

**T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**THE NEW YORKER DERGİSİNİN KAPAKLARINDA KULLANILAN
VEKTÖREL İLLÜSTRASYONLARIN GESTALT PRENSİPLERİ
ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Saime UYSAL

Görsel İletişim Tasarımı Tezli Yüksek Lisans Programı

HAZİRAN 2021

**T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**THE NEW YORKER DERGİSİNİN KAPAKLARINDA KULLANILAN
VEKTÖREL İLLÜSTRASYONLARIN GESTALT PRENSİPLERİ
ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Saime UYSAL
181207005**

Görsel İletişim Tasarımı Tezli Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı: Prof. Hayriye KOÇ BAŞARA

İkinci Danışmanı: Dr. Öğretim Üyesi Emel BİROL

HAZİRAN 2021



T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

Yüksek Lisans Tez Onay Belgesi

Enstitümüz, Görsel İletişim Tasarımı Tezli Yüksek Lisans Programı (181207005) numaralı öğrencisi Saime UYSAL'ın “The New Yorker Dergisinin Kapaklarında Kullanılan Vektörel İllüstrasyonların Gestalt Prensipleri Çerçevesinde İncelenmesi” adlı tez çalışması 30/06/2021 tarihinde yapılan tez savunma sınavında aşağıdaki jüri tarafından *Oy Birliği* ile Yüksek Lisans tezi olarak *Kabul* edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

Tez Savunma Tarihi:30/06/2021

1) Tez Danışmanı: Prof. Hayriye KOÇ BAŞARA

2)İkinci Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Emel BİROL

3) Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Ruhcan AKİL

4) Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Gonca YILDIRIM

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “The New Yorker Dergisinin Kapaklarında Kullanılan Vektörel İllüstrasyonların Gestalt Prensipleri Çerçevesinde İncelenmesi” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya'da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim. (30/06/2021)

Saime UYSAL

ÖNSÖZ

Lisans eğitimim ve yüksek lisans çalışmalarım sırasında bana her türlü bilgi ve yardımı sağlayan değerli bölüm hocalarıma, tez çalışmalarım süresinde değerli tecrübe ve bilgilerinden faydalandığım çalışmalarımda sürekli desteğini gördüğüm tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Hayriye KOÇ BAŞARA ve ikinci tez danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Emel BİROL'a en içten saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Haziran 2021

Saime UYSAL

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLO LİSTESİ.....	vii
ŞEKİL LİSTESİ.....	viii
ÖZET.....	xi
ABSTRACT	xiii
1. GİRİŞ	1
1.1 Tezin Amacı.....	1
1.2 Literatür Araştırması.....	1
1.3 Hipotez, Yöntem ve Teknikler	2
2. İLLÜSTRASYON VE GÖRSEL ALGI.....	3
2.1 İllüstrasyon Nedir?	3
2.2 Dijital İllüstrasyon Nedir?.....	5
2.2.1 Bitmap tabanlı illüstrasyonlar	7
2.2.2 Vektör tabanlı (vektörel) illüstrasyonlar	10
2.2.2.1 Flat vektör illüstrasyonlar	11
2.2.2.2 Vektör tabanlı illüstrasyonların sağladığı avantajlar	12
2.3 Dijital İllüstrasyonlar Oluşturmak için Kullanılan Yazılımlar.....	14
2.3.1 Adobe photoshop	14
2.3.2 Adobe illustrator	16
2.4 İllüstrasyon Çeşitleri.....	18
2.4.1. Reklam illüstrasyonları.....	19
2.4.2 Süreli yayın illüstrasyonları.....	24
2.4.3 Kitap illüstrasyonları.....	25
2.4.4 Bilimsel ve teknik illüstrasyonlar	28
2.4.5 Hareketli medya illüstrasyonları	32
2.5 Görsel Algı.....	33
2.5.1 Algı kavramı ve görsel algılama	34
2.5.2 Görsel algılamada Gestalt kuramı.....	38
2.5.3 Gestalt algı teorisi	38
2.5.4 Gestalt yasaları.....	39
2.5.4.1. Şekil-zemin ilişkisi	39
2.5.4.2 Tamamlama ilkesi.....	44
2.5.4.3 Benzerlik ilkesi	46
2.5.4.4 Yakınlık ilkesi	49
2.5.4.5 Basitlik ilkesi	52
2.5.4.6 Devamlılık ilkesi.....	54
2.5.4.7 Simetri ilkesi.....	56
3. ARAŞTIRMA VE UYGULAMA	59
3.1 The New Yorker Dergisinin İncelenmesi ve Tarihçesi	59
3.2 Gestalt Prensipleri Kapsamında The New Yorker Dergisi Araştırma Analizi	60

3.3 The New Yorker Dergisi Kapak Tasarımcıları	60
3.3.1 The New Yorker Dergisi Kapaklarını Tasarlayan Türk Tasarımcılar (Gülbüz Doğan Ekşioğlu)	65
3.4 The New Yorker Dergisinin Kapaklarında Kullanılan Vektörel İllüstrasyonların Gestalt Prensipleri Çerçevesinde İncelenmesi.....	70
3.4.1 2019 Yılında Olimpia Zagnoli Tarafından Tasarlanan The New Yorker Dergi Kapağının Gestalt Prensipleri Çerçevesinde İncelenmesi.....	75
3.4.2 2020 Yılında Christoph Niemann Tarafından Tasarlanan The New Yorker Dergisi Kapağının Gestalt Prensipleri Çerçevesinde İncelenmesi	78
3.4.3 2021 Yılında Nina Chanel Abney Tarafından Tasarlanan The New Yorker Dergisi Kapağının Gestalt Prensipleri Çerçevesinde İncelenmesi	80
3.5.1 Araştırma Kapsamında Tasarlanan “The New Yorker” Dergisi Kapak Tasarımı “Koronavirüs”	83
3.5.2 Araştırma Kapsamında Tasarlanan “The New Yorker” Dergisi Kapak Tasarımı “Kayboluşun İzinde”	88
4. SONUÇ VE ÖNERİLER	91
KAYNAKLAR.....	93
ÖZGEÇMİŞ	98

TABLO LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Çizelge 3.1: 2019 Yılı, The New Yorker Dergisi Kapağının Gestalt İlkeleri Açısından Analizi	75
Çizelge 3.2: 2020 Yılı, The New Yorker Dergisi Kapağının Gestalt İlkeleri Açısından Analizi	78
Çizelge 3.3: 2021 Yılı, The New Yorker Dergisi Kapağının Gestalt İlkeleri Açısından Analizi	80
Çizelge 3.4: Örnek Dergi Kapağının Gestalt İlkeleri Açısından Analizi	85

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 2.1: Pedro Henrique Ferreira'ya ait Dijital İllüstrasyon Örnekleri	6
Şekil 2.2: Bitmap ve Vektör Grafiklerin Karşılaştırılması	7
Şekil 2.3: Bitmap Tabanlı Görsel.....	8
Şekil 2.4: Sahatarch Pittarong'e ait Bitmap Tabanlı İllüstrasyon	9
Şekil 2.5: Vektörel Tabanlı Görsel.....	10
Şekil 2.6: Mobil Uygulama İçin Tasarlanmış Flat Tasarım Örneği.....	12
Şekil 2.7: Photoshop 2021 Genel Arayüz Görünümü	14
Şekil 2.8: Photoshop 2021'in Çalışma Dosyası Açıldığındaki Arayüz Görünümü ...	15
Şekil 2.9: Adobe Photoshop 2021 Araç Paneli	15
Şekil 2.10: Adobe Illustrator 2021'de açılan çalışma dosyasının Painting arayüzündeki görünümü.....	17
Şekil 2.11: Adobe Yazılımları	18
Şekil 2.12: Reklam İllüstrasyonu Örneği.....	20
Şekil 2.13: Reklam İllüstrasyon Örnekleri, Erol Güneş	21
Şekil 2.14: Moda İllüstrasyon Örnekleri	22
Şekil 2.15: Tipografik İllüstrasyon Örnekleri	23
Şekil 2.16: Tipografik İllüstrasyon Örneği	23
Şekil 2.17: Süreli Yayın İllüstrasyon Örneği	25
Şekil 2.18: Çocuk Kitabı İllüstrasyon Örnekleri.....	26
Şekil 2.19: Ders Kitabı İllüstrasyon Örnekleri.....	27
Şekil 2.20: Tıp İllüstrasyonu Örnekleri	29
Şekil 2.21: Botanik İllüstrasyon Örneği	30
Şekil 2.22: Teknik İllüstrasyon Örnekleri	31
Şekil 2.23: Teknik İllüstrasyon Örnekleri	31
Şekil 2.24: İnternet İllüstrasyon Örnekleri	32
Şekil 2.25: Televizyonda İllüstrasyon Reklam Film Sahneleri.....	33
Şekil 2.26: Hareketli Medya İllüstrasyon Örnekleri	33
Şekil 2.27: Göz Yapısı.....	36
Şekil 2.28: Gestalt Yasaları.....	39
Şekil 2.29: Şekil-Zemin İlişkisi, Rubin Vazosu.....	40
Şekil 2.30: Şekil-Zemin İlişkisi, Sütunlar ve İnsanlar.....	41
Şekil 2.31: Şekil-Zemin İlişkisi, El ve Kafa	42
Şekil 2.32: Şekil-Zemin İlişkisi, Melbourne Reklamı.....	43
Şekil 2.33: Şekil-Zemin İlişkisi, Peter and the Wolf Film Afişi.....	44
Şekil 2.34: Şekil-Zemin İlişkisi, Logo Tasarımları.....	44
Şekil 2.35: Tamamlama İlkesi Örnekleri.....	45
Şekil 2.36: Tamamlama İlkesi, Spartan Golf Club Logo Tasarımı.....	46
Şekil 2.37: Benzerlik İlkesi Örnekleri	47
Şekil 2.38: Benzerlik İlkesi, Renk Körlüğü Testi Görselleri	48
Şekil 2.39: Benzerlik İlkesi, Renklerin Benzerliği.....	48
Şekil 2.40: Benzerlik İlkesi, Logo Tasarımı	49

Şekil 2.41: Yakınlık İlkesi	50
Şekil 2.42: Yakınlık İlkesi, Futbol Maçı Örneği.....	50
Şekil 2.43: Yakınlık İlkesi, Afiş ve Logo Tasarımları	51
Şekil 2.44: Yakınlık İlkesi, Coca-Cola Reklam Kampanyası.....	52
Şekil 2.45: Basitlik İlkesi.....	53
Şekil 2.46: Basitlik İlkesi, Festival Afişi Tasarımı	54
Şekil 2.47: Devamlılık İlkesi	55
Şekil 2.48: Devamlılık İlkesi, Yılbaşı Kartı	56
Şekil 2.49: Simetrik Görseller.....	56
Şekil 2.50: Simetri İlkesi Örneği.....	57
Şekil 2.51: Simetri İlkesi, Poster Tasarımı	57
Şekil 2.52: Simetri İlkesi, Logo Tasarımları.....	58
Şekil 3.1: Saul Steinberg'in 29 Mart 1976 tarihli The New Yorker dergi kapağı	61
Şekil 3.2: Moskova film afişi ve The New Yorker Dergi Kapağı	61
Şekil 3.3: Françoise Mouly ve Spiegelman tarafından hazırlanan The New Yorker'in 24 Eylül 2001 sayılı dergi kapağı	62
Şekil 3.4: The New Yorker'in 10 Aralık 2001 sayılı dergi kapağı.....	63
Şekil 3.5: The New Yorker'in 15 Şubat 1993 sayılı dergi kapağı.....	63
Şekil 3.6: The New Yorker'in 21 Temmuz 2008 sayılı dergi kapağı.....	64
Şekil 3.7: The New Yorker'in 8 Temmuz 2013 sayılı dergi kapağı.....	65
Şekil 3.8: The New Yorker'in Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 6 Ocak 1992 tarihli dergi kapağı	66
Şekil 3.9: The New Yorker'in Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 18 Ocak 1993 tarihli dergi kapağı	66
Şekil 3.10: The New Yorker'in Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 22 Mart 1993 tarihli dergi kapağı.....	67
Şekil 3.11: The New Yorker'in Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 15 Eylül 2003 tarihli dergi kapağı.....	67
Şekil 3.12: The New Yorker'in Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 3 Ocak 2005 tarihli dergi kapağı	68
Şekil 3.13: The New Yorker'in Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 5 Ekim 2009 tarihli dergi kapağı.....	68
Şekil 3.14: The New Yorker'in Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 16 Mayıs 2011 tarihli dergi kapağı.....	69
Şekil 3.15: The New Yorker'in Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 24 Mayıs 2021 tarihli dergi kapağı.....	69
Şekil 3.16: Olimpia Zagnoli tarafından hazırlanan dergi kapağı	70
Şekil 3.17: Cristhoph Niemann tarafından hazırlanan dergi kapağı	71
Şekil 3.18: Malika Favre tarafından hazırlanan dergi kapağı	71
Şekil 3.19: Malika Favre tarafından hazırlanan dergi kapağı	72
Şekil 3.20: Tomer Hanuka tarafından hazırlanan dergi kapağı	72
Şekil 3.21: Cristhoph Niemann tarafından hazırlanan dergi kapağı	73
Şekil 3.22: Malika Favre tarafından hazırlanan dergi kapağı	73
Şekil 3.23: Malika Favre tarafından hazırlanan dergi kapağı	74
Şekil 3.24: Bob Staake tarafından hazırlanan dergi kapağı	74
Şekil 3.25: Nina Chanel Abney tarafından hazırlanan dergi kapağı	75
Şekil 3.26: Olimpia Zagnoli tarafından tasarlanmış The New Yorker dergi kapağı..	76
Şekil 3.27: Christhoph Niemann tarafından tasarlanmış The New Yorker dergi kapağı.....	79
Şekil 3.28: Nina Chanel Abney tarafından hazırlanan dergi kapağı	81

Şekil 3.29: Owen Smith tarafından tasarlanmış The New Yorker dergi kapağı.....	84
Şekil 3.30: Örnek Dergi Kapağı Tasarımı	86
Şekil 3.31: The New Yorker dergisinin internet sitesinde yer alan görsel	88
Şekil 3.32: Örnek Dergi Kapağı Tasarımı	89



THE NEW YORKER DERGİSİNİN KAPAKLARINDA KULLANILAN VEKTÖREL İLLÜSTRASYONLARIN GESTALT PRENSİPLERİ ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ

ÖZET

Dijitalleşen yeni dünyada toplumsal algının yansıtılması açısından görsel medyanın önemi giderek artmaktadır. Görsel medyanın başta tüketici kararları olmak üzere sosyal dinamiklerin belirlenmesinde kilit bir rol oynamaya devam edeceği öngörülmektedir. Bu nedenle günümüzde görsel iletişim aracı olarak öne çıkan popüler yayınlardan “The New Yorker” dergisinin kapak tasarımları araştırma için seçilmiştir.

Çalışmada adı geçen dergi kapaklarının baştan aşağı ve bütün yönleri ile incelenmesinden ziyade günümüz tasarım literatüründe yaygın olarak referans gösterilen vektörel illüstrasyon tekniklerinin uygulama alanı bulduğu kapak türlerinin ele alınması uygun görülmüştür.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte dijital illüstrasyonların kullanım alanlarının giderek arttığı gözlemlenmektedir. Dijital illüstrasyon uygulamalarından olan vektörel illüstrasyonlar kullanım avantajları açısından öne çıkarken aynı zamanda yalın haliyle de algı sürecinin etkinliğini arttırmaktadır. Bu yönleri ile The New Yorker dergisi gibi popüler bir dergide vektörel illüstrasyonların Gestalt prensipleri ile birlikte ele alınması hedef kitle üzerinde algısal örgütlenmenin hangi Gestalt ilkeleri doğrultusunda gerçekleştiğini anlamaya yardımcı olacaktır.

Almanca bir kelime olan Gestalt; biçim, şekil, form anlamlarına gelmektedir ve algısal örgütlenme yasaları ile ilişkili kuramları içermektedir. Bu bunlar Şekil-zemin, tamamlama, benzerlik, yakınlık, basitlik, devamlılık, simetri gibi algısal örgütlenme yasaları olarak sayılmaktadır.

Bu çalışmanın amacı; giderek daha yoğun düzeyde görsel etkileşime maruz kalan toplumlara hitaben yayımlanan popüler bir derginin kapak tasarımlarında kullanılan vektörel illüstrasyon uygulamalarında Gestalt prensiplerinin yansımalarını araştırmaktır. Şekil-zemin, tamamlama, benzerlik, yakınlık, basitlik, devamlılık, simetri gibi algısal örgütlenme yasaları kapsamında dergi kapakları tasarımları ele alınarak “The New Yorker” dergisi gibi popüler bir dergide bu yasaların izi sürülerek yorumlamaya çalışılmıştır.

Algı sürecinde, duyumsal algılarımızla elde edilen verilerin duygusal algı boyutunda yapılandırılması bazen önceki deneyimlerimiz doğrultusunda gerçekleştiği için flat vektör illüstrasyonların bitmap tabanlı illüstrasyonlara göre gerçeklikten daha uzak yapısı mesajı hedef kitleye bilinçaltı tecrübelerden arındırılmış bir şekilde ulaşmasını sağlamaktadır.

Bu doğrultuda tasarım süreçleri içerisine kendisine yer bulabilen Gestalt teorisi prensiplerinin, hem yapılan tasarımın özgün karakteristiğini sağlamlaştırdığı hem de nihai olarak görsel mesajı alıp benimsemesi öngörülen kitlenin flat vektör illüstrasyonlarla bu beklentiye daha hızlı cevap verebilmesini kolaylaştırdığı kanaatine varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *İllüstrasyon, Algı, Gestalt, The New Yorker*



THE REVIEW OF VECTORAL ILLUSTRATIONS USED ON THE COVERS OF THE NEW YORKER JOURNAL WITHIN THE FRAMEWORK OF GESTALT *PRINCIPLES*

ABSTRACT

In the new digitalized world, the importance of visual media is increasing in terms of reflecting social perception. It is predicted that visual media will continue to play a key role in determining social dynamics, especially consumer decisions. For this reason, the cover designs of “The New Yorker” magazine, one of the popular publications that stand out as a visual communication tool today, were found worth examining.

Rather than examining the covers of the aforementioned magazine covers thoroughly and with all their aspects, it was deemed appropriate to deal with the types of covers in which vectorial illustration techniques, which are widely referenced in today's design literature, find application.

With the development of technology, it is observed that the usage areas of digital illustrations are gradually increasing. Vector Illustrations, one of the digital illustration applications, stand out in terms of usage advantages, while at the same time increasing the effectiveness of the perception process in its plain form. With these aspects, although vector illustrations are widely used in the design world, they should also be considered together with Gestalt principles in order to achieve the underlying purpose of the design.

Gestalt, a German word; It means form, shape, form and includes theories related to the laws of perceptual organization. These laws are counted as perceptual organization such as figure-ground, completion, similarity, closeness, simplicity, continuity, symmetry.

The aim of this study is to investigate the reflection of Gestalt principles in the vector illustration applications used in the cover designs of a popular magazine published for societies that are increasingly exposed to intense visual interaction. By considering the design of magazine covers within the scope of perceptual organization laws such as figure-ground, completion, similarity, closeness, simplicity, continuity and symmetry, it has been tried to interpret these laws in a popular magazine such as "The New Yorker".

In the process of perception, since the configuration of data obtained through auditory perception in affective domain may occur in line with previous experiences, flat vector illustrations which has a structure of more beyond the reality compared to bitmap illustrations, ensures the message is transmitted to target group in a way that the subconscious experiences are purified.

In this direction, it has been concluded that the principles of Gestalt theory, which can find a place in the design processes, both strengthen the original characteristic of the design and make it easier for the audience, which is expected to receive and adopt the visual message, to respond more quickly to this expectation through flat vector illustrations.

Keywords: *Illustration, Perception, Gestalt, The New Yorker*



1. GİRİŞ

1.1 Tezin Amacı

Günümüzde yapılan birçok tasarım, görsel ilke ve algı kuramlarından yola çıkarak oluşturulmaktadır. Bir mesajı hedef kitleye en doğru bir biçimde iletmek için tasarımda kullanılan içeriklerin algılanabilir ve çözümlenebilir bir biçimde organize edilmesi gerekmektedir. Algı kapsamında Gestalt ilkelerinin algılamaya yönelik olarak hem tasarım sürecinde hem de çözümleme sürecinde amacına uygun olarak yorumlanması ve Gestalt kuramının görsel iletişim tasarımına olan katkılarının ortaya konması, tasarım sürecine ve algı sürecine doğru bir bakış açısı kazandırarak tasarım sürecinde vizyon sahibi bakış açımızı geliştirmiş olacaktır.

Bu çalışmanın amacı; giderek daha yoğun düzeyde görsel etkileşime maruz kalan insanların uluslararası çapta tanınan popüler bir derginin 2019-2020-2021 yıllarında yer alan kapak tasarımlarında kullanılan flat vektör illüstrasyon uygulamalarını Gestalt prensipleri kapsamında ele alıp, iki boyutlu, keskin kenar hatlarına sahip, gradient geçişleri ve doku özelliği taşımayan illüstrasyonlarda Gestalt prensiplerinin yansımalarını ortaya koymaktır.

1.2 Literatür Araştırması

Bu araştırmanın evrenini The New Yorker dergisinin iş bu tez dönemi olan 2019-2020 ve 2021 yılının haziran ayına kadar dergi kapaklarında yer alan flat vektör tarzda yapılan illüstrasyon çalışmaları oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemini The New Yorker dergisinin flat vektör tarzında tasarlanmış iki boyutlu, keskin kenar hatlarına sahip, gradient geçişleri ve doku özelliği taşımayan illüstrasyon özelliklerini içeren kapak tasarımları oluşturmaktadır.

Literatür taraması illüstrasyon, görsel algı ve gestalt kuramı kapsamında gerçekleştirilmiştir.

1.3 Hipotez, Yöntem ve Teknikler

Teknolojinin gelişmesiyle beraber maruz kalınan görsel iletişim öğelerinin artışı ve hızlı tüketimi, bu hızla tüketime bitmap tabanlı illüstrasyonlara kıyasla Flat vektör illüstrasyonların çeşitli avantajları doğrultusunda daha iyi eşlik edebilecek yapıda olması bu tarzda yapılan çalışmaların yaygınlığının artmasına neden olmaktadır. Tez çalışmasında Flat vektör illüstrasyonların hedef kitle üzerinde etkilerinin incelenmesi ve algısal örgütlenmenin Gestalt kuramı kapsamında ortaya konması amaçlanmıştır.

The new yorker dergisinin kapaklarında kullanılan vektörel illüstrasyonları gestalt prensipleri çerçevesinde incelerken bilimsel bir yöntem olan nitel araştırma yöntemlerinden literatür taraması baz alınarak veriler elde edilmiştir. Elde edilen verileri araştırmaya konu olan flat vektör illüstrasyonların kullanıldığı örneklere yer vererek gözleme dayalı bir çıkarımda bulunulmuş ve uygulama yapılmıştır.

2. İLLÜSTRASYON VE GÖRSEL ALGI

2.1 İllüstrasyon Nedir?

Bir görsel ve materyal iletişim ürünü olan illüstrasyon, aynı zamanda yönlendiren, bilgi veren, eleştirebilen ve teşvik eden bir resimleme sanatıdır. Birbirinden farklı birçok alanda kullanılabilen illüstrasyonlar özellikle görsel iletişimde sıkça başvurulmuş bir unsurdur.

Literatürde birçok illüstrasyon tanımı vardır. Bunlardan bahsetmek gerekirse; İllüstrasyon, insanların zihinlerinde yer alan hususları somutlaştırabilmek için gösterdikleri çabaların ortaya koyduğu bir ürün olarak gösterilebilir. Bu çabaların eyleme döküldüğü ilk anlardan başlayıp bir tasarım ve sanat kavramı olarak anılmaya başlamasına kadar geçen sürede illüstrasyon kavramına ilişkin çeşitli tanımların yapıldığı görülmektedir. Basit anlamıyla illüstrasyon; örneklendirmek, açıklamak ya da süslemek maksadıyla yapılan resimlendirme çalışması şeklinde tanımlanabilir (Ambrose ve Harris, 2010).

Latince “anlaşılır hale getirmek, aydınlatmak” anlamlarına gelen “lustrare” kelimesinden türetilmiş olan illüstrasyon kavramı (Songür Dağ, 2015), TDK sözlüğünde “resimleme” olarak tanımlanmıştır (Url1). Turgut (2013: 52) ise illüstrasyon kavramını; bir düşüncüyü, konuyu veya metni görsel olarak betimleyen resimlemeler olarak tanımlamıştır. Diğer bir tanım ise illüstrasyon; sözel unsurlar olan slogan, başlık veya metinleri yorumlayan ya da betimleyen genel unsurlar olarak açıklanmıştır (Becer, 2006). Tarihte yazının icadından önceki dönemde insanların mağara duvarlarına çizmiş oldukları şekiller ve simgeler birer illüstrasyon olarak düşünülebilir. Genellikle dini ritüeller vb. hususların gelecek kuşaklara aktarılması için yapılan bu uygulamaların illüstrasyonun temelini oluşturduğu söylenebilir (Dağ, 2015).

Bir konunun anlaşılır hâle getirilmesini amaçlayan illüstrasyonların diğer bir özelliği de estetik kaygılarla yapılan eserler olmalarıdır (Dağ, 2015). Ayrıca öğrenme süreci kapsamında görsel duyu organına hitap etmesi açısından önemli eserler olan

illüstrasyonlar, öğrenmenin gerçekleşmesinde sağladığı kalıcılık sayesinde bilginin unutulmasını geciktirmektedir (Akar, 2015). İllüstrasyonlar yazılı bir metne açıklık getirmek, anlamını genişletmek veya metni daha ilginç bir biçimde sunmak için kullanılan çizimlerdir. Birçok alanda kullanılan illüstrasyonların kitaplarda, eşyalarda ve mimari yüzeylerde kullanım amacı çoğunlukla açıklayıcı ve öğretici işlevdedir. Bir başka ifade ile İllüstrasyon, hedef kitle ile istenen iletişimi kolaylaştırmak için uygun bir medya kullanan sözel olmayan sanatsal bir ifade biçimidir. Bu ifade ile birlikte illüstrasyon tanımının sınırlarının aşıldığı daha bütünsel ifade ortaya çıkmıştır (Kherde,V).

İllüstrasyonlar bir metnin ifade gücünü artırma ve anlatılmak isteneni daha az sözcüklerle aktarma açısından önemlidir. Bilginin veya mesajın hedef kitleye daha basit ve hızlı biçimde ulaştırılmasını sağlayan illüstrasyonlar; bir olayı, hikâyeyi, kurguyu veya konuyu çizgilerle ve fantastik bir anlatımla merak uyandırıcı hâle getirerek aktarırlar (Çağala, 2016).

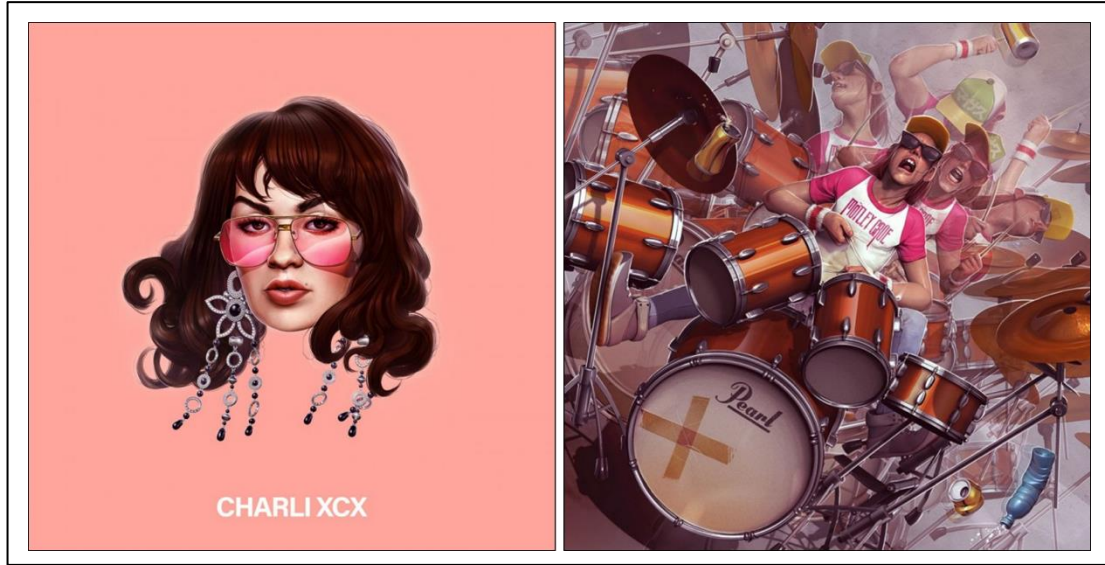
Fotoğrafın keşfiyle birlikte eski çizimler önemini kaybetmiş ve fotoğraflar özellikle 20. yüzyıl illüstrasyonlarında ciddi bir etki yaratmıştır (Dalley, 1984) Fotoğrafların basılı kitaplardaki ilk kullanımı 1843'te Anna Atkins'e ait "Photographs of British Algae: Cyanotype Impressions" kitabında olmuştur (Schaaf, 1979). Fotoğrafın ortaya çıkışı illüstrasyonun gerçekçilik ihtimalini ciddi ölçüde artırmıştır. Endüstri devriminin ardından pigment ve boyalarda yaşanan gelişmeler, renk kullanımı açısından sanatçılara geniş bir yelpaze sunmuştur. "Endüstri devrimi ile hızla makineleşen insanoğlunun çevresi ucuz ve kalitesiz işlerin türemesine sebep olmuştur. Endüstri devriminin, dominant baskısı kendisini sanat ve tasarımda da hissettirmiştir. Buna tepki olarak gelişen Arts and Crafts ve sonrasında onu izleyen Art Nouveau akımlarına illüstrasyonların daha özenli, dekoratif ve oryantalist bir şekilde yansıdığı görülür.

Tarihsel gelişimine bakıldığında, illüstrasyonun hem kitapların elle yazıldığı dönemlerde hem de basım tekniklerinin geliştiği dönemlerde önemli bir malzeme kaynağı olduğu görülür. Özellikle gerçeküstü imajların yaratılmasında ve doğallık, mizah, samimiyet gibi faktörlerin oluşturulmasında illüstrasyonlar önemli katkılara sahiptir. Günümüzde illüstrasyon, çeşitli konularda farklı çalışmaların üretilerek pazarlanabildiği ve sıcak bir atmosferin oluşumuna katkılar sağlayan, kendi başına bir çalışma kolu haline gelmiştir. Bu bağlamda illüstrasyonların tıp, hukuk, siyaset,

mühendislik, eğitim, eğlence, din, pazarlama, reklamcılık vb. gibi birçok alanda bilginin veya mesajın görsel olarak sunulması ve insanların algısına en kısa yoldan ulaşılması maksadıyla kullanılan en etkili yöntemlerden biri olduğunu söylemek mümkündür (Lewis, 1987). İllüstrasyon uygulamalarının sadece görsel okur yazarlık ve teknik niteliklerle değerlendirilmemesi gerektiğini, illüstrasyonun görsel iletişim ve problem çözmeyle en iyi entelektüel etkileşimi doğuran bir disiplin olduğunu belirtmektedir. İllüstrasyonun modern bir görsel iletişim aracı olarak önemini ve geçerliliğini anlamak çok önemlidir. İllüstrasyonların belirli bir mesajı hedef kitleye çarpıcı bir şekilde transfer edebilme özellikleri vardır. Bize bilgi ve fikir vermesinin yanı sıra seçimlerimizi de etkilemektedir (Male, 2007). Son yıllarda özellikle teknolojiye yaşanan gelişmelere bağlı olarak illüstrasyonlara yeni rollerin biçildiği görülmektedir. Dijital ortamın getirdiği kolaylıklar ve yenilikler sayesinde illüstrasyonun popülaritesi sürekli artan ve genişleyen bir alan olduğunu söylemek mümkündür.

2.2 Dijital İllüstrasyon Nedir?

20. yüzyılın sonlarına doğru bilgisayar teknolojisinde yaşanan gelişmeler pek çok alanı olduğu gibi sanat alanındaki çalışmaları da etkilemiştir. Özellikle grafik yazılımlarının ortaya çıkışıyla birlikte sanattaki dijitalleşme kendini göstermeye başlamıştır. Sanatçılar ve tasarımcılar dijital ortamın sağladığı imkânlar sayesinde geleneksel tekniklerle yapamadıkları veya zorlandıkları konuları denemiş ve olumlu sonuçlar almışlardır. Dijital İllüstrasyon; mouse, grafik tablet gibi yardımcı donanımlarla, bilgisayar destekli görüntü işleme yazılımlarıyla birlikte sayısal ortamda hazırlanmış illüstrasyonlardır (Aşkaroğlu K, 2019). Bilgisayar destekli illüstrasyon olarak da ifade edilen dijital illüstrasyon bir türev değil tekniktir. Öyle ki bu teknikte klasik yöntemlerde kullanılan malzemelerin yerine kullanılan malzemeler bilgisayar ortamındaki yazılımlardır (Kara, 2012). Dijital illüstrasyon çalışmalarına ilişkin örnekler Şekil 2.1’de gösterilmiştir.



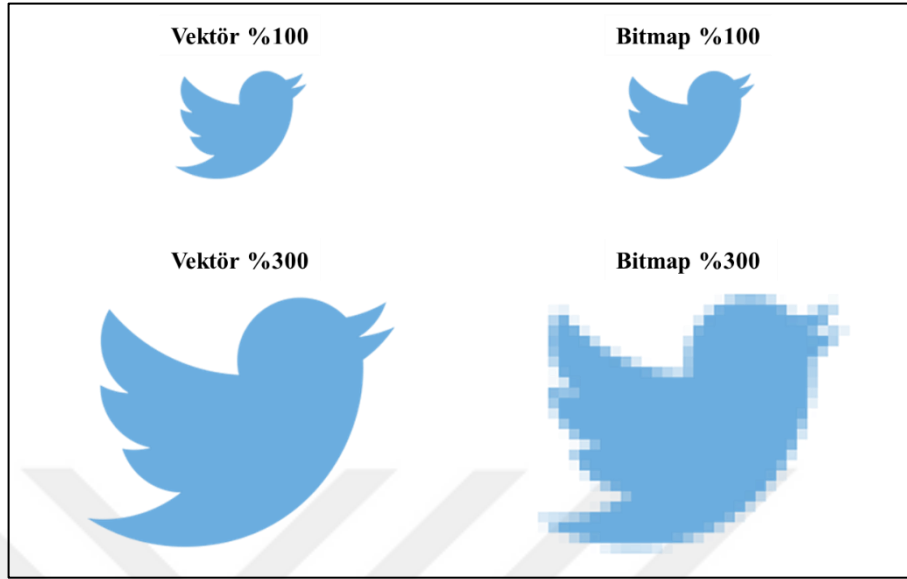
Şekil 2.1: Pedro Henrique Ferreira’ya ait Dijital İllüstrasyon Örnekleri

Kaynak: <http://sahataarch.com> (Erişim tarihi: 2020)

Dijitalleşme, illüstrasyon çalışmalarında (kullanılacak yazılımlara da bağlı olarak) birçok kolaylığı ve avantajı beraberinde getirmiştir. Geleneksel yöntemlerde çok vakit alan ve zahmetli olan yaratım süreci, dijital illüstrasyonla birlikte kısalmış, çalışmaları istenen miktarlarda elektronik ortamda çoğaltılıp saklayabilme ve paylaşabilme imkânını doğurmuştur. Ayrıca klasik yöntemlerle yapılan çalışmaları bilgisayar ortamına aktarıp yorumlama, yeniden üretme, saklama ve çoğaltma gibi kolaylıklar sağlamıştır. Geleneksel yöntemlerin kullanıldığı illüstrasyon çalışmalarında olası hataların telafi şansı bulunmamakta, dijital illüstrasyon yöntemleri bu sorunu ortadan kaldırarak tasarımcıya veya sanatçıya hızlı bir biçimde hataları düzeltme imkânı sunmaktadır. Bu avantajları da dikkate alındığında teknolojinin gelişimine paralel bir şekilde illüstrasyona duyulan ihtiyaç da artmaktadır. Nitekim oyun dünyasından interaktif ders çalışmalarına kadar çok geniş bir yelpazede dijital illüstrasyon çalışmalarından istifade edilmektedir.

Dijital illüstrasyonlarda bilgisayar ortamında kullanılan görüntü grafikleri genel olarak bitmap (piksel) tabanlı ve vektör tabanlı olmak üzere iki grupta incelenebilir. Bitmap tabanlı grafiklerde, görüntü piksellerden veya renkli noktalardan oluşmaktadır. Bitmap tabanlı bir grafiğin yeniden boyutlandırılabilmesi için piksel miktarının artırılması veya azaltılması (yani görüntü kalitesinin değişimi) söz konusudur. Vektör tabanlı grafiklerde ise bir vektör bir çizginin ya da eğrinin matematiksel tanımlamasını ifade etmektedir. Dolayısıyla vektörel grafik, bitmap grafiktekinin aksine bir kalite kaybı olmadan boyutlandırma imkânına sahiptir

(Westerdiep, 2017). Bitmap ve vektör grafiklere sahip aynı görüntünün karşılaştırması Şekil 2.2’de gösterilmiştir.



Şekil 2.2: Bitmap ve Vektör Grafiklerin Karşılaştırılması

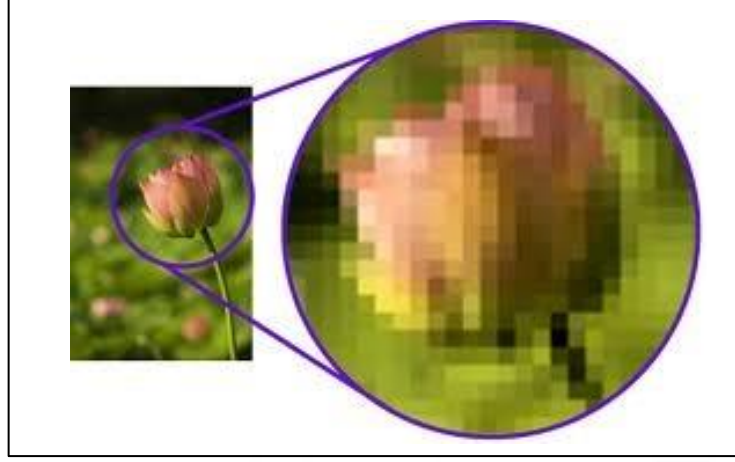
Kaynak: <http://sahataarch.com> (Erişim tarihi: 2020)

Şekil 2.2’de görüldüğü bitmap grafikler büyütüldüğünde görüntü kalitesi bozulmakta, ancak vektör grafiklerde herhangi bir bozulma olmamaktadır. Kullanım olarak bitmap grafikler fotoğrafların işlenmesinde, vektörel grafikler ise çizim ve tasarım yapımında uygundur. Dosya boyutu bitmap grafiklere göre daha az yer kaplayan vektörel grafikler, direkt olarak web üzerinde kullanılamazken bitmap grafikleri kolaylıkla kullanılabilir. Ayrıca bitmap grafiklerin piksellerden oluşması çalışmaya nokta nokta müdahale imkânı sağlayarak detaylı düzenleme yapma fırsatı sunmaktadır. Çalışmanın bu kısmında bitmap ve vektör tabanlı illüstrasyonlar ayrı ayrı incelenecektir.

2.2.1 Bitmap tabanlı illüstrasyonlar

Bir bitmap görüntüsünü oluşturan en küçük nokta piksel olarak adlandırılır. Bitmap tabanlı illüstrasyonlar söz konusu piksellerin alt alta ve yan yana dizilimiyle oluşurlar. Her bir piksel dijital ortamda mevcut yaklaşık 16 milyon renkten birinin rengine sahiptir. Piksellerin şekli kare olmasına rağmen, illüstrasyon amaçlı kullanımda boyutları çok küçük olduğundan bir pikselin son şekli kareden ziyade devam eden bir ton olarak görülür (Caplin & Banks, 2003). Şekil 2.3’te gösterildiği

üzere bitmap tabanlı illüstrasyonlarda boyutun büyütülmesi halinde pikseller belirginleşmekte ve çalışmanın orijinallığı bozulmaktadır.



Şekil 2.3: Bitmap Tabanlı Görsel

Kaynak: <http://sahataarch.com> (Erişim tarihi: 2020)

Bitmap tabanlı illüstrasyonların ölçü birimi piksellerdir. Bitmap tabanlı yazımlar temelde görüntüler üzerinde işlem yapmaktadırlar. Bu şekilde fotoğraflar üzerinde çok sayıda değişiklikler yapılabilmekte, ekleme ve çıkarma işlemleri uygulanabilmektedir. Genel olarak bitmap tabanlı yazılımlar fotoğraf üzerinde çalışmak amacıyla kullanılmaktadır. Bununla birlikte grafik tabletlerin ortaya çıkışıyla birlikte dijital ortamda illüstrasyon yapmak mümkün hale gelmiştir.

Başlıca bitmap tabanlı programlar; Adobe Photoshop, MS Paint, MS Imaging, Color Studio, Aldus Super Paint ve gibi yazılımlardır (Parmak, 2018). Bu programlardan birçok amatör ve profesyonel tasarımcının illüstrasyon çalışmalarında tercih ettiği yazılımların başında Adobe Photoshop gösterilebilir. Tasarımcıya kalem, fırça, silgi gibi araçları sunan bu programlar, tasarımcının kâğıt üzerinde yaptığı her türlü işlemi fazlasıyla yapabilmesine imkân sağlamaktadır. Özellikle Adobe Photoshop özellik seti açısından kullanıcıya kapsamlı fonksiyonlar sunmakta ve yükselttiği her versiyonda şık, geniş ve etkili bir araç düzeni geliştirmektedir. Bitmap tabanlı bir illüstrasyon örneği Şekil 2.4'te gösterilmiştir.



Şekil 2.4: Sahatarch Pittarong’e ait Bitmap Tabanlı İllüstrasyon

Kaynak: <http://sahatarch.com> (Erişim tarihi: 2020)

Bitmap tabanlı illüstrasyonlarda uygun olmayan boyut kullanımı “pikselleşme” olarak tabir edilen hatalı çalışmalara neden olabilir. “Görüntü çözünürlüğü, yükseklik ve genişlikteki piksel sayısı ile tanımlanır. Bir görüntünün pikselleri ne kadar yüksekse, ayrıntı seviyesi veya netlik o kadar yüksek olur. Dezavantajı ise, dosya boyutunun daha büyük olmasıdır (Parmak 2018).” Bitmap illüstrasyonlarda piksel sayısının fazlalığı görüntünün kaliteli olmasıyla doğru orantılıdır.

Bitmap tabanlı yazılımların illüstratörlere sağladığı avantajlar şunlardır:

- Bitmap tabanlı grafiklerde her bir piksel üzerinde ayrı ayrı oynamak mümkündür. Böylelikle sanatçı veya tasarımcı fotoğraflar üzerinde rötuş işlemi uygulayabilmekte ve çalışmalarını manipüle edebilmektedir.
- Bitmap tabanlı grafikler vektör tabanlı grafiklere göre daha fazla renk değişimine imkân verirler.

Bitmap tabanlı illüstrasyonların oluşturduğu dezavantajlar ise aşağıda sıralanmıştır.

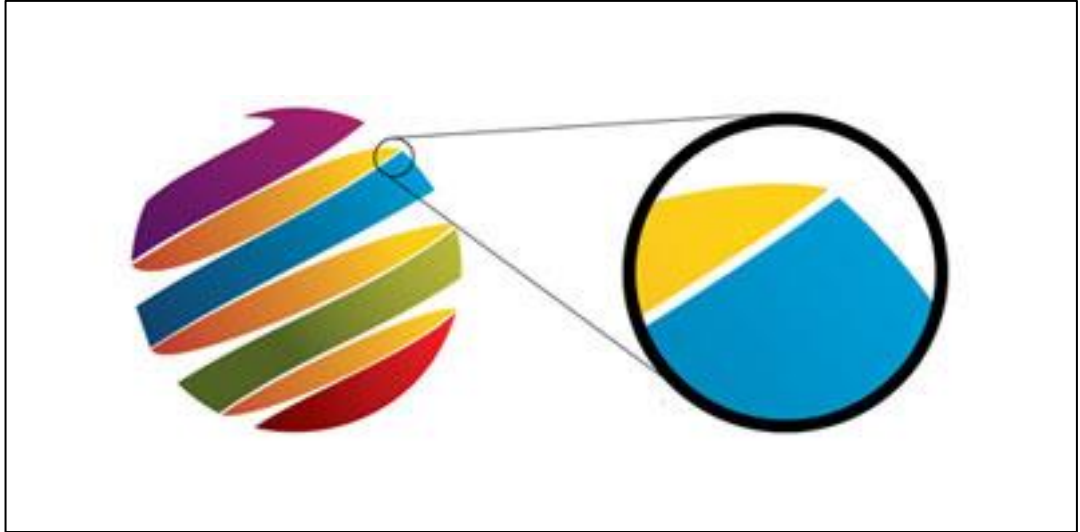
- Bitmap tabanlı illüstrasyonlarda görselin büyütülüp küçültülmesinde görüntü kalitesi ve çözünürlükler bozulur. Bu tür illüstrasyonlarda düşük çözünürlüklü bir dosyanın daha büyük bir boyutta kullanılması mümkün değildir.
- Piksellerin çok yer kaplamasından dolayı bitmap tabanlı bilgisayarlarda RAM kapasitesinin yüksek olması gerekir.

- Bitmap grafikler dosya boyutu olarak vektör grafiklere kıyasla çok daha fazla yer kaplarlar.
- Bitmap tabanlı grafiklerde, bir çalışmanın farklı cihazlarda farklı boyutlarda görüntülenmesi istenirse her boyut için farklı bir sürümün yapılması gerekir.

2.2.2 Vektör tabanlı (vektörel) illüstrasyonlar

Vektör, kelime anlamı olarak başlangıcı ve bitişi belli olan, matematiksel bir niceliğe sahip, yönlü doğru parçası olarak tanımlanmaktadır (Kara, 2012:). Vektör tabanlı illüstrasyonlar, çözünürlüğü bozulmadan istenildiği kadar büyütülebilen, nesnelerin oluşturulmasında matematiksel ifadelerin kullanıldığı grafik türü olarak tanımlanabilir.

Modern illüstrasyonun ve tasarımın güçlü bir parçası olan vektörler, çok sayıda illüstratör ve tasarımcı tarafından, web sitesi dizaynı, reklam grafiği, teknik çizim, çizgi roman, karikatür, çocuk kitapları, animasyon, oyuncak, tekstil ve dergi illüstrasyonları gibi birçok alanda etkin bir şekilde kullanılmaktadır (Harris ve Withrow, 2008). Şekil 2.5'te gösterildiği üzere vektör tabanlı illüstrasyonlarda bitmap grafiklerinin aksine, boyutun büyütülmesiyle görüntü kalitesi ve orijinalligi bozulmamaktadır.



Şekil 2.5: Vektörel Tabanlı Görsel

Kaynak: <https://www.lanyardmarket.com/>, (Erişim tarihi: 2020)

Vektör tabanlı grafiklerde dijital görüntülerin sunulmasında tamamen matematiksel denkleme dayalı nokta, eğri, çizgi, çokgen gibi geometrik temellerden faydalanılır. Vektörel grafiklerde şekil ve nesneyi tanımlayabilecek en az veri miktarı kullanılır.

Örneğin bir doğru parçasının çiziminde sadece, başlangıç/bitiş noktalarına ait koordinatlar, çizginin kalınlığı ve rengi bilgileri kullanılır (Harris ve Withrow, 2008: 10).

Vektör tabanlı illüstrasyonların kullanıldığı programlar büyütme ve küçültme işlemlerinin sorunsuz bir şekilde yapılabilmesine imkân tanınması nedeniyle günümüzde rağbet gören bir uygulama türüdür. Nitekim basın ilanlarına yer veren dergilerde, gazete vb. iletişim araçlarında, albüm kapaklarında, ambalajlarda ve büyük boyutlu çalışmalarda vektör tabanlı illüstrasyonların yaygın olarak tercih edildiği görülmektedir. Bu tür tasarımlarda kullanılan en yaygın ve bilinen program Adobe Illustrator'dur. Bu program illüstratörler için yaratıcı araçları olan iyi bir üretim ortamı sunmaktadır. Adobe Illustrator dışındaki vektör tabanlı yazılımlardan en çok tercih edilenlerinden birisinin de Corel Draw programı olduğunu söylemek mümkündür.

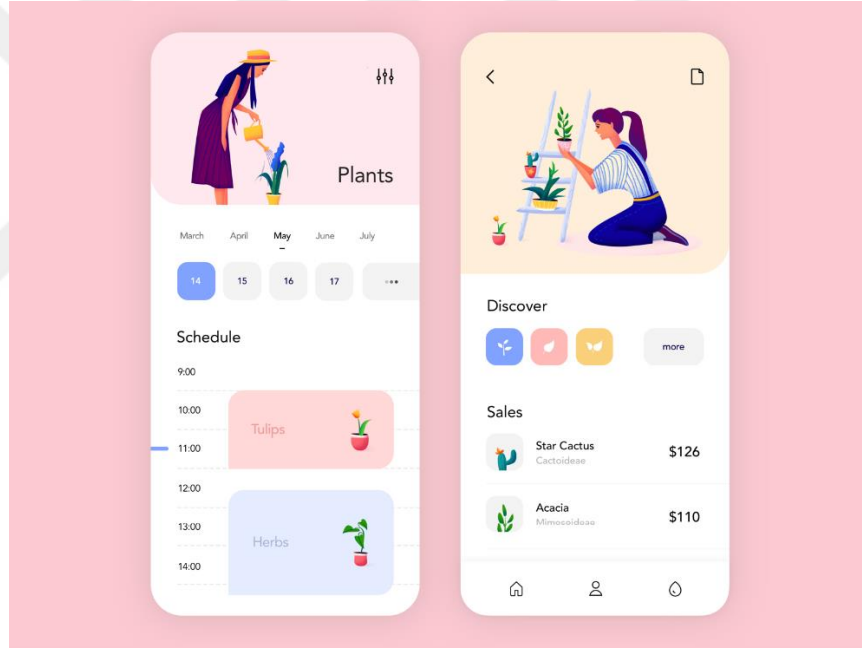
2.2.2.1 Flat vektör illüstrasyonlar

Türkçe'de "düz tasarım" anlamına gelen "flat design"; bir tasarımı oluştururken herhangi bir efekt, animasyon ve üç boyutlu özelliklerin kullanılmadığı teknikleri ifade etmektedir. Sadeliğin öne çıktığı bu tekniklerle yapılan flat vektör illüstrasyonlarda daha çok kullanılabilirliği arttırmak amaçlanmaktadır. Flat tasarımlarda yapılması gereken en önemli faktörler canlılık, renklilik ve kelimelerin etkileyiciliğidir. Flat tasarımların öne çıkan özellikleri şunlardır: (Url-2).

- Sade olmak: Genellikle iki boyutludurlar. Efekt, animasyon, üç boyutlu özellikler içermezler. Gölge, ikon, kabartma, eğim, kıvrık kenar vb. araçlar kullanılmaz.
- Basit olmak: Süslemelerden uzak, kare, dikdörtgen, daire gibi basit şekiller kullanılır.
- Renk: Flat tasarımlarda renklilik önemlidir. Bu nedenle çoğunlukla her menü ve buton için ayrı renk seçimi ve fazla renk kullanımı tercih edilmektedir.
- Minimalist olmak: Kolaylık ve sadelik ön plandadır. Flat tasarımlarda ilavelerden kaçınılmakta, içerikte yalnızca olması gerekenlerin bulunması sağlanmaktadır.

Flat vektör illüstrasyonlar kullanılabilirliğin ön plana çıktığı minimalist bir yaklaşımla tasarlanan çalışmalardır. Açık, net, temiz, keskin kenarlara ve parlak

renklere sahip iki boyutlu çizimlerden oluşurlar. Flat illüstrasyonlarda gerçek hayattaki bir nesnenin küçük gerçekçi bir resme dönüştürülmesi yerine, daha basit, simge benzeri görüntülerle tanımlandığı görülür. Bu tür tasarımlarla uğraşan illüstratörler, dekoratif unsurların gereksiz bir dağınıklık oluşturduğunu ve kullanıcıların dikkatini dağıttığını savunurlar ve bu nedenle flat tasarımları tercih ederler. Parlak ve zıt renkler, çizimlerin arka plandan çıkmasını sağlayarak, kolayca dikkat çekmesini ve kullanıcıya görsel anlamda kılavuzluk etmesini ve hızlı kavranmasını sağlar. 2020 ve sonrası için tasarım trendi olarak görülen ve uygulama arayüzlerinde tercih sebebi olan flat tasarım illüstrasyonlar sadece illüstrasyon kabiliyeti olan ve programa sahip olan kişilerin kullanımı ile sınırlı kalmaması için, çeşitli konseptlerle illüstrasyon oluşturulabilecek uygulamalar ve web siteleri oluşturulmuştur (Pedchenko, 2019).



Şekil 2.6: Mobil Uygulama İçin Tasarlanmış Flat Tasarım Örneği

Kaynak: <https://medium.com/swlh/flat-illustrations-design-trend-2020-> (Erişim Tarihi: 2020)

2.2.2.2 Vektör tabanlı illüstrasyonların sağladığı avantajlar

Matematiksel bir grafik dili kullanan vektör tabanlı yazılımlar illüstratörlere hayal ettikleri herhangi bir şekli çizme imkânı sağlayan kare, dikdörtgen, çokgen, elips, gibi çizimlerin yanı sıra “bezier eğrisi” olarak ifade edilen yumuşak eğriler yaratma olanağı da sunmaktadır. Vektör tabanlı illüstrasyonlar bitmap tabanlı illüstrasyonlara kıyasla çeşitli avantajlara sahiptir. Bunlar aşağıda sıralanmıştır (Chastain, 2020):

- Büyütme ve küçültme esnasında illüstrasyonda herhangi bir değer kaybı yaşanmamaktadır.
- Vektörler pek çok boyuttaki amblem ve logo tasarımı için uygundur. Farklı renk ve boyut gerektiren illüstrasyonlar için vektörel grafik kullanmak en ideal yöntemdir.
- Vektör tabanlı illüstrasyonlar kolaylıkla bitmap tabanlı illüstrasyonlara dönüştürülebilir.
- Vektör dosyaları bir şekil veya objeyi tanımlarken sadece gerekli bilgiyi içerdiklerinden en küçük veri miktarına sahiptirler. Bu nedenle bilgisayarın sabit diskinde az yer kaplarlar.
- Vektörel illüstrasyonlar küçük boyutlu olma özelliği sayesinde tasarımcıya hızlı baskı alma, çalışmayı web sayfasına yükleme, e-posta gönderme gibi konularda kolaylık sağlar.
- Vektör tabanlı illüstrasyonlarda tasarımcı tarafından çalışmanın şekli (çizgi kalınlıkları, renkler vb. hususlar) kolaylıkla değiştirilebilir.

Yukarıda sayılan avantajlarının yanı sıra vektör tabanlı illüstrasyonların bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Bunlardan biri vektör tabanlı çalışmalarda fotoğraf gerçekçiliğinde görüntülere hiçbir zaman ulaşılabilmesidir. Vektör grafiklerindeki keskin renk veya geçiş alanları karmaşık fotoğraf tonlarına uyuşmamaktadır (Harris ve Withrow, 2008). Bununla birlikte sürekli geliştirilen vektörel yazılımlar sayesinde günümüzdeki vektör araçları, fotoğraf gerçekçiliğine sahip görseller oluşturan bitmap dokuları uygulamaya imkân sağlamaktadır. Önceden çok zor olan gölgelendirme, şeffaflık, yumuşak renk geçişleri gibi hususların yaratılması mümkün hale gelmiştir (Chastain, 2020). Vektör tabanlı illüstrasyonların diğer bir dezavantajı ise vektör çizim programları olmadan çalıştırılamamasıdır. Bu sorunun önüne geçebilmek için hazırlanan tasarımlar JPEG (Joint Photographic Experts Group Format) vb. formatlara dönüştürülmektedir.

Vektör grafikleri özel formatlı dosyalar olduğundan, günlük hayatta yaygın biçimde görmek mümkün değildir. Günümüzde dijital ortamlarda kullanılan grafik formatlarının çoğunlukla bitmap olduğu görülür. Bir çalışma vektörel olarak tasarlanmış olsa da telefon, tablet veya bilgisayar ortamında görülen görseller bitmap'tir. Genellikle kullanılan formatlar (Elmansy, 2019).

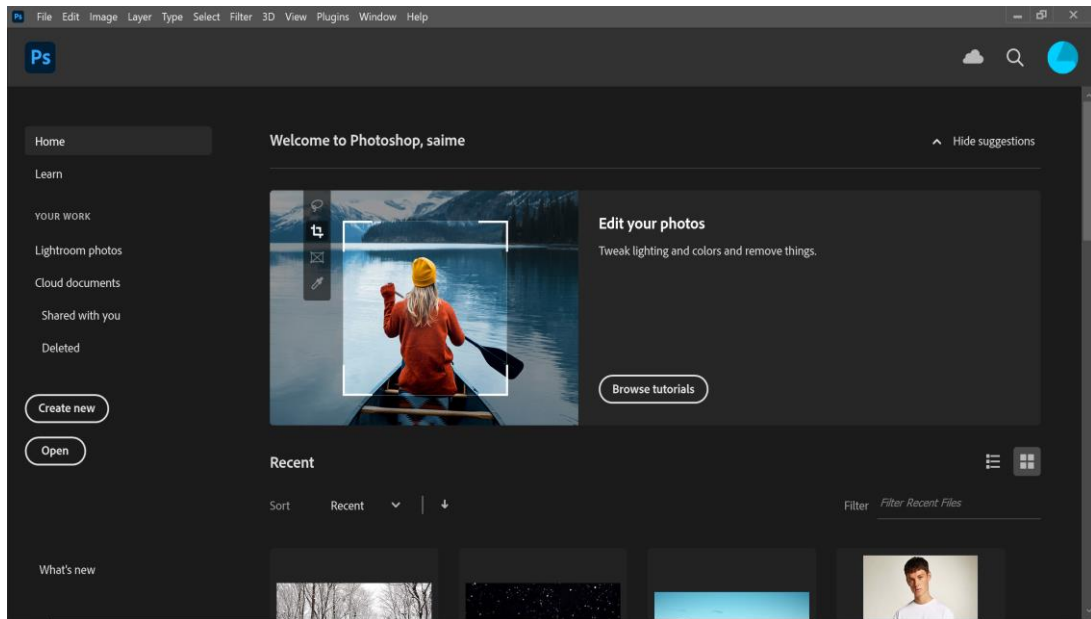
- Vektör tabanlı grafiklerde; AI, CDR, CMX (Corel Metafile Exchange Image), CGM (Computer Graphics Metafile), SVG, DXF ve WMF (Windows Metafile),
- Bitmap tabanlı grafiklerde; GIF, JPG, PNG, TIFF ve PSD formatlarıdır.

2.3 Dijital İllüstrasyonlar Oluşturmak için Kullanılan Yazılımlar

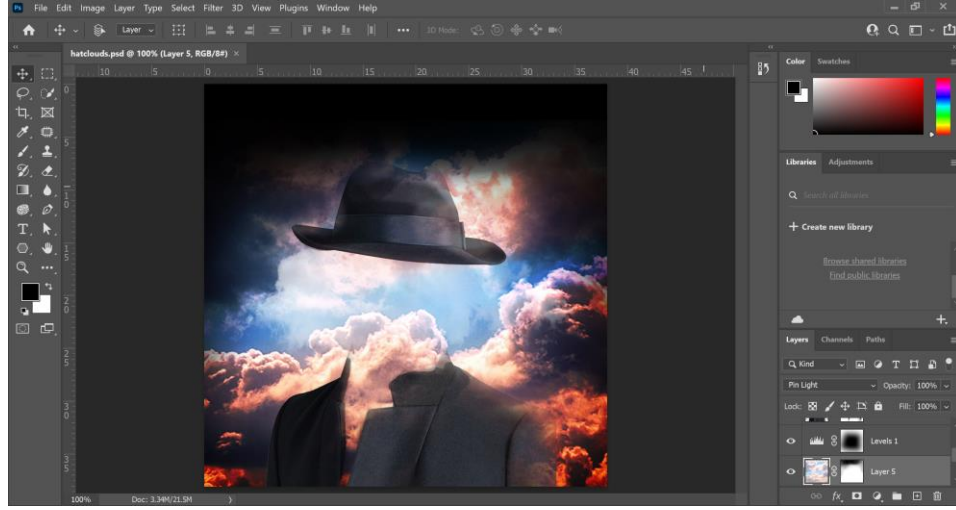
Dijital illüstrasyonlar oluşturmada en yaygın kullanılan yazılımları Adobe şirketi geliştirmiştir. Daha önce de belirtildiği üzere bitmap tabanlı illüstrasyonlarda Adobe Photoshop, vektör tabanlı illüstrasyonlarda ise Adobe Illustrator en çok kullanılan yazılımlardır. Çalışmanın bu kısmında söz konusu Adobe yazılımları incelenecektir.

2.3.1 Adobe photoshop

Bitmap tabanlı resim, fotoğraf ve görüntü düzenleme imkânı sağlayan ve illüstrasyon konusunda tasarımcılara geniş imkanlar sunan Adobe Photoshop yazılımı, 1987 yılında Thomas ve John Knoll tarafından tasarlanmıştır. Ardından Adobe şirketi tarafından satın alınan yazılımın ilk versiyonu olan Photoshop 1.0, 1990 yılında piyasaya sürülmüştür (Kmahesh, 2011). Photoshop 1.0 ile başlayan uygulama versiyonu Photoshop son sürümü olan Photoshop 2021 ile devam etmektedir. Genel arayüzü ve Essential çalışma arayüzü ile açılan çalışma dosyasının arayüzü Şekil 2.7 ve 2.8’de gösterilmiştir.



Şekil 2.7: Photoshop 2021 Genel Arayüz Görünümü



Şekil 2.8: Photoshop 2021'in Çalışma Dosyası Açıldığında Arayüz Görünümü

Piyasaya ilk çıktığı zamanlarda siyah beyaz olan Photoshop, 2.0 versiyonuyla birlikte renkli olarak kullanılmaya başlamıştır. Geliştirilen her versiyonunda yeni özellikler eklenen Adobe Photoshop yazılımı; dijital illüstrasyon, boyama, rötüş, fotoğraf manipülasyonu, renk ayarlama, renk değiştirme, yazı yazma, mekan yaratma, modelleme, kesme, kopyalama, çoğaltma, şekil çizme, boyutlandırma, silme, doku taşıma, hareketli görüntü oluşturma gibi birçok özelliğe sahiptir. Adobe Photoshop'a ait genel araç paneli Şekil 2.9'da gösterilmiştir.



Şekil 2.9: Adobe Photoshop 2021 Araç Paneli

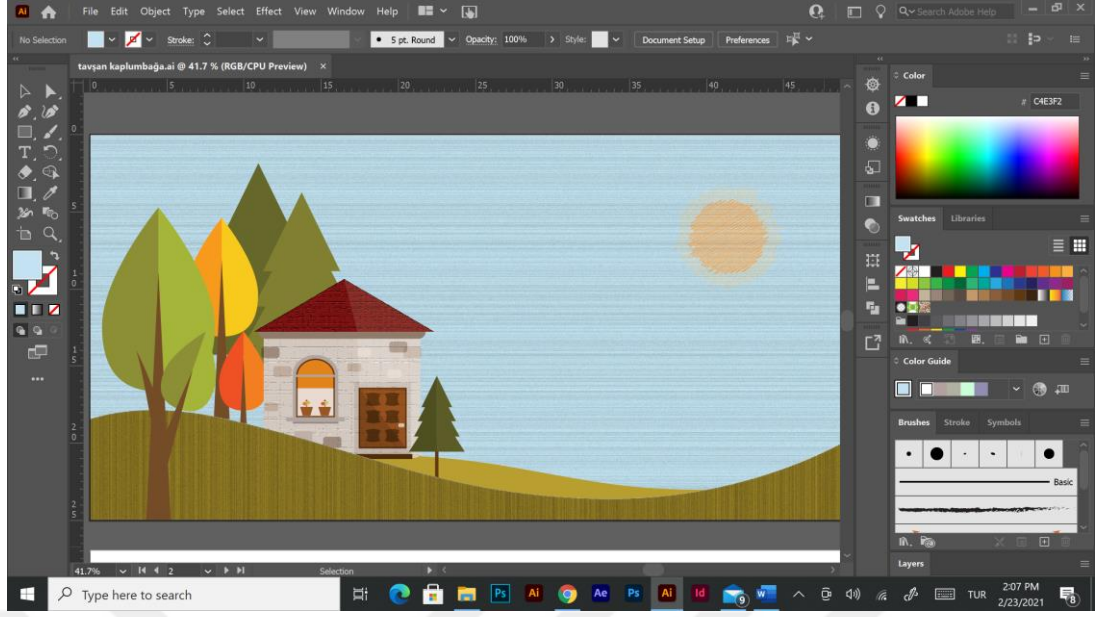
Kaynak: <https://helpx.adobe.com/tr/photoshop/using/tools.html>, (Erişim tarihi: 2021)

Adobe Photoshop gelişen teknolojisiyle birlikte dijital illüstrasyon tasarımında en fazla tercih edilen yazılımlardan biridir. Günümüzde dünyanın her yerinden ve profesyonel veya amatör her kesimden tasarımcı tarafından kullanılabilen bir yazılım haline gelen Photoshop, kurgu ve gerçek arasındaki sınırları azaltan bir program olmuştur. Öyle ki günümüzün popüler kültüründe “fotoşoplama” ifadesi insanların fotoğrafları üzerinde düzeltme yapmalarını ifade eden bir sözcük olarak kullanılmaktadır. Bu da Adobe Photoshop yazılımının geldiği noktayı göstermektedir (Bostancı Ege, 2017). Adobe Photoshop programının arayüzünü gösterir bir örnek Şekil 2.8’dir.

Adobe Photoshop yazılımının diğer yazılımlara kıyasla öne çıkan avantajlarından biri; Photoshop’ta hazırlanan projelerin sabit bir boyutta kalmasından dolayı web grafikleri, fotoğraf düzenleme ve tasarımlar için uygun bir tercih olmasıdır. Diğer bir avantajı ise grafiklerin piksel piksel düzenlenmesinden dolayı tasarımcıya projeler üzerinde tam kontrol sağlamasıdır. Adobe Photoshop yazılımının zayıf tarafı ise oluşturulan bitmap grafiklerin ayrı ayrı renkli karelerden oluşmuş olması nedeniyle bazen biraz pürüzlü görülebilesidir (Url-3).

2.3.2 Adobe illustrator

Adobe şirketi tarafından geliştirilen illüstrasyon programlarından bir diğeri vektör tabanlı çizim programı Adobe Illustrator’dür. İlk defa 1987 yılında piyasaya sürülen yazılım yaratıcı araçlara ve geniş bir üretim alanına sahiptir (Fleishman, 2004). Adobe Illustrator günümüzde milyonlarca sanatçı ve tasarımcı tarafından; web ve mobil grafiklerinden logolara, ürün ambalajlarından reklam panolarına, simgelerden kitap illüstrasyonlarına kadar birçok alanda kullanılmaktadır (Elmansy, 2013). Adobe Illustrator programının Painting arayüzünü gösterir bir örnek Şekil 2.10’dadır.



Şekil 2.10: Adobe İllustrator 2021’de açılan çalışma dosyasının Painting arayüzündeki görünümü

Basit renkler ve şekiller Adobe Illustrator sayesinde modern görünümlü grafiklere, simgelere ve logolara dönüştürülebilmektedir. Vektör tabanlı bir yazılım olmasından dolayı Adobe Illustrator, yapılan çalışmaların canlılık ve kalite özellikleri bozulmadan reklam panolarına veya mobil ekranlara uygun ölçekte aktarımına imkân sağlar. Adobe Illustrator yazılımdan yapılan tasarımlar, diğer Adobe programları olan Photoshop, InDesign, XD ve After Effects gibi uygulamalarla uyumlu bir şekilde çalışabilmektedir. Ayrıca yapılan belgeler, grafikler, stiller ve metinler farklı dijital ortamlardan da erişilebilecek şekilde bulutta saklanabilmekte ve daima güncel tutulabilmektedir (Url-4).

Adobe şirketi kullanıcı kolaylığı olması açısından yazılımların ekran görüntülerini ve araçlarını benzer tasarlamıştır. Program arayüzündeki araç yerleşim yeri ve menülerin benzerliği ve panellerin tasarımsal benzerliği ile kolaylık sağlamaktadır. Dolayısıyla Adobe Illustrator ve Adobe Photoshop yazılımları farklı tabanlı işlemler yapsa da benzer ekran görüntüleri sayesinde tasarımcıya kolaylık sağlamaktadırlar.

Şekil 2.11’de görüldüğü üzere Adobe şirketinin, Photoshop ve Illustrator programlarının arayüz yapısını olabildiğince birbirine benzer ve ortak bir mimaride tasarladığı anlaşılmaktadır.



Şekil 2.11: Adobe Yazılımları

Kaynak: <https://www.adobe.com/tr/>, (Erişim tarihi: 2020)

Adobe Illustrator yazılımının öne çıkan avantajlarından biri, vektör tabanlı olması nedeniyle büyütme veya küçültme esnasında görüntü kalitesinin bozulmamasıdır. Ayrıca çözünürlüğe bağlı kalmamasından dolayı tasarımcıya iyi bir baskı çıktısı sunmaktadır.

2.4 İllüstrasyon Çeşitleri

İllüstrasyon, bir konunun izleyiciye aktarılması amacıyla kullanılan görsel bir unsurdur. Günlük yaşantımızda karşımıza sıklıkla çıkan, bazen sanatsal, bazen de ticari kaygılarla yapılan illüstrasyonlar; izleyiciye konuyu kısa ve etkili olarak anlatmayı ve izleyicinin dikkatini çekmeyi amaç edinmektedirler. İllüstrasyonlardan kullanıldıkları yere göre pek çok alanda faydalanılmaktadır. İllüstrasyonlar çeşitli yazarlar tarafından içerik, işlev, tema veya stiline göre farklı alanlarda gruplandırılmıştır.

Örneğin; Becer (2006) illüstrasyonu reklam, bilimsel, teknik ve yayın şeklinde sınıflandırmış, Dağ (2015) tarafından bilimsel, editoryal, yeni medya, kent, çocuk kitabı, örüntü tasarımı ve karakter tasarımı şeklinde gruplandırılan illüstrasyonları, Pennell (1895) “Modern Illustration” isimli kitabında; Fransız, İngiliz, Amerikan, Almanya, İspanya ve diğer Ülke illüstrasyonları olarak gruplandırmıştır.

Literatürde mevcut çalışmalar dikkate alındığında, çalışmanın bu bölümünde illüstrasyon çeşitleri; reklam illüstrasyonları, süreli yayın illüstrasyonları, kitap illüstrasyonları, bilimsel-teknik illüstrasyonlar ve hareketli medya illüstrasyonları olarak beş başlık altında incelenecektir.

2.4.1. Reklam illüstrasyonları

Reklam illüstrasyonları, tanıtımı yapılmak istenen ürün, hizmet veya kuruluşla ilgili özellikler anlatılırken dikkat çekici görseller kullanılarak yapılan çalışmalardır. Ürün ya da hizmetleri tanıtmak için yapılan bu illüstrasyonlarda ayrıntılar çok önemlidir. Tiyatro, sinema ve konser afişleri, kaset, cd ve plak kapakları, basın ilanları, ambalajlar, davetiyeler, tebrik kartları, moda illüstrasyonları, tipografik illüstrasyonlar, çıkartma ve etiketler ile takvimler reklam illüstrasyonlarının uygulandığı çeşitli alanlardır (Becer, 2006).

Reklam illüstrasyonlarının en önemli özelliği, izleyiciye mesajın hızlı verilmesidir. Çünkü reklam illüstrasyonları, fazla detaya girmeden, izleyiciye verilmek istenen mesajın nasıl daha etkili ve hızlı bir şekilde aktarılacağı düşünülerek hazırlanmaktadır. Bu illüstrasyonların diğer bir özelliği ise ticari amaç doğrultusunda hazırlandıklarından, sadece hedef kitleye ulaşmak değil aynı zamanda hedef kitle yaratma kaygısı da taşımaktadır. Çünkü reklam illüstrasyonları, ürün ve hizmetin hem tanıtımını yapmak hem de satışını arttırmak amaçlı hazırlanmaktadır. Reklam ve illüstrasyonun ortak paydada bulunduğu değer iknadır. Reklam içeriğine göre değişen kavramlarla bir mesaj iletmektedir ve özünde ikna çabası barındırır. illüstrasyonun ise aydınlatıcı, açıklayıcı olması göz önünde bulundurularak beraberindeki metnin içeriğine hedef kitleyi inandırma ve ikna etmede yetkinliği vardır.

Reklamlar, belirli bir müşteri türünün en uygun ürün ya da hizmeti satın almaya ikna etmek amaçlı olarak hazırlanmaktadır. Bu anlamda, izleyici yaş, cinsiyet, gelir ve sosyal yapısına göre kategorize edilmekte ve sonrasında reklam görseli üzerinde çalışılmaktadır. Reklam görseli olarak fotoğraftan ziyade illüstrasyonlar tercih edilmektedir. Bunun en önemli nedeni, illüstrasyonun izleyiciye verilmek istenen mesajla ilgili detayların ön plana çıkarılabilmesi için bir atmosfer ve drama yaratabilme gücünün olmasıdır. Atmosferik ve dramatik etkinin oluşturulmasında bir illüstratör fotoğrafçıdan daha fazla avantaja sahiptir. Çünkü illüstratör kompozisyon

unsurlarını, dokuları ve renkleri amaca uygun olarak uyarlama fırsatına sahiptir. (Male, 2007).



Şekil 2.12: Reklam İllüstrasyonu Örneği

Kaynak: https://www.adsoftheworld.com/media/print/selkbag_bear (Erişim tarihi: 2020)

Reklamcılık sektöründe hedef kitlede davranış oluşturabilme yöntemlerinin başında “arzu uyandırma” gelir. Örneğin gıda sektöründe kullanılan reklamlarda, beslenmenin insan için “temel ihtiyaç” olmasından ziyade “iştah uyandırma” üzerinden kampanyalar yapılmakta ve bu amaca uygun reklam illüstrasyonları tasarlanmaktadır.” Reklamcılık çekicilik üretme sürecidir” (Berger, 2018).

Buna örnek reklam illüstratörü Erol Güneş tarafından tasarlanan reklam illüstrasyonları Şekil 2.13’te gösterilmiştir. Ülker marka bisküvi ve çikolata reklamlarına ait bu illüstrasyonlarda, çikolatanın ve kremanın akışkanlığının görselleştirilme ve ürüne ait kesitler verilerek içindeki fındık, gofret gibi iştah uyandırıcı malzemelerin tüketiciye gösterilmesiyle, hedef kitle üzerinde olumlu bir etki yaratılması amaçlanmıştır. Reklamcılık sektöründe reklamı yapılan ürünün sahip olduğundan çok daha fazlasını tüketiciye vadetme anlayışının olduğu bir gerçektir. Ancak reklam illüstrasyonunda öne çıkan unsur, tüketiciye vaat edilen hususlardan çok, ürünün sahip olduğu özelliklerin daha estetik ve dikkat çekici biçimde görselleştirilmesidir. Diğer bir ifadeyle ürün ile ilgili doğru veya yanlış yönlendirmeler yapmak değil, ürüne ait özellikleri tüketicide arzu uyandıracak, çekici gösterecek biçimde yaratıcı bir tasarımla sunabilmektedir. Bu durum Şekil

2.13'teki illüstrasyonlarda da; bisküvinin içinde kaymak olduğu veya çikolatanın içinde fındık olduğu bilgileri, daha iştah uyandırıcı ve estetik biçimde görselleştirilerek sunulmuştur. Bu reklamlarda bisküvinin veya çikolatanın arzu edilen bir nesneye dönüştürülmesinde illüstrasyon teknikleriyle ürüne kazandırılan görsellerin rolü büyüktür. Dolayısıyla doğru tasarlanan reklam illüstrasyonlarının, herhangi bir ürünü tüketicinin arzu edebileceği bir ürüne dönüştürme gücüne sahip olduğunu söylemek mümkündür.



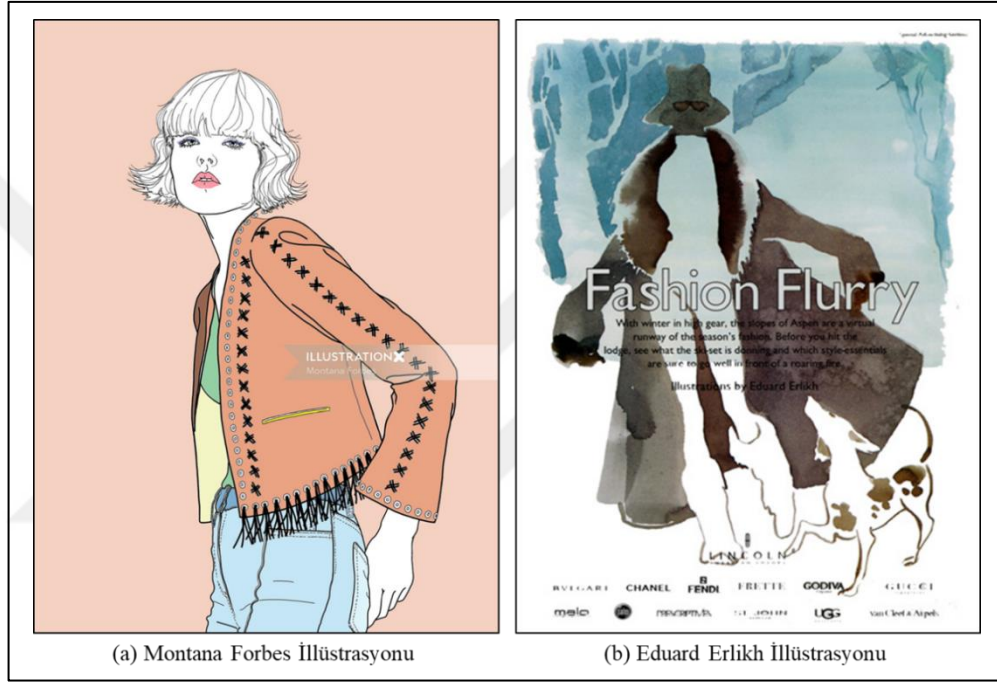
Şekil 2.13: Reklam İllüstrasyon Örnekleri, Erol Güneş

Kaynak: <http://www.erolgunes.net/ulker-cikolata.html?x=1&y=1&sayfa=4> (Erişim tarihi: Ekim 2020)

Kıyafetlerin ulaşabileceği farklı tarz ve stiller arasından seçim yapabilme sanatı olarak tanımlanan moda tasarımı da illüstrasyonlar önemli role sahiptirler (Kim & Cho, 2000). Reklam illüstrasyonlarının bir türü olan moda illüstrasyonları, bir tasarımcı tarafından görsel iletişim biçimi olarak illüstrasyonun kullanıldığı, moda olan aksesuardan saç modellerine, giyimden aksesuara kadar olan çizimler olarak tarif edilebilir (Wigan, 2019).

İllüstrasyonun moda tasarımı da kullanımı yaklaşık 500 yıl öncesine dayanmaktadır. Tasarımcılar, hayal gücüyle tasarladıkları kıyafetleri görsel bir şekle dönüştürmeye gereksinim duymuşlar ve bunun için illüstrasyon tekniklerini kullanmışlardır. Moda illüstrasyonları, kıyafet tasarılmanın yanında sanatsal bir görsel olarakta kullanılmaktadır (Borelli, 2004).

Moda illüstrasyonları, özel çizim teknikleriyle hazırlanan moda tasarımına yönelik görsellerdir. Moda dergilerinin kapaklarında yer alan çizimler, giyim, saç, takı ve aksesuarlar moda illüstrasyonları kapsamındadır. Moda tasarımcılarının çizdiği tasarımlar da bu alanda önemli yer tutmaktadır. İllüstrasyon, moda tasarımcıları, modelci, desinatör, yönetici ve satış ekibinden oluşan ekip arasında iletişimi kolaylaştırır. Aynı zamanda illüstrasyon, tasarımın dünya çapında tanıtılması ve pazarlanması konusunda da yardımcı olmaktadır (Hagen, 2017). Moda illüstrasyon örnekleri Şekil 2.14’te gösterilmiştir.



Şekil 2.14: Moda İllüstrasyon Örnekleri

Kaynak: (a) <https://www.illustrationx.com/artists/MontanaForbes/106713>,
(b) <http://www.erlikh.com/vogueusa2.asp> (Erişim tarihi 2020)

Diğer bir reklam illüstrasyon çeşidi de tipografik illüstrasyonlardır. Yunanca’da “tipo” sözcüğü “işaret”, “graph” sözcüğü ise “yazmak ve çizmek” anlamlarına gelmektedir. TDK sözlüğüne göre tipografi; “kabartma biçimlerle ilgili baskı yöntemi, basım” olarak tanımlanmaktadır (Url-5). Basit anlamıyla tipografi, yazı düzenleme sanatıdır (Tepecik, 2002). Tipografik illüstrasyon ise yazının resim şekline dönüştürülerek kullanıldığı bir illüstrasyon türüdür. Sanat tarihi incelendiğinde, resmin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan yazının, tekrar tipografik illüstrasyonla resim şeklini aldığı görülmektedir. Bonny Maclean ve Paula Scher tarafından yapılmış tipografik illüstrasyon örnekleri Şekil 2.15’te gösterilmiştir.



Şekil 2.15: Tipografik İllüstrasyon Örnekleri

Kaynak: (a) https://www.moma.org/collection/works/189144?sovrereferrer=artist&artist_id=7070&page=1
 (b) https://www.moma.org/collection/works/133411?sovrereferrer=artist&artist_id=8394&page=1,
 (Erişim tarihi: 2020).

Tipografik illüstrasyon oluştururken, harflerin kullanıldığı çok sayıda teknik bulunmaktadır. Hareket fiilleri gibi bazı kelimelerin, illüstrasyonla anlamlarının yansıtıldığı görülmektedir. Şekil 2.17’de “zıpla” fiilindeki “p” harfi diğer harflere nazaran daha yukarıda çizilerek zıplama eylemi yansıtılmıştır. Şüphesiz ki eğlenceli unsurlar insanların dikkatini çekmektedir ve reklamcılar da bunun farkında olduklarından hedef kitleye ulaşmak için tasarımlarında bu eğlenceli unsurları sıklıkla kullanmaktadırlar (Dabner, 2005).



Şekil 2.16: Tipografik İllüstrasyon Örneği

Kaynak: (Atabey, 2010)

2.4.2 Süreli yayın illüstrasyonları

Süreli yayın illüstrasyonları gazete, dergi gibi süreli yayınlarda yer alan ve genellikle tipografik unsurların görsel olarak betimlenerek anlatım gücünü arttırmayı amaçlayan illüstrasyonlardır. Bir metin üzerinde çalışan illüstratörün konuyla ilgili bilgi sahibi olması, metinde verilmek istenen mesajın ve duygunun resim diline aktarılabilmesi açısından önemlidir (Çakmak, 2010). Günümüzde sınırlı da olsa genellikle bu tür illüstrasyonları gazete ve dergilerde görmek mümkündür.

Gazeteler, politik fikir ve inançlar ile editöryal görüşün yayılmasını sağlarlar. Gazetelerde illüstrasyonlar daha çok yaşam biçimi ve yorum yazılarında kullanılmaktadır. İllüstrasyon kullanımı, özellikle büyük boy gazeteler ile beraberinde verilen renkli ekler ve seri şeklindeki yazılarla birlikte benimsenmiştir. Gazete illüstrasyonları, meydana gelen bir olayla ilgili toplumu kışkırtmayı ya da toplumda merhamet duygusunu uyandırmayı amaçlayan görsel bir kayıt olarak kabul edilmektedir. Bu anlamda gazete illüstrasyonları, sadece toplumun fikir ve görüşünü yönlendirmekle kalmaz, aynı zamanda tarihin kaydını da tutarlar. Diğer yayınlarda olduğu gibi gazetelerde de illüstrasyonlar fotoğrafların gölgesinde kalmıştır (Male, 2007).

Dergi illüstrasyonları ise çoğunlukla dikkat çekmek amaçlı dergi kapaklarında kullanıldığı gibi, dergide yer alan makalelerde de kullanılmaktadır. Özellikle büyük dergilerin toplumun endişelerini, düşlerini, güncel politik ve ekonomik olayları, dikkat çekmek istedikleri güncel olayları vb. hususları illüstrasyonlarla derginin kapak sayfasına yansıttıkları görülmektedir (Wigan, 2019). Gazete ve dergi illüstrasyon örnekleri Şekil 2.17’de gösterilmiştir.



Şekil 2.17: Süreli Yayın İllüstrasyon Örneği

Kaynak: (a) <https://journio.com.tr/en-iyi-tasarima-sahip-10-gazete>,

(b) <https://www.tumkarikaturler.com/2017/11/kafa-dergisi-aralik-2017-kapak.html>, (Erişim tarihi: 2020)

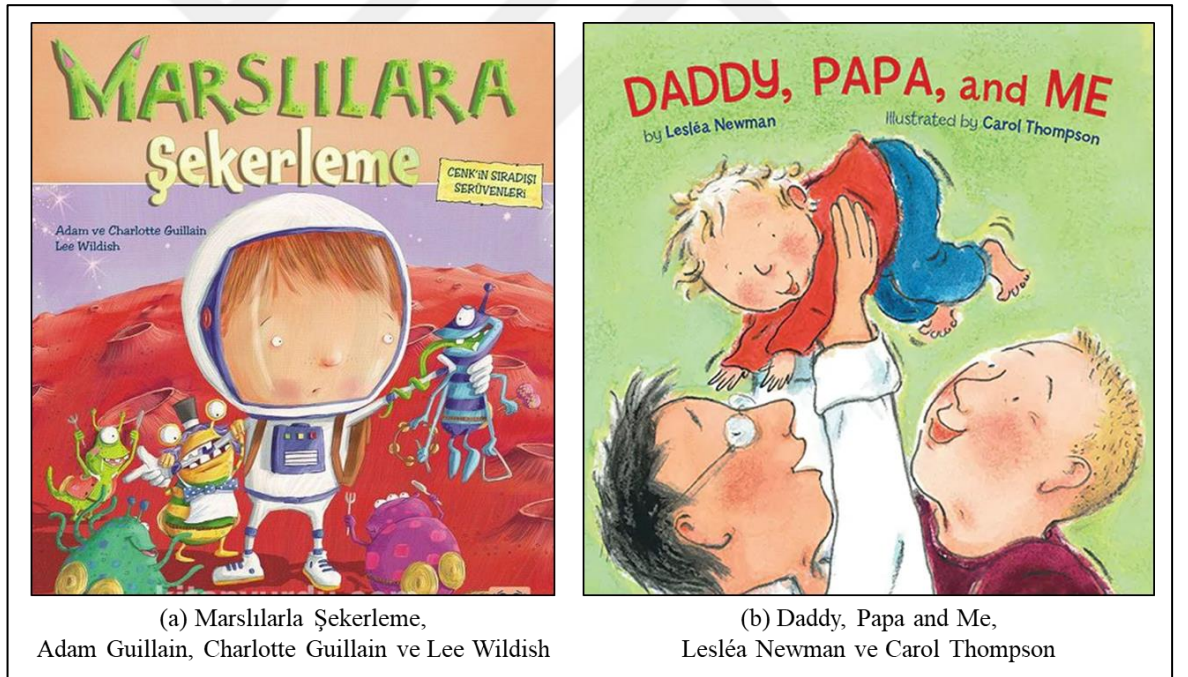
2.4.3 Kitap illüstrasyonları

Kitap illüstrasyonlarına çoğunlukla çocuk kitapları, ders kitapları ve ansiklopedilerde rastlanmaktadır. Çocuk kitaplarındaki illüstrasyonlar; çocukların estetik beğenilerini geliştiren, hayal güçlerini tetikleyen, zekâ gelişimlerine katkı sağlayan, duygularına hitap eden ve dünyayı ve varlıkları tanımalarını sağlayan niteliklere sahip olmalıdırlar (Gikow, 1991). Bu nedenle çocuk kitapları illüstrasyonların ticari kaygılardan uzak eğitici amaçlı olması önemlidir. Dolayısıyla bu tür illüstrasyonların renk ve tasarım olarak diğer ticari kitap illüstrasyonlarından ayrılarak belli yaş gruplarına hitap edecek tarzda oluşturulduğu görülür. Çocuk kitabı illüstrasyonlarında okunacak metnin eğlenceli ve anlaşılır biçimde sunulması sağlanır. Bir sanat biçimi olarak illüstrasyonun en özgürce uygulanabildiği alanın çocuk kitapları olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Becer, 2006).

Çocuk illüstrasyonlarının eğitici özelliklerinden dolayı önemli bir rolü bulunmaktadır. Çocukların görsel algılarına hitap eden ve çocukların hayal gücünü oluşturacak olan bu çalışmalarda renklerin cesur kullanımı, karakterlerin tutarlı,

fikirlerin sağlam olması çok önemlidir (Wigan, 2019). Çocuk illüstrasyonları, uygun yaş gruplarına hitap etmeli, dikkat çekici, bilgi verici ve eğitici olmalıdır. Çocuklara yönelik yapılacak olan illüstrasyonlar, eğlenceli ve çocukların dikkatini çekebilmesi için farklı araç ve tekniklerden yararlanılarak yapılmalıdır (Dağ, 2015).

Çocuk kitabı alanında çalışan illüstratörler, kitabın içeriğindeki bir yazıdan ya da bir kavramdan yola çıkabilecekleri gibi kendine has illüstrasyonlar da tasarlayabilirler. Her yaş grubunun farklı yetenekleri olduğu için, hedef kitlenin gereksinimlerinin iyi anlaşılması gerekmektedir. Örneğin; yeni yürümeğe başlayan çocuklar ve bebekler resimlere direk tepki vermektedir. Dört ile dokuz yaş aralığındaki çocuklar ise okumayı öğrenmekte, ancak ilgilerini çekecek sevimli illüstrasyonlara ihtiyaç duymaktadırlar. Benzer şekilde, büyük yaş grubu çocuklar karikatür dergilerine, yetişkin çocuklar ise, duyguları yansıtabilen ve ilginç karakterlere sahip canlı illüstrasyonlar ilgilerini çekmektedirler (Sarı, 2006). Çocuk kitabı illüstrasyon örnekleri Şekil 2.18’de gösterilmiştir.



Şekil 2.18: Çocuk Kitabı İllüstrasyon Örnekleri

Kaynak: (a) <https://www.kitapyurdu.com/kitap/marslilara-sekerleme/363781.html>,
(b) <https://www.cbc.ca/parents/learning/view/eight-childrens-books-that-celebrate-different-dads>,
Erişim tarihi: (2020)

Eğitim-öğretim sürecinde görsel elemanların kullanılmasının öğrenmeye sağladığı katkılar bilinmektedir. Bu nedenle eğitim amaçlı kullanıldıkları dikkate alındığında ders kitaplarında da illüstrasyonların kullanılması önemlidir. Nitekim çocukların öğrenme düzeyine sağladığı katkıların fark edilmesiyle birlikte son yıllarda yazılı

ders kitaplarında illüstrasyon kullanımının arttığı görülmektedir (Güvendi Kaptan & Kaptan, 2004).

Ders kitaplarında yer alan illüstrasyonlarda genel amaç; konunun kolay bir şekilde anlaşılmasını sağlamak, öğrenciye kitabı sevdirecek onu kitaba yaklaştırmak ve derse çekebilme. Ayrıca bu tür illüstrasyonlar öğrencilere bilgi ve davranış kazandırmayı da amaçlar. İllüstrasyonlardaki estetik ve kalite ne kadar yüksek olursa öğrencilerin algılaması da o kadar artar. Çocukların kitap okuma alışkanlığı edinmeleri ve estetik duygularını geliştirmelerinde ders kitabı illüstrasyonlarının rolü büyüktür (Uzuner vd., 2010). Ders kitaplarında kullanılan illüstrasyon örnekleri Şekil 2.19’da gösterilmiştir.



Şekil 2.19: Ders Kitabı İllüstrasyon Örnekleri

Kaynak: T.C. MEB Ders Kitapları. <https://www.mebders.com/> (Erişim tarihi: 2020)

Ders kitaplarının yanı sıra ansiklopedilerde de illüstrasyonlar kullanılmaktadır. Fotoğraflar yerine illüstrasyonların kullanıldığı ansiklopedilerde okuyucuya sunulan bilgilerin çeşitli şekillerde görselleştirilerek sunulduğu görülmektedir. Özellikle tarih vb. konularda yazılan bilgilere ait gerçek fotoğraf vb. görsellerin olmaması, konuyu açıklayıcı olması açısından illüstrasyon kullanımını gerektirebilmektedir.

2.4.4 Bilimsel ve teknik illüstrasyonlar

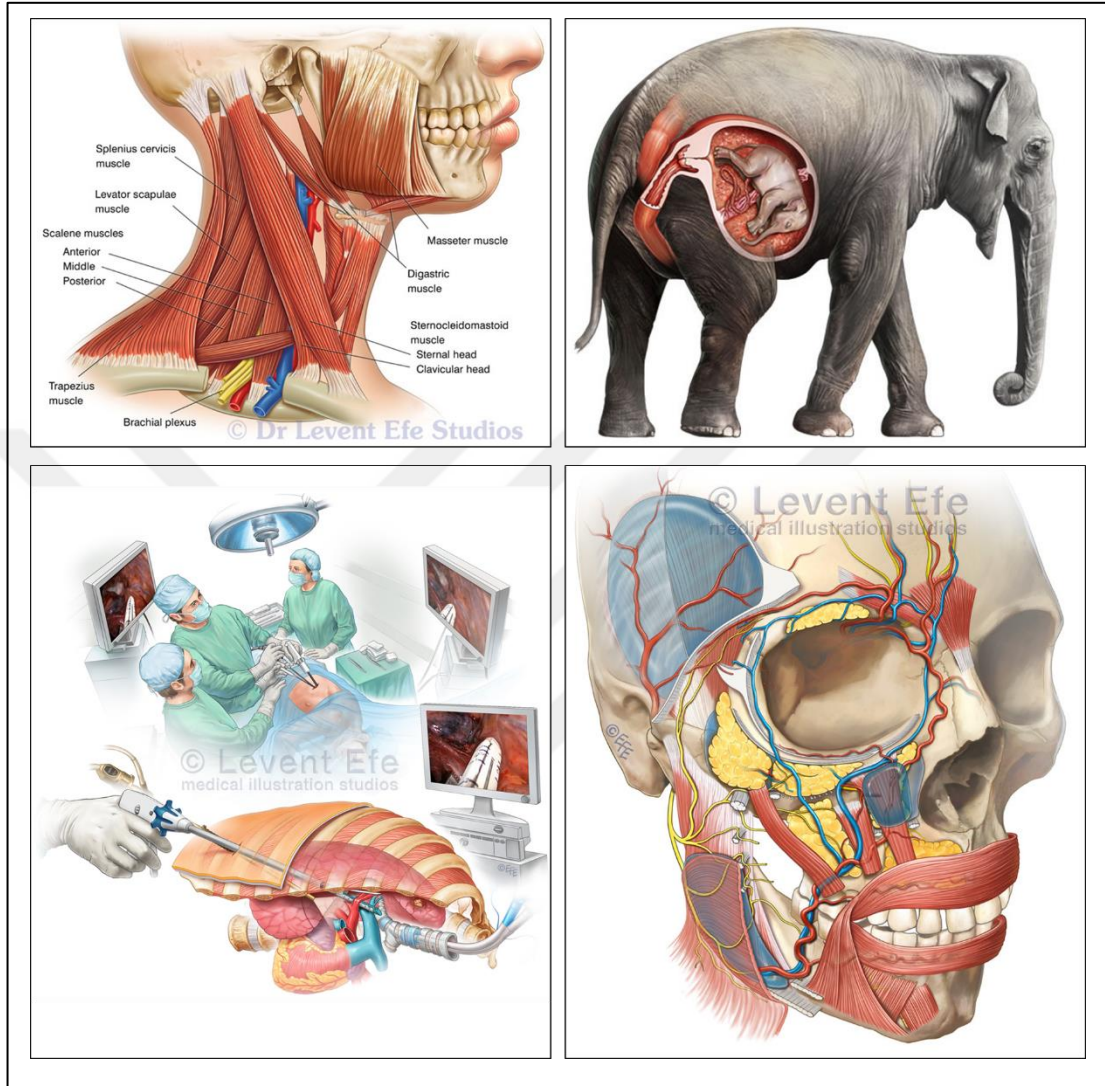
Bilimsel ve teknik illüstrasyonlar tıp, mekanik, botanik, jeoloji, zooloji, mimari vb. uzmanlık alanlarında tanımlamalar yapabilmek ve konuyu daha detaylı ve kolay açıklayabilmek maksadıyla yapılan illüstrasyonlardır. Uzmanlık alanında yapıldıkları için bu illüstrasyonlarda illüstratörün konuyla ilgili bilgi seviyesinin yeterli olması gerekmektedir. Örneğin bir tıp illüstratörünün anatomi ve biyoloji bilgilerinin olması gerekir. Bilimsel ve teknik illüstrasyonlarda konuyla ilgili asıl vurgulanacak noktaya dikkat çekebilmek için yalınlaştırma, ayıklama, gerçeklikten uzaklaşmayacak şekilde abartma gibi yöntemler kullanılabilir. Bu tür çalışmalarda konunun en ince ayrıntısına kadar inilerek, bir fotoğraf makinesiyle yakalanamayacak görüntülerin ortaya konabilmesi amaçlanmaktadır (Becer, 2006).

Bilimsel illüstrasyonlar hedef kitleye herhangi bir bilginin kolayca açıklanabilmesinin yanı sıra, bilgiyi gelecek nesillere doğru ve anlaşılır biçimde aktarma ve öne sürülen bilgiden yanlış anlamlar çıkarılma ihtimalini ortadan kaldırma gibi işlevlere sahiptir. Ayrıca illüstrasyonlar, bilim alanında hayal edilmesi veya anlaşılması zor yapıların kavranmasını kolaylaştırmaktadırlar (Sınav, 2008).

Tıp illüstrasyonları bilimsel illüstrasyonlar içerisinde geçmişi antik döneme kadar dayanan en eski illüstrasyon türüdür. Anatominin öncülleri (Sobotta, Netter gibi) tarafından çok sayıda tıp resminin çizildiği bilinmektedir. Ancak sanatın tıp bilimiyle buluşmasının ardından özellikle Leonardo da Vinci'nin anatomi alanında yaptığı insan bedenine ilişkin çizimler, tıp illüstrasyonunun asıl başlangıç noktası olarak kabul edilebilir.

Tıp illüstrasyonu; sağlık ve tıp bilimi ile ilgili her konuda, canlıların iç ve dış yapılarını detaylandırmak maksadıyla yapılan çalışmalardır. Canlıların organlarını, iskelet ve kas sistemlerini, dokularını, vücutlarını vb. gibi her türlü uzvun tamamını veya herhangi bir kesitini resmeden tıp illüstrasyonları, fotoğrafların veremediği detayları ve bilgileri sunmaktadır. Tıbbi illüstrasyonların odak noktası, eğitim ve

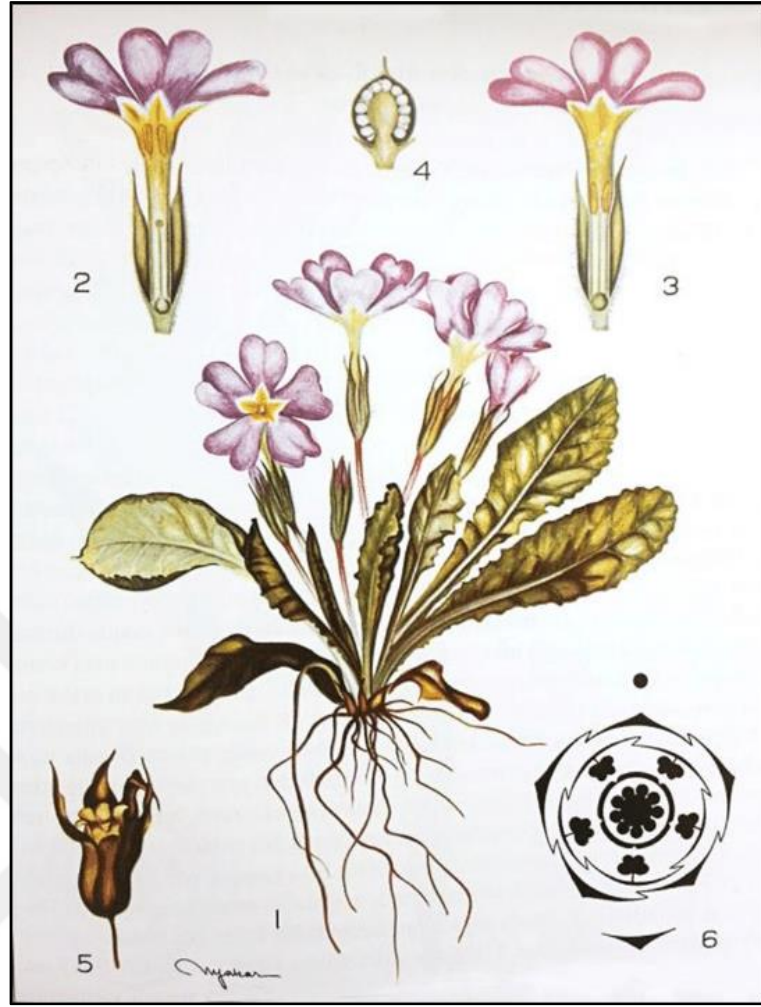
öğretim maksatlı anatomik ve cerrahi çizimler üretilmesidir. Tıp illüstratörü ve doktor Levent Efe tarafından hazırlanmış tıp illüstrasyon örnekleri Şekil 2.20’de gösterilmiştir.



Şekil 2.20: Tıp İllüstrasyonu Örnekleri

Kaynak: Levent Efe, <https://www.leventefe.com.au/portfolio/> (Erişim tarihi: 2020)

Diğer bir bilimsel illüstrasyon çeşidi de bitkilere yönelik resimlemeleri ortaya koyan botanik illüstrasyonlardır. Botanik illüstrasyonlar bitkilerdeki anatomik yapının detaylarını, bitki türlerini ve bitkilerin ekolojik yapılarındaki ayırt edici özellikleri betimlerler. Bu tür illüstrasyonlarda bitkilerin familyaları, detayları vb. gibi her türlü özellik bilimsel olarak hatasız, ayrıntılı ve ayırt edici şekilde çizimler veya gravürler kullanılarak resmedilir (Wigan, 2012). Nebahat Yakar tarafından çizilen “Çuha Çiçeği” isimli botanik illüstrasyon örneği Şekil 2.21’de gösterilmiştir.



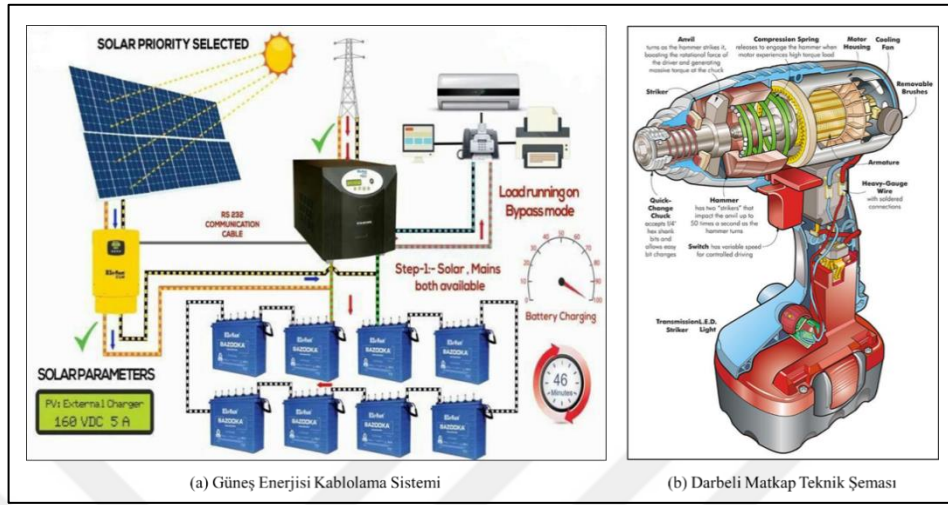
Şekil 2.21: Botanik İllüstrasyon Örneği

Kaynak: (Yakar, 2004)

Genellikle bilgi verme amaçlı tasarlanan bilimsel ve teknik illüstrasyonların, betimledikleri nesnenin ayırt edilmesini sağlayacak ve nesnenin tüm görsel özelliklerini doğru ve eksiksiz biçimde yansıtacak nitelikte hazırlanması gerekir. Bununla birlikte özellikle mekanik, mühendislik, mimari gibi teknik alanlarda yapılan illüstrasyonların yalın bir anlatıma ve detaylı teknik bilgiye sahip olması önemlidir (Dağ, 2015).

Günümüzde teknolojiye ve endüstride yaşanan gelişmeler, insanların kullandıkları cihaz ve sistemlerin nasıl çalıştıkları konusunda bilgi edinme ihtiyacını ve isteğini ortaya çıkarmıştır. Teknik alanda karşılaşılan bu talep ve ihtiyaçlar teknik illüstrasyonlar sayesinde karşılanmaktadır. Bir nesneye veya sisteme ait tüm öğeleri sunmak maksadıyla kullanılan teknik illüstrasyonlarda, nesnenin veya sistemin dış görüntüsü her şeyiyle verilir, sistemin önemli olan iç kısımları ve parçaları detaylı olarak resmedilmektedir. Bu tür illüstrasyonlar çoğunlukla bir nesnenin veya

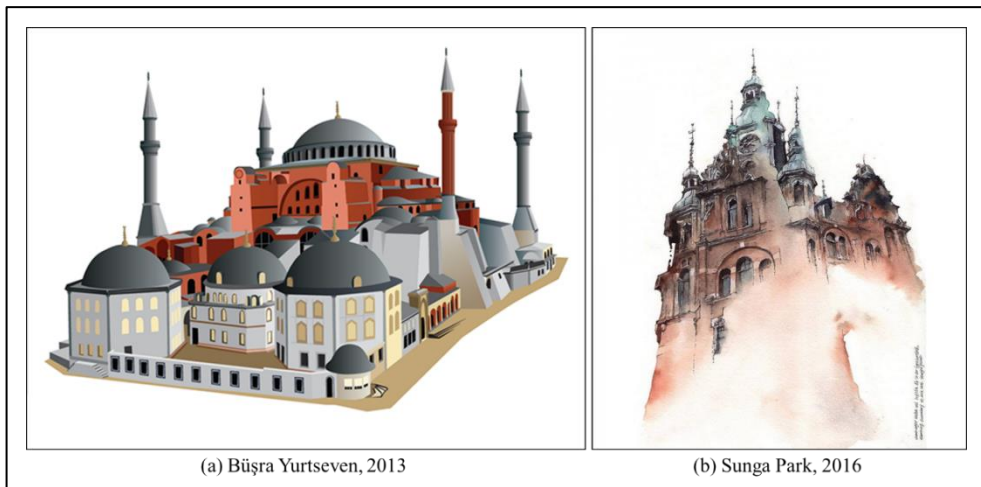
sistemin sahip olduğu teknik detayları, iç aksamını ve çalışma şeklini kesitler ve gölgeler şeklinde görülmesini sağlar (Jennings, 1987). Teknik illüstrasyon örnekleri Şekil 2.22’de gösterilmiştir.



Şekil 2.22: Teknik İllüstrasyon Örnekleri

Kaynak: (a) <https://apkpure.com/tr/wiring-diagrams-for-solar-energy-system/com.kenzy.wiringdiagramsforsolarenergysystem>, (b) <https://i.redd.it/jvyexqfd90e31.jpg>,
(Erişim tarihi: 2020)

Diğer bir bilimsel ve teknik illüstrasyon çeşidi ise mimari illüstrasyondur. Bu tür illüstrasyonlar bir yapının iç ya da dış özelliklerinin resmedildiği teknik çizimler olarak tanımlanmaktadır. Mimari illüstrasyon, tarihi yapılar da dahil olmak üzere geniş bir alanı kapsamaktadır. Wigan (2012)'a göre mimari illüstrasyon, bir yapının içini, yerleşim planını ve peyzajını dijital ya da geleneksel yöntemler kullanılarak yapılan çizimlerdir. Mimari illüstrasyon örnekleri Şekil 2.23'te gösterilmiştir.



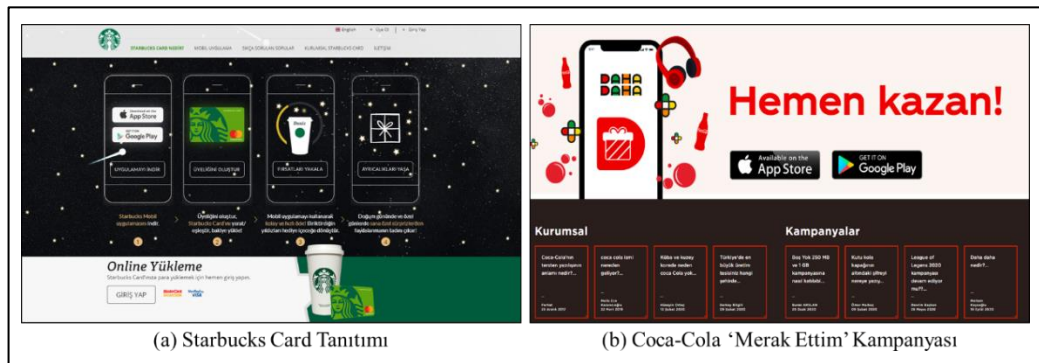
Şekil 2.23: Teknik İllüstrasyon Örnekleri

Kaynak: (a) <https://www.behance.net/gallery/10836513/Mimari-llustrasyon>, (b) <https://postkolik.com/sanat/sunga-parktan-mimari-illustrasyonlar>, (Erişim tarihi: 2020)

2.4.5 Hareketli medya illüstrasyonları

Hareketli görüntü kavramı, İngilizce’de “Graphics Interchange Format (Grafik Değiştirme Biçimi-GIF)” olarak bilinen dosya biçimiyle ifade edilmektedir. GIF’ler çok sayıda görselin birbiri ardına kısa zamanlı farklarla sıralanmasıyla oluşturulur. İnsan gözünün üst üste gördüğü görüntüleri bir bütün olarak algılaması nedeniyle görüntüde hareket etme izlenimi ortaya çıkar (Kurz, 2014). İllüstrasyonlarda durağan bir görüntü yerine hareketli bir görüntünün sunulması daha büyük etki yaratacaktır. Ayrıca hareketli bir görüntünün içeriği durağan görüntüye kıyasla daha geniş ve kapsamlı olabilecektir. Hareketli medya illüstrasyonları internet ve televizyon ortamlarında kullanılmaktadır.

Hareketli medya illüstrasyonlarıyla hedef kitleye bilgi vermek ve onların dikkatini istenen bir noktaya çekebilmek amaçlanır. Bilgisayar, tablet, akıllı telefon vb. iletişim teknolojilerinin artması ve buna bağlı olarak internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, illüstrasyon tekniklerinin de özellikle reklamcılık ve pazarlama alanlarında internet ortamında yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Günümüzde neredeyse her işletme, kurum, kuruluş internet ortamında bir web sitesine veya sosyal medya hesabına sahiptir. Bu durum internet ortamında artan rekabete bağlı olarak hedef kitleye çarpıcı, farklı, dikkat çeken ve etkileyici görsellerin sunumunu önemli hale getirmiştir. Bu görsellerden biri olan illüstrasyonlar, medya kullanıcılarını etkilemekte önemli role sahiptir. İnternet ortamında kullanılan illüstrasyonlar, genellikle marka ismine, arka plana, içerik bölümüne veya yapılan bir kampanyaya vurgu yapmak için tasarlanır. Şekil 2.24’te Starbuck ve Coca-Cola markalarının web sitelerinde kullandıkları illüstrasyon örnekleri gösterilmiştir.



Şekil 2.24: İnternet İllüstrasyon Örnekleri

Kaynak: (a) <https://www.starbuckscardtr.com/anasayfa.aspx>, (b) <https://merakettim.coca-colaturkiye.com/>, (Erişim tarihi: 2020)

Televizyonlarda kullanılan illüstrasyonların ise geleneksel reklam uygulamalarında veya film, dizi vb. herhangi bir program esnasında bant reklamları şeklinde izleyicinin dikkatini çekmek veya hafızasında yer edinebilmek maksadıyla uygulandıkları görülmektedir. “Total” akaryakıt markası tarafından illüstrasyon kullanılarak hazırlanan reklam filminden sahneler Şekil 2.25’te, televizyonda yayınlanan film ve programlar esnasında bant reklam olarak sunulan illüstrasyon örnekleri ise Şekil 2.26’de gösterilmiştir.



Şekil 2.25: Televizyonda İllüstrasyon Reklam Film Sahneleri

Kaynak: <https://www.campaigntr.com/totalden-23-nisan-ulusal-egemenlik-ve-cocuk-bayramina-ozel-reklam-filmi/> (Erişim tarihi: 2020)



Şekil 2.26: Hareketli Medya İllüstrasyon Örnekleri

Kaynak: <https://www.pandoraajans.com.tr/index.php?islerimiz/tadibu-bant-reklam>, (Erişim tarihi: 2020)

2.5 Görsel Algı

Algılama olayı, göz, burun, kulak, dil ve deri olarak isimlendirilen beş farklı duyu organının uyarılması sonucunda gerçekleşir. Bunların başında gelen ve insanoğlunun en fazla %80 ile %90 ‘ı görme ile gerçekleşmektedir. Bu sebeptendir ki beyinde

görsel algı ile ilgili olan kısım diğer tüm algılar için ayrılan yerlerin toplamından daha fazladır.

2.5.1 Algı kavramı ve görsel algılama

Algı kavramı TDK sözlüğünde “*Bir şeye dikkati yönelterek o şeyin bilincine varma, idrak*” şeklinde tanımlanmaktadır (Url 6). Algı, insanın duyu organlarıyla taşıdıkları duyusal verileri örgütleyerek yorumlaması; çevresinde bulunan uyaranlara anlam verme süreci olarak ifade edilebilir (Arkonaç, 1993).

Sanat ve kavram terimleri sözlüğünde algı; “*Her tür gerçekliğin duyu organları aracılığıyla alınıp zihinde bilgiye dönüşmesi işlemi. Başka bir deyişle, algı gerçekliklerinin farkına varılıp tanınabilirliğe kavuşturulması sürecidir*” şeklinde tanımlanmıştır. Buna göre bir sanat yapının yorumlanabilmesi için öncelikle algılanması gerekir (Tanyeli ve Sözen, 2020). Algıların duyu vasıtasıyla çevreden bilgi edinme eylemi, biliş ve algılanan şeyi uyumlandırıp kavrama süreci olduğu düşünüldüğünde, insanların bir biliş, algı ve davranış mekanizması olduğu söylenebilir

İnsanın duyu organlarına etki eden varlıkların tümü dış çevreyi oluşturmakta ve her biri uyarıcı bir etki olarak görülmektedir. Duyum bu etkilerin zihne ulaşması olarak ifade edilir. Zihnin duyumu kavraması ve yorumlaması ise algılama anlamına gelir. Duyumlar genel olarak kişinin duyuları vasıtasıyla edindiği basit deneyimleri ifade ederken, algılar çağrışım yoluyla basit öğelerden oluşturulan karmaşık yapıları ifade eder (Cüceloğlu, 2006).

Bir nesnenin algılanmasında kısmen doğuştan gelen örgütleyici eğilimler söz konusudur. Bu eğilimler; bir zemin üzerindeki şeklin algılanabilmesi eğilimi, nesnelerin bir arada gruplandırılabilmesi eğilimi ve eksik alanları doldurarak bir bütünün yaratılması anlamına gelen tamamlama eğilimidir (Morgan, 2019). Büyük ölçüde kişinin beklentilerinden etkilenen algılama süreci; duyusal bilginin anlamlandırılması ve yorumlanması olarak ifade edilir. Bu anlamlandırmanın bazen nesnel gerçeklere, bazen de bireyin sahip olduğu öznel bilgilere dayandığı belirtilmektedir (Senemoğlu, 2020).

Algılama süreci içsel ve çevresel uyaranların birinin ya da birçoğunun etkisiyle herhangi bir nesneye/olaya/duruma dikkat etmek veya ilgilenmekle başlayan ve

yorumlamayla devam edip tepki vermeyle sonuçlanan uzun bir süreçtir. Bu süreç sırasıyla; duyu organları vasıtasıyla “duyumsama”, zihin vasıtasıyla “kavrama” ve bunların birlikte çalışmasıyla “algılama” sistemlerinden oluşmaktadır (Özsavaş, 2016). Algılama süreci kişinin beş duyu organı vasıtasıyla hissetmesiyle başlayıp beyin süzgecinden geçirdiği bilgiyi kavramasıyla sonlanır.

Duyu organları birbirlerine karışan ve yardımlaşan, zaman zaman ise birbirine ters düşen fonksiyonlara sahiptirler. Duyu organları arasında özellikle görme duyusunun algılama sürecindeki rolü büyüktür. Görme duyusu kişinin amacına uygun olarak çevredeki bilgiyi seçip algılama sürecini başlatması açısından önemlidir (Altan, 1993). Modern psikoloji disiplinde, beş temel duyu organının sağladığı duyumlara beş duyum daha ilave edilerek günümüzde insanların on duyuma sahip olduğu kabul edilmektedir (Tunalı, 2020).

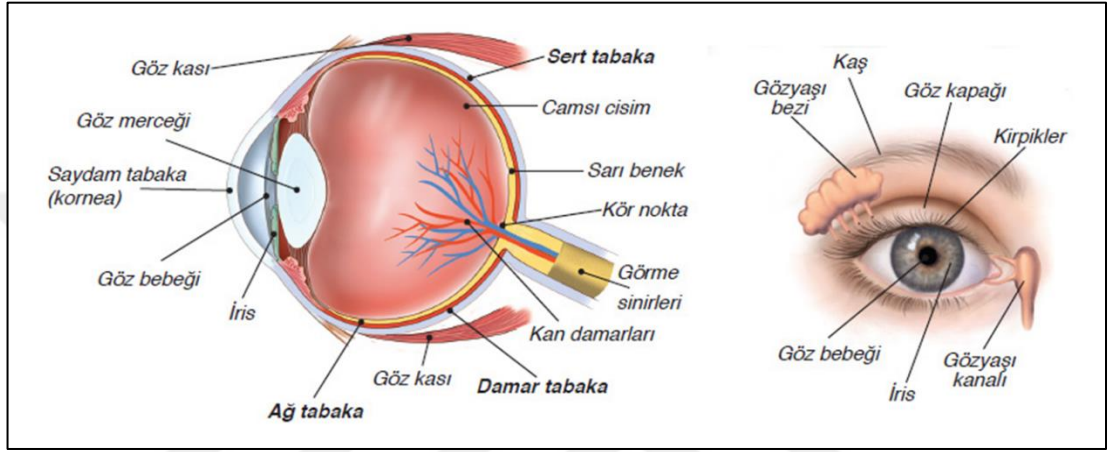
Görme ve işitme duyuları kişinin estetik tavır almasında öne çıkan duyumlardır. Öyle ki Platon tarafından yazılmış “Büyük Hippias” diyalogundan günümüze kadar geçen zamanda estetik tavır almaların tümünün görme ve işitme duyularına dayandığı söylenebilir. Bireyin düşünsel-bilgisel oluşumunda görme ve işitme duyularının payının fazla olmasından dolayı bu iki duyum “intellektüel duyular” olarak adlandırılmaktadır (Tunalı, 2002).

Yapılan araştırmalara göre insanların algılamasının %80-90’ını görsel algılamalar oluşturmaktadır. Dolayısıyla algılama sürecindeki rolü açısından görme duyusunun diğer tüm duyuların önüne geçtiğini söylemek mümkündür (Göler, 2009). Algı ve bellek arasında en yaygın ve yararlı etkileşim, kişinin gördüğü şeyleri tanıması esnasında gerçekleşir. Kişinin geçmişte kazandığı görsel bilgi, görüş alanına giren bir nesneyi veya eylemi fark etmesine yardımcı olurken, aynı zamanda bu nesne veya eyleme kişinin dünya görüşü sistemi içerisinde bir yer tayin etmektedir (Arnheim, 2018).

Basit tanımıyla görsel algı, insan gözünün görüp seçtiği iletileri beyne göndermesiyle oluşan algı biçimidir. Bireyin mekânla kurduğu algısal ilişkide, tüm duyuları mekandan elde ettiği imajı ve algıyı etkilemekle birlikte, bu algılama sürecinde birinci derecede görme duyusu, ikinci derecede ise işitme duyusu önem arz eder. Tüm duyuların en karmaşığı görme duyusudur. Görmenin gerçekleşebilmesi için ışık olması zorunludur. Işık olarak algılanan dalga boyunun göz vasıtasıyla beyne

iletilmesi süreci görme olarak ifade edilir (Us, 2009). Görsel algının daha iyi açıklanabilmesi açısından öncelikli insan gözünün yapısını ve görme duyumunun nasıl gerçekleştiğini açıklamak doğru olacaktır.

Karmaşık bir yapıya sahip olan göz, arkası ve yanları ışığı geçirmeyen, ön yüzeyi saydam olan, göz çukurunda bulunan, küre şeklindeki görme organıdır. Temel olarak sert tabaka, damar tabaka ve ağ tabakası olmak üzere üç tabakadan oluşan gözün yapısı Şekil 2.27 de gösterilmiştir.



Şekil 2.27: Göz Yapısı

Kaynak: <https://www.psikopatolojibilimi.com/2019/01/23/goz-nedir-yapisi-islevi-ve-hastaliklari/>,
(Erişim tarihi: 2020)

Göze gelen ışığın ilk kırıldığı nokta olan sert tabaka, gözü dıştan sararak gözü dış etkenlerden koruyan, beyaz renkli bağ dokudan oluşmuş kısımdır. Şekil 2.27’de görüldüğü üzere sert tabaka, gözün en önünde yer alan ve ışığın kırılmasını sağlayan kornea yapısını da oluşturmaktadır. Sert tabakanın alt kısmındaki damar tabakası ise gözün tüm dokularını besleyen çok sayıda kılcal damarın bulunduğu tabakadır. Gözün rengini veren iris, göze gelen ışık miktarını dengeleyen göz bebeği ve ışığı kıran göz merceği damar tabakanın farklılaşmasıyla oluşur. Son olarak ağ tabakası ise ışığa duyarlı hücre ve sinirlerin yer aldığı göz çukurunun en iç kısmındaki tabakadır (Url-7).

Kişinin nesnelere odaklanması ve detayları algılayabilmesi çok dar bir görme konisiyle sınırlıdır. İnsanların görme alanını incelerken gözleri devamlı olarak hareket etmekte, tarama yapmakta ve görsel malzemeleri toplamak için belirli yerlere odaklanmaktadır. İnsanın gördüğünü anlamlandırabilmesi için gözleriyle topladığı görsel veriler, beyinde yorumlanır, birleştirilir ve insanın tanıyabileceği ve anlayabileceği görsel modeller haline getirilir.

Görme olayının tam gerçekleşebilmesi için gözde gerçekleşen fiziksel sürecin yanı sıra algısal oluşumun da gerçekleşmesi gerekir. Dolayısıyla görmenin gerçekleşebilmesi için bakan kişinin çabası gerekir. Sadece görüntünün retinaya düşmesi görme olayının gerçekleşmesi için yeterli değildir. Retinaya sürekli olarak değişen çok sayıda resim düşse de insan bilinci bu resimlerin sadece bir kısmını algılamaktadır. Görsel algı sürecinin tamamlanabilmesi için duyu organıyla elde edilen birbirinden bağımsız ve anlık duyumların ayrıca beyinde yorumlanması gerekmektedir (Rasmussen, 2020).

Görsel algı, insanların yaşadıkları coğrafi bölge, sosyal hayat, geçmişteki tecrübeler, kültürler vb. gibi birçok unsura bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir. İnsanların algılamaları, söz konusu unsurların etkisiyle çevrelerindeki faktörlerden amaçlarına uygun olanları seçmeleriyle gerçekleşir. Kişiyeye gelen veriler anlamsız ise zihin bu verileri tanıyamaz. Tamamıyla rastgele verilen görsel veya işitsel verilere dahi, insan zihni önceden depolamış olduğu değerlendirme bilişisi temeline göre birer ön yorum katar. Dolayısıyla insanın neyi algıladığının, önceden neyi bildiğine dayandığını söylemek mümkündür (Roth, 2019).

Algılamadaki asıl amaç, kişinin çevresiyle ilgili duyumlar elde etmekten ziyade bu duyumları faydalanabileceği bilgilere dönüştürmektir. Algılayan kişinin deneyimleri ve görsel algı arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Kişinin sahip olduğu bilgiler, deneyimler ve inançlar, algısını etkileyerek deneyimlerini biçimlendirir (Davies, Davies, Bennett, 1982). Diğer bir ifadeyle görsel duyumların mantığa aktarımında geçmişteki algısal deneyimlerden faydalanmak gerekmektedir. Dolayısıyla bir konuda deneyimli ve bilgili kişilerin, kendilerine gelen duyumları eşleştirebilecekleri daha geniş bir görsel dağarcığa sahip olacakları için, o konuda daha az birikimi olan kişilerden daha fazla şey algılayacaklarını söylemek mümkündür (Oxman, 2002).

İnsanların uyarıcılar karşısındaki gereksinimleri, uyarıcılardan beklentileri, uyarıcılara karşı duydukları ilgi ve tutum gibi faktörler algılamalarını olumlu veya olumsuz etkilemektedir. Tasarımcıların ortaya koyacakları yapıtlarda karşı tarafta oluşturmak istedikleri etkinin ve düşüncenin doğru tasarlanabilmesi açısından ortaya konan görselin zihinde yorumlanarak doğru algılanması önemlidir. Görsel algılama konusunda öne çıkan teorilerden Gestalt algı teorisi insanların aldıkları verileri nasıl yorumladıklarını açıklamaya çalışır (Roth, 2019).

2.5.2 Görsel algılamada Gestalt kuramı

Almanca olan “Gestalt” sözcüğü Türkçe’de en yakın “bütün”, “form”, “şekil”, “model” gibi kavramlara karşılık gelmektedir. Gestalt kuramının temel çıkış noktası, bir bütünün parçalara bölünerek anlaşılamayacağı fikridir. Diğer bir ifadeyle bir “bütün” halinde olan deneyimlerin, onu oluşturan “duyusal” elementlere indirgenerek doğru anlaşılabilmesi imkânsızdır. Bir “Gestalt” ya da “bütün”, onu oluşturan parçalarda olmayan daha başka özelliklere ve anlamlara sahiptir. Psikolojideki ve fizikteki gelişmelerden etkilenen Gestalt kuramının temelleri, 20’nci yüzyılın ilk dönemlerinde Avusturyalı Profesör Christian Von Ehrenfels tarafından ortaya konan “gesstalt qualitat” ya da “form-niteliği” kuramına dayanır. Bu kurama göre “form” ya da “şekil” bütünüyle duyusal bir ögedir. Gestalt psikolojisinin ortaya çıkmasında fizik alanında Einstein tarafından ortaya atılan “izafiyet (görecelik) kuramı” da etkili olmuştur (Bruno, 1996).

Gestalt Kuramı 1912 yılında Almanya’da Max Wertheimer tarafından yazılan “devinim” ile ilgili makaleyle birlikte başlamış, ardından Max Wertheimer, Wolfgang Köhler ve Kurt Koffka tarafından kuramın ilkeleri ortaya konmuştur (Senemoğlu, 2020). Avusturyalı ve Alman psikologlar tarafından ortaya atılan Gestalt Kuramı, temel olarak insanın görsel deneyimlerini nasıl organize edip algıladığını araştırır. Bu anlamda Gestalt Kuramı’nın konusu insanların kendilerine sunulan örüntüleri ve biçimleri nasıl yorumladıklarıdır. Çalışmanın bu bölümünde görsel algılamada Gestalt algı teorisi ele alınarak Gestalt yasaları incelenecektir.

2.5.3 Gestalt algı teorisi

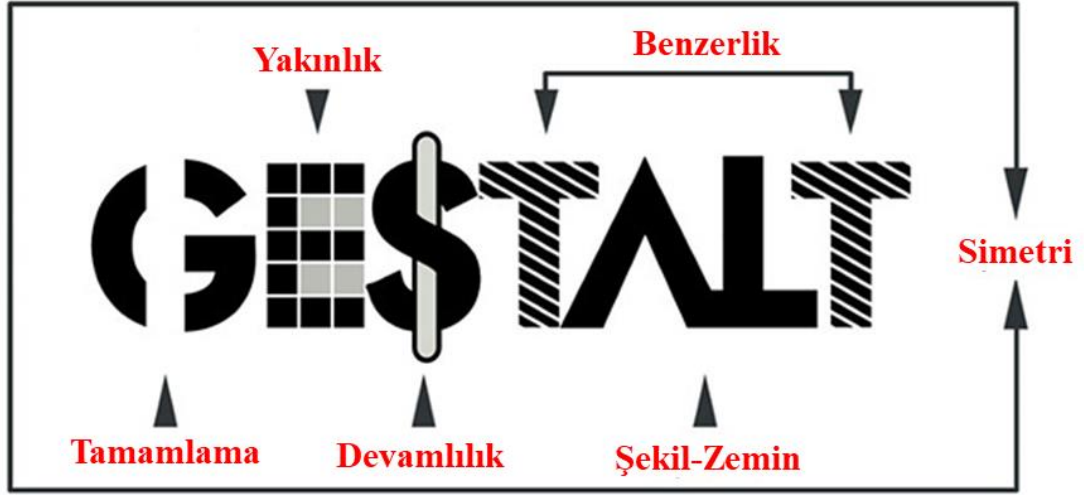
Gestalt algı teorisine göre; insan beyninin örgütlenme eğiliminin bir sonucu olarak bir bütünü meydana getiren parçalar, şekil-zemin bağlantısı içerisinde bütüne dönüştürülerek algılanır. Yani algılamada bir bütünlük söz konusudur. İnsanlar parçalardan ziyade parçaların oluşturdukları bütünü görürler. Bu noktada bir nesnenin tek başına değil, sahip olduğu ilişkiler bağlamında algılandığında bir anlam üretebileceği söylenebilir.

Gestalt algı teorisi bütünsel yapının, kendini oluşturan parçalardan bağımsız olduğunu savunan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımda şekil algıları mekândan ayrı birimler olarak ele alınmaktadır. Görsel algıya yönelik birçok alanda etkin

uygulamalar sağlamak maksadıyla kullanılan Gestalt teorisi, görsel tasarım açısından da önemli etkilere sahiptir. Gestalt teorisinin tasarım sürecinde gösterdiği etkiler; özellikle tasarımın oluşturacağı bütünsel etkideki ön plan-arka plan ilişkisinde, tasarım öğeleri ile kompozisyon arası ilişkilerde ve kompozisyon düzeninde öne çıkmaktadır (Eryayar, 2011).

2.5.4 Gestalt yasaları

Gestalt algı teorisinin esas ilkesi bütünün kendisini oluşturan parçaların toplamından daha anlamlı olduğudur. Bu temel ilke çerçevesinde Gestalt teorisine ilişkin olarak Şekil 2.28’da gösterilen ilkelere söz etmek mümkündür.



Şekil 2.28: Gestalt Yasaları

Kaynak: <https://flyfreepsychotherapy.com/2019/07/20/gestalt-therapy>, (Erişim tarihi: 2020)

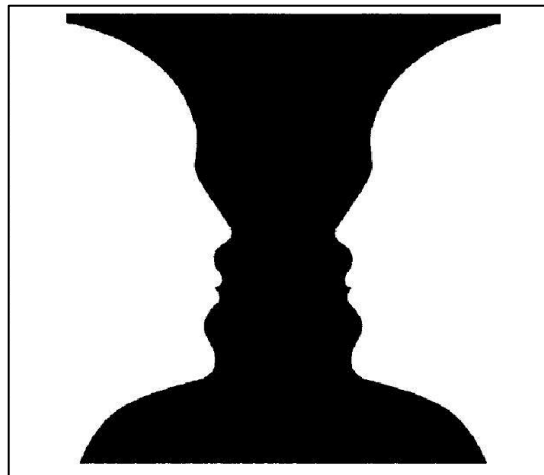
Çalışmanın bu bölümünde Gestalt yasaları; şekil-zaman ilişkisi, tamamlama, benzerlik, yakınlık, basitlik, devamlılık ve simetri ilkeleri başlıkları altında incelenecektir.

2.5.4.1. Şekil-zemin ilişkisi

İnsanın dikkatinin üzerinde odaklaştığı şey şekil, bu şeklin gerisinde kalan, insanın algı alanına girmeyen ve dikkat edilmeyen kısım ise zemindir. İnsanlarda algılama sistemi şekil ve zemin arasında bir ayırım yapar. Zemine göre daha çarpıcı ve dikkat çekici özelliklere sahip olan şekil insanın daha önce algıladığı kısımdır. Ancak bazen şekil ve zemin yer değiştirebilmekte, kişi hangisinin şekil veya zemin olduğuna karar veremeyebilmektedir. İnsan bir yönden baktığı alanı şekil olarak algımlarken, başka bir

yönden baktığında aynı alanı zemin olarak algılayabilir. Bununla birlikte bir alanın aynı anda hem şekil hem de zemin olarak algılanması mümkün değildir. Dolayısıyla Gestalt yasalarına göre, insanların görsel algılamadaki başlıca örgütleyici eğiliminin, şekil ve zemini birbirinden ayırması olduğu görülmektedir. Üç boyutlu bir anlatım biçimi olan şekil; çizgisellik, etkili çevre ve derinlik çizgileriyle ilişkilidir. Zemin ise iki boyutludur. Dolayısıyla şekil zemine göre daha ön planda olduğundan kişinin algı alanına girer. Örneğin denizdeki bir yelkenli resmine bakan kişinin ilgi odağında şekil konumundaki “yelkenli figür” olacak, “deniz” olan alanlar ise zemini oluşturacaktır. Bu iki figürün tek başına algılanması mümkün olmamakla birlikte, resim bir bütün olarak algılanır. Ancak bütüne anlam veren ise parçaların (yelkenli ve deniz) arasındaki ilişkidir. Yani Gestalt algı teorisine göre yapısal bütünlüğün, şekil ve zemin arasındaki belirleyici ilişkiden kaynaklandığı söylenebilir.

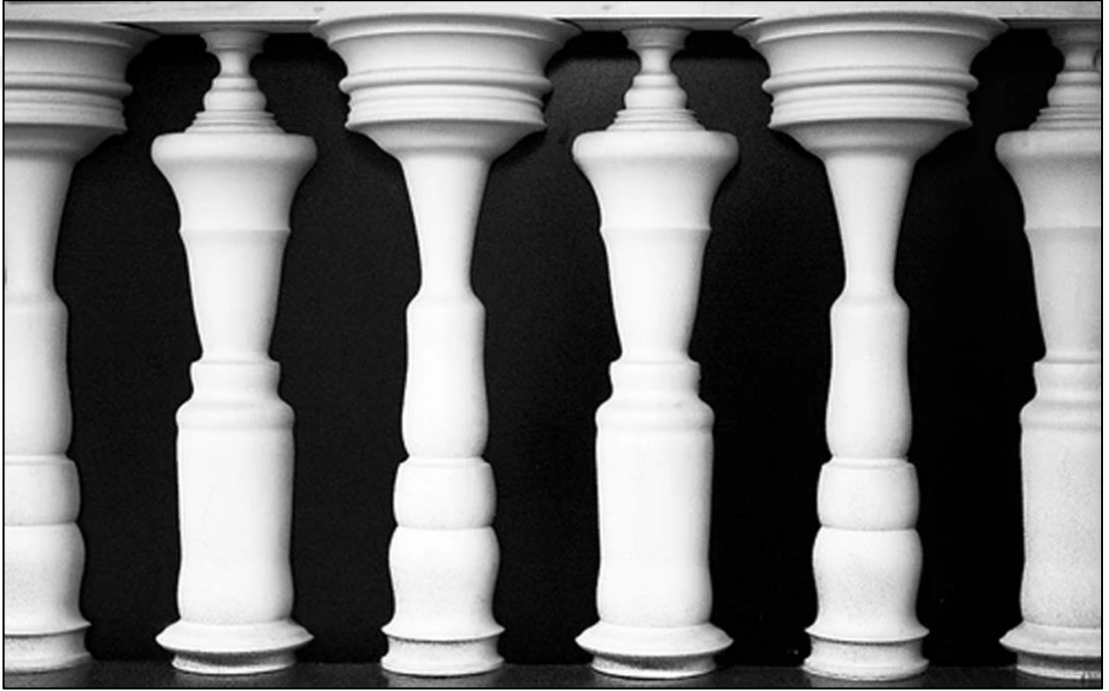
Kurt Lewin tarafından ortaya atılan şekil-zemin ilişkisi Gestalt algı teorisinin temelinde yer alan ilkelerden biridir. İnsanın algı durumuna etki eden zaman, yer vb. koşullar aynı zamanda algılananın şekil mi zemin mi olduğuna da etki eder. Başka bir deyişle belli bir anda farkında olduğumuz şey “şekli”, farkında olmadıklarımız ise “fonu” oluşturur. (Daş, 2020). Dolayısıyla bir kişinin şekil olarak algıladığı kısım başkası tarafından zemin olarak algılanabilir. Bu durum algıda çeşitliliğin bir göstergesidir. Şekil-zemin ilişkisine örnek olarak gösterilen en yaygın görsel, Danimarkalı felsefeci ve psikiyatrist Edgar John Rubin tarafından keşfedilen Şekil 2.29’daki “Rubin Vazosu” görselidir (Schooler, 2015).



Şekil 2.29: Şekil-Zemin İlişkisi, Rubin Vazosu

Kaynak: (Schooler, 2015)

Şekil 2.29'daki görsele bakıldığında, gözün odaklandığı noktaya bağlı olarak bir vazoya ya da birbirine bakan iki insanın silüeti algılanabilmektedir. İnsan gözü görselin sol ve sağ taraflarındaki beyaz alana odaklandığında beyaz alanları şekil, siyah alanları ise zemin olarak algılamakta ve birbirine bakan iki insan silüeti görmektedir. Bunun aksine ortadaki siyah alana odaklandığında ise, beyaz alanlar zemin olarak geri plana çekilmekte, siyah alanlar ise şekil olarak öne çıkmaktadır ve bir vazoya silüeti görmektedir. Gestalt yasalarına göre, söz konusu görselde insan gözünün odaklanma seçimine bağlı olarak vazoyu şekil veya zemin olarak algıladığı belirtilmektedir. Şekil-zemin ilişkisini ortaya koyan benzer bir örnek de Şekil 2.30'de gösterilmiştir.



Şekil 2.30: Şekil-Zemin İlişkisi, Sütunlar ve İnsanlar

Kaynak: <https://www.dusuncemektebi.com/d/192034/gestalt-kurami-nedir-butun-parcalarin-toplamindan-buyuktur>, (Erişim tarihi: 2020)

Şekil 2.30'deki görsele bakıldığında ise gözün odaklandığı noktaya bağlı olarak çeşitli sütunlar veya başları öne eğik birbirine bakan insanlar algılanabilmektedir. İnsan gözü görselin beyaz alanlarına odaklandığında beyaz alanları şekil, siyah alanları ise zemin olarak algılamakta ve beyaz sütunlar görmektedir. Bunun aksine ortadaki siyah alana odaklandığında ise, beyaz alanlar zemin olarak geri plana çekilmekte, siyah alanlar ise şekil olarak öne çıkmakta ve insan silüetleri görmektedir.

Gestalt yasalarında şekil-zemin ilişkisi ilkesinde, insanın ilgisinin yöneldiği veya görüş alanındaki nesne, arkasındaki fona göre algılanır. Şekil ve zemin ilişkisi durağan olmayıp kişinin öne çıkan gereksinimleri doğrultusunda değişiklik arz eder. İnsanın neyi şekil neyi zemin olarak algılayacağı zamana, yere, kişiye göre farklılık gösterir. Öyle ki bu durum aynı kişiye göre bile o anki öncelikli ihtiyacına bağlı olarak değişim gösterebilir. Bu noktada şekil-zemin ilişkisinin insan hayatını anlamlandırma sürecinde önemli bir yere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Şekil 2.31'deki görselde neyin şekil neyin zemin olduğuna ilişkin insan algısı insan zihninin görseli nasıl algıladığına göre değişmektedir. Kişinin algısı bu görselde bazen siyah bir el şekli algılayabilirken, bazen de beyaz bir insan kafası olarak algılayabilmektedir.



Şekil 2.31: Şekil-Zemin İlişkisi, El ve Kafa

Kaynak: <https://www.canva.com/learn/gestalt-theory/>, Erişim tarihi: 30 Ekim 2020.

Gestalt yasalarına göre bütünlük, şekil-zemin arasındaki ilişkiyle sağlanır. Bir görseldeki şeklin içinde konumlandığı zemin, şekli algılamada önemli rol oynar (Elden ve Özdem, 2015). İnsan akıllı, şekil-zemin ilişkisine bağlı olarak şekli arka plandan ayırıp tanımlama eğilimine sahiptir. Şekil-zemin ilişkisinin doğru tasarlanması halinde insan algısı, diğeri üzerine yorumlama eğilimini destekleyecektir. Bu eğilim, kişinin o konudaki inanç, anlayış ya da hislerinin bütün olarak değişmesi veya farklılaşması olarak tanımlanmakta ve “gestalt switch

(kayması)” olarak ifade edilmektedir (Mennan, 2009). Bu durumun sağlanması özellikle reklam uygulamalarında insanların vurgulanmak istenen şekle odaklanmaları açısından önemlidir. Bu nedenle iyi bir bütünlük oluşturabilmek için şekil-zemin dengesinin doğru tasarlanması, şeklin basit, keskin ve parlak bir şekilde öne çıkarken, zeminin ise dikkat çekmeyen ve gitgide boşalan bir nitelikte olması gerekmektedir.

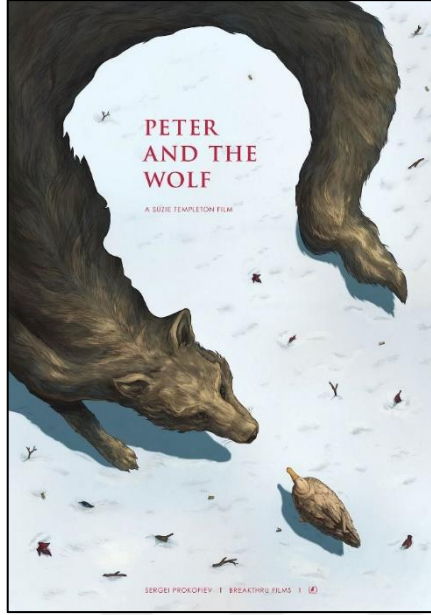
Şekil-zemin ilişkisi tasarım açısından uygulandığında hedef kitleye bir mesajı iletebilmede önemli bir fark yaratabilir. Örneğin Şekil 2.32’te yer alan Melbourne’s Food & Wine Festival (2007) reklamında, şarap şişelerinin bir çatal illüzyonu yaratabilmek için stratejik biçimde yerleştirildiği görülmektedir. Şarap ve yemekle ilgili nesneleri birleştiren bu tasarımda, mesajın daha dikkat çekici ve etkili olabilmesi için şekil-zemin ilişkisinin kullanıldığı anlaşılmaktadır.



Şekil 2.32: Şekil-Zemin İlişkisi, Melbourne Reklamı

Kaynak: <https://www.canva.com/learn/gestalt-theory/>, (Erişim tarihi: 2020)

Benzer şekilde “Peter and the Wolf” filmine ait Şekil 2.33’te yer alan film afişinde de şekil-zemin ilişkisi ilkesinin yaratıcı bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Film afişinde filme ismini veren uzun kuyruğa sahip bir kurt algılanabilirken, aynı zamanda filmin başkarakteri olan Peter’in kafasının silueti algılanabilmektedir.



Şekil 2.33: Şekil-Zemin İlişkisi, Peter and the Wolf Film Afişi

Kaynak: <https://www.canva.com/learn/gestalt-theory/>, (Erişim tarihi 2020)

Şekil 2.34’te yer alan logo tasarımları da şekil-zemin ilişkisini ortaya koyan güzel örneklerdendir. “Fedex” logosundaki E ve X harfleri arasında bulunan beyaz zemine odaklanıldığında bir “sağ ok” şeklinin var olduğu anlaşılmaktadır. Aynı şekilde NBA logosunda da beyaz alanlar bir basketbolcu silueti olarak öne çıkmaktadır.



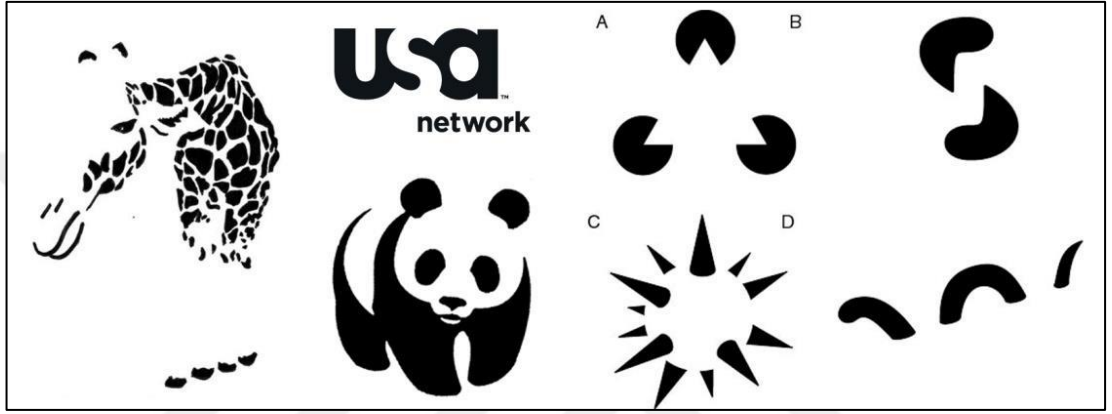
Şekil 2.34: Şekil-Zemin İlişkisi, Logo Tasarımları

Kaynak: https://juliannakunstler.com/vislit_gestalt.html, (Erişim tarihi 2020)

2.5.4.2 Tamamlama ilkesi

Algılama sürecinin önemli noktalarından biri de “parça-bütün” ilişkisidir. İnsanların algıladıkları tüm nesneler uyarılardan oluşmakla birlikte, hiçbir nesne de uyarıların bir toplamı olarak algılanmaz. Algının duyumların toplamından daha fazla anlam ifade ettiği görülür. Buna örnek olarak bir melodinin, melodiye oluşturan

tonların toplamından çok farklı anlamlar taşıdığı gösterilebilir. Melodiyi oluşturan tonlar tek başlarına hiçbir anlam ifade etmez. Bu tonlar bir “bütünlük” oluşturacak şekilde düzenlendikleri zaman bir anlam kazanırlar (Erdem, 1995). Nesnelerin algılanmasındaki örgütleyici süreçlerden bir diğeri de “tamamlama” eğilimidir. İnsanlar görsel dünyalarında bulunan uyarılardaki boşlukları doldurup örgütleme, yani kopuk parçaları görmezden gelip nesneyi bir bütün olarak algılama eğilimindedirler. Gestalt yasalarında tamamlama ilkesi olarak kabul edilen bu eğilime ilişkin örnek birkaç görsel Şekil 2.34’te gösterilmiştir.



Şekil 2.35: Tamamlama İlkesi Örnekleri

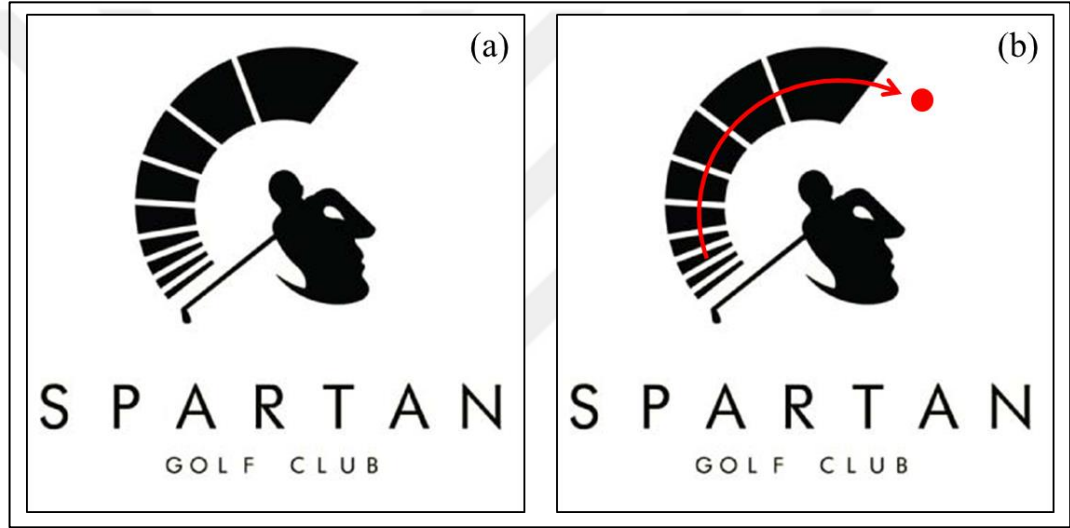
Kaynak: https://juliannakunstler.com/vislit_gestalt.html, Erişim tarihi: 30 Ekim 2020.

Şekil 2.36’da yer alan görseller incelendiğinde, çizimlerde tam bir panda ve zürafa resmi çizilmiş olmamasına rağmen insan beyni gereken çizimleri tamamlayarak bu çizimleri panda ve zürafa olarak algılamaktadır. Aynı şekilde “USA Network” logosunda “U” ve “A” harfleri arasında “S” harfi çizilmiş olmamasına rağmen iki harf arasındaki kısım “S” harfine tamamlanmakta ve logo USA olarak algılanmaktadır. Şekil 2.36’da yer alan diğer çizimlere bakıldığında, daire, üçgen, koni vd. şekiller tam olarak çizilmemesine rağmen algıda bu çizimler tamamlanmakta ve aktarılmak istenen şekil algılanabilmektedir.

Tamamlama ilkesi çizimlerin yanı sıra farklı görsellerde de söz konusudur. Örneğin bir cümle içerisindeki harfler yanlış yazılsa dahi cümlemin ilk ve son harfleri doğru yazıldığında, insan bu cümleyi okurken olması gerektiği haliyle algılayarak doğru şeklini okur. Örneğin; “*insnalra kleimlre btüün oalark aghalr.*” cümlesi yanlış yazılmasına rağmen doğru olarak algılanabilmektedir. Burada görüldüğü üzere insan eksik parçaları tamamlayıp şekli bütün halinde görme eğilimindedir. Bu durum, göz

ve beyin koordinasyonunun bir sonucu olarak bakılan ögenin bir kısmını görmenin onu tamamlamak için yeterli olabildiğini göstermektedir.

Gestalt'ın tamamlama ilkesi özellikle logo tasarımlarında sıkça kullanılmaktadır. Şekil 2.36'de "Spartan Golf Club (Spartalı Golf Klübü)"ne ait logo tasarımı görülmektedir. Yaratıcı bir biçimde tasarlanmış logoda şekil-zemin ilişkisiyle Spartalı bir insan kafası silueti ve elinde golf sopasıyla topa vuran bir golfçü silueti algılanabilmektedir. Ayrıca logoda tamamlama ilkesi kullanılarak eğimli ve kesik kesik çizilmiş yol sayesinde golf topunun gidişi yansıtmaya çalışılmıştır. Şekil 2.36 (a)'da logonun orijinali, Şekil 2.36 (b)'de ise logoya bakıldığında tamamlama ilkesinin insan algısına ne şekilde etki ettiği gösterilmeye çalışılmıştır.



Şekil 2.36: Tamamlama İlkesi, Spartan Golf Club Logo Tasarımı

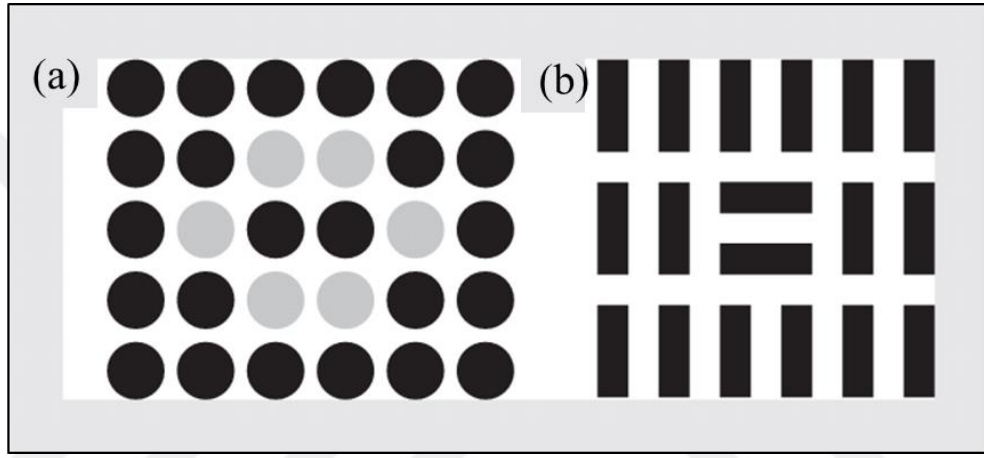
Kaynak: https://juliannakunstler.com/vislit_gestalt.html, (Erişim tarihi: 2020)

2.5.4.3 Benzerlik ilkesi

Benzerlik ilkesinin temelinde, birbiriyle benzer her şeyin aynı grupta toplanıp algılanması eğilimi yatar. Diğer bir ifadeyle insanın algılama sürecinde bir uyarın karmaşası içerisinde benzer parçaları seçerek benzerleri aynı grup içinde değerlendirmesi benzerlik ilkesinin göstergesidir. Gestalt algı teorisinde benzerlik ilkesine göre, kişi baktığı nesneleri şekil, renk, ebat, doku, ton, cinsiyet, biçim vb. gibi çeşitli özellikleri bakımından birleştirip kendi arasında benzerlikler kurarak ve aynı grupta toplayarak algılar (Graham, 2008).

Benzerlik ilkesi nesneler arasındaki benzerlik derecesinin algılama üzerindeki etkisini ortaya koyan Gestalt yasasıdır (Elden ve Özdem, 2015). Bir düzenlemeyi

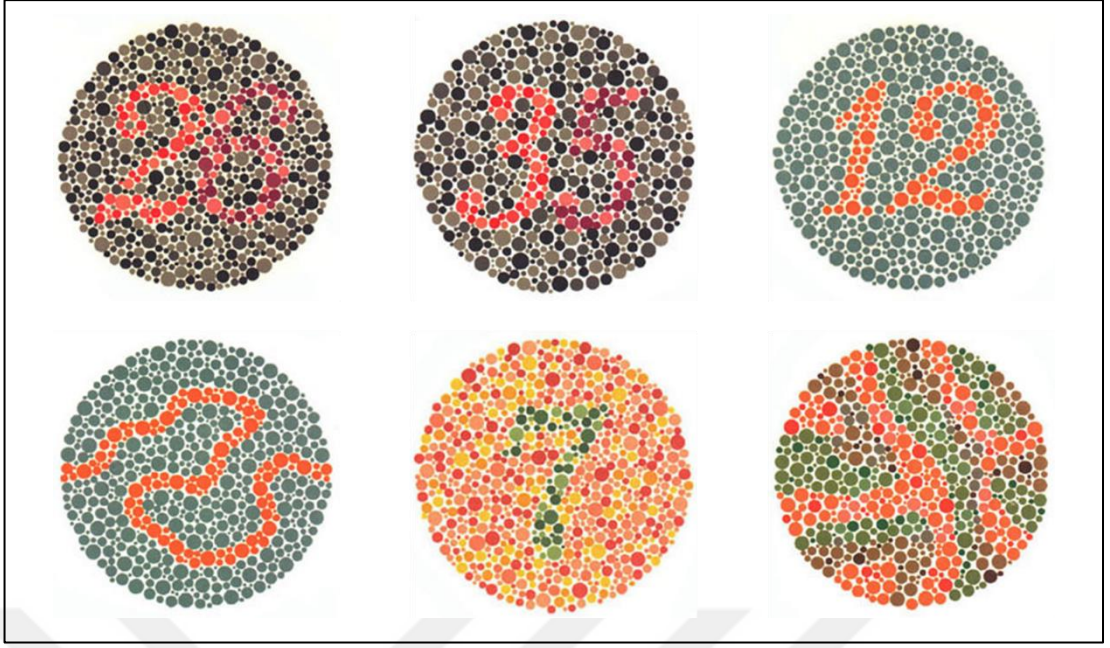
oluşturan öğelerin benzer veya birbirini anımsatan nitelikleri bulunuyorsa, bu öğeler kararlı ilişkilerle bağlanma yönelimi gösterirler. İnsan beyni birbirine benzeyen veya birbirini anımsatan bu öğeleri algılarken gruplama eğilimindedir. Görsel ve işitsel uyarıcıların algılanmasında benzerlik yasasının önem arz ettiği görülür (Ustaömeroğlu, 1998). Örneğin, insanlar genellikle çekik gözlü kişilerle karşılaştıklarında bu kişileri Çinli olarak algırlar. Bunun sebebi çekik gözlülüğün insan beyninde Çinli insanlar grubunda yer alması ve doğrudan buna benzer bir insan görüldüğünde algılamanın bu gruba eşleştirilmesidir. Gestalt benzerlik ilkesine yönelik örnek görseller Şekil 2.37’de gösterilmiştir.



Şekil 2.37: Benzerlik İlkesi Örnekleri

Kaynak: https://www.researchgate.net/figure/Illustration-of-Gestalt-principles-a-Similarity-of-colour-Neighbouring-stimulus_fig2_259780650 Erişim tarihi: 30 Ekim 2020.

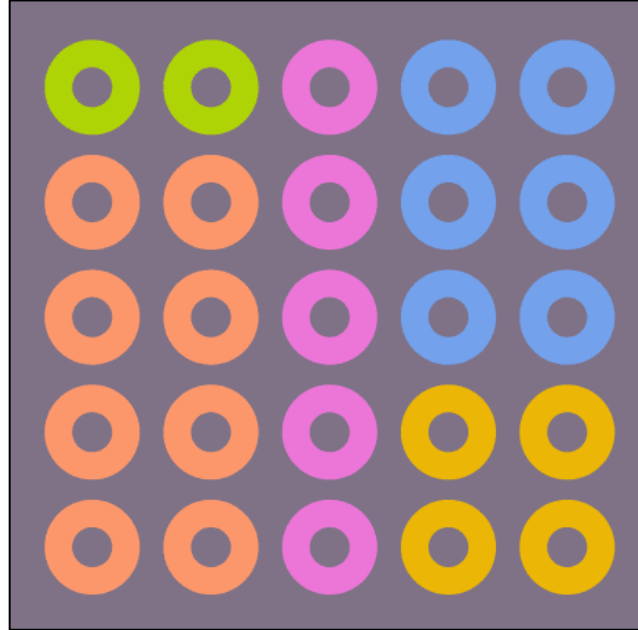
Şekil 2.37’deki görseller incelendiğinde şekillerin algılanmasında benzerlik ilkesinin etkisi görülmektedir. Şekil 2.37 (a)’da benzer renklerin zihinde gruplandırılması sonucu açık gri renkteki daireler siyah renkteki dairelerden ayrılarak tek bir nesne olarak algılanmaktadır. Şekil 2.37 (b)’deki görselde ise paraların yönelim benzerliği algıya etki etmektedir. Hepsi aynı uzunlukta ve renkte olan çubuklardan sadece iki çubuğun dikeylerden farklı olarak yatay konması, zihinde iki çubuktan oluşan kare nesneler algılanmasına sebep olmaktadır. Öyle ki bu görselde yatay iki çubuk da diğerleri gibi dikey olsaydı, görsel dik olarak uzayıp giden çubuklar şeklinde algılanacaktı. Ancak sadece iki çubuğun yatay hale getirilmesi, hem bu yatay kareyi diğerlerinin önüne çıkarmış, hem de dikey çubukların ikişerli olarak kare şeklinde gruplandırılıp algılanmasına sebep olmuştur. Gestalt benzerlik ilkesi aynı günümüzde özellikle renk körlüğü testlerinde sıklıkla kullanılmaktadır. Renk körlüğü testinde kullanılan bazı örnek görseller Şekil 2.38’de gösterilmiştir.



Şekil 2.38: Benzerlik İlkesi, Renk Körlüğü Testi Görselleri

Kaynak: <https://www.color-blindness.com/ishiharas-test-for-colour-deficiency-38-plates-edition/>, (Erişim tarihi: 2020)

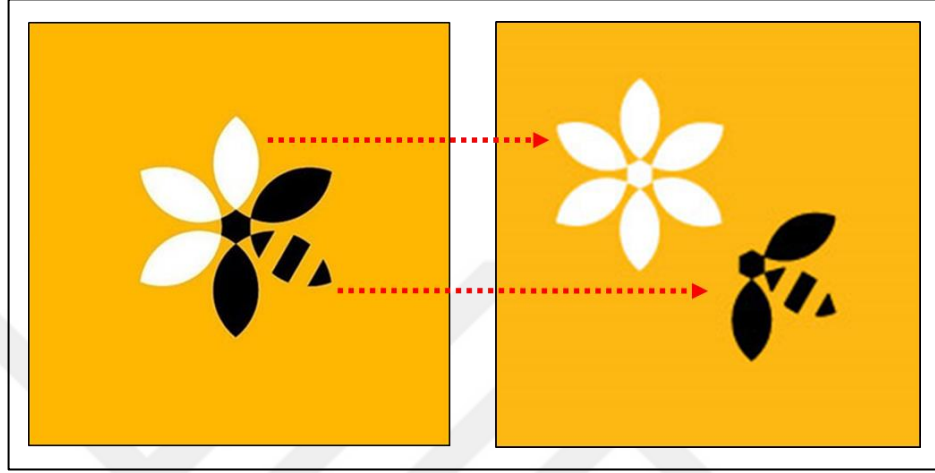
Benzerlik ilkesinde nesnelerin renk benzerliğinin etkisini gösteren başka bir örnek Şekil 2.39’da gösterilmiştir. Burada insan zihni benzer renkteki daireleri tek tek daireler olarak değil, başka bir renkten ayrı dikdörtgenler, kareler ve çizgiler şeklinde algılar.



Şekil 2.39: Benzerlik İlkesi, Renklerin Benzerliği

Kaynak: <https://www.canva.com/learn/gestalt-theory/>, (Erişim tarihi: 2020)

Benzerlik ilkesinin logo tasarımlarında da sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Şekil 2.40’ da aynı formda, fakat farklı renk ve biçimde kullanılmış parçalardan oluşturulan tasarımda, beyaz şekiller bir grupta toplanıp çiçek olarak algılanırken, siyah ve çizgili parçalar ise bu çiçeğe konan bir arı olarak algılanmaktadır. Bu görselde ayrıca siyah üzerindeki sarı renkli şeritlerin bir arı gövdesini anımsatmasının algıda etkili olduğu görülmektedir.



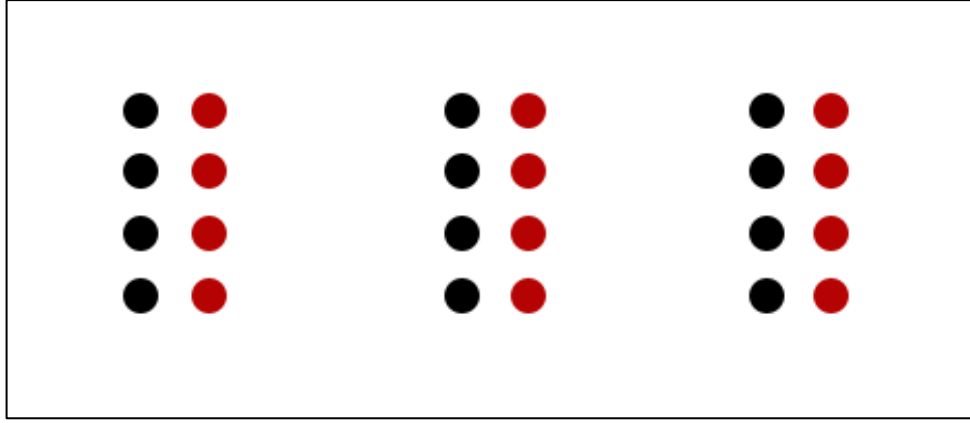
Şekil 2.40: Benzerlik İlkesi, Logo Tasarımı

Kaynak: <https://www.designspiration.com/save/13918253185/>, (Erişim tarihi: 2020)

2.5.4.4 Yakınlık ilkesi

Gestalt algı teorisinde yakınlık ilkesi, uyarıcılar arasında fiziksel özellikleri birbirine yakın olanların gruplandırılarak algılandığını öne sürmektedir. Diğer bir ifadeyle duyu birimleri nesneleri ilişkilendirirken birbirine yakın konumlandırılmış öğeleri bir grupta toplamakta ve bu grubu bir bütün olarak algılamaktadır (Ustaömeroğlu, 1998).

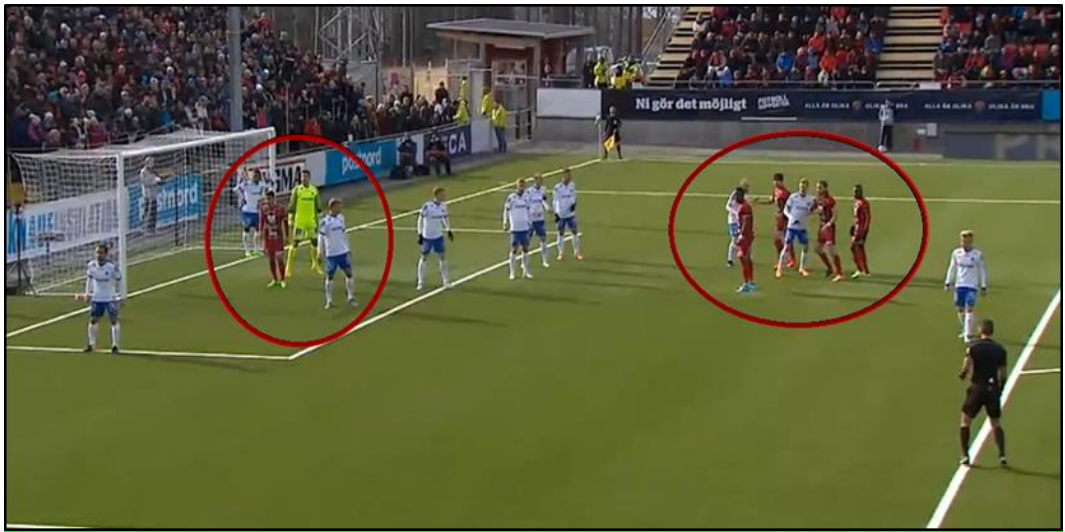
Yakınlık ilkesine göre birbirine yakın şeyler, birbirinden uzak şeylere göre daha ilişkili görünür. Ayrıca yakınlık faktörünün etkisi o kadar güçlüdür ki, bir grup nesneyi ayırt edebilecek renk, şekil ve diğer faktörlerin benzerliğini geçersiz kılabilir (Url-8). Bu duruma örnek olarak Şekil 2.41’deki görseller incelenebilir.



Şekil 2.41: Yakınlık İlkesi

Kaynak: (Url-8 Bradley, 2010) <https://vanseodesign.com/web-design/gestalt-principles-of-perception/> (Erişim tarihi: 2020)

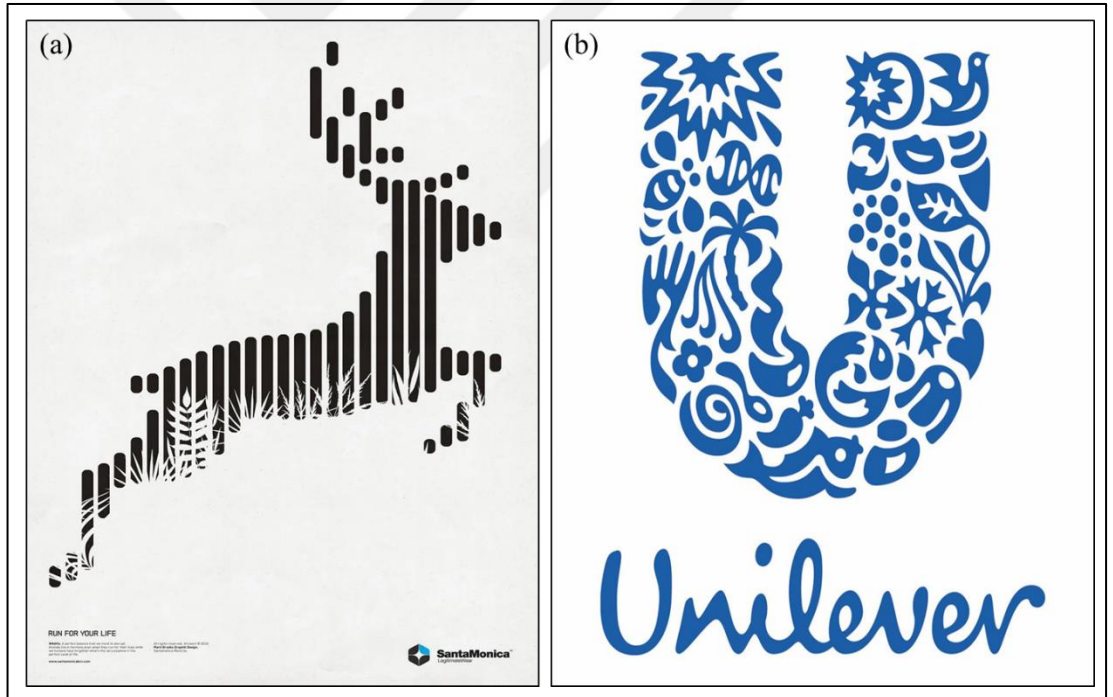
Şekil 2.41’deki görselde yer alan üç siyah ve kırmızı nokta grupları incelendiğinde, algılama esnasında yapılan grupta nesnelerin birbirine yakınlığının renklerinden daha etkili olduğu görülmektedir. Yani görseli algılayan insan beyni siyah renkli noktaları ayrı, kırmızı renkli noktaları ayrı algılamak yerine birbirine yakın olan siyah ve kırmızı noktaları ayrı ayrı gruplar olarak algılamaktadır. Bu da algılama sürecinde yakınlık faktörünün benzerlik faktörüne kıyasla daha güçlü etkiye sahip olduğunun bir göstergesidir. Bu duruma bir örnek de Şekil 2.42’te yer alan futbol maçı görseli gösterilebilir. Söz konusu görseli bakıldığında ilk olarak aynı renkte formayı giyen oyuncuların ziyade birbirine yakın pozisyonda olan futbolcular gruplandırılarak algılanmaktadır.



Şekil 2.42: Yakınlık İlkesi, Futbol Maçı Örneği

Kaynak: <https://trscouts.com/wp-content/uploads/2017/06/H%C3%BCcum-korner.jpg>, Erişim tarihi: 03 Kasım 2020.

Benzerlik ilkesine göre insan beyni, birbirine yakın veya yaklaşan nesneleri tek tek algılamak yerine bir grup olarak toplu biçimde algılamaktadır. Öğeler birbirine yakın yerleştirilmişlerse aynı gruba ait olarak algılanır. Örneğin bir yazıdaki kelimelerin harfleri arasındaki yakınlık ve buna göre iki kelime arasında daha fazla olan uzaklık, insan gözünün hangi harflerin tek tek kelimeleri oluşturduğunu algılayabilmesini sağlar. İnsanlar genellikle nesneleri bir örüntüyü temsil ediyor olarak görürler ve bu doğrultuda algırlar. Uzaydaki noktalar birbirlerine çok uzak olmalarına rağmen tek bir düzlemde uzanıyor şeklinde yorumlanırlar (Graham, 2008). Örneğin “Büyük Ayı” takımyıldızı birbirinden çok uzakta yedi yıldızın “kulplu bir kepçe” olarak algılanmasıyla yorumlanmaktadır. Bir alandaki nesnelerin ve öğelerin birbirlerine olan yakınlıkları doğrultusunda gruplandırarak algılanması Gestalt algı teorisinin yakınlık ilkesiyle açıklanmaktadır. Yakınlık ilkesi kullanılarak oluşturulan afiş ve logo tasarımı örnekleri Şekil 2.43’de gösterilmiştir.



Şekil 2.43: Yakınlık İlkesi, Afiş ve Logo Tasarımları

Kaynak: <https://www.canva.com/learn/gestalt-theory/>, (Erişim tarihi: 2020)

Şekil 2.43 (a)’daki görselde aslında çok sayıda dikey çubukların yer aldığı görülmekte, ancak insan zihni birbirine yakın dizilmiş bu çubukları birleştirerek bir geyik görüntüsü şeklinde algılamaktadır. Aynı şekilde Şekil 2.43 (b)’deki “Unilever” markasının logosu incelendiğinde, aslında markanın özelliklerini yansıtan güneş, arı, palmye ağacı, balık, giysi, bitki, güvercin, kalp, dondurma vb. gibi çok farklı

simgelerin yer aldığı görülmektedir (Url-9). Ancak bu simgelerin birbirine yakın konumlandırılmasının bakan kişide “U” harfini algılamasını sağlayarak markayı yansıttığı anlaşılmaktadır.

Reklam ve kampanyalarında Gestalt algı teorisi yasalarını sıklıkla kullanan markalardan biri olan Coca-Cola, Şekil 2.44’teki reklam görselinde yakınlık ilkesinden yararlanarak tasarımını daha etkili hale getirmiştir. Görselde Coca-Cola şişelerinin yan yana getirilerek izleyicilerin “gülen bir yüz” görmeleri sağlanmıştır. Böylelikle markanın izleyicilerde mutluluk algısını oluşturmaya çalıştığı görülmektedir (Url-10).



Şekil 2.44: Yakınlık İlkesi, Coca-Cola Reklam Kampanyası

Kaynak: <https://www.mountchaos.co/cocacola>, (Erişim tarihi: 2020)

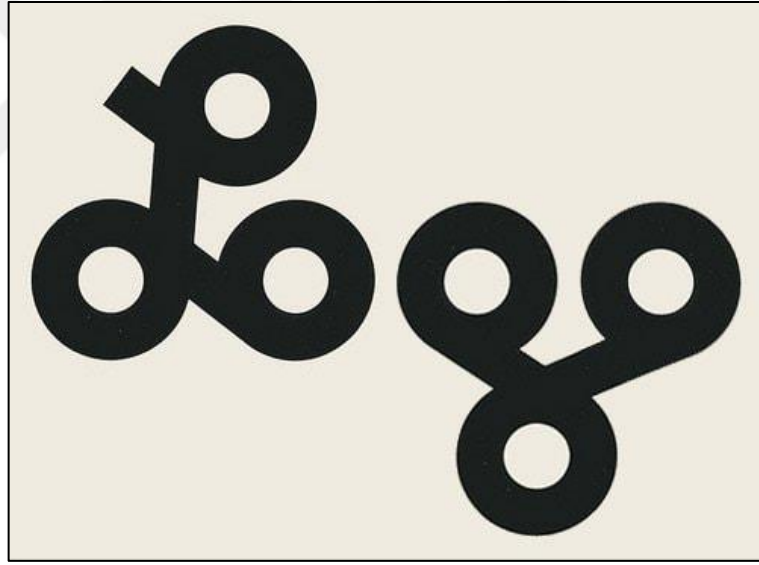
2.5.4.5 Basitlik ilkesi

Gestalt algı teorisinde basitlik ilkesine göre, uyarıların en basit ve temel düzeyde algılanması esastır. Diğer bir ifadeyle insanlar algıladığı şeyleri en kesin, anlamlı, güçlü ve düzenli olacak şekilde gruplandırma eğilimindedir. İnsan zihni zor anlaşılabilir gruplandırmalar yerine kolay anlaşılabilir gruplandırmalar yapar. (Senemoğlu 2020) basitlik ilkesini; *“diğer unsurlar eşit olduğu takdirde, birey basit, düzenli bir şekilde organize edilmiş figürleri algılama eğilimindedir. Bu yasa da,*

algılamanın simetrik, düzenli,düzgün olan iyi bir biçime, şekile,bütüne (Gestalt) doğru olduğunu göstermekteir.” şeklinde açıklamıştır.

Basitlik ilkesi Pragnanz yasasının temelini oluşturur. Pragnaz yasasına göre; her olay tam, basit ve anlamlı olma eğilimine sahiptir. Bu yasa ve dolayısıyla basitlik ilkesi aynı zamanda Gestalt algı teorisinin temel bir ilkesidir ve diğer tüm ilkeleri içine alan bir yapıdadır. İnsanlar karmaşık yapıları düzenli ve basit algılama eğilimine sahip olduklarından algılama esnasında basit olanı algılamaya yönelirler.

Uyarıcıları en yalın haliyle tanımlamayı içeren basitlik ilkesinde, insan diğer unsurlarla eşit olduğu takdirde düzenli ve basit tasarlanan şekilleri algılama eğilimindedir (Graham, 2008). Örneğin Şekil 2.45’ deki görsele bakıldığında tek tek hiçbir anlamı olmayan çember şeklindeki bileşenler görülmektedir. Ancak insan zihni aslında karmaşık olan bu görsele “logo” kelimesinin yazılı olduğunu algılamaktadır.



Şekil 2.45: Basitlik İlkesi

Kaynak: <https://www.canva.com/learn/gestalt-theory/>, (Erişim tarihi: 2020)

Basitlik özellikle tasarımlar açısından dikkate alınması gereken bir ilkedir. Yaratıcılıkla birlikte kullanıldığında basitliğin tasarımlarda çok etkili olduğu görülür. Çarpıcı yorumların ve efektlerin katıldığı yaratıcı sunumların hedef kitle tarafından kolaylıkla algılanabilmesi açısından şekil ve nesnelerin karmaşık olmayan, düzenli ve basit biçimde kullanılması önemlidir (Url-11).

Şekil 2.46’da “Hang Out Müzik Festivali”ne ait tasarlanmış yaratıcı bir afiş yer almaktadır. Tasarımda festival ile ilgili yazıların basitçe algılanabilecek bir gitar şeklinde sunulduğu görülmektedir.

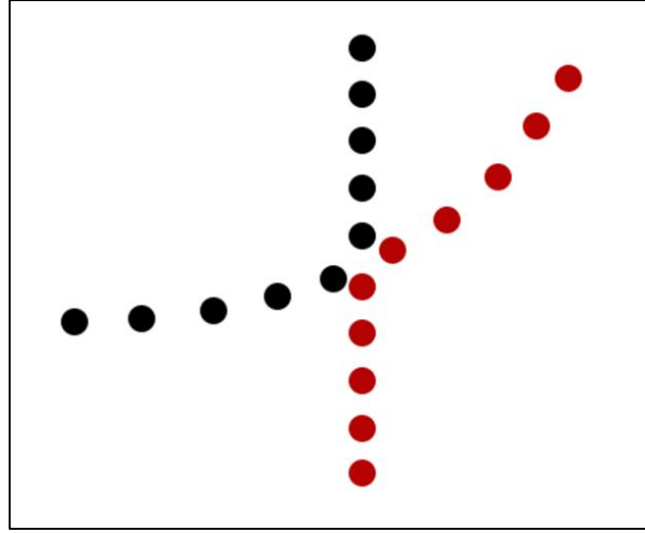


Şekil 2.46: Basitlik İlkesi, Festival Afişi Tasarımı

Kaynak: <https://www.canva.com/learn/gestalt-theory/>, (Erişim tarihi: 2020)

2.5.4.6 Devamlılık ilkesi

İnsanlar aynı yönde ilerleyen çizgileri, noktaları vb. birimleri birlikte gruplayarak algılama eğilimindedirler. Birbirinden kopuk biçimde olsalar bile aynı doğru üzerinde giden objeler sürekli ve tek bir doğru olarak algılanırlar. Aynı şekilde bu nesneler kırılmış ve açık biçimde olsalar bile, aynı yönde ilerlemeleri bu nesnelerin tamamlanmış ve kapalı bir nesne olarak algılanmasını sağlar (Varış, 1994). İnsan gözü devamlılığı ani değişikliklere nazaran önce ve daha iyi algılar. Gestalt algı teorisinde devamlılık ilkesi, devamlılığa veya birbirini takip etmeye yatkınlığı ifade eder. Dolayısıyla devamlılık ilkesine göre, bağımsız ve birbirinden ayrı birimler belli bir doğrultuda uzanıyorsa bir bütün şeklinde algılanırlar. Bu noktada renk, şekil gibi uyaranlara kıyasla devamlılığın daha güçlü olduğunu söylemek mümkündür. Bu duruma örnek olarak devamlılık ilkesini yansıtan örnek bir görsel Şekil 2.47’de gösterilmiştir.



Şekil 2.47: Devamlılık İlkesi

Kaynak: (Bradley, 2010)

Şekil 2.47’de yer alan kırmızı ve siyah noktaların oluşturduğu iki farklı dizide, şekillerin devamlılığından dolayı dikey bir çizginin içerisinden geçen yatay yönlü bir eğri algılanmaktadır. Söz konusu diziler renk açısından gruplandırıldığında birbirine temas edip eğrilen siyah ve kırmızı iki eğri algılanabilir. Ancak görsele ilk bakıldığında devamlılığın gücü, renkleri ikinci plana itmekte ve birbirinin devamı olan bir dikey çizgi ve bir eğri olarak algılanmasını sağlamaktadır.

Düzenli ve düz bir şekilde birbirini takip eden oluşumlar devamlılık algısını ortaya çıkarırlar. Bu durumda aynı yönde olan ve devamlılık arz eden noktaları düz bir çizgi olarak veya bir bütün olarak algılama eğilimi vardır (Alpan, 2008). Örneğin hiç ayak basılmamış karlı bir zeminde aynı yönde ilerleyen adımların oluşturdukları devamlılık bu adımların çizgisel bir yol olarak algılanmasını sağlar. Aynı yöndeki çizgilerin tek bir figür olarak algılanmasına Şekil 2.48’de yer alan yılbaşı kartı örnek gösterilebilir. Şekilde açılan kalemde uzayan yeşil şeritli çizgilerin devamlılığı bir yılbaşı ağacı olarak algılanmasını sağlamış ve devamlılık ilkesi kullanılarak ortaya yaratıcı bir görsel çıkarılmıştır.

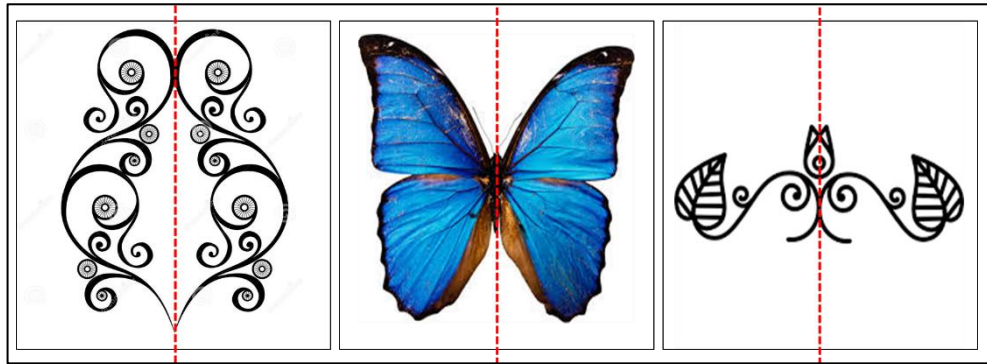


Şekil 2.48: Devamlılık İlkesi, Yılbaşı Kartı

Kaynak: <https://www.canva.com/learn/gestalt-theory/>, (Erişim tarihi: 2020)

2.5.4.7 Simetri ilkesi

Simetri kavramı TDK sözlüğünde; “*bakışım*” ve “*Karşılıklı iki kısmın uygunluk gösterişi, vücudun veya bir organın karşılıklı iki kısmı arasında biçim ve hacimce benzerlik oluşu*” şeklinde tanımlanmaktadır (Url-12). Buna göre örnek simetrik görseller Şekil 2.49’da gösterilmiştir.

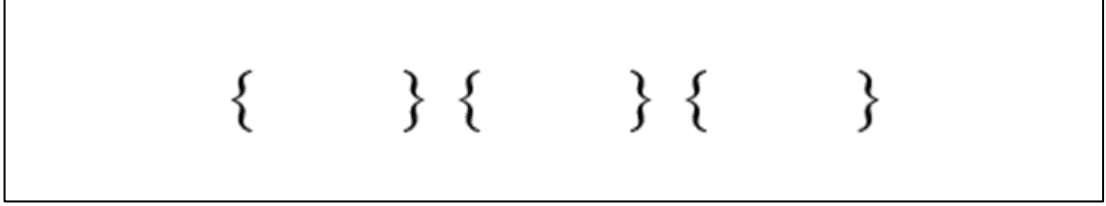


Şekil 2.49: Simetrik Görseller

Kaynak: https://www.freepik.com/free-icon/symmetric-ornament_743016.htm/, (Erişim tarihi: 2020)

Simetri kavramı Gestalt algı teorisi açısından ele alındığında; insan gözünün simetrik olan şekilleri simetrik olmayanlara göre daha çabuk ve kolay algılama eğiliminde olduğu belirtilmektedir. Simetri ilkesi olarak tanımlanan bu eğilimde, görsel ağırlığın bir eksenin iki tarafına eşit olarak dağılmaması halinde görselin eksik algılanacağı ifade edilmektedir (Chang, Dooley ve Tuovinen, 2002). Simetri ilkesinde algılama sürecinin simetrik, düzenli ve düzgün olan iyi bir şekle doğru olduğu öne sürülmektedir (Varış, 1994). Öyle ki görsel algılamada nesneleri simetrik olarak

algılama eğiliminin bazen diğer Gestalt ilkelerinin önüne geçtiği görülmektedir. Bu duruma Şekil 2.50’deki görsel örnek gösterilebilir.

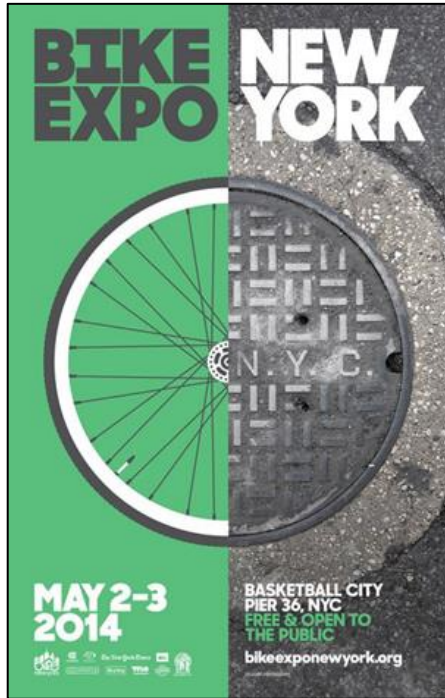


Şekil 2.50: Simetri İlkesi Örneği

Kaynak: Bradley, 2010; <https://vanseodesign.com/web-design/gestalt-principles-of-perception/>, (Erişim tarihi: 2020)

Şekil 2.50’deki görsele bakıldığında yüksek olasılıkla üç grup halinde “aç-kapa parantezi” olarak algılanacaktır. Görsele ters parantezlerin birbirine yakın olmalarına rağmen, öncelikle birbirine simetri olan aç-kapa parantezler algılanmaktadır. Buna göre Gestalt algı teorisinde simetri ilkesinin yakınlık ilkesinden daha güçlü olduğu anlaşılmaktadır.

Simetrik öğeler aynı grubun parçası olarak algılanırlar. Simetrik nesneler arasındaki ilişki bu nesnelerin tek bir figür olarak algılanmasını sağlar. Nesnelerin simetriye sahip olmaları birlik içerisindeki dengeli çeşitlilik, görünümde tutarlılık, koordinasyon, estetik ve düzen olgularını yansıtmaktadır (Url-13).



Şekil 2.51: Simetri İlkesi, Poster Tasarımı

Kaynak: <https://www.canva.com/learn/gestalt-theory/>, (Erişim tarihi: 2020)

Tasarımlarda simetri ilkesinin kullanılmasına örnek olarak Şekil 2.51'deki poster örnek gösterilebilir. New York'ta gerçekleştirilecek Bike Expo için hazırlanmış bu posterde, tasarım konseptinin odak noktası olarak birleşik bir daire hedeflendiği görülüyor. Posterde oluşturulan dairenin yarısı bisiklet tekerleğiyle diğer yarısı ise rögar kapağıyla resmedilmiştir. Bu iki figürün renk ve doku olarak farklı olmalarına rağmen simetrik bir biçimde konumlandırılmaları, izleyicinin figürü bir bütün olarak algılamalarını sağlamaktadır.



Şekil 2.52: Simetri İlkesi, Logo Tasarımları

Kaynak: <https://tr.odwebdesign.net/symmetry-vs-asymmetry/>, (Erişim tarihi: 2020)

Tasarımda simetrinin kullanımı genellikle doğru oranlanmış, düzenli, dengeli gibi kavramlarla ilişkili olduğundan bir katılığı, sınırlılığı, disiplini, kuralcılığı ve monotonluğu yansıtır. Bunun aksine asimetrik tasarımların ise daha cesur, sorgulayıcı ve keyfi oldukları görülür (Becer, 2006). Simetri ilkesinin ilişkilendirildiği kuralcı, titiz, tutarlı, istikrarlı, kaliteli, düzgün vb. olumlu algılar dikkate alınarak logo tasarımlarında da sıklıkla tercih edildiği söylenebilir. Nitekim Şekil 2.52'e gösterildiği üzere, dünya çapında başarıya sahip Motorola, McDonald's, Volkswagen vb. büyük marka logolarında simetri ilkesi öne çıkmaktadır.

3. ARAŞTIRMA VE UYGULAMA

3.1 The New Yorker Dergisinin İncelenmesi ve Tarihçesi

New York merkezli Conde Nast şirketine ait The New Yorker dergisi 1925 yılında gazeteci Harold Ross tarafından kurulmuş olup ilk sayısını 21 Şubat 1925'te yayınlamıştır. Yılda 47 kez yayınlanan The new Yorker dergisi, mizah, kurgu, şiir ve çizgi filmlerin yanı sıra siyaset, dış ilişkiler, iş dünyası, teknoloji, popüler kültür ve sanatla ilgili rapor ve yorumların bir karışımını sunan ulusal bir haftalık dergidir. (Url-14). The New Yorker dergisinin yanı sıra Vogue, GQ, Glamour, Vanity Fair, Wired, Architectural Digest dergilerinin de sahibi olan Conde Nast şirketi sahip olduğu geniş okuyucu kitlesiyle toplumsal algıyı yönlendirme ve yansıtmada büyük bir öneme sahiptir ve birçok kez Ulusal dergi ödülü almıştır.

The New Yorker dergisinin editörlüğünü 1951 yılına kadar zamanın benzer bir komedi anlayışındansa sofistike bir mizah anlayışı içerisinde derginin kozmopolit bir yapıya hitap etmesini hedefleyen Harold Ross daha sonra sırasıyla (1951-87) William Shawn, (1987-92) Robert Gottlieb ve (1992-98) Tina Brown yapmıştır. 1998 den günümüze kadar ise David Remnick derginin editörlüğünü üstlenmektedir.

Teknolojik değişimlerle yayın sürecini geliştiren The New Yorker, 2001 yılında web sitesi yayınına da geçerek okuyucularına internet üzerinden hizmet vermeye başlamış olup, 2013 Senesinde mobil aplikasyon uygulamasını yayın yelpazesine ekleyerek kolay ulaşılabilir haliyle daha geniş kitlelere ulaşmayı hedeflemiştir (Url-15). Bu sayede de Sadece New York ve Amerika sınırları içerisinde değil uluslararası düzeyde de popülerliği ile ön plana çıkmıştır.

Web Sitesinde Haberler, kitaplar ve kültür, Kurgu ve Şiir, Mizah ve Çizgi filmler, bulmaca, video, podcast, arşiv, güncel olaylar başlıkları ile karşılaştığımız dergi, okuyucu kitlesi olarak eğitilmiş, kozmopolit bir kesime hitap etmektedir.

3.2 Gestalt Prensipleri Kapsamında The New Yorker Dergisi Araştırma Analizi

Bu bölümde, araştırmanın örnekleme giren 10 adet farklı The New Yorker kapağı örneklem olarak gösterilmiş 2019-2020-2021 yıllarından bir örnek seçilerek Gestalt prensipleri doğrultusunda analizi yapılmıştır.

Dergi kapağı üzerinde yer alan tasarımın, derginin satışını hedeflediği kitle üzerinde hem satış kapsamında etki göstermesi hem de derginin içeriğine merak uyandıracak özelliklere sahip olması beklenmektedir. Gestalt prensipleri doğrultusunda hazırlanan tasarımlar bu beklentiye daha hızlı cevap verdiği için The New Yorker gibi köklü ve geniş yelpazesi olan bir derginin kapak tasarımlarında gestalt ilkelerinin kullanılıp kullanılmadığı ele alınıp incelenmektedir.

3.3 The New Yorker Dergisi Kapak Tasarımcıları

The New Yorker dergisi tasarımcılara, ilk sayısında yayınlamış karikatürist tarzda yapılmış kapak çalışmasından günümüzde yapılan flat vektör tarza, illüstrasyonlarını yayımlayabildiği prestij sağlayan ve geniş kitlelere ulaşan bir alan yaratmıştır.

Dergi bünyesinde çıkarılan gerek politik açıdan gerekse sosyal açıdan tartışmalara yol açan ve dikkatleri üzerine toplayan çok sayıda kapak tasarımlarına imza atmıştır. Aşağıdaki listede en çok tartışılan 6 kapak tasarımı ve tasarımcılarından bahsedilmiştir.

-Dünya Görünümü

-9/11

-New Yorkistan

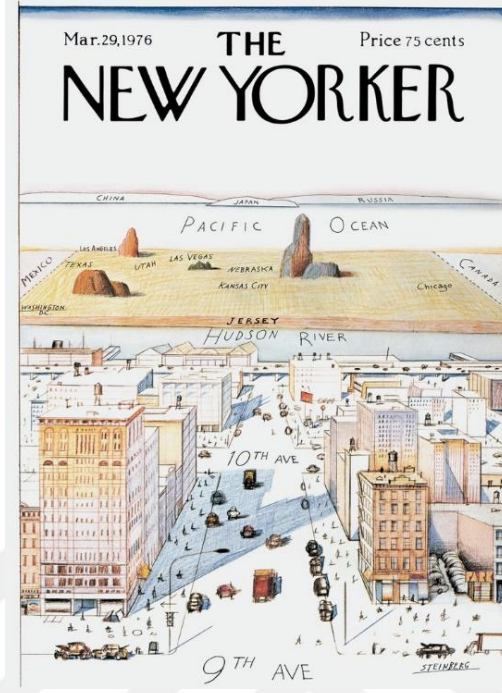
-Crown Heights

-Obama

-Bert ve Ernie

Dünya Görünümü: The New Yorker dergisi için çok sayıda illüstrasyon çalışması yapan Saul Steinberg 29 Mart 1976 tarihli dergi için hazırladığı illüstrasyon çalışmasında New Yorkluların bakış açısından dünya görünümünü ele almıştır. Steinberg bu çalışmasında çalışmanın alt yarısında New York ve kalan yarısında diğer eyaletler ve ülkelere yer vermiştir. Bu eleştirel bakış tarzı başka dergi kapaklarında ve sinema afişlerinde de etkisini göstermiştir. Columbia Pictures'ın 1984 yapımı Hudson'daki Moskova film afişi, Barry Blitt tarafından 21 Mart 2008

tarihinde Sarah Palin'in Alaska'yı nasıl gördüğü, The Economist dergisi 21 Mart 2009 tarihli kapağında buna atıfta bulunarak Pekin'in Chang'an Caddesi'nden bakış açısını tasvir etmiştir.



Şekil 3.1: Saul Steinberg'in 29 Mart 1976 tarihli The New Yorker dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/1976/03/29> (Erişim tarihi: 2021)



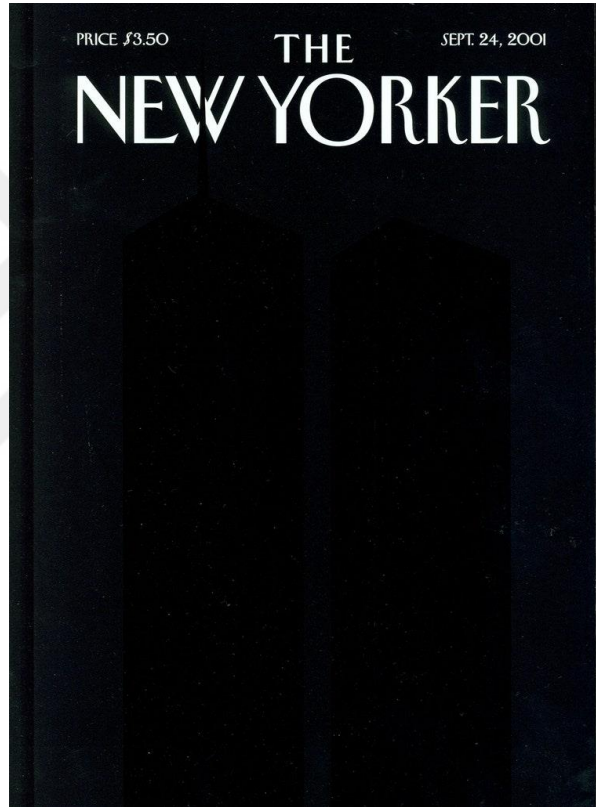
Şekil 3.2: Moskova film afişi ve The New Yorker Dergi Kapağı

Kaynak: a) https://en.wikipedia.org/wiki/Moscow_on_the_Hudson

Kaynak: b) <https://www.newyorker.com/magazine/2008/10/06> (Erişim tarihi: 2021)

9/11: Françoise Mouly ve Spiegelman tarafından The New Yorker'ın 24 Eylül 2001 sayısı için hazırladıkları 11 Eylül terörist saldırısını anlatan kapak kapak büyük beğeni toplamış ve American Society of Magazine Editors tarafından son 40 yılın ilk on dergi kapağı arasında seçilmiştir.

İlk bakışta, tamamen siyah gözükebilen kapakta yakından incelendiğinde, Dünya Ticaret Merkezi kulelerinin silüetlerini biraz daha koyu bir siyah tonuyla ortaya çıktığını görmekteyiz. Spiegelman 2004'te, İkiz Kuleler saldırısı ve psikolojik etkileriyle ilgili deneyimlerini anlattığı In the Shadow of No Towers kitabının kapağında görüntüyü yeniden düzenlemiştir.

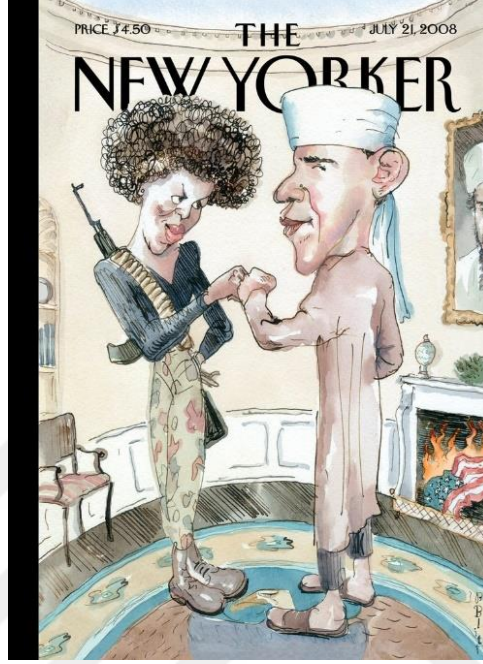


Şekil 3.3: Françoise Mouly ve Spiegelman tarafından hazırlanan The New Yorker'ın 24 Eylül 2001 sayılı dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2001/09/24> (Erişim tarihi: 2021)

New Yorkistan: Maira Kalman ve Rick Meyerowitz tarafından hazırlanan Aralık 2001 dergi kapağında çeşitli mahalle isimleri, Orta Doğu ve Orta Asya'da bulunan yer isimlerini andıracak şekilde mizahi bir anlatım ile göstermiştir. 11 Eylül saldırısının ardından çıkan bu kapak kültürel yankılar uyandırmış ve popüler bir baskı ve poster hallerine dönüşmüştür.

Obama: Barry Blitt tarafından 2008 Yılı temmuz ayında Demokratik başkan adayı Barack Obama'yı konu alan kapağında, Obama'yı sarık ve cübbe içerisinde eşi Michelle'yi ise kamuflaj pantolon ve saldırı tüfeği ile Oval Ofiste şöminenin içinde yanan Amerikan bayrağı ve duvarda asılı Usame Bin Ladin'in bir portresini çizerek tasvir etmiştir.



Şekil 3.6: The New Yorker'ın 21 Temmuz 2008 sayılı dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2008/07/21> (Erişim tarihi: 2021)

Bert ve Ernie: Dergi Susam Sokağı kuklalarından Bert ve Ernie'nin yer aldığı 8 Temmuz 2013 tarihli The New Yorker kapağı California Önerisi ve Evlilik Savunma Yasası kararlarını kapsayan yayının kapağı olarak, sanatçı Jack Hunter tarafından Bert ve Ernie'nin "Moment of Joy" adlı bir fotoğrafını seçti. Dergi kapağı eşcinsel evliliğin savunucuları ve karşıtları tarafından büyük bir reaksiyonla karşılandı. Huffington Post gibi bir site "derginin tüm zamanların en harika kapaklarından biri" olduğunu söylerken bazı kesimler tarafından eleştiri ve kınamalara sebep olmuştur (Url-16).



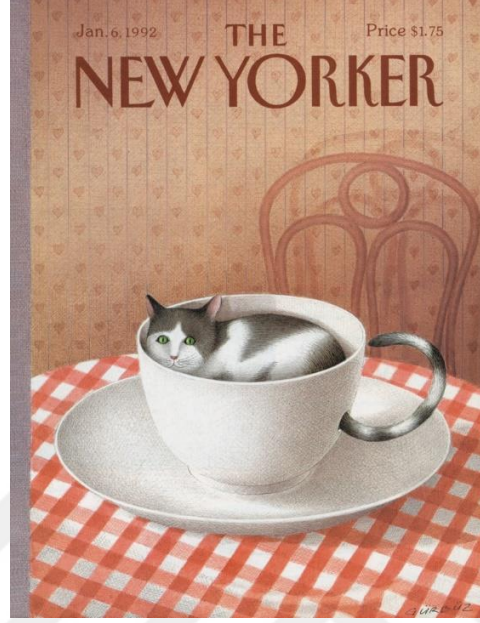
Şekil 3.7: The New Yorker'ın 8 Temmuz 2013 sayılı dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/cover-story-bert-and-ernies-moment-of-joy> (Erişim tarihi: 2021)

3.3.1 The New Yorker Dergisi Kapaklarını Tasarlayan Türk Tasarımcılar (Gürbüz Doğan Ekşioğlu)

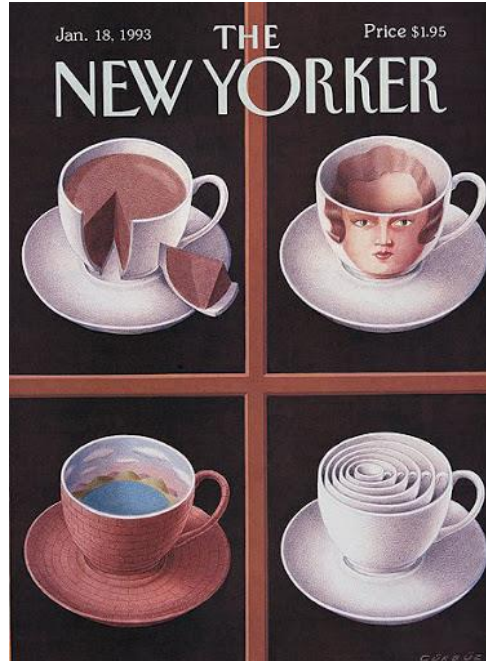
The New Yorker Dergisi İlk yayımlandığı tarihten günümüze kadar bir görsel iletişim unsuru olarak illüstrasyonu benimsemiş ve önemli ölçüde hem kapaklarında hemde iç sayfalarında illüstratif anlatımlara yer vermiştir. Uluslararası bir illüstratör ağına sahip olan dergi kapak çalışmalarında ve iç sayfalarda Türk illüstratörlerin eserlerindedir. Bu illüstratörlerin başında Gürbüz Doğan Ekşioğlunu zikredebiliriz. Dergi kapaklarında ise 1992'den 2021 yılında dahil olmak üzere Gürbüz Doğan Ekşioğlu'nun 8 tane tasarlanmış çalışması bulunmaktadır. Eserlerinde kedi figürlerini sıkça kullanan '*Benim Kedilerim.*' Adlı kişisel sergisi ve kitabı bulunan sanatçının The New Yorker dergisi kapaklarında da bu tarz anlatımları ile karşılaşırız. Uzun seneler kedi sahibi olan sanatçının eserlerinde neden kedilere bu kadar çok yer verdiğini kendisi şu sözlerle açıklamaktadır. "Her hayvanın kendine özgü, bizi hayran bırakan, şaşırtan yanları vardır. Ama kedinin insanla iletişim kurması, özgürlüğüne çok düşkün olması, her ortamda mutlu olmayı başarabilmesi ve estetik açıdan güzel bir hayvan olması gibi birçok neden, kediyi sevmek için haklı neden olabilir"(Url-17). Ayrıca New York'taki insanlarla kedilerin bağlantısını şöyle açıklamıştır. "New York'ta insanların yüzde 60'ı yalnız yaşıyor. Yalnız yaşayan insanların doğayla ilişkisi kurması gerekiyor ve evin

içinde bu sevgiyi alabilecekleri canlılar da kediler ve köpekler. Onların sevgi ve yalnızlık ihtiyacını gideriyorlar ve bu bir yaşam biçimi olduğu için kedili ve köpekli kapaklar insanların ilgisini çekiyor’’ (Url-18). Sanatçının ağırlıklı olarak kedi figürlerine yer verdiği ve diğer kapak illüstrasyonları aşağıda sıralanmıştır.



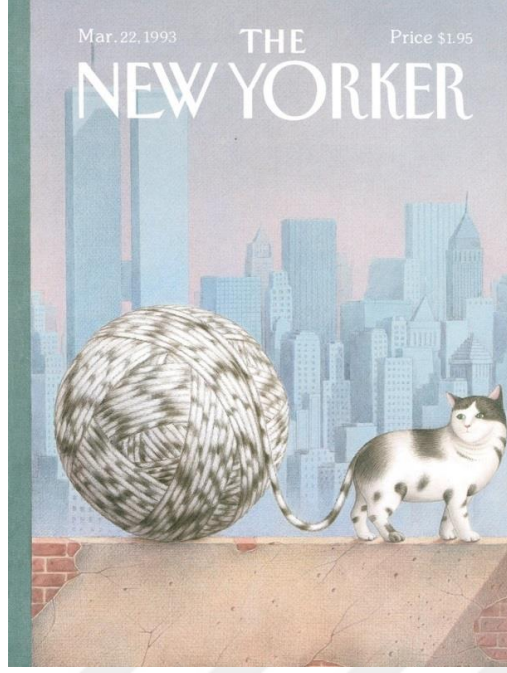
Şekil 3.8: The New Yorker'ın Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 6 Ocak 1992 tarihli dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/1992/01/06> (Erişim tarihi: 2020)



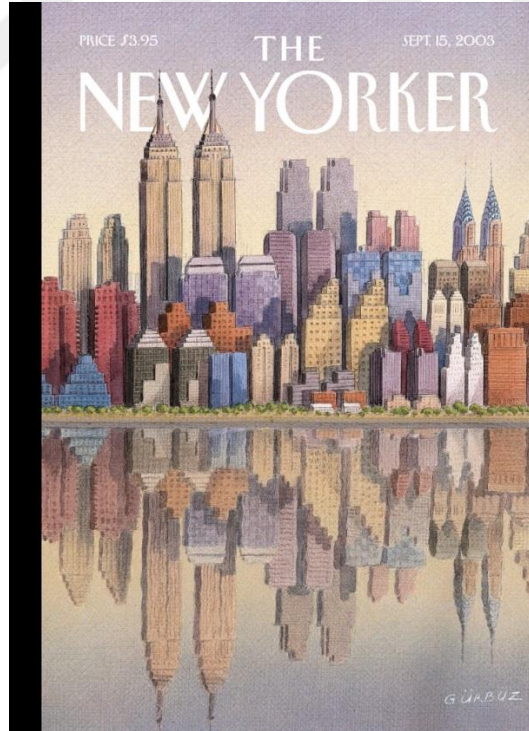
Şekil 3.9: The New Yorker'ın Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 18 Ocak 1993 tarihli dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/1993/01/18> (Erişim tarihi: 2020)



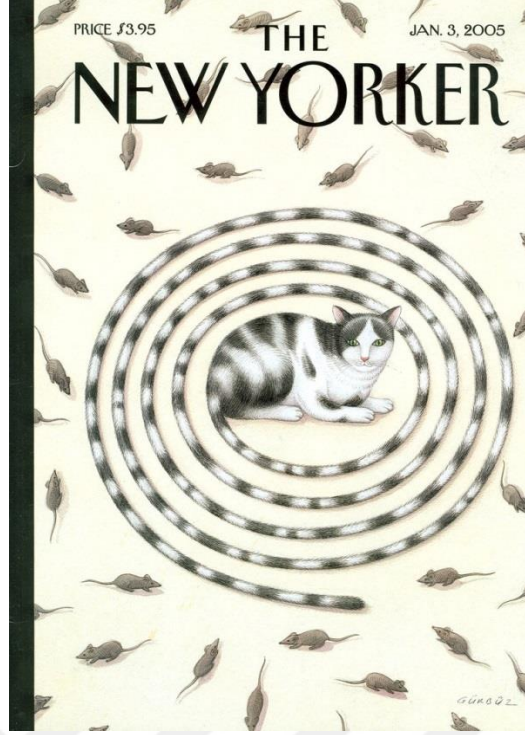
Şekil 3.10: The New Yorker'ın Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 22 Mart 1993 tarihli dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/1993/03/22> (Erişim tarihi: 2020)



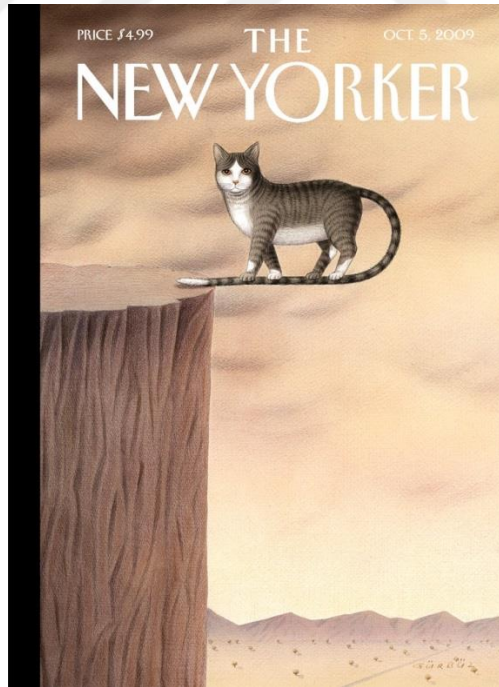
Şekil 3.11: The New Yorker'ın Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 15 Eylül 2003 tarihli dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2003/09/15> (Erişim tarihi: 2020)



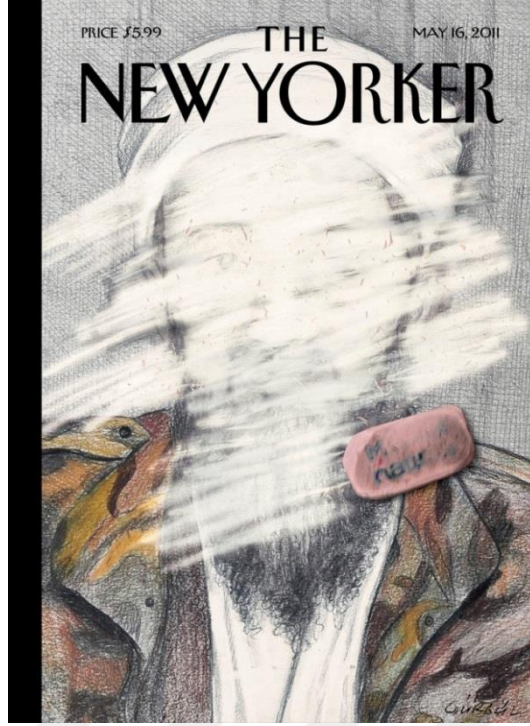
Şekil 3.12: The New Yorker'ın Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 3 Ocak 2005 tarihli dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2005/01/03> (Erişim tarihi: 2020)



Şekil 3.13: The New Yorker'ın Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 5 Ekim 2009 tarihli dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2009/10/05> (Erişim tarihi: 2020)



Şekil 3.14: The New Yorker'ın Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 16 Mayıs 2011 tarihli dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2011/05/16> (Erişim tarihi: 2020)



Şekil 3.15: The New Yorker'ın Gürbüz Doğan Ekşioğlu tarafından hazırlanan 24 Mayıs 2021 tarihli dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/culture/cover-story/cover-story-2021-05-24> (Erişim tarihi: 2021)

3.4 The New Yorker Dergisinin Kapaklarında Kullanılan Vektörel İllüstrasyonların Gestalt Prensipleri Çerçevesinde İncelenmesi

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte dijital illüstrasyonların kullanım alanlarının giderek arttığı gözlemlenmektedir. Dijital illüstrasyon uygulamalarından olan vektörel illüstrasyonlar kullanım avantajları açısından öne çıkarken aynı zamanda yalın haliyle de algı sürecinin etkinliğini arttırmaktadır. Bu yönleri ile vektörel illüstrasyonlar her ne kadar tasarım dünyasında yaygın olarak kullanılmakta ise de tasarımın temelinde yatan amaca ulaşılabilmesi açısından Gestalt prensipleri ile birlikte ele alınması gerekmektedir. Bu nedenle günümüzde görsel iletişim aracı olarak öne çıkan popüler yayınlardan “The New Yorker” dergisinin kapak tasarımları incelemeye değer bulunmuştur.

Çalışmada günümüz tasarım literatüründe yaygın olarak referans gösterilen flat vektör tarzda tez çalışmasının yapıldığı 2019-2020 ve 2021 haziran ayına kadar geçen süre içerisindeki iki boyutlu, keskin kenar hatlarına sahip, gradient geçişleri ve doku özelliği taşımayan illüstrasyon tekniklerinin uygulama alanı bulduğu kapak türlerinden örnek verilerek bahsi geçen yıllardan bir örnek seçilerek gestalt prensiplerinin yansıması incelenmiştir. Bahsi geçen illüstrasyon örneklerini içeren kapaklar aşağıda sıralanmıştır.



Şekil 3.16: Olimpia Zagnoli tarafından hazırlanan dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/culture/cover-story/cover-story-2019-08-5>, (Erişim tarihi: 2021)



Şekil 3.17: Cristhoph Niemann tarafından hazırlanan dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2019/07/22> , (Erişim tarihi: 2021)



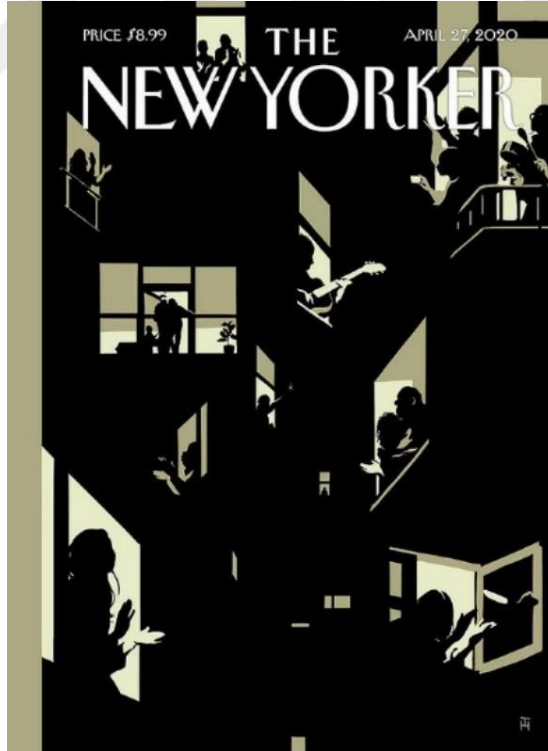
Şekil 3.18: Malika Favre tarafından hazırlanan dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2019/03/18>, (Erişim tarihi: 2021)



Şekil 3.19: Malika Favre tarafından hazırlanan dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2019/09/09>, (Erişim tarihi: 2021)



Şekil 3.20: Tomer Hanuka tarafından hazırlanan dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2020/04/27>, (Erişim tarihi: 2021)



Şekil 3.21: Cristhoph Niemann tarafından hazırlanan dergi kapağı
Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2020/02/03>, (Erişim tarihi: 2021)

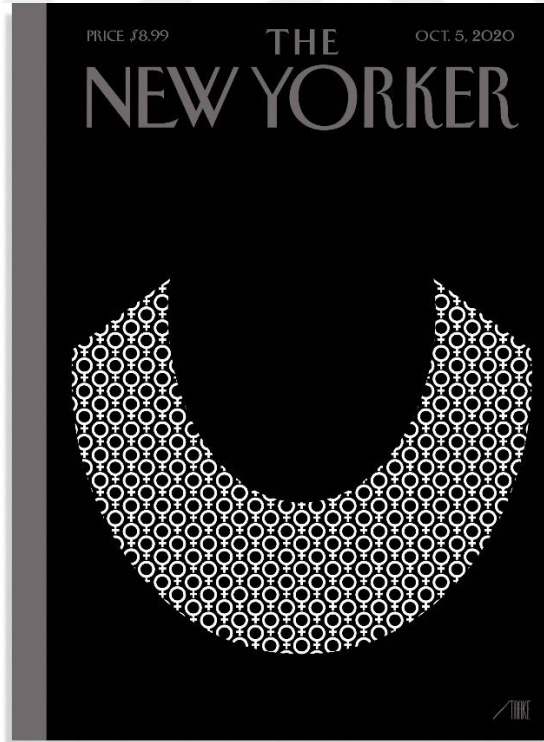


Şekil 3.22: Malika Favre tarafından hazırlanan dergi kapağı
Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2020/02/10>, (Erişim tarihi: 2021)



Şekil 3.23: Malika Favre tarafından hazırlanan dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2020/02/10>, (Erişim tarihi: 2021)



Şekil 3.24: Bob Staake tarafından hazırlanan dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2020/10/05>, (Erişim tarihi: 2021)



Şekil 3.25: Nina Chanel Abney tarafından hazırlanan dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/magazine/2021/05/31>, (Erişim tarihi: 2021)

3.4.1 2019 Yılında Olimpia Zagnoli Tarafından Tasarlanan The New Yorker Dergi Kapağının Gestalt Prensipleri Çerçevesinde İncelenmesi

Olimpia Zagnoli tarafından tasarlanan 2019 yılı Ağustos The New Yorker dergisi “A Taste of Summer” teması kapsamında hazırlanmış ve minimalist bir anlatım ile yazın bir portresini ve insanların yaz aylarında serinleme biçimi olarak kullandığı bir yöntemi anlatım biçimi olarak ele almış ve sanatçının genellikle tasarımlarında tercihi olan canlı renkleri kullandığı dergi kapak tasarım illüstrasyon çalışmasının Gestalt görsel algı kuramlarına dayalı olarak temel göstergelere sahip oldukları söylenebilir. Minimalist bir yaklaşıma sahip olmasına karşın Gestalt ilkeleri açısından önemli ipuçları oluşturacak niteliğe sahip olması sebebi ile önem taşımaktadır.

Çizelge 3.1: 2019 Yılı, The New Yorker Dergisi Kapağının Gestalt İlkeleri Açısından Analizi

Dergi Kapağının Tasarımcısı	Olimpia Zagnoli
Dergi Kapağının Teması	Taste of Summer
Gestalt Kapsamında İncelenen İlkeler	Şekil-Zemin İlişkisi, Simetri İlişkisi, Devamlılık İlişkisi



Şekil 3.26: Olimpia Zagnoli tarafından tasarlanmış The New Yorker dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/culture/cover-story/cover-story-2019-08-5>, (Erişim tarihi: 2021)

Şekil-Zemin İlişkisi:

Algılama sürecinde insan şekil-zemin arasında bir ayrım yapar ve şekli üzerinde yoğunlaştığı dikkatini çeken şey, zemini ise şeklin gerisinde kalan, algı alanına girmeyen şeklin gerisinde kalan şekil kadar dikkat çekici ve çarpıcı özelliklere sahip olmayan şey olarak arka planı algılar.

“Şekil-zemin ilişkisinde üç esas vardır:

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

2. *Şekil ve zemin anlatımları arasındaki güç farkı ve diğer belirtiler nedeniyle şekil anlatımı ya zemine bitişik ya da zeminden önde görülür.*
3. *Uzaysal ya da üç boyutlu olarak etki yapabilen zeminler güçlü şekil anlatımlarının arkasında yine iki boyutlu etki yaparlar’’ (Erdal, 2006).*

Yukarıdaki üç esas ve dergi kapağı kapsamında şekil etkisi oluşturan figürümüzün düz ve parlak renkte kullanılan zeminden kendisini ön plana çıkarttığını, dikkatimizi arkadaki sadelikten dolayı hemen ön plandaki şeklimize yoğunlaştırdığımız gözlemlenmektedir. Bu söylemler doğrultusunda şekil-zemin ilişkisi açısından illüstratif biçimde ele alınan dergi kapağının hedef kitleye algısal açıdan ulaşmayı başardığı düşünülebilir.

Simetri İlişkisi:

Doğanın bir parçası olan insanın sürekli bir biçimde ‘‘denge ‘’ arayışı içerisinde olması tasarımda dengeyi olmazsa olmaz bir unsur haline getirmekte ve tasarım ilkeleri içerisinde de ön plana çıkartmaktadır. İnsanoğlunun eşitlik arayışı tasarımda denge unsuru ile karşımıza çıkabilmektedir. Tasarımda denge karşımıza simetrik ve asimetrik olarak karşımıza çıkabilir. Simetrik denge genellikle yatay, dikey ve eğik ekseninde karşımıza çıkan biçim, doku, renk ve değer gibi öğelerin benzer konumda yerleştirilmesi ile karşımıza çıkarken asimetrik denge biçim, doku, renk ve değer gibi öğelerin serbest bir biçimde yerleştirilmesi ile karşımıza çıkan denge unsuru olarak temellendirilmiştir. İster simetrik ister asimetrik olsun bir tasarım eğer dengeli olursa izleyici açısından olumlu bir algı oluşturmaktadır. Tasarımda denge eşitliğin psikolojik yansıması olarak algılanabilir.

Tasarımda denge unsurunu izleyiciye net bir biçimde aktarmak için özellikle yakın plan çerçevesinde oluşturulan tasarımlarda simetrik oluşumların yanı sıra simetrik objelerin kullanıldığı da gözlemlenmektedir. Ele aldığımız dergi kapağında sanatçının simetrik oluşumlar çerçevesinde oluşturmuş olduğu saç çizimi, dudak, omuz gibi, illüstrasyonların yanı sıra kendisinden simetrik bir dengeye sahip gözlük gibi bir nesnenin kullanılması ise denge unsurunu daha da ön plana çıkartmaktadır.

Yukarıdaki bahsedilen hususlar göz önünde bulundurulduğunda ele aldığımız bu dergi kapağının simetri ilkesine uygunluk bakımından dikkate değer bir ölçüde ele alınabileceğini söylemek uygun görülmüştür.

Devamlılık İlişkisi:

Algılama eğiliminde aynı yönde giden noktalar, çizgiler, vb. birimler birlikte gruplanarak daha kolay algılanabilir seviyeye gelmektedir. Birbirinden kopuk bir şekilde bir doğru üzerinde uzanan objeler sürekli bir doğru gibi, açık ve kırılmış figürler tamamlanmış ve kapalı bir figür gibi görülür ve algılanır (Varış, 1994).

Tasarımda bir ya da birden çok öğenin aynen ya da yakın değer olarak birden fazla kullanılması tekrarı meydana getirir. Devamlılık ilişkisi kapsamında bahsi geçen tasarım ilkelerinin başında Tekrar ilkesi gelmektedir ve Tam tekrar, Tekrar, Aralıklı tekrar olmak üzere üç çeşite ayrılabilir. Tam tekrar biçim ya da cisimlerin ölçü, renk, değer, biçim ve dokularının tam anlamı ile aynı olması ve bunların eşit aralıklarla aynı yönde kullanılmasıdır. Tekrar biçim ya da cisimlerin ölçü, renk, değer, biçim ve dokularının tam anlamı ile aynı olması fakat aralık ya da yönlerinin farklı kullanılmasıdır. Aralıklı tekrar ise birden fazla motif, biçim ya da cisimin belirli aralıklarla birbiri ardınca kullanılması ile oluşmaktadır (Url-19). İncelemeye değer bulunan dergi kapağı tasarımında sanatçının renk ve biçim bakımından ön plana çıkardığı dondurma toplarının, tekrar ilkesi ile sağlanmış devamlılık ilişkisi açısından ele alabileceğimiz şekiller olduğunu gözlemleyebiliriz. Renklerin farklı kullanımı kapsamında tam tekrara düşmeyip, renklerin farklı kullanımı ile tekrar unsuru içerisinde yer alan şekiller, devamlılığı sağlayarak daha akılda kalıcı olmayı başarma açısından algı kapsamında ele alındığında daha etkili bir kullanım tarzı oluşturduğunu söyleyebiliriz.

3.4.2 2020 Yılında Christoph Niemann Tarafından Tasarlanan The New Yorker Dergisi Kapağının Gestalt Prensipleri Çerçevesinde İncelenmesi

2020 yılı Şubat ayında Christoph Niemann tarafından “Whiteout” teması kapsamında tasarlanmıştır.

Çizelge 3.2: 2020 Yılı, The New Yorker Dergisi Kapağının Gestalt İlkeleri Açısından Analizi

Dergi Kapağının Tasarımcısı	Christoph Niemann
Dergi Kapağının Teması	Whiteout
Gestalt Kapsamında İncelenen İlkeler	Şekil-Zemin İlişkisi, Benzerlik İlişkisi



Şekil 3.27: Christoph Niemann tarafından tasarlanmış The New Yorker dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/culture/cover-story/cover-story-2020-02-03> (Erişim tarihi: 2021)

Şekil-Zemin İlişkisi:

Gestalt algı kuramında şekil-zemin ilişkisi bakımından en öne çıkan örneklerden biri Edgar John Rubin'in keşfettiği Rubin Vazosudur. Sıkça karşılaştığımız söz konusu örnekte kişinin odaklandığı alana göre şekil ve zemin yer değiştirebilmektedir. Bazen birbirine bakan silüetler şekil olarak algılanırken bazen de yine aynı silüetler zemin olarak algılanıp vazo şekli olarak ön plana çıkmaktadır. Değişkenlik oranının yüksek

olduğu tasarımlar görsel iletişim tasarımında hedef kitleye mesajın doğrudan ve net bir şekilde ulaşması açısından uygun olmayabilir. Günümüzde hedef kitlenin çok sayıda görsel mesaj yağmuruna maruz kalması nedeni ile kısa süre içerisinde net ve anlaşılır bir tasarımın daha uygun olduğu düşünülmektedir. Şekil-zemin ilişkisinde bu netliği sağlayan unsurlardan birinin ise şekil-zemin arasındaki renk kullanımı olduğu ele alındığında Cristoph Niemann’ın beyaz zemin rengi seçerek üzerinde oluşturduğu şekillerin renk tercihi ile şekil ve zemin arasında net bir ayrım oluşturduğu ve bu sayede mesajın daha net bir şekilde aktardığı bir örnek oluşturmuştur.

Benzerlik İlişkisi:

Benzerlik ilişkisinin tasarımda oluşturulması verilmek istenen etkiyi güçlendirmek için kullanılan etkili bir yöntemdir. Anlatımın etkisini güçlendirmek için doku, renk, şekil vb. özellikleri kullanmak, ulaşılmak istenen amaca uygun bir yöntem oluşturacaktır. Christoph Niemann tarafından tasarlanmış 3 Şubat 2020 The New Yorker dergi kapağında sanatçının figür ve zemin haricinde tasarımına dahil ettiği unsurları aynı renk kullanımı ile bir bütün olarak ele alınmasını sağlamakta ve figürü odak noktası olarak algılamamıza neden olmaktadır.

3.4.3 2021 Yılında Nina Chanel Abney Tarafından Tasarlanan The New Yorker Dergisi Kapağının Gestalt Prensipleri Çerçevesinde İncelenmesi

2021 yılı Mayıs ayında Nina Chanel Abney tarafından “Happy Hours” teması kapsamında tasarlanmıştır.

Çizelge 3.3: 2021 Yılı, The New Yorker Dergisi Kapağının Gestalt İlkeleri Açısından Analizi

Dergi Kapağının Tasarımcısı	Nina Chanel Abney
Dergi Kapağının Teması	Happy Hours
Gestalt Kapsamında İncelenen İlkeler	Şekil-Zemin İlişkisi, Benzerlik İlişkisi



Şekil 3.28: Nina Chanel Abney tarafından hazırlanan dergi kapağı

Kaynak <https://www.newyorker.com/magazine/2021/05/31>, (Erişim tarihi: 2021)

Tamamlama İlişkisi:

Organizma, algısal bütünlüğe ulaşmak için önceki deneyimleri doğrultusunda tamamlanmamış şekillerin eksik olan parçalarını tamamlama eğilimindedir. Aynı zamanda yaşamımıza ilişkin olaylarda da tamamlanmamış olayları daha net bir biçimde hatırladığı gözlemlenmiştir. Tasarımların yanı sıra insan hayatında da yarım kalan yaşanmışlıkların tamamlanma eğiliminde olduğu gözlenerek bu duruma

“zeigarnik etkisi” adı verilmektedir. Yayıncılıkta, yayının en heyecanlı yerinde sonlandırılması, ara verilmesi veya reklama gidilmesi ile ulaşılmak istenilen durum hedef kitlenin bu zaafını kullanarak akılda kalıcılığı pekiştirmektir (Elden & Özdem, 2015).

Gestalt algı teorisinin temelinde yer alan ilkelerden biri olan Tamamlama İlkesinde insanların eksik ya da yarım kalmış nesneleri tamamlama eğiliminde olduğu, görsel dünyalarında bulunan uyarımlardaki boşlukları doldurup örgütleme, yani kopuk parçaları görmezden gelip nesneyi bir bütün olarak algılama eğiliminde olduğu gözlemlenmiştir. Gestalt yasalarında tamamlama ilkesi olarak kabul edilen bu eğilime ilişkin örneği yazım alanında da gözlemleyebiliriz. Karşılaşabileceğimiz yazım hatalarını da göz beyin koordinasyonunun bir sonucu olarak tamamlama eğiliminde olduğumuz için kelime içerisinde eksik olan harfi doğru yazıldığı şekliyle okuyabilmekteyiz. Araştırma sonuçlarına göre aklın bir şekli tamamlamasının nedeni şekli duyu aracılığıyla tamamlanmış şekilde algılaması değil, uyarımların etrafındaki düzeni arttırmak için olduğu tespit edilmiştir.

Nina Chanel Abney tarafından hazırlanan dergi kapağında tamamlama ilkesine ilişkin bir öge bulunmamaktadır.

Şekil-Zemin İlişkisi:

Kurt Lewin tarafından ortaya atılan şekil-zemin ilişkisi Gestalt algı teorisinin temelinde yer alan ilkelerden biridir. İnsanların görsel algılamadaki başlıca örgütleyici eğiliminin, şekil ve zemini birbirinden ayırması olduğu görülmektedir. Şekil -Zemin ilişkisinde dikkatimizi çeken unsur şekil, geri planda kalan alanı zemin olarak algılarız. Şekli ön plana rahatlıkla çıkartan unsurlardan birisi ise zemindeki renk kullanımıdır. Açık renk zemin üzerindeki koyu renk renklerin parlamasına izin verir ve böylelikle odak noktası olan şeklin algılanmasında kolaylık sağlar.

Özellikle koyu renklerin şekil olarak kullanılmak istendiği tasarımlarda zeminin açık renk kullanımı şekli ön plana almamızı sağlar. Nina Chanel Abney’in tasarladığı The New Yorker dergisinde de gözlemlediğimiz açık renk zemin kullanımı figürü ön plana çıkartarak ve kolay algılanabilir formuyla istenen görsel etkinin hedef kitle üzerinde sağlanabilmesi başarılmıştır.

Benzerlik İlişkisi:

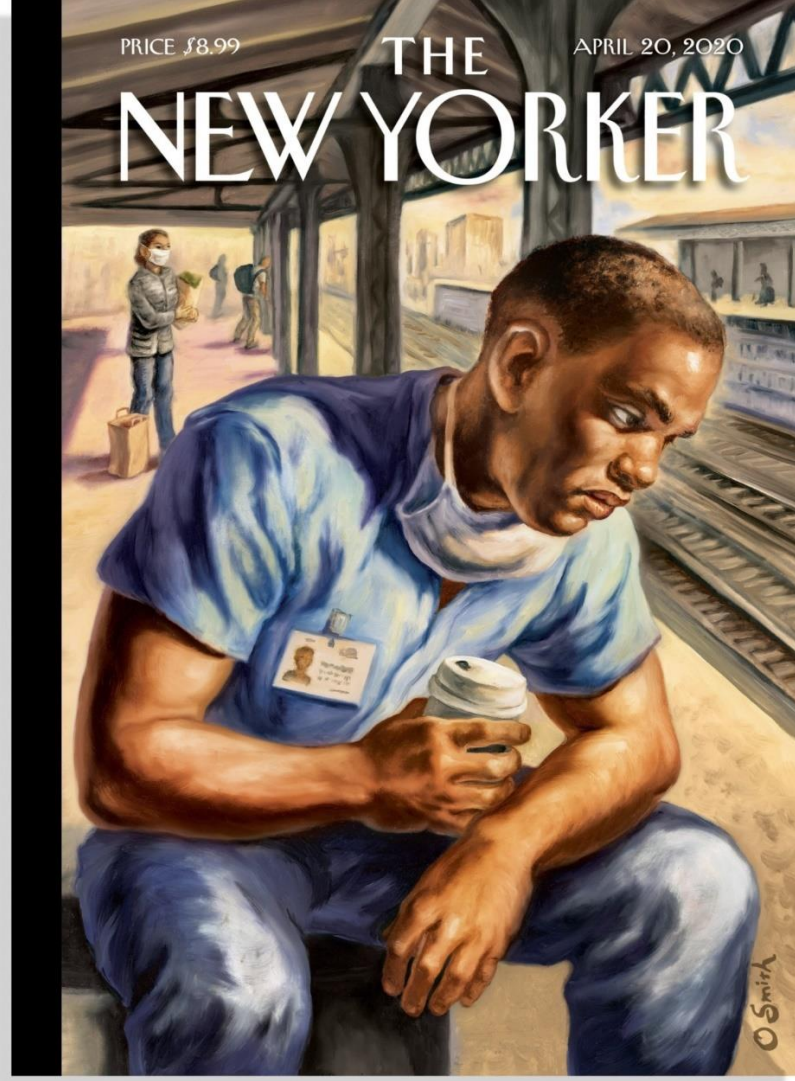
Algı, kendisini oluşturan duyuşal girdilerin toplamından daha fazla bir anlam ifade eder. Gestalt psikoloji bağlamında insan algısını etkileyen bazı faktörlerden birisi de benzerlik ilkesidir. Benzerlik ilkesi nesneler arasındaki benzerlik derecesinin algılama üzerindeki etkisini ortaya koyan Gestalt yasasıdır (Elden & Özdem, 2015).

Birbirine benzer birimler bir algısal bütünlük kazanırlar. Detayda farklılıklar olsa bile temelde benzer olan birimler bir grup oluşturlar. Grup öğelerin algılanış biçimi tekil öğelere nazaran daha kuvvetli bir izlenim oluşturmaktadır.

Nina Chanel Abney tarafından hazırlanan dergi kapağı tasarımında pembe zemin üzerine kullandığı siyah renkteki öğeler renk benzerliği olarak benzerlik ilişkisi kapsamında bir grup oluşturmakta ve farklı renkler kullanımına kıyasla anlatımı daha güçlendirmektedir.

3.5.1 Araştırma Kapsamında Tasarlanan “The New Yorker” Dergisi Kapak Tasarımı “Koronavirüs”

The New Yorker dergisinin 2020 yılının 20 Nisan sayısında, Owen Smith Tarafından Koronavirüs salgınının çalışmak zorunda olan insanlar üzerinde oluşturduğu olumsuz etkilerini ele aldığı ve pandeminin çalışan insanlar üzerinde oluşturduğu bitkinlik hissine yer vererek “After The Shift” temalı çalışması Koronavirüs kapsamında derginin yer verdiği örnek olarak ele alınıp “Koronavirüs” teması kapsamında farklı bir bakış açısıyla tasarlanan diğer The New Yorker dergisi tasarımlarında da yaygın olarak kullanılan vektörel illüstrasyon tekniği ile yapılmış ve gestalt prensiplerinin yansıması ortaya konmuştur.



Şekil 3.29: Owen Smith tarafından tasarlanmış The New Yorker dergi kapağı

Kaynak: <https://www.newyorker.com/culture/cover-story/cover-story-2020-04-20> (Erişim tarihi: 2021)

İnsanlık tarihinde son yüzyılın en akılda kalıcı hadiselerinden birinin bütün dünyayı saran ve milyonlarca kişinin yaşam biçimini derinden etkileyen Koronavirüs salgını olduğunu söylemek pek de abartılı bir yaklaşım olmayacaktır. Bu kadar geniş çaplı bir problem beraberinde bunun nasıl çözüme kavuşturulabileceğine dair seçenekleri ve tabi ki bu seçeneklerin toplumlar üzerindeki etkisini bütün yönleri ile değerlendirmeyi gerekli kılmıştır.

Salgından korunmak adına insanlığa sunulan hatta çoğu zaman dayatılan maske, sosyal mesafe, karantina ve aşı gibi önlemler salgının etkilerini azaltmanın yanında kitleleri yepyeni bir yaşam tarzına benimsemeye mecbur bırakmıştır. Dünya genelinde çarpıcı bir davranış ve düşünce değişikliğine neden olan bu yaşam tarzının

ortada herhangi bir salgın olmadan insanlara benimsetilebilmesi hiçbir iletişim yöntemi ile sağlanamayacak ölçekte bir yöneliştir.

Yeni düzen yeni fırsatları da beraberinde getirmiş, salgın karşısındaki tek çözüm olarak görülen aşı varlıklı ülkelerin hızlıca ve yüksek miktarda temin edebildiği, sahip olabileceği politik güç, üreticisine ise servet kazandıran bir enstrüman haline gelmiştir. Toplular uzaktan çalışma sistemini belki de en yoğun şekilde tecrübe etmiş, buna adapte olamayanların ise birikimleri giderek azalmıştır.

Kimilerini zengin kimilerini ise yoksul hale getiren bu paradigma zamanla buna maruz kalan bireyler tarafından sorgulanmaya, salgının sonuçlarının bir amaç olup olmayacağı tartışılmaya başlanır hale gelmiştir. Yerkürenin akıl taşıyan sakinleri bu içinde bulundukları durumu daha üst bir aklın oyunu gibi görmekten kendilerini alamamaya başlamıştır.

Günümüz sağlık sistemlerinin hali hazırda etik olarak sorgulanmakta olan unsurları, salgın ile mücadele sırasında da bu sefer aşı vasıtası ile ekonomileri bağımlı hale getiren bir hal aldığı görülmektedir.

Aşı, oyun kazandıran bir ana etken olarak bu tasarımda ön plana çıkarken aynı zamanda da para ve salgın ile aynı zemini paylaşan tartışmalı bir öge olarak betimlenmiştir.

Çizelge 3.4: Örnek Dergi Kapağının Gestalt İlkeleri Açısından Analizi

Dergi Kapağının Tasarımcısı	Saime Uysal
Dergi Kapağının Teması	Koronavirüs
Gestalt Kapsamında İncelenen İlkeler	Benzerlik ilişkisi, Simetri ilişkisi, Devamlılık ilişkisi



Şekil 3.30: Örnek Dergi Kapağı Tasarımı

Benzerlik İlişkisi:

“Temelde benzer, yalnızca detayda farklı olan noktalar, biçimler, renkler ve sesler bir bütün ya da algısal bir grup oluştururlar” (Varış, 1994). Benzerlik ilkesi nesneler arasındaki benzerlik derecesinin algılama üzerindeki etkisini ortaya koyan Gestalt yasasıdır (Elden ve Özdem, 2015).

“Birbirine benzer birimler bir algısal bütünlük kazanırlar. Kalabalığa baktığımız zaman bazı özelliklerine göre bireyleri gruplarız; yaş benzerliğine göre grupladığımızda çocukları, gençleri, orta yaşlıları ve ihtiyarları görürüz.; cinsel benzerliği kullanarak erkek ve dişi gruplarını algılarız. Aynı topluluğu, giydikleri giysilerin renklerine göre de gruplayabiliriz. Şekil, renk, doku, cinsiyet vb. pek çok özellik bakımından birbirine benzer maddeler birlikte gruplanarak algılanırlar” (Erdal, 2006).

Anlatımın etkisini güçlendirmek için benzeşik renk, doku ve şekilleri kullanmak etkili olacaktır. Milyonlarca kişiyi derinden etkileyen Koronavirüsün nasıl algılandığına ilişkin yapılan tasarımda Koronavirüsün hem kişiden kişiye değişkenlik gösteren, kimi insanı küçük kimi insanı oldukça derinden etkileyen farklı sonuçları siyah virüs olarak tasarlanmış, hem de koronavirüs salgınında tartışma konusu olan para unsuru siyah renk kullanılarak renk bakımından iki öğenin benzerlik göstermesi sağlanmış ve bu benzerliğin dışında kalan aşısı unsuru ön plana çıkarılmıştır.

Devamlılık ilişkisi:

“Aynı yönde giden noktalar, çizgiler, vb. birimler birlikte gruplanarak algılanma eğilimindedir” (Senemoğlu, 2020).

Tasarım ilkelerinden olan tekrar unsurunu Tam tekrar, Tekrar, Aralıklı tekrar olmak üzere üç biçimde Gestalt ilkelerinden devamlılık ilkesi kapsamında kullanabiliriz. Tekrar ve aralıklı tekrarın yanı sıra biçim ya da cisimlerin ölçü, renk, değer, biçim ve dokularının tam anlamı ile aynı olması ve bunların eşit aralıklarla aynı yönde kullanılması tam tekrarı oluşturur.

“Koronavirüs” teması kapsamında oluşturulan örnek dergi kapak tasarımında tekrarlanması ile devamlılığı sağlayan oyunun kazananı aşısı unsuru bir grup halinde algılanacağı için diğer unsurlara göre daha kolay gruplanıp algılanacaktır. Bu algılayış biçimi tasarımda anlatmak istediğimiz temayı öne çıkarttığı için örnek dergi kapak çalışmamızda devamlılık ilkesinin katkı sağladığını söylemek mümkün olur.

Simetri ilişkisi:

Tasarımda denge arayışımızın karşılığını simetrik ve asimetrik olarak karşımıza çıkan unsurlarda bulabiliriz. Simetrik denge genellikle yatay, dikey ve eğik eksenle karşımıza çıkan biçim, doku, renk ve değer gibi öğelerin benzer konumda yerleştirilmesi ile karşımıza çıkarken asimetrik denge biçim, doku, renk ve değer gibi öğelerin serbest bir biçimde yerleştirilmesi ile karşımıza çıkan denge unsuru olarak

temellendirilmiştir. Bir tasarımın olumlu bir algı oluşturmaya açısından ister simetrik isterse asimetrik olarak bir denge içinde bulunması gerekmektedir. Bu olumlu algıyı oluşturmak için ya doğası gereği simetrik objeler kullanılmakta ya da simetrik oluşumlar kullanılabilir. Bu oluşumlar kullanılabilir.

Aşının, oyun kazandıran bir ana etken olarak ele alındığı tasarımda çizgisel oluşumların kalınlık ve incelik taşıdığı göz önünde bulundurularak simetrik bir biçimde yerleştirilmesi tasarımda simetri özelliğiyle aranan denge unsurunu oluşturmuştur.

3.5.2 Araştırma Kapsamında Tasarlanan “The New Yorker” Dergisi Kapak Tasarımı “Kayboluşun İzinde”

The New Yorker dergisinin internet sitesinde yer alan “ The Deliberate Awfulness Of Social Media” adlı yazıda iş modeli bireysel davranışları manipüle etmek olan sosyal medyanın insanları yavaş yavaş hipnotize ederek bilinmeyen bir amaca doğru sürüklediği ifade edilmektedir. (Url-20) Bu perspektif çerçevesinde uygulama örneğine dahil edilen konunun flat vektör tarzda dergi kapağına uyarlanmış hali şekil 3.32.de gösterilmiştir.



Şekil 3.31: The New Yorker dergisinin internet sitesinde yer alan görsel

Kaynak: <https://www.newyorker.com/books/under-review/the-deliberate-awfulness-of-social-media>
(Erişim tarihi: 2021)

Yapılan uygulama örneğinde ifade edilmek istenen ana tema şu şekildedir; Düşünmek, fikir sahibi olmak ya da bir kanaate varmanın o insanın kendi eylemi gibi varsayılsa da esasında kendisinden bağımsız dış öğelerin yoğun etkisi altında kalarak oluştuğu, düşüncenin etkilenilen sosyal medya bazlı ana düşünce içerisinde kayboluşu betimlenmek istenmiştir.

Bireyin haricinde kalan çoğunluk bir bütün olarak o bireyin karşısında durmakta ve kendi doğrusunu görece yalnız olan bireye güçlü bir şekilde hissettirebilmektedir. Bir topluluğun fikrini benimsemek çoğu zaman inanmanın yalnızlığını yaşamaktan daha çekici geldiği için hipnotize olmuş şekilde çoğunluğun düşüncesi içine dahil olmakta ve kendi kimliğini kaybetmektedir.

Çizelge 3.5: Örnek Dergi Kapağının Gestalt İlkeleri Açısından Analizi

Dergi Kapağının Tasarımcısı	Saime Uysal
Dergi Kapağının Teması	Kayboluşun İzinde
Gestalt Kapsamında Ele Alınan İlkeler	Şekil-Zemin İlişkisi, Tamamlama ilişkisi, Yakınlık İlişkisi



Şekil 3.32: Örnek Dergi Kapağı Tasarımı

Şekil-Zemin İlişkisi:

“Çevreleyen bir şeklin bağlamında görülen bir şekil, hangisinin hangisi olduğunu seçen zihin tarafından, bir arkaplan üstündeki bir biçim olarak yorumlanır” (Roth, 2019). Şekil -Zemin ilişkisinde dikkatimizi çeken unsuru şekil, geri planda kalan alanı zemin olarak algılarız. Şekli ön plana rahatlıkla çıkartan unsurlardan birisi ise şekil ve zemin arasında zıt renklerin kullanımıdır. Twitter logosunun rengi olan mavinin zıt rengi olan turuncu rengini zemin rengi olarak tercih etmek üzerinde oluşturulan mavi öğelerin ön plana çıkarılmasında yardımcı olacaktır.

Tamamlama İlişkisi:

“Zeigarnik etkisi” olarak bilinen yayıncılıkta da kullanımı söz konusu olan yarım kalmışlıkları tamamlama eğilimi ve bu şekilde hedef kitle üzerinde akılda kalıcılığı arttırma aynı zamanda görsel iletişim alanında da uygulanmaktadır. İzleyenin aklındaki kalıcılığı uzun süre korumak için tamamlanmamış parça kullanımı yerinde bir hareket olacaktır. İzleyenin eksik olanı geçmiş deneyimlerinden hareketle tamamlama eğilimi sayesinde eksik olan parça tamamlanır ve bu sayede oluşturulmak istenen etkinin süresi hedef kitle üzerinde daha uzun soluklu yaşanır (Elden & Özdem, 2015).

İki boyutlu olarak betimlenen derinliği olmayan düşüncelerin derin düşüncelerin içinde kaybolmasını konu olan tasarımımda küçük konuşma balonlarının başlangıç ve son kısımlarındaki şekillerin tamamlanmamış olarak tasarıma yansması başlangıç bölümünün peşi sıra devamlılığın olduğu hissini oluştururken bir yandan da izleyicinin tamamlanmamış olan parçaları zihninde bütünleştirmesi akılda kalıcılığı arttırmış olacaktır.

Yakınlık İlişkisi:

“İnsan organizmasının algılama özelliklerine göre, birbirine yakın olan görsel öğeler grup şeklinde algılanır” (Elden & Özdem, 2015).

Konuşma, okuma ve yazmada sözcükler ve cümlelerin arasındaki duraklamalara göre anlamlandırma yapmamız da yakınlık ilişkisine örnek gösterilebilir.

Yapılan tasarımda küçük konuşma gruplarının tekten ziyade çok kullanılmasıyla birlikte hem tasarım ilkelerinden tekrar unsuru oluşturulmuş hem de birbirlerine yakın bir şekilde tasarıma yerleştirmesiyle grup olarak algılamayı oluşturduğu için hatırlanma seviyesini arttırmıştır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Başlangıcında psikologlar tarafından ortaya konan Gestalt kuramları sadece ortaya çıktığı alanda etkin olarak kalmayıp eğitim alanında da etkinliğini sürdürmüştür. Gestalt kuramı bütüncül yaklaşımla bakabilmeyi öğretirken aynı zamanda da algısal organizasyonda bütünleşik bir bakış açısı oluşturmayı sağladığı için sanat ve tasarım alanında da kendine etkin bir yer edinmiştir.

Günümüz teknolojisi göz önünde bulundurularak yapılan tasarımlar ve illüstrasyon çalışmaları eskiye kıyasla dijital temelli olarak varlığını sürdürmeye devam edecektir. Bu anlamda dijital tasarımların kullanıldığı alanlar dikkate alınarak söz konusu tasarımların Gestalt kuramları çerçevesinde ele alınması hedef kitle tarafından, oluşturulan ürünün ya da tasarımın kolay benimsenebilir ve anlaşılabilir olmasını, daha berrak bir algı süreci içerisinde abzorbe edilmesini sağlamaktadır. Bu süreç zarfında illüstrasyon algı sürecini hızlandıran çok önemli bir öge olarak görülmekte ve tasarımın anlatım gücünü arttırması, daha iyi anlaşılmasının yanı sıra akılda kalıcılığı arttırması bakımından da önem arz etmektedir. illüstrasyon, hedef kitlenin anlatılmak isteneni daha hızlı ve kolay anlamasına yardımcı olmaktadır.

Tasarımın temelindeki organizasyonu amacına uygun doğru bir sınıflandırma ve etkin bir şekilde yaparsak alıcısı tarafından kolayca algılanmasını da sağlamış oluruz. Gestalt kuramlarını bilmek hedef kitlenin algı düzeyine uygun tasarımlar oluşturmak açısından önemli bilgiler içermektedir. Tasarımcının oluşturabileceği algının, alıcı tarafına düzgün ve planlandığı gibi aktarımı ancak algısal örgütlenme yasalarının uygun bir biçimde düzenlenmesi ile gerçekleşebilmektedir.

Yukarıda etkilerinden genel hatları ile bahsedilen Gestalt kuramının tasarım anlamında kendisine yer bulabildiği yaygın unsurlardan biri de dergi kapaklarıdır. Bu çalışmamızda global anlamda bilinirliğe sahip köklü bir yayın olan The New Yorker dergisinin kapakları söz konusu Gestalt kuramları kapsamında ele alınmış ve incelemeye dahil edilen dergi kapaklarında Gestalt kuramının büyük ölçüde benimsenmiş olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca tez kapsamında tasarlanan özgün bir

The New Yorker dergi kapağı ile güncel bir konu olan pandeminin toplumlar tarafından algılanış biçimi ve sosyal medyanın etkilerini konu alan örnekler Gestalt kuralları çerçevesinde flat vektör tarzda tasarlanmıştır. Algı sürecinde flat vektör illüstrasyonların bitmap illüstrasyonlara kıyasla hedef kitle üzerinde daha etkili olduğu ve flat vektör illüstrasyonların bitmap illüstrasyonlara kıyasla gerçeklikten daha uzak yapısı duygusal algı düzeyinde kişilerin tecrübe ve deneyimlerinde yer almaması hedef kitle üzerinde olumsuz bir kanaat oluşmasında engellemiş olmaktadır. Bu sebeple yapılan tasarımların hem flat vektör tarzda olması hem de Gestalt prensipleri doğrultusunda tasarlanmış olması izleyici üzerinde verilmek istenen mesajda daha etkin rol oynadığı ve bu tarzın daha yaygın kullanımlarının gerçekleşmesi beklendiği söylenebilmektedir.



KAYNAKLAR

- Akar, M.,** (2015). Tıp Eğitiminde Görsel Sanatın Etkisi. *Dergi Park*, Issue 30, pp. 356-357.
- Alpan, Y.,** (2008). Görsel Okuryazarlık ve Öğretim Teknolojisi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi*, Aralık, 5(11), pp. 74-102.
- Altan, Y. D. D. İ.,** (1993). Mimarlıkta Mekan Kavramı. *Dergi Park*, p. 85.
- Ambrose, G. & Harris, P.,** (2010). *Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü*. basım yeri bilinmiyor:Literatür.
- Arkonaç, S.,** (1993). *Zihin Süreçleri Bilimi*. 1. dü. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Arnheim, R.,** (2018). *Görsel Düşünme*. istanbul: Metis.
- Aşkaroğlu, K. A.,** (2019). *Dijital İllüstrasyonun 2000 Yılından Günümüze Gelişimi ve Yayın Grafiğindeki Yeri*, İstanbul: Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atabey, Z.,** (2010). *Basın İlanı Tasarımlarında İllüstrasyonlar ve Vektörel İllüstrasyon Tekniğinin Uygulanması*, İzmir: (Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Becer, E.,** (2006). *İletişim ve Grafik Tasarım*. 5. dü. Ankara: Dost Yayınları.
- Borelli, L.,** (2004). *Fashion Illustration Now*. 2. dü. London: Thames & Hudson.
- Bostancı Ege, G.,** (2017). Kurgu Çağında Gerçekliğin Manipülasyonu, Popüler Kültür. *Sosyoloji Dergisi*, Issue 36, pp. 117-119.
- Bruno, F. J.,** (1996). *Psikoloji Tarihine Giriş*. İstanbul: Kıbele Yayınevi.
- Çakmak, S.,** (2010). *İki Boyutlu Eğitici Animasyonlar ile Eğitici İllüstrasyonların Karşılaştırılması ve 10-12 Yaş Öğrencilerinin Öğrenmelerine Etkileri*, Konya: (Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Caplin, S. & Banks, A.,** (2003). *The Complete Guide to Digital Illustration*. New York: Watson-Guipill Publications.
- Çeliker, M. & Yılmaz, S.,** (2017). Tıbbi İllüstrasyonun Tıp Bilimine Katkısı. *İdil Dergisi*, 6(34).
- Chang, D. & Dooley, L. a.,** (2002). *Gestalt Theory in Visual Screen Design*. Melbourne, The Open University.
- Cüceloğlu, D.,** (2006). *İnsan ve Davranışları*. 15. dü. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Dabner, D.,** (2005). *Graphic Design School*. 3. dü. Hoboken New Jersey: John Wiley & Sons.

- Dağ, E. S.,** (2015). *İllüstrasyonun İkinci Altın Çağı*. 1. dü. İstanbul: Grafik Kitaplığı.
- Dalley, T.,** (1984). *The Complete Guide to Illustration and Design Techniques and Materials*. basım yeri bilinmiyor:Phadion Press Ltd.
- Daş, P. D. C.,** (2020). *Geşalt Terapi Bütünleşmek ve Büyümek*. 8. dü. Ankara: Altınordu Yayınları.
- Davies, P., L Davies, G. & Bennett, S.,** (1982). An effective paradigm for conditioning visual perception. *School of Psychology, University of Bradford, Bradford*, Cilt 11, pp. 663-669.
- Elden, M. & Özdem, Ö. O.,** (2015). *Reklamda Görsel Tasarım Yaratıcılık ve Sanat*. 1. dü. İstanbul: Say Yayınları.
- Elmasy, R.,** (2019). *Illustrator Foundations: The Art of Vector Graphics, Design and Illustration in Illustrator*. New York: Routledge.
- Erdal, T.,** (2006). *Gestalt Kuramının Grafik Tasarımına Etkisinin İncelenmesi*, Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yüksek Lisans Tezi)
- Eryarar, E.,** (2011). PRACTICE OF GESTALT THEORY IN INDUSTRIAL. *Zeitschrift für die Welt der Türken* , 3(2), pp. 125-133.
- Fleishman, M.,** (2004). *Exploring Illustration*. basım yeri bilinmiyor:Delmar Learning.
- Gikow, J.,** (1991). *Graphic Illustration in Black and White*. New York: Design Press.
- Göler, S.,** (2009). *Biçim, Renk, Malzeme, Doku ve Işığın Mekan Algısına Etkisi*, İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Graham, L.,** (2008). Gestalt Theory in Interactive Media Design. *Journal of Humanities & Social Science*, 2(1), pp. 1-11.
- Günay, M.,** (2019). *Resim Sanatının İllüstrasyona Etkileri*, İstanbul: Arel Üniversitesi, Grafik Tasarım Ana Sanat Dalı.
- Hagen, K.,** (2017). *Fashion İllüstration For Designers*. 2. dü. Long Grove: Wavvland
- Harris, J. & Withrow, S.,** (2008). *Vector Graphics and Illustration: A Master Class in Digital Image-making*. basım yeri bilinmiyor:Rotovision.
- Jennings, S.,** (1987). *The Complete Guide to Advanced Illustration and Design*. New Jersey: Chartwell Books Inc..
- Kaptan, S. G. & Kaptan, A. Y.,** (2004). *Ders Kitaplarındaki Tasarım Sorunları ve Öğrencilerin Öğrenme Düzeyine Etkisi*, Malatya: İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi.
- Kara, M.,** (2012). *Fantastik İllüstrasyonların Dijital İllüstrasyon Tekniği İle Web Tabanlı Oyunlarda Kullanımı*.Lanistawars, Isparta: (Yüksek Lisans Tezi),Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Snatlar Estitüsü Grafik Ana Sanat Dalı.

- Kim, H. S. & Cho, S.-B.,** (2000). *Application of interactive genetic algorithm to fashion design*, Seoul: Elsevier.
- Lewis, B.,** (1987). *An Introduction to Illustration*. basım yeri bilinmiyor: Apple Press.
- Male, A.,** (2007). *Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective*. basım yeri bilinmiyor: Ava Publishing.
- Mennan, Z.,** (2007). FROM SIMPLE TO COMPLEX CONFIGURATION: *Computational Design Research Lab*, 2(15), pp. 309-323.
- Morgan, C. T.,** (2019). *Psikolojiye Giriş*. 23. dü. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Morgan, C. T.,** (2019). *Psikolojiye Giriş*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Oxman, R.,** (2002). The thinking eye: visual re-cognition. *Faculty of Architecture and Town Planning, Technion*, 23(2).
- Özsavaş, N.,** (2016). İç Mekan Tasarımında Renk Algısı. *Art-e Sanat Dergisi*, 9(18), p. 450.
- Parmak, P.,** (2018). *Piksel Sanat Kavramı ve Yeşilçam Filmlerine Uyarlanması*, Kütahya: (Yüksek Lisans Tezi), Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pennell, J.,** (1895). *Modern Illüstration*. London: Chiswick Press.
- Rasmussen, S. E.,** (2020). *Yaşanan Mimari*. 11. dü. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Roth, L. M.,** (2019). *Mimarlığın Öyküsü*. 3. dü. İstanbul: Kabalcı.
- Sarı, N.,** (2006). *Çocuk Kitapları Üzerine Bir Araştırma ve Bir Örnekleme*, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Resim Öğretmenliği Programı (Yüksek Lisans Tezi).
- Schaaf, L.,** (1979). *The First Photographically Printed and Illustrated Book*, basım yeri bilinmiyor: Bibliographical Society of America.
- Senemoğlu, P. D. N.,** (2020). *Gelişim Öğrenme ve Öğretim*. 27. dü. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Shooler, J.,** (2015). *Bridging the Objective/Subjective Towards a Meta-Perspective of Science and Experience*, basım yeri bilinmiyor: open-mind.net,
- Sınav, A.,** (2008). Tıbbi Resimin Tıp Eğitimine Katkıları. *İ.Ü. Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Sürekli Tıp Eğitimi Etkinlikleri*, pp. 53-60.
- Sözen, M. & Tanyeli, U.,** (2020). *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*. 20. dü. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Tepecik, A.,** (2002). *Grafik Sanatlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tunalı, P. İ.,** (2020). *Estetik*. 20. dü. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Turgut, E.,** (2013). *Grafik Dil ve Anlatım Biçimleri*. İstanbul: Anı Yayınları.
- Uçar, T. F.,** (2019). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. 10. dü. İstanbul: İnkilap.
- Us, F.,** (2009). Mimari Mekanın Aktarımında Algılayıcı Hareketin Önemi. *Tasarım Kuram MSGSÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi*, Issue 7, pp. 82-98.

- Ustaömeroğlu, A.,** (1998). *Mimari Analiz İçin Temel Tasarım Öge ve İlkelerinin Kullanımı ile Oluşturulan Estetik Ağırlıklı Yöntem Araştırması*, Trabzon: KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Ana Bilim Dalı.
- Uzuner, S., Aktaş, E. & Albayrak, L.,** (2010). *Türkçe 6,7 ve 8. Sınıf Ders Kitaplarının Görsel(İllüstrasyon) Açısından Değerlendirmesi*, basım yeri bilinmiyor: Türklük Bilimi Araştırmaları.
- Variş, P. D. F.,** (1994). *Eğitim Bilimine Giriş*. Konya: Atlas Kitabevi.
- Wigan, M.,** (2019). *Görsel İllüstrasyon Sözlüğü*. 2. dü. İstanbul: Literatür.
- Yakar, N.,** (2004). *Renkli Türkiye Bitkileri Atlası*. 2. dü. İstanbul: Büke Yayınları.

İnternet Kaynakları

- Anonim,** (2020). *TDK*. <https://sozluk.gov.tr/?kelime=ill%C3%BCstrasyon>
- Anonim,** (2020) *TDK*., <https://sozluk.gov.tr>
- Çağala, C.,** (2016). alındığı tarih: 16.9.2020, adres: <https://www.tech-worm.com/illustrasyon-nedir-cesitleri-nelerdir/>
- Chastain, S.,** (2020). *Vector vs. Bitmap Images*. alındığı tarih: 16.09.2020 adres: <https://www.lifewire.com/vector-and-bitmap-images-1701238>
- Kherde, P.,** (2020). *Illustration Defines*. alındığı tarih: 28.12.2020, adres: https://www.academia.edu/11788951/Illustration_Defines
- Kmahesh,** (2011). *History of Photoshop: Journey from Photoshop 1.0 to Photoshop CS5*. alındığı tarih: 17.09.2020, adres: <https://creativeoverflow.net/history-of-photoshop-journey-from-photoshop-1-0-to-photoshop-cs5/>
- Kurz, I.,** (2014). *Graphics Interchange Format*. alındığı tarih:07.01.2021, adres: <http://widok.hmfactory.com>
- Pedchenko, K.,** (2019). *Flat İllüstrasyon 2020*. alındığı tarih: 25.12.2020, adres: <https://medium.com/swlh/flat-illustrations-design-trend-2020-f638f6ae6406>
- Pluralsight,** (2014). *What's the Difference Between Photoshop and Illustrator?*. alındığı tarih: 14.09.2020, adres: <https://www.pluralsight.com/blog/creative-professional/whats-difference-photoshop-illustrator>
- Westerdiep, A.,** (2017). *Pixel Art Tutorial*. alındığı tarih: 14.09.2020, adres: <https://drububu.com/tutorial/index.html>
- (Url1):** <https://sozluk.gov.tr>, alındığı tarih: 15.09.2020.
- (Url-2):** <http://www.mocrea.com/>, alındığı tarih:17.09.2020.
- (Url-3):** <https://www.pluralsight.com>, alındığı tarih: 17.09.2020.
- (Url-4):**<https://www.adobe.com/tr/products/illustrator.html>,alındığıtarih: 17.09.2020.
- (Url-5):** <https://sozluk.gov.tr>, alındığı tarih: 15.10.2020.
- (Url 6):** <https://sozluk.gov.tr>, alındığı tarih: 28.03.2021.

- (Url-7): <https://www.psikopatolojibilimi.com>, alındığı tarih: 30.10.2020
- (Url-8): <https://vanseodesign.com/web-design/gestalt-principles-of-perception/>, alındığı tarih: 03.11.2020.
- (Url-9): <https://www.unilever.com.tr/about/who-we-are/our-logo/>, alındığı tarih: 03.11.2020
- (Url-10): <https://www.mountchaos.co/cocacola>, alındığı tarih: 03.11.2020
- (Url-11): <https://www.babilkuyusu.com/ux/gestalt-ilkeleri/pragnanz-ilkesi>, alındığı tarih: 03.11.2020.
- (Url-12): <https://sozluk.gov.tr>, alındığı tarih: 15.09.2020.
- (Url-13): <https://moss51.com/symmetry-principle-of-gestalt-theory/> alındığı tarih: 03.11.2020.
- (Url-14): <https://flipster.ebsco.com/magazine/the-new-yorker> alındığı tarih: 23.02.2021.
- (Url-15): <https://www.newyorker.com/magazine/2014/07/28/note-readers> alındığı tarih: 23.02.2021.
- (Url-16): <https://www.theguardian.com/media/us-news-blog/2013/jun/28/the-new-yorker-cover-bert-ernie-doma>) alındığı tarih: 22.03.2021.
- (Url-17): <https://www.sozcu.com.tr/hayatim/kultur-sanat-haberleri/eksioglunun-kedileri-ckm-galeride/> alındığı tarih: 11.05.2021.
- (Url-18): <http://www.gazetekadikoy.com.tr/roportaj/fincandan-tasan-kediler-h13456.html> alındığı tarih: 11.05.2021.
- (Url-19): https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/11488/mod_resource/content/2/Mimar%C4%B1k%20Bilgisi%201.%20Hafta%20Tasar%C4%B1m%20%C4%B0lkeleri%20ve%20Mimar%C4%B1k.pdf alındığı tarih: 21.05.2021
- (Url-20): <https://www.newyorker.com/books/under-review/the-deliberate-awfulness-of-social-media> alındığı tarih: 8.07.2021.

ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyad : Saime Uysal

ÖĞRENİM DURUMU:

Lisans : 2010, Kocaeli Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Fotoğraf ve Grafik Sanatlar

MESLEKİ DENEYİM VE ÖDÜLLER:

İbb İsmek Hayat Boyu Öğrenme Merkezi: Bilgisayar Destekli Reklam ve Tasarım Eğitimliği

Bilgi Teknolojileri Eğitim Merkezi: Grafik Tasarım Eğitimliği