımcı ve etkileşime açık olmalarını sağlamıştır. Hipermedya ortamı; video, ses, görüntü, animasyon, metin gibi birçok farklı bileşimin bir bilgisayar aracılığıyla görüntülenebildiği alan olarak tanımlanmaktadır. Rastgele erişim olarak ifade edilen durum mevcuttur, bileşimin fiziki olarak bir başlangıcı veya sonu bulunmamaktadır. Bir bağlantılar ağında bilgilerin birbiri ile bağlanmasını sağlamaktadır. Kullanıcılar ile yaratıcılar arasında bir etkileşim mümkün kılınmakta, aralarındaki fark bulanıklaşmaktadır. Bu sistem sayısaldır, disk üzerinde ya da internet ağında dağıtılabilmektedir. Bu ortam; eğlence alışkanlıkları ve çalışma alışkanlıklarını değiştirebilecek ve dönüştürebilecek bir potansiyele sahiptir (Cotton & Oliver, 1997, s. 8). Bu gelişmelerle birlikte, etkileşim sırasında kullanıcının aldığı kararlar göz önüne alınarak bir tür yapay zeka oluşturulmuş ve kullanıcının karşı karşıya kalacağı unsurlar önceden aldığı kararlarına göre belirlenmeye başlanmıştır. Bu duruma örnek olarak kullanıcıların internette karşılaştıkları reklamları vermek mümkündür. Kullanıcılar gün içerisinde yaptıkları aramalarla alakalı reklamlarla arama sonrasında karşılaşabilmektedir. Buna ek olarak hipermedya, kullanıcıların kendi gerçekliklerini yaratmalarına ve tasarımlarına olanak sağlamıştır. Facebook, günlük yaşamımızda bir gerçeklik haline gelmesi ile bu duruma verilebilecek en yaygın örneklerden biridir.

3. BÖLÜM

TOPLUMSAL OLGULAR VE ESTETİK KAYGILARIN GRAFİK TASARIM SÜRECİYLE İLİŞKİSİ

3.1. Toplumsal Olgu Kavramı

3.1.1. Olgu Kavramının Tanımı

Olgu, temelini bilimsel verilerden alan, kanıtlanabilir niteliğe sahip bilgilerdir. Olgular nesnel ve irade dışıdır. Olgu ve olay çoğunlukla birbiriyle karıştırılmaktadır. Olgunun olay kavramından farkı, tarafsız ve nesnel özelliklerinin olmasıdır. Olgu irade dışıdır, yoruma açık değildir ve bir süreci belirtmektedir. Bir konuya olgu diyebilmek için, herkes tarafından kabul edilmiş olmalı, varlığı veya doğruluğu bilimsel yöntemler ile kanıtlanmış olması gerekmektedir.

Fransız düşünür August Jont bilimin olgulara dayanması gerektiğini savunmuştur. Soyutlamalardan doğan metafizik, deneyden dolayısıyla bilgi alanımızın dışındadır ve nesnelere de kendilikleri bilinmezdir. Dolayısıyla bilimin, bu gerçek dışı bilinemezliğin bulunduğu yerde yalnızca deney ve gözlemlerin konusu olan olgularla uğraşması mümkündür. Daha basit bir ifadeyle, gözlerimiz önünde gerçekleşen olgular, ruh ya da özdekle açıklanamazlar, yalnız başka olgularla açıklanabilirler (Hançerlioğlu, 2015, s. 289).

3.1.2. Toplumsal Olgunun Tanımı

Toplumsal olgu, aynı alanda gerçekleşen birçok toplumsal olayın genel adı demektir. Tek bir topluma ya da kişiye özgü değil, bütün toplumlara ya da kişilere özgüdür. Bu haliyle genel ve soyuttur. Örneğin göç kavramı az ya da çok tüm toplumlarda ortak olarak bir değişim yarattığı için toplumsal bir olgudur. Bir topluma özgü olması durumunda ise göç olgusu bir olaydır. Bu bağlamda Türkiye-Yunan arasında gerçekleşen nüfus mübadelesi toplumsal bir olay olduğunu söylemek mümkündür. “Fonksiyonalist teori toplumsal olguları, toplumun varlığını sürdürmedeki yerleri açısından açıklamak istemektedir. Bu gözlemin, fonksiyonalist biçimlerinden biri olan Malinoski'nin teorisinin toplumsal olguyu bireysel biyolojik ve çıkarılmış kültürel

gereksinmelere dayandırarak açıklamayı önerdiği ileri sürülerek sınırlandırılması ve tadil edilmesi gerektiği söylenebilir” (Bottomore, 2000, s. 35). Durkheim toplumsal olguların sosyolojinin çalışma alanına girdiğini belirtmiştir. Durkheim’in savunduğu görüşe göre, toplumsal olguyu evrendeki diğer bütün olgulardan ayıran iki temel özellik vardır. Bunlardan ilki, toplumsal olgunun birey bilincinden bağımsız bir biçimde var olmasıdır. Durkheim toplumu genele göre değerlendirmiş, temelde birey bilincinin analize karşı çıktığını belirtmiştir. Sosyolojik olarak, bireysel güçlerden daha çok kolektif güçler ile alakalıdır. Durkheim, toplumsal olguların bireye indirgenmesi mümkün olmayan din, mesleki örgütlenmeler gibi kolektif niteliklere ve kendine has bağımsız bir gerçekliğe sahip olduğunu ve bireylerin dışında var olduğunu savunmaktadır. Bu görüşlerden ikincisi ise; toplumsal olguların, baskı yoluyla bireylere kabul ettirilmesidir. Toplumsal olgular, kolektif nitelikleri sayesinde bireylerin üzerinde baskıcı ve sınırlayıcı güce sahiptir. “Görsel iletişimde, soyutlama daha kuvvetli ve özü çıkartılmış bir anlama doğru bir basitleştirme 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” (Ketenci & Bilgili, 2006, s. 280).

3.1.3. Toplumsal Olguların Tasarım Sürecine Etkileri

Toplumda yaşanan her türlü olayı, toplumsal olgu kendi içerisinde barındırmaktadır. Toplumsal olguların tek bir topluma ait olmaları mümkün değildir, birçok topluma aittirler. Bu olgular; etkin, kalıcı ve kültürel öğeler barındırmaktadır. Bir toplumsal olay belli bir zaman dilimi ve belirli bir yerde gerçekleşmektedir. İşin amacına verimli ve net bir biçimde yönelmesini sağlamak için sosyal ve kültürel bağlam açık bir şekilde anlaşılmalıdır (Leonard & Ambrose, 2015, s. 38).



Resim 32. 1 Mayıs Afişi- Orhan Taylan (1977)

Kaynak: (TMMOB, 2016)

Toplumsal olgular toplumun yapısına ait kilit noktaları tasarımcıya sunmaktadır. Tasarım sürecinde grafik tasarımcının hitap etmek istediği toplumun özelliklerini yapacağı ön çalışmalarla doğru tespit etmesi gerekmektedir. 1 Mayıs, işçiler bayramı adında ifade edilen bir olgudur. Dünyayı kaldıran işçilerin elleri arkasında umudu simgeleyen çiçekler, devrimi ifade etmesi nedeniyle kırmızı rengi kullanılmıştır. 1 Mayıs amblemi Türkiye’de belli bir çevre tarafından ideolojik olarak olumlu anlam ifade ederken, muhafazakar çevre tarafından ise pek olumlu anlam taşımamaktadır.

Toplumun yapısına göre grafik tasarım ürünleri farklılık göstermektedir. Örneğin; muhafazakar ile çağdaş topluma hitap ederken toplumun özelliklerini, dünya görüşünü, yaşam tarzını dikkate alarak toplumun yapısına farklı tasarımlar yapmak gerekmektedir.



Resim 33. Coca Cola'nın Arabistan Reklamı

Kaynak: (Brauhofer, 2018)



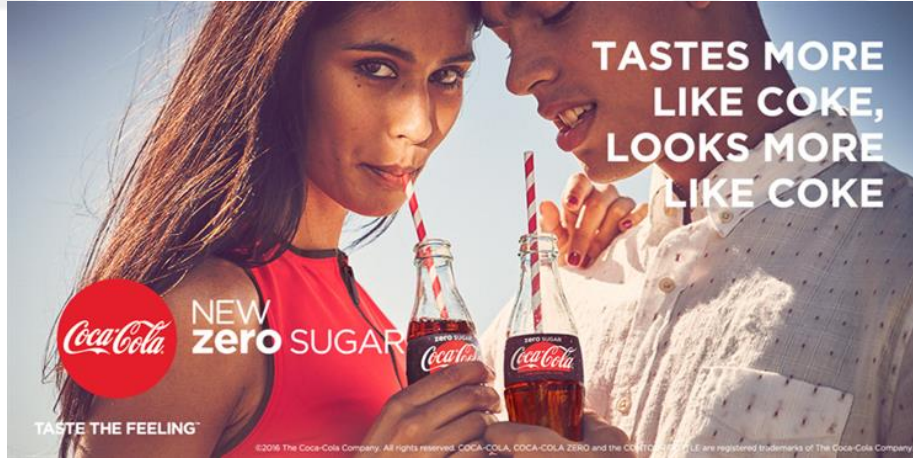
Resim 34. Coca Cola'nın Arabistan Avrupa Reklamı

Kaynak: (ipmBitesize, 2017)



Resim 35. Coca Cola'nın Aile Temalı Türkiye Reklamı

Kaynak: (mediaCat, 2014)



Resim 36. Coca Cola'nın Avrupa Reklamı

Kaynak: (campaignlive, 2016)

Toplumun geçirdiği herhangi bir değişim, farklı bir deneyim kümesini ve kültürel çağrışımları bir araya getirdiği için tasarım parçasının anlaşılma şeklini büyük ölçüde değiştirebilmektedir (Leonard & Ambrose, 2015, s. 38).



Resim 37. Nike'dan Birleşik Arap Emirlikleri Kadın Sporculara Özel Reklam

Kaynak: (BBC, 2017)



Resim 38. Nike'ın 'Spring Zonal Strength Tight' Brezilya için Hazırlanan Reklamı

Kaynak: (anneofcarversville, 2018)

Aşağıda Burger King tarafından yapılmış iki reklam gösterilmiştir. İlk reklam Suudi Arabistan'da kadınlara araba kullanma hakkı verilmesini desteklemekte ve geleneksel kıyafeti içerisinde bir kadına yer vermektedir. İkinci reklamda ise tamamen farklı bir tema kullanılmıştır. İki reklamın yayınlandıkları bölge birbirleriyle değiştirildiği takdirde başarılı olamayacakları açıktır. Bu da markaların reklamlarını bölgelere göre hazırladıklarını göstermektedir.



Resim 39. Burger King Arabistan Reklamı

Kaynak: (Üçhisarlı, 2018)



Resim 40. Burger King Yeni Zelanda Reklamı

Kaynak: (drprem, 2017)

H&M de islami modayı hedef alan reklamıyla benzer bir yaklaşım sergilemiştir. Bir sonraki resimde H&M'in başka bir reklamı görülebilir.



Resim 41. H&M'in İran'lı Kadın Reklamı

Kaynak: (Drohan, 2015)



Resim 42. H&M'in Miranda Kerr'li Avusturalya Reklamı

Kaynak: (pimood, 2018)

Giyimin yanı sıra, gıda konusunda da firmalar yerel kültüre dikkat etmektedirler. Hindistan pazarında faaliyet gösteren Burger King, facebook sayfasından aşağıdaki

reklamı yayınlamıştır. Reklamda vejeteryan, koyun eti ve tavuktan imal edilmiş Whooper'lara yer verilirken Whooper'ın klasik versiyonu olan sığır eti Whooper'ın menüden çıkarılmış olduğu görülmektedir.



Resim 43. Burger King'in Hindistan Reklamı

Kaynak: (India TV, 2014)

Oysa aşağıda görüldüğü gibi Whooper'ın ABD reklamı %100 dana etinden olmasına vurgu yapmaktadır.



Resim 44. Burger King'in ABD Reklamı

Kaynak: (ambiance, 2018)

Yine Burger King markasının Hollanda ve yerel kültüre özgü bir tat olan “appleflappen” elma kızartmasını bu ülkedeki menüsüne dahil etmesi ve ülke çapında bu üründen ticari getiri elde etmeyi amaçlaması benzer bir örnek teşkil etmektedir.



Resim 45. Burger King'in Elma Kızartması Hollanda Reklamı

Kaynak: (Burger King, 2019)

Amerika kuruluşlu ve Amerikan kültürünün değişmez bir parçası olan donut üreticisi Dunkin Donuts da ülkelere göre, sunduğu ürünleri değiştirmekte ve lokal kültürlere yönelik pazarlama faaliyetleri geliştirmektedir. Orijinal ürünlerinde krema ve şekerlemelerle, tatlı ihtiyacına hitap eden firma Çin'de yürüttüğu operasyonda kurutulmuş domuz eti ve yosun ile süslenmiş bir versiyonunu, aşağıda görüldüğu üzere satışa sunmuştur. Kültürel farklılıklar hızlı tüketim yemek alışkanlıkları üzerinde de büyük etkiler göstermektedir.



Resim 46. Dunkin Donuts'un Çin Pazarı İçin Geliştirdiği Kurutulmuş Domuz Eti ve Deniz Yosunu İçeren Ürünü

Kaynak: (Krispykreme, 2019)

Kim ve Lee (2005) yaptıkları araştırma ile kültürel özellikler ile cep telefonu arayüzü arasındaki ilişkiyi açıklığa kavuşturmak için, kullanıcı ve cep telefonu arasındaki etkileşimlerdeki kültürel özelliklerden etkilenebilecek kullanıcı ara yüzünde yer alan unsurları belirlemiş ve kullanıcı ara yüzü unsurları hakkında var olan hipotezlerle ilgili sorulara cevap aramışlardır. Bahsi geçen çalışma için, simge tanıma testine 20 kişi (on kişi Amerika ve diğer on kişi Kore'den olmak üzere) dahil edilmiştir. Test parametreleri görev tamamlanma süresi, tanıma oranı ve kullanıcı tercihi olarak belirlenmiştir. Sonuçlar, Koreli konuların somut simge setinde önemli ölçüde daha iyi performans gösterdiğini, Amerikalı katılımcıların ise tam tersi eğilimler sergilediğini göstermektedir. Simge stiline göre tercihte anlamlı bir fark bulunamamıştır. Araştırma sonuçları, soyutlama düzeyine göre simge tanıma üzerinde kültürel etki olasılığını işaret etmektedir. Üreticilerin de farklı ülkelerde farklı arayüz ikonlarına yer verdikleri görülmektedir. Araştırmaya konu edilen ikon tasarımları aşağıda gösterdiği gibidir.

REFERENTS	SOYUT SET 1	YARI SOYUT	SOMUT SET 3
1. Call Log			
2. Message			
3. Downloads			
4. Voice Recording			
5. Web			

Resim 47. Kim ve Lee (2005) Tarafından Kullanılan İkon Seti

Kaynak: (Alkan, 2018)

Kim, Coyle ve Gould (2009) çalışmalarında, Güney Kore ve ABD’de kullanılmak üzere tasarlanan organizasyonel web sitelerinin tasarımındaki tolulukçu ve bireyci kültürel etkileri ve özellikle tasarımcıların belirli türden etkileşim ve zengin medya araçlarını kullanmak için aldığı kararlarlda, zamansal ve iletişim farklılıklarının nasıl ortaya çıktığını incelemektedir. Bulgular, Güney Kore web sitelerinin zaman yönetimi ve yüksek içerikli iletişim eğilimlerine daha uygun olduklarını göstermektedir.

Limon, Kahle ve Orth (2009) tarafından yürütülen çalışma stratejik bir yaklaşımla kültürel gruplar arasında evrensel bir modeli test etmektedir. Tüketicilerin marka değerlerini (yani, iç, dış ve eğlence ve eğlence değerleri) gördükleri paketlerden yaptıkları çıkarımla anladıklarını ve satın alma niyetlerini bu değerler temelinde oluşturduklarını öne sürmektedirler. Yazarlar bu önerme adına, keyfi bir ürün olan çikolata ve bir faydacı ürün olan tuz için üç kurgusal markayı, üç farklı kültürel alt örnek üzerinde test etmektedirler. Sonuçlar, tüketicilerin paketlerden edinilen marka değerlerinin kültüre bağlı olduğunu ve bu edinilen değerlerin özellikle tüketici değerlerinden kaynaklandığını göstermektedir. İncelenen karar alma kalıpları evrensel gibi görünmekte ancak göreceli veya mutlak önemde değildir. Bulgular, paketlerin marka değerleri açısından temsil etme yeteneğini ortaya koymaktadır ve marka değerlerinin kültürel gruplara bağlı olarak, tüketici satın alma niyetinin belirleyicileri olduğunu da göstermektedir.

Dilek Bektaş'ın “Çağdaş Grafik Tasarım Süreci” isimli eserinde tasarım sorumluluğuna dair şu bilgiler aktarılmaktadır; “Sanat eseri tasarımcının elinden çıktuktan sonra kendi malı olmaktan çıkar ve toplumun malı olur”. Toplumdaki mevcut kültürel ve sosyal yapı sanatçının tasarım etkinliklerini doğrudan etkilemektedir. Sanatçı özgür bir tasarım sürecine sahip olmasına rağmen, parçası olduğu toplumun kültürel ve sosyal değerlerine kayıtsız kalması mümkün değildir (Tepecik, 2002, s. 30).

3.2. Estetik Kaygı Kavramı

3.2.1. Estetik Kavramının Tanımı

Bilimsel bir çalışma alanı olarak estetiğin ilk defa ele alınmasına, 1735 senesinde Alexander Baumgarten'ın “Meditationes Philosophicae de Nonnullis ad Poema Partinentibus” adlı doktora tezinde rastlanmaktadır. Estetiğin kelime kökeni, Yunancadaki aisthanesthai (duymak, algılamak), aesthesis (duygu, duyum), aisthetikos (duyarlılık, duyular yoluyla algılama) kelimelerine dayanmaktadır. İnsan duyusallığına hitap eden estetik olgusunu Baumgarten, estetik olarak adlandırmıştır. Estetik olgusunun tanımı; güzel üzerine düşünme, onun ne olduğunu araştırma sanatı şeklinde yapılmaktadır. Estetik biliminin inceleme alanına yalnızca "güzel" değil; aynı zamanda kurucusu Baumgarten'dan sonra gelen felsefecilerin (Kant, F. Schiller, Hegel) de belirttikleri gibi "yüce", "zarif", "çocuksu (naif)", "hoş", "alımlı", "trajik", "dramatik", hatta "çirkin” kavramları da girmektedir. Bu felsefeciler estetik olgusunu güzeli, güzel sanatları ve onların yapılarını inceleyen bir felsefe disiplini konumuna getirmişlerdir. Afşar Timuçin'in getirdiği tanımlamaya göre estetik olgusu içerisinde öngörüyü, genel bir beğeni düzenini ve bakış biçimini barındırmaktadır (Timuçin, 2011, s. 12).

Estetiğin alanı güzellik kavramına dair bütün araştırmaları içeren sonsuz bir çalışma alanına sahiptir. Bu açıdan bakıldığında zaman, estetiğin sınırlandırılmayacak kadar geniş bir alana sahip olduğu görülmektedir. “Estetik bilimi, gerçeklikten kopuk garipliklerle uğraşmaz. Estetik, şimdiye dek üretilmiş tüm sanat yapıtlarının ortak ve benzer yönlerini irdeleyerek belirli ortak özellikler ortaya koymaya çalışır, bu yolla

gelecek deneylerimiz için bize bilinçlenme ve tat alma olanakları sağlar. Sanat tarihçiliğinin eylemini boşa harcamasını önlemek için ona süzölmüş yöntem deneyleri, billurlaşmış kuram birikimleri sunar” (Cömert, 2008, s. 10). Estetiğin tanımı, güzellik bilimi ya da güzelin bilgisi olarak yapılmaktadır. Güzelliği güzel yapan etkenin arayışı içinde olmak, estetik bir çaba içerisinde olmak anlamına gelmektedir. Güzel olarak nitelenen eserin sanatçısı, güzellik hakkında en isabetli ve yerinde görüşleri ortaya koyabilecek tek kişidir. Nesnellik içeren estetik duygu, toplumsal uygulama sürecinde meydana gelen insani bir gerçekliktir (Acar, 2012, s. 26). Estetik kavramına dair temel çelişki, öznel içeren bir olguyla ilgili olarak nesnelliğe dayanan bilgiler ortaya koyulması çabasıdır. Öznel içeren bir alan olan sanat, estetik kavramıyla nesnel ve herkese açık bir biçimde incelenmeye çalışılmaktadır. Yapılan inceleme işi her ne kadar nesnel araştırma olsa da, üzerinde çalıştığı sanatın öznelliğinden dolayı estetiğin de öznel bir yanı vardır (Timuçin, 2011, s. 30).

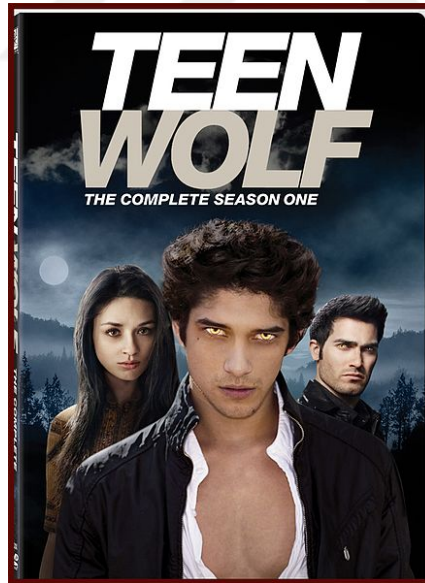
3.2.2. Estetik Kaygının Tanımı

Sanatçının hissettiği duygular sanatçıyı yönlendirmekte ve sanat eserleri bu doğrultuda ortaya çıkmaktadır. Sanatçı sanat eserini yaratırken; kendi hayatında yaşadığı korku, sevinç, üzüntü gibi çeşitli duygulardan kaynağını almaktadır. “Duygu, estetikte tinin belirsiz donuk bölgesidir; duyumsanan şey, en soyut bireysel öznel biçimine sarınmış kalır ve dolayısıyla duygular arasındaki ayrımlar aynı zamanda tamamen soyutturlar, şeyin kendisindeki ayrımlar, değildirler. Örneğin, korku, kaygı, telaş, dehşet, kuşkusuz bir ve aynı duygu türünün başka özelleşmeleridir, ama onlar, kısmen yalnızca niceliksel yoğunlaşmalardır, kısmen de kendi içeriklerini etkilemeyen, ama ona kayıtsız kalan biçimlerdir” (Hegel, 2012, s. 33). Estetik kaygı; toplum ile sanatçının arasındaki ilişkiden doğan, sanat eserinin toplumdaki kişilerde güçlü ve güzel bir his uyandırması için sanatçıda gerçekleşen bir tepkidir. Sanatçının tepkisi; eserin tasarım aşamasında, yapım aşamasında veya bittiği esnada gerçekleşebilmektedir, fakat daha çok tasarım aşamasında kendini göstermektedir. Grafik tasarımcının, estetik kaygısının ortaya çıkmasına sebep olan ise, tasarımın amacı ile tasarımın özelliklerini ilişkilendirmesidir. İnsani bir duygu olan estetik haz, bütün tasarımlarda titizlikle araştırılan ve içerisinde kullanılan bir öğedir (Tepecik, 2002, s. 30).

Sanatçıdaki estetik kaygı bir sanat eserini yaratırken, sanatçının fikirlerini ve izleyeceği yolu etkilemektedir. Sanatçının estetik kaygılarına bakıldığı zaman, grafikteki içerikler birbiri ile uyumlu olmalıdır. Eserdeki boşluk, denge, renk gibi önemli etkenlerin estetik algı ve gestalt algı kuramı gibi kurallara bağlı kalarak gerçekleşmektedir. Grafik tasarımcılar, tasarım sürecindeki tasarımlara göre görsel ve tipografi öğelerini önceden belirlemektedir. Elemanların estetik bakış açısıyla düzenlenmiş olması sonucunda bu görsel ve tipografi öğeleri etkin ve faydalı olabilmektedir. Grafik tasarım; boşluk, vurgu, bütünlük gibi tasarım ilkeler doğrultusunda estetik kaygılarla düzenlenmektedir. Bu tasarımların etkili ve başarılı olmaları kaçınılmaz olarak gerçekleşmektedir. Sanatın estetik kaygılar gözetilerek yapılması, onu gerçekleştiren sanatçısına her zaman için olumlu sonuçlar getirmiştir. Grafik tasarımda estetik kaygısı, engelden ziyade bir destek olarak görülmektedir. Estetik kaygının grafik tasarım üzerindeki etkisi; grafik ilke ve elemanlarını doğru düzenlemek, gestalt algı kuramına uygunluk, görsel bakımdan tasarımı etkin ve güçlü bir şekilde yapmak ve bunlara yaratıcılık katabilmek olarak ele alınmaktadır. “Gelişigüzel biçim bozular yapmak, bir şeyleri oradan alıp buraya koymak sanat yapmak değildir. Sanatçının anlatmayı amaçladığı şeyler öznel çerçevede derinlikli olmakla iletilmesi zor şeylerdir. İnsan gerçeği karmaşıktır, bu gerçeği ortaya dökmeye çalışan sanatçının işi de gerçekten zordur. Sanatçının en büyük yükümlülüğü öznel nesnel kılmaktır yani herkesin anlayabileceği biçimler altında vermektir” (Timuçin, 2011, s. 17). Bir tasarımı etkili ve güçlü kılabilecek nitelik, ürünün ortaya koyulması aşamasında belli ilke ve elemanların, görsel algı kuramlarının değerlendirilmesi ve öğe düzenlemesinin bu doğrultuda yapılmasıdır. Grafik tasarımcılar, ellerinde bulunan öğeleri rastgele veya diledikleri gibi yerleştirmemelidir. Bir sanatçının “göz olma” yetkinliği, onun estetik görüşüyle ilgili bir olgudur. Estetik yönelimin en temel gereklerinden biri, uyarlanmış gözlem olarak adlandırılmaktadır (Timuçin, 2011, s. 108). Estetik kaygılara sahip bir grafik tasarımcının tasarımı güçlü ve etkilidir. Estetik kaygılar, grafik tasarımın ana işlevi olan iletişim gücünü geliştirmekte ve izleyicinin tasarımı algılamasını kolaylaştırarak tasarımcı ile izleyici arasındaki bağı güçlendirmektedir.

3.2.3. Estetik Kayguların Tasarım Sürecine Etkileri

Grafik tasarım süreci, çeşitli unsurları içinde barındırmaktadır. Bu unsurlar arasında, tasarım süreci içerisinde tasarımcıyı ve tasarımın kendisini direkt olarak yönlendiren estetik kaygı da bulunmaktadır. İstenilen düzeyde ve başarılı bir tasarımın gerçekleştirilebilmesi için estetik kaygı önemli bir etmendir. Müşteri tatmini ve ortaya farklı bir ürün koymak, estetik kaygı ile gerçekleştirilen bir tasarım sonucunda mümkün olabilmekte ve bir ürünün stili, estetiği, işlevi gibi özelliklerine etkide bulunmaktadır (Eser & Korkmaz, 2011, s. 137). MTV adlı ABD’li televizyon kanalında yayınlanan ve hedef kitlesi gençler olan “Teen Wolf” adlı fantastik drama dizisi görsel ve tipografi öğeleri bakımından etkili tasarımı olan bir jeneriğe sahiptir. Dizinin hedef kitlesine yetişkinleri de dahil edebilmek için 4. Sezon jeneriğinde değişikliğe gidilmiştir. Aynı zamanda dizi içeriğinde de geliştirmeler yapılmış, başarılı bir sanat ekibiyle çalışarak hedeflenen düzeyde bir jenerik ortaya koyulmuştur. Estetik yönden hedeflenen sonuca ulaşmak için siyahın içinde sarı tonları ve tipografi kullanılmıştır.



Resim 48. “Teen Wolf” 1. Sezon Afışı

Kaynak: (Wikiwolf, 2011)



Resim 49. ‘Teen Wolf’ 4.Sezon Dizi Jeneriği

Kaynak: (Variety, 2014)

Tasarımın yeterli estetik beğeni seviyesinde yaratılması, grafik tasarım sürecinin etkili sonuçlara ulaşmasını sağlamaktadır. Tasarımın hedef kitleye etkisi, tasarım sürecinde tasarımcının estetik algısı sonucuna dayanmaktadır. A. N. Whitehead sanat hakkındaki görüşünü; “Sanat, bir örüntünün deneyim üzerine uygulanmasıdır ve estetik beğenilerimiz bu örüntünün tanınmasıdır” şeklinde aktarmaktadır. Tasarım süreci içerisinde meydana gelen estetik kaygı, tasarım sürecinin etkin ve sürekli bir yolla gelişmesini sağlamaktadır. Tasarımın estetik değerleri, tasarımcının tasarım sürecinde hedef kitleyle ilgili yaptığı araştırmalar sonucunda belirlenmekte ve tasarımda estetik beğeni düzeyi oluşmaktadır. İyi araştırma, hedef kitlenin işine amaçlanan biçimde tepkide bulunmasından emin olmak için benimsenecek estetik değerlerin belirlenmesine yardımcı olan bir etkidir (Leonard & Ambrose, 2015, s. 52).

SONUÇ

Bir toplumsal olgunun işlevi, tasarımcının içerisinde bulunduğu grafik tasarım süreci sonucunda hedef kitleye ulaşılmasında büyük bir öneme sahiptir. Tasarımcıların grafik tasarım süreciyle amaçladıkları, hedef kitlelerini iyi okumak ve onların sosyokültürel yapılarını doğru tespit ederek tasarımı bu ihtiyaçların giderilmesine yönelik gerçekleştirmektir. Grafik tasarım süreci üzerinde direkt bir etkiye sahip olan sosyal olgular, zamanla değişebilmekte; coğrafyaya veya toplumsal yapıya göre farklılıklar içerebilmektedir.

Grafik tasarımcılar toplumun kültürünü ve değerlerini iyi kavrayarak tasarımlarında bunlardan faydalanmalı, hedef kitleye ulaşabilmek için parçası olduğu toplumun olgularını ve kültürünü tasarımı içerisinde değerlendirmeli, hedef kitleyi iyi tanımalı ve iyi bir çözümlenme yapmalıdır. Grafik tasarımcılar yaptıkları işler aracılığıyla topluma mesajlar da aktarmaktadır. Bu yüzden toplum tarafından benimsenebilecek ve özümenebilecek bir yaklaşım içerisinde çalışmalarını gerçekleştirmelidirler. Bu yaklaşımı içermeyen tasarımlar toplumda karşılık bulamayarak tasarım amacına ulaşamazlar. Grafik tasarımcının parçası olduğu toplumu iyi tanınması, onun tasarımları ile hedeflediği kitleye ve diğer amaçlarına ulaşmasını mümkün kılan bir faktördür. Grafik tasarımcılar tasarım sürecini estetik kaygılar doğrultusunda yürütmektedirler. Estetik kaygı gütmeyen tasarım süreci başarısız tasarımlar ile sonuçlanmaktadır. Grafik tasarımcının ön hazırlığı ve hedef kitle bilgisi ile tasarımının estetik değerler taşınması onun tasarım sürecinde doğru sonuçlara ulaşmasını sağlamaktadır.

Bir nesne, güzelliğini ve estetik değerini kendi içinde taşıdığı ileri sürülmektedir. Öte yandan bazı insanlar ise bu durumun daha çok izleyen kişinin işe katmış olduğu his ve deneyimlerden dolayı izleyenin içinden kaynaklandığını savunmaktadır. Tasarımın oluşum sürecinde grafik tasarımcı düşünsel ve çözüm odaklı karalamalar, taslaklar ve çizimlerden meydana gelen bir süreç geçirmektedir. Bu süreç esnasında grafik tasarımcı elindeki elemanlarını seçmekte ve değerlendirmektedir. Görsel tasarım açısından resim ve vektörel çizimler gibi elemanlardan yararlanabilmekte, bunun yanı sıra tercihini kendi çizimlerinden yana kullanabilmektedir. Bunlara ek olarak grafik tasarımcının eleman olarak salt tipografıyı de seçmesi mümkündür.

Grafik tasarımcılarda estetik değer yargısının oluşabilmesi ve bunların tasarımlarına estetik kaygı olarak yansması ancak bu alanda gerekli eğitimlerin alınması sonucunda mümkündür. Bunun temel sebebi ise, estetik değerlerin doğuştan gelen bir yetenek olmaktan ziyade, sonradan öğrenilebilir bir ölçüt olmasıdır. Kişisel sezilerle bir noktaya kadar başarının yakalanabilmesi mümkün olmasına rağmen, alınan grafik tasarım eğitiminin bu konudaki etkisi tartışmasız bir gerçektir.



KAYNAKÇA

- (tarih yok). <https://mediacat.com/coca-colanin-turkiyedeki-50-yilinin-ozeti/> adresinden alındı
- (tarih yok). <https://mediacat.com/coca-colanin-turkiyedeki-50-yilinin-ozeti/> adresinden alındı
- (2018). <https://mediacat.com/coca-colanin-turkiyedeki-50-yilinin-ozeti/> adresinden alındı
- (2018). <https://mediacat.com/coca-colanin-turkiyedeki-50-yilinin-ozeti/> adresinden alındı
- Acar, A. (2012). *Estetik, Marksçı Estetik, Toplumsal Gerçekçilik*. İstanbul: Doruk Yayıncılık.
- Aghaei, S., Nematbakhsh, M. A., & Farsani, H. K. (2012). Evolution of the World Wide Web: from Web 1.0 TO Web 4.0. *International Journal of Web & Semantic Technology*, 3(1), 1-10.
- Akçadoğan, I. İ. (2006). *Temel Sanat Eğitimi ve Digital Ortam*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Akdeniz, F. (2007). *Doğada Sanatta Mimaride Altın Oran Ve Fibonacci Sayıları*. Adana: Nobel Kitabevi.
- Aksoy, E. (1975). *Mimarlıkta Tasarım İletim ve Denetim*. İstanbul: Gün Matbaası.
- Alakuş, A. O., & Mercin, L. (2011). *Sanat Eğitimi ve Görsel Sanatlar Öğretimi* (2 b.). Ankara: Pegem Yayınları.
- Alkan, C. (2018). *Tasarımlarınız İçin 120 Adet Profesyonel Ücretsiz İkon*. Sosyal Dijital: <https://sosyaldijital.com/2018/01/23/tasarimlariniz-icin-120-adet-profesyonel-ucretsiz-ikon/> adresinden alındı
- Altıntaş, O. (2007). *Sanat Eğitimi ve Çağdaş Türk Resminde Nü*. Ankara: Sur Yayınları.
- ambiance. (2018). *BURGER KING CASTING FOR A NATIONAL SAG COMMERCIAL*. <http://ambiancemodels.com/bk-commercial> adresinden alındı
- anneofcarversville. (2018). *FKA twigs Is Creative Director On Nike Women's 'Do You Believe in More?' Spring 2017 Zonal Strength Tights Campaign*. <https://www.anneofcarversville.com/style-photos/2017/1/16/po1t4bphtxberlv01e2cn8gq74ehbj> adresinden alındı
- Armutçu, E. (2006). Eğitim Fakülteleri Grafik Tasarım Ana Sanat Atölyeleri Ders İçerikleri. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Artut, K. (2004). *Sanat Eğitimi Kuramları ve Yöntemleri*. Ankara: Anı Yayınları.
- Atalayer, F. (1994). *Temel Sanat Öğeleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi.
- BBC. (2017). *Nike becomes first major brand to launch hijab for women*. <http://www.bbc.co.uk/newsbeat/article/39205965/nike-becomes-first-major-brand-to-launch-hijab-for-women> adresinden alındı
- Becer, E. (2002). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Becer, E. (2005). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Becer, E. (2008). *İletişim Ve Grafik Tasarım* (5 b.). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Becer, E. (2013). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

- becsar.com. (2018). *Flexo_2_01*. Aralık 24, 2018 tarihinde <http://www.becsar.com:>
http://www.becsar.com/flexo_2_01-2/ adresinden alındı
- Berger, J. (2017). *Görme Biçimleri* (23 b.). (Y. Salman, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Bigalı, Ş. (1976). *Sanat Kitabı*. İstanbul: Yaylacık Matbaası.
- bildsuche.digitale-sammlungen.de. (2018). *Textanfang*. Aralık 24, 2018 tarihinde
<https://bildsuche.digitale-sammlungen.de:>
<https://bildsuche.digitale-sammlungen.de/index.html?c=viewer&l=es&bandnummer=bsb00036925&pimage=00007&v=&nav=> adresinden alındı
- Birsen, H., Birsen, Ö., Kutlu, T., Kayabaş, B., Kutlu, Ö., & Altunlu, H. (2012). *İnternet Yayıncılığı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- borutpeterlin.wordpress.com. (2011, Aralık). *My First Glass Plate - Wet Plate Collodion Technique*. Aralık 25, 2018 tarihinde
<https://borutpeterlin.wordpress.com:>
<https://borutpeterlin.wordpress.com/2011/12/> adresinden alındı
- Bottomore, T. B. (2000). *Toplumbilim* (6 b.). İstanbul: Der Yayınevi.
- Boydış, N. (2007). *Sanat Eleştirisine Giriş*. Ankara: Gündüz Yayıncılık.
- Brauhofer, M. (2018). *Best-Practice-Galerie: Ramadan in der Werbung*. brainworker:
<https://brainworker.at/best-practice-galerie-kreative-sujets-ramadan-in-der-werbung/> adresinden alındı
- bureauofbetterment.com. (2011, Mayıs). Aralık 24, 2018 tarihinde
<http://www.bureauofbetterment.com:>
<http://www.bureauofbetterment.com/wp-content/uploads/2011/05/this-is-a-ligature.jpg> adresinden alındı
- Burger King. (2019). <https://www.burgerking.nl/bekijk-onze-producten> adresinden alındı
- campaignlive. (2016). <https://www.campaignlive.co.uk/article/coca-colas-bobby-brittain-why-zero-sugar-new-hero/1401615> adresinden alındı
- Canbulat, T. (2014). *Ressamlar İçin Perspektif* (2 b.). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Cavalier, J. J. (2004). *Dünden Bugüne Medya ve İletişim Teknolojileri*. (M. Çamdereli, Çev.) İstanbul: Salyangoz Yayınları.
- Civcir, E. (2015). *Temel Tasarım ve Tasarım İlkeleri*. Ankara : Akademisyen Kitabevi.
- Cotton, B., & Oliver, R. (1997). *Understanding Hypermedia 2.000: Multimedia Origins, Internet Futures*. Italy: Phaidon.
- Cömert, B. (2008). *Estetik*. Ankara: De Ki Basım Yayımları.
- csun.edu. (2018). *Woodblock Printing*. Aralık 24, 2018 tarihinde
<http://www.csun.edu:>
<http://www.csun.edu/~pjd77408/DrD/Art461/LecturesAll/Lectures/Type&PrintingHistory/15thCentury/Woodblock&blockBooks.htm> adresinden alındı
- Çellek, T. (2009). *Grafik Tasarım ve Görsel İletişim*. Kasım 13, 2018 tarihinde
<http://www.tulaycellek.com:>
<http://www.tulaycellek.com/tulay/eser.asp?id=233> adresinden alındı
- Çellek, T., & Sağocak, A. M. (2014). *Temel Tasarım Sürecinde Yaratıcılık*. İstanbul: Grafik Tasarım Yayıncılık.
- Çolak, M. (2016, Kasım 14). *İlk Mouse ve Mouse Çeşitleri*. Aralık 26, 2018 tarihinde
<https://bilgisayarbilim.com:> <https://bilgisayarbilim.com/dersimiz-mouse/> adresinden alındı

- Deliduman, C., & Orhon İstifoğlu, B. (2006). *Temel Sanat Eğitimi*. Ankara: Gerhun Yayınları.
- Drohan, F. (2015). *H&M breaks boundaries by featuring a Muslim model wearing a hijab in new ad campaign*. Style Fashion News: <https://www.independent.ie/style/fashion/fashion-news/hm-breaks-boundaries-by-featuring-a-muslim-model-wearing-a-hijab-in-new-ad-campaign-31567387.html> adresinden alındı
- drprem. (2017). *ASA New Zealand bans Burger King ad*. <https://drprem.com/business/asa-new-zealand-bans-burger-king-ad> adresinden alındı
- Edwards, B. (2011, Ekim 23). *The iPod: How Apple's Legendary Portable Music Player Came to Be*. Aralık 26, 2018 tarihinde <https://www.macworld.com/article/1163181/consumer-electronics/the-birth-of-the-ipod.html> adresinden alındı
- Ekim, B. (2011). G6rsel İletişim Tasarımı Açısından Dergi Kapak Tasarımları: Elele Dergisi Kapak Tasarımlarının 6z6mlenmesi. *Y6ksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul K6lt6r 6niversitesi Sosyal Bilimler Enstit6s6.
- Erdem, M. (2005). *Resim Tekniği*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Eser, Z., & Korkmaz, S. (2011). *Pazarlamaya Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Eskilson, S. J. (2007). *Graphic Design A New History (2 b.)*. New Jersey: Princeton Architectural Press.
- Fiolet, E. (2015, Ağustos 26). *MAPS.ME, Crowd-Sourced Mobile Map App Launches Walking Directions*. Aralık 26, 2018 tarihinde <https://www.ubergizmo.com/2015/08/maps-me-walking-directions/> adresinden alındı
- fotoclubbg.wordpress.com. (2018). *Immagini Storia*. Aralık 25, 2018 tarihinde <https://fotoclubbg.wordpress.com/fotografia-nella-storia/> adresinden alındı
- freepages.rootsweb.com. (2018). *Daguerreotypes*. Aralık 25, 2018 tarihinde <http://freepages.rootsweb.com/~pruesfamily/nostalgia/Daguerreotype.html> adresinden alındı
- Gence, D. C., & Orhon, İ. B. (2006). *Temel Sanat Eğitimi*. Ankara: Erhun Yayınları.
- gobrandgo.com. (2018). *Half•Tone*. Aralık 25, 2018 tarihinde <https://gobrandgo.com/go-half-tone-yourself/> adresinden alındı
- G6ke, N. K., & Mehmet, N. (2013). *Desen Sanatı I*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Grabowski, B., & Fick, B. (2012). *Baskıresim: Kapsamlı Materyaller ve Teknikleri Rehberi*. İzmir: Karakalem Kitabevi Yayınları.
- Griffiths, A. (1996). *Prints and Printmaking: An Introduction to the History and Techniques*. Berkeley: University of California Press.
- Grzymkowski, E. (2017). *Sanat 101 (4 b.)*. İstanbul: Say Yayınları.
- G6ng6r, İ. H. (1972). *Temel Tasar*. İstanbul: elt6t Matbaası.
- G6ng6r, İ. H. (2005). *Temel Tasar*. İstanbul: Afa Matbaacılık.
- G6ng6r, İ. H. (2005). *Temel Tasar*. İstanbul: Esen Ofset.
- G6rer, L. (1990). *Temel Tasarım*. İstanbul: İstanbul Teknik 6niversitesi.
- Hançerlioğlu, O. (2015). *Felsefe S6zliğ6 (22 b.)*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

- Hedgecoe, J. (1976). *The Book of Photography: How to See and Take Better Pictures*. New York: Alfred A. Knopf.
- Hegel, G. (2012). *Estetik, Güzel Sanat Üzerine Dersler I* (2 b.). İstanbul: Payel Yayınevi.
- history-computer.com. (2018a). *Sketchpad of Ivan Sutherland*. Aralık 26, 2018 tarihinde <http://history-computer.com/ModernComputer/Software/Sketchpad.html> adresinden alındı
- history-computer.com. (2018b). *Aldus Pagemaker of Paul Brainerd*. Aralık 26, 2018 tarihinde <http://history-computer.com/ModernComputer/Software/Pagemaker.html> adresinden alındı
- historyphotography.wordpress.com. (2014, Şubat 11). *Photogravure, Nadar: Paris Sewers & Catacombs, Civil War Photography by Rebecca Rohde*. Aralık 25, 2018 tarihinde <https://historyphotography.wordpress.com/page/6/> adresinden alındı
- hmtmachinetools.com. (2018). *Five Colour Sheetfed Offset Printing Machine with Perfector SOM 536 V*. Aralık 24, 2018 tarihinde <http://www.hmtmachinetools.com/product/97/five-colour-sheetfed-offset-printing-machine-with-perfector-som-536-v.htm> adresinden alındı
- i.ytimg.com. (2018a). Aralık 24, 2018 tarihinde <https://i.ytimg.com/vi/WTm5PYIJ99E/maxresdefault.jpg> adresinden alındı
- i.ytimg.com. (2018b). Aralık 25, 2018 tarihinde <https://i.ytimg.com/vi/Lpkt4wHupb4/maxresdefault.jpg> adresinden alındı
- India TV. (2014). *Burger King and eBay tie up for pre-launch orders*. <https://www.indiatvnews.com/business/india/burger-king-and-ebay-tie-up-for-pre-launch-orders-15276.html> adresinden alındı
- interactiveblend.com. (2012, Mayıs). *Free Adobe CS6 Vector Icons for Download*. Aralık 26, 2018 tarihinde <http://interactiveblend.com/2012/05/free-adobe-cs6-vector-icons-download/> adresinden alındı
- ipmBitesize. (2017). *Coca-Cola 2017 Christmas Truck Tour*. <https://www.promomarketing.info/coca-cola-reveals-2017-christmas-truck-tour-dates/> adresinden alındı
- Işingör, M., Eti, E., & Aslier, M. (1986). *Resim-1 Temel Sanat Eğitimi Resim Teknikleri Grafik Resim*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Jean, G. (2002). *Yazı İnsanlığın Belleği*. (N. Başer, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Jury, D. (2006). *Letterpress: New Applications for Traditional Skills*. Mies: RotoVision.
- Ketenci, H. F., & Bilgili, C. (2006). *Yongaların 10 000 Yıllık Gizemli Dansı: Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- King, A. (2013, Ocak 30). *History of the Book in the Twentieth Century Post 2 : Technology, Ownership, Regulation, Distribution*. Aralık 24, 2018 tarihinde <https://blogs.gre.ac.uk/andrewking/2013/01/30/history-of-the-book-in-the-twentieth-century-post-2-technology-ownership-regulation/> adresinden alındı

- Krispykreme. (2019). <http://www.krispykreme.com.tr/> adresinden alındı
- Kuban, D. (1992). *Mimarlık Kavramları, Tarihsel Perspektif İçinde Mimarlığın Kuramsal Sözlüğüne Giriş*. İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi Yayınları.
- lafsozluk.com. (2014, Kasım). *Litografi Nedir Ne Demektir? Anlamı*. Aralık 24, 2018 tarihinde <https://www.lafsozluk.com/>:
<https://www.lafsozluk.com/2014/11/litografi-nedir-ne-demektir-anlami.html> adresinden alındı
- Laseau, P. (1937). *Graphic Thinking for Architects & Designers*. New York: John Willey & Sons.
- Laurel, B. (1991). *Computers as Theatre*. Addison-Wesley.
- Leonard, N., & Ambrose, G. (2015). *Grafik Tasarımda Tasarım için Araştırma*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Lester, P. M. (2006). *Visual Communication: Images with Messages*. Belmont: Holly J. Allen.
- London, B., Stone, J., & Upton, J. (2008). *Photography*. New Jersey: Pearson Education.
- MacKenzie, I. S. (2013). *Human-Computer Interaction: An Empirical Research Perspective*. Waltham: Elsevier.
- mediaCat. (2014).
- Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2012). *Meggs' History Of Graphic Design* (5 b.). New Jersey: J. Wiley Publishing.
- Murray, J. H. (2012). *Inventing the Medium*. London: The MIT Press.
- museumblog.winterthur.org. (2014, Şubat 16). *chromolithography: The Art of the Stone*. Aralık 24, 2018 tarihinde <http://museumblog.winterthur.org/>:
<http://museumblog.winterthur.org/2014/01/16/chromolithography-the-art-of-the-stone/> adresinden alındı
- ndrdmath.weebly.com. (2018). *Understanding the Camera Obscura*. Aralık 25, 2018 tarihinde <http://ndrdmath.weebly.com/>:
<http://ndrdmath.weebly.com/camera-obscura.html> adresinden alındı
- onemorething.nl. (2014, Ocak). *Dertig Jaar Geleden: "Apple Computer will Introduce Macintosh"*. Aralık 26, 2018 tarihinde <https://www.onemorething.nl/>:
<https://www.onemorething.nl/2014/01/dertig-jaar-geleden-apple-computer-will-introduce-macintosh/> adresinden alındı
- Özkan, A. (2007). İç Mekan Tasarımı Kuram ve Yöntemleri Işığında Günümüz Türk İç Mekan Tasarımcıları ve Tasarım Anlayışlarına Bir Yaklaşım. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öztuna, H. Y. (2007). *Görsel İletişimde Temel Tasarım*. İstanbul: Tibyan Yayıncılık.
- Öztuna, Y. (2006a). Temel Tasarımda Görsel Rehberler II. *Grafik Tasarım Dergisi*, 3, 64-67.
- Öztuna, Y. (2006b). Temel Tasarımda Görsel Rehberler I. *Grafik Tasarım Dergisi*, 2, 62-65.
- Panofsky, E. (2017). *Perspektif – Simgesel Bir Biçim* (2 b.). (Y. Tükel, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- pimood. (2018). <http://pimood.com/miranda-kerrli-hm-reklamlari/>.
<http://pimood.com/miranda-kerrli-hm-reklamlari/> adresinden alındı

- presslineindia.com. (2018). *News Paper Webs*. Aralık 24, 2018 tarihinde <http://www.presslineindia.com: http://www.presslineindia.com/bookline-h-series.php> adresinden alındı
- Saff, D., & Sacilotto, D. (1978). *History and Process: Printmaking*. Florida: Thomson Learning Inc.
- Sarıkavak, N. K. (2005). *Sayısal Tipografi : 1 Basımcılık ve Yayıncılıkta Aygıt, Donanım ve Yazılım Teknolojisinin Gelişimi*. Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.
- Sawers, P. (2011, Nisan 15). *From Gutenberg to Google: New media? New Journalism*. Aralık 24, 2018 tarihinde <https://thenextweb.com: https://thenextweb.com/socialmedia/2011/04/15/from-gutenberg-to-google-new-media-new-journalism/> adresinden alındı
- Say, N., & Balcı, Y. (2003). *Temel Sanat Eğitimi*. İstanbul: Ya-Pa Yayınları.
- Sözen, M., & Tanyeli, U. (1992). *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- spaceotechnologies.com. (2018, Aralık 4). *How to Build A Simple iOS 10 Flashlight App For iPhone*. Aralık 26, 2018 tarihinde <https://www.spaceotechnologies.com: https://www.spaceotechnologies.com/build-ios-10-flashlight-app-for-iphone/> adresinden alındı
- Spicer, D. (2009, Haziran 2). *Early Apple Business Documents*. Aralık 25, 2018 tarihinde <https://www.computerhistory.org: https://www.computerhistory.org/atchm/early-apple-business-documents/> adresinden alındı
- strandofsilk.com. (2018). *A Prelude to Block Printing*. Aralık 24, 2018 tarihinde <https://strandofsilk.com: https://strandofsilk.com/journey-map/block-printing/introduction> adresinden alındı
- TDK. (2018). *Güncel Türkçe Sözlük*. Kasım 12, 2018 tarihinde http://www.tdk.gov.tr: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c1147ae15bd23.05730733 adresinden alındı
- Tepecik, A. (2002). *Grafik Sanatlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- theslideprojector.com. (2018). *Direct Positive Print*. Aralık 25, 2018 tarihinde <http://www.theslideprojector.com: http://www.theslideprojector.com/art367/lecturepresentations/art367lecture5.html> adresinden alındı
- Timuçin, A. (2011). *Estetikte Anlam ve Yorum*. İstanbul: Bulut Yayıncılık.
- TMMOB. (2016). *1 Mayıs'ta Mücadele İçin Alanlardayız*. Elektrik Mühendisleri ODası: http://www.emo.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=113637&tipi=3&sube=0 adresinden alındı
- Tuksal, M. (2010). *Grafikerin El kitabı*. İstanbul: Pusula Yayıncılık.
- Uçar, F. T. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Uçar, Ö., Uçar, F. T., Kılıç, L., Orhon, N., & Taşçıoğlu, M. (2013). *Görsel Kültür*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Üçhisarlı, C. (2018). *Burger King Arabistan'daki Kadın Şoförlere Ücretsiz Hamburger Veriyor*. Pazarlamasyon: https://pazarlamasyon.com/wp-content/uploads/2018/07/BurgerKing_SaudiArabiaWhoppHER18.jpg adresinden alındı

- websterink.com. (2018). *Using Halftones to Lower the Cost of Screen Printed Apparel*. Aralık 25, 2018 tarihinde <https://websterink.com>:
<https://websterink.com/blog/t-shirts/2012/08/using-halftones-to-lower-the-cost-of-screen-printed-apparel/> adresinden alındı
- Weill, A. (2007). *Grafik Tasarım*. (O. Türkay, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- wikipedia. (2018). *View from the Window at Le Gras*. Aralık 25, 2018 tarihinde <http://www.wikizero.biz>:
<http://www.wikizero.biz/index.php?q=aHR0cHM6Ly9lbi53aWtpcGVkaWEub3JnL3dpa2kvVmlld19mcm9tX3RoZV9XaW5kb3dfYXRfTGvFR3Jhcnw> adresinden alındı
- Yaroğlu, K. (2000). İç Mekan Tasarım Sürecinde Biçim Kurgusuna Analitik Bir Yaklaşım. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zöngür, O. (2008). İç Mekan Tasarımında Biçim ve Anlam Üzerine Kavramsal Bir İnceleme/Postmodern Tasarım Yaklaşımları ve Philippe Starck . *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

ADI VE SOYADI :TUBA KILDIRAN

DOĞUM YERİ VE TARİHİ :TEKİRDAĞ – 05.06.1994

MEDENİ HALİ :BEKAR

E-MAIL :tubakildiran@gmail.com

ADRES(İŞ) : YAŞAROĞULLARI ALÜMİNYUM SAN. TİC. LTD.
ŞTİ TEKİRDAĞ

TELEFON (CEP) : 0545 335 46 40

EĞİTİM DURUMU

2012-2016 : İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR
FAKÜLTESİ GRAFİK TASARIM BÖLÜMÜ

2016-HALEN :İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER
ENSTİTÜSÜ GRAFİK TASARIM BÖLÜMÜ

İŞ TECRÜBESİ

2016-HALEN : YAŞAROĞULLARI ALÜMİNYUM SAN. TİC. LTD.
ŞTİ.