



T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIM ANASANAT DALI
GRAFİK TASARIM TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

GRAFİK TASARIMDA ORAN-ORANTI PRENSİBİNİN
HİYERARŞİK DÜZENE ETKİLERİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Süleyman Bülent OKAY

Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ÖZTÜRK

İSTANBUL
Şubat 2023



T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
GRAFİK TASARIM ANASANAT DALI
GRAFİK TASARIM TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

GRAFİK TASARIMDA ORAN-ORANTI PRENSİBİNİN
HİYERARŞİK DÜZENE ETKİLERİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Süleyman Bülent OKAY

Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ÖZTÜRK

İSTANBUL
Şubat 2023



LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Grafik Tasarım Anasanat Dalı Yüksek Lisans Programı Öğrencisi Süleyman Bülent OKAY tarafından hazırlanan "*Grafik Tasarımda Oran-Orantı Prensibinin Hiyerarşik Düzene Etkilerinin İncelenmesi*" konulu çalışması jürimizce Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi: 17/01/2023

Jüri Üyesinin Ünvanı, Adı, Soyadı ve Kurumu:

İmzası

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üy. Ayşe ÖZTÜRK
Haliç Üniversitesi

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üy. Şahinde AKKAYA
Haliç Üniversitesi

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üy. Muhammed Emin ALBAYRAK
İst. Ticaret Üniversitesi

Bu tez yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun görülmüş ve Enstitü Yönetim Kurulu'nun kararıyla kabul edilmiştir.

(Enstitü Müdürünün Ünvanı, Adı, Soyadı)
Müdür

GRAFİK TASARIMDA ORAN-ORANTI PRENSİBİNİN HİYERARŞİK DÜZENE ETKİLERİNİN İNCELENMESİ

ORJİNALLİK RAPORU

%5

BENZERLİK ENDEKSİ

%4

İNTERNET KAYNAKLARI

%0

YAYINLAR

%2

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1

acikbilim.yok.gov.tr
İnternet Kaynağı

%2

2

Submitted to Marmara University
Öğrenci Ödevi

%1

3

www.ugurbati.com
İnternet Kaynağı

%1

4

www.smartofjournal.com
İnternet Kaynağı

%1

5

dergipark.org.tr
İnternet Kaynağı

<%1

6

katalog.marmara.edu.tr
İnternet Kaynağı

<%1

7

Submitted to Anadolu University
Öğrenci Ödevi

<%1

8

silo.tips
İnternet Kaynağı

<%1

9

ajans360.com
İnternet Kaynağı

<%1

17.01.2023

TEZ ETİK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Grafik Tasarımda Oran-Orantı Prensibinin Hiyerarşik Düzene Etkilerinin İncelenmesi” başlıklı bu çalışmayı baştan sona kadar danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ÖZTÜRK’ün sorumluluğunda tamamladığımı, örnekleri kendim topladığımı, başka kaynaklardan aldığım bilgileri metinde ve kaynakçada eksiksiz olarak gösterdiğimi, çalışma sürecinde bilimsel araştırma ve etik kurallara uygun olarak davrandığımı ve aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ederim.

Süleyman Bülent OKAY

ÖNSÖZ

Tez çalışmasını seçerken ve yazarken yardımları eksik etmeyen, sabır ve tavsiyeleri ile yol gösteren saygıdeğer tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ÖZTÜRK'e ve onun nezdinde Dr. Öğr. Üyesi Şahinde AKKAYA ve Dr. Öğr. Üyesi Muhammed Emin ALBAYRAK'a ve tüm bölüm öğretim elemanlarına teşekkür ederim.

Ocak 2023

Süleyman Bülent OKAY



İÇİNDEKİLER

TEZ ETİK BEYANI	i
ÖNSÖZ	ii
İÇİNDEKİLER	iii
ŞEKİL LİSTESİ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
1. GİRİŞ	1
2. GRAFİK TASARIM SANATINA GENEL BAKIŞ	3
2.1. Grafik Tasarım Süreçleri.....	10
2.1.1. Düşünsel Süreç.....	10
2.1.1.1. Araştırma.....	11
2.1.1.2. Anlam.....	11
2.1.1.3. Özgünlük.....	13
2.1.1.4. Yalınlık	14
2.1.1.5. Yaratıcılık	14
2.1.2. Uygulama Süreci.....	16
2.1.2.1. Eskiz.....	16
2.1.2.2. Uygulama Çeşitleri	17
2.1.3. Sunum Süreci	19
2.1.3.1. Dilin Doğru Kullanımı	20
2.1.3.2. Yalın ve Net Bir Anlatım	21
2.1.3.3. Yazınsal ve Diğer Görsel Standartlar	21
2.1.3.4. Beden Dili	22
2.1.3.5. Sunum Süreci ve Kavramsal Yaklaşım.....	24
2.2. Grafik Tasarımda Görsel Hiyerarşi.....	25
2.2.1. Uyum.....	25
2.2.2. Çeşitlilik.....	26
2.2.3. Baskınlık	27
2.2.4. Denge	28
2.2.5. Hareket.....	29

2.2.6. Ritim	30
2.2.7. Oran.....	31
2.3. Grafik Tasarım ve Kavramsal Yaklaşım.....	31
2.4. Grafik Tasarım ve Sanat Hareketleri	35
3. GRAFİK TASARIMDA ÖLÇEK, ORAN-ORANTI VE ALTIN ORAN KAVRAMLARI	41
3.1. Hiyerarşik Ölçeklendirme.....	42
3.2. Oran-Orantı Bilgisi	42
3.2.1. Ölçü Alma Yöntemleri.....	42
3.2.2. Mekân Çiziminde Perspektif Kullanımı	44
3.2.3. Nesne Çiziminde Oran-Orantı Bilgisinin Perspektif Kurallara Göre Uygulanışı.....	47
3.3. Altın Oran	48
3.4. Altın Oranın Diğer Şekiller ile Görselleştirilmesi	50
3.5. Sanat Kompozisyonu ve Tasarımında Altın Oran	51
3.6. Grafik Tasarımlar Üretmek İçin Altın Oran Kullanımı	55
3.6.1. Genel Düzen ve Altın Oran.....	55
3.6.2. Afiş Tasarımı ve Altın Oran	56
3.6.3. Kitap Kapağı Tasarımı ve Altın Oran.....	57
3.6.4. Logo Tasarımı ve Altın Oran.....	58
4. GRAFİK TASARIMDA ORAN-ORANTI PRENSİBİNİN HİYERARŞİK DÜZENE ETKİLERİ	60
4.1. Oran Orantının Grafik Sanatlara Etkisi.....	61
4.1.1. Pepsi ve Altın Oran.....	62
4.1.2. Toyota Logosu ve Altın Oran	62
4.1.3. Twitter Amblemi ve Altın Oran.....	63
4.1.4. Beetle Model Otomobil ve Altın Oran	63
4.1.5. Türk Bayrağı ve Altın Oran	64
5. SONUÇ	65
KAYNAKLAR	68
ÖZGEÇMİŞ	74

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No

Şekil 2.1. Sıtkı Erinç'e Göre Sanat Olgusu Şeması.....	3
Şekil 2.2. Etienne Sourlau'ya Ait Sınıflandırma	6
Şekil 2.3. Cedomir Kostovic: "Bosnia (Divided)".....	32
Şekil 2.4. Sonia ve Gabriel Freeman: "Equality Concept".....	33
Şekil 2.5. Jonathan Barnbrook: "You Can't Bomb An Idea" Tişört Tasarımı	33
Şekil 2.6. Barış Temalı Afiş.....	34
Şekil 2.7. Yemek Atığı Temalı Afiş Çalışması.....	35
Şekil 2.8. Alphonse Mucha, Job Sigarası İçin Reklam Afişi.....	36
Şekil 2.9. Gustav Klimt, Öpücük, Tuval Üzerine Yağlı Boya, 1907.....	37
Şekil 2.10. Walter Crane Jugend Dergisinin 51. Sayısı İçin Kapak Tasarımı, 1898.	38
Şekil 2.11. Betsky ve Eeuwens'in Derlediği "False Flat" Kitabının Kapak Tasarımı	39
Şekil 3.1. Kalemle Ölçü Alma	43
Şekil 3.2. Albrecht Dürer, Ölçüm Derslerinden, 1525	43
Şekil 3.3. Johannas Vermeer, Müzik Dersi, 1662-65, National Gallery, Londra	44
Şekil 3.4. Johannas Vermeer, Astronom, 1668, Louvre Sarayı, Fransa	45
Şekil 3.5. Michelangelo, Adem'in Yaratılışı, 2,8 m x 5,7 m, Sistina Şapeli, 1511 ...	45
Şekil 3.6. Ahmet Ziya Akbulut.....	46
Şekil 3.7. Perspektife Göre Nesne Görünümleri.....	47
Şekil 3.8. Morandi, Natura Morta II, 1953	48
Şekil 3.9. Fibonacci Dizisi	49
Şekil 3.10. Altın Dikdörtgen Örneği.....	49
Şekil 3.11. Altın Spiral İçin Çemberlerin Kullanımı	50
Şekil 3.12. Altın Spiral İçin Üçgenlerin Kullanım	50
Şekil 3.13. Altın Oran Yıldız	52
Şekil 3.14. İskemlede Oturan Meryem (Raffaello).....	53
Şekil 3.15. Da Vinci'nin "Son Akşam Yemeği" Tablosunda Altın Oran Kullandığı Alanların Analizi.....	54
Şekil 3.16. Da Vinci'nin "Duyuru" Tablosunda Kullandığı Altın Oran Örnekleri ...	54
Şekil 3.17. Gövde Metin-Başlık Uyumunda Altın Oran Kullanımı	55
Şekil 3.18. İKSV Film Afişi ve Altın Oran	56
Şekil 3.19. İKSV Film Afişinin Altın Oran Modeli.....	57
Şekil 3.20. Kitap Kapak Tasarımında Altın Oran Kullanımı.....	57
Şekil 3.21. Logolarda Altın Oran Kullanımı Örnekleri	58
Şekil 3.22. Çalışma Alanında Altın Spiral Kullanımı.....	59
Şekil 3.23. Sunum Klasöründe Altın Spiral Kullanımı.....	59
Şekil 4.1. Altın Orana Uygun Çizilmiş Pepsi Logosu	62
Şekil 4.2. Toyota Amblemi ve Altın Oran.....	62
Şekil 4.3. Twitter Ambleminin Geçirdiği Değişim Evreleri ve Altın Oran.....	63
Şekil 4.4. Volkswagen Beetle ve Altın Oran	64
Şekil 4.5. Türk Bayrağı ve Altın Oran.....	64

ÖZET

GRAFİK TASARIMDA ORAN-ORANTI PRENSİBİNİN HİYERARŞİK DÜZENE ETKİLERİNİN İNCELENMESİ

İletişim, geçmişten günümüze insanlar arasında kaçınılmaz bir zorunluluk olarak var olmuştur. İletişim kimi zaman dil yoluyla kimi zaman ise görsel yolla sağlanmıştır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte de iletişim yolları çeşitlilik göstermeye başlamıştır. Günümüzde sık sık duyduğumuz tasarım sözcüğü zihindeki düşünce ile başlamakta, tasarımcı tarafından çeşitli kurallar dikkate alınarak eyleme, ürüne dönüştürülmektedir.

Sanat eserinde ölçek, eserin geneline göre değerlendirilmekte, oran-orantı ise eserdeki birimlerin birbirleri arasındaki ilişki olarak kabul edilmektedir. Sanat eserinde oran ve ölçeğin, eserin kavranması açısından önemli bir görevi bulunmaktadır. Sanat var olduğundan beri insanoğlu kendini ifade etmek için pek çok yöntem kullanmaktadır ve bunlardan birisi de oran ve ölçekle oynamaktır. Ayrıca oran ve ölçek izleyicinin bir eseri anlamasına yardımcı olan, temel tasarım öğelerindedir.

Araştırmada, grafik tasarım alanında oran-orantı ve altın oran kullanımı ile ortaya çıkan ürünlerin estetik açıdan niteliği ve grafik tasarımda görsel hiyerarşinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Altın Oran, Grafik, Oran-Orantı, Tasarım, Tasarımda Hiyerarşi.*

ABSTRACT

INVESTIGATION OF THE EFFECTS OF THE PROPORTION PRINCIPLE ON HIERARCHIC ORDER IN GRAPHIC DESIGN

Communication has existed as an inevitable necessity between people from past to present. Communication was sometimes provided through language and sometimes through visual means. With the development of technology, communication ways have started to show diversity. The word design, which we hear frequently today, starts with the thought in the mind, and is transformed into action and product by the designer, taking into account various rules.

In the work of art, the scale is evaluated according to the overall work, and the ratio-proportion is accepted as the relationship between the units in the work. Ratio and scale in a work of art have an important role in understanding the work. Since art has existed, human beings have used many methods to express themselves, and one of them is playing with proportion and scale. In addition, proportion and scale are key design elements that help the viewer understand a work.

In the research, it was aimed to examine the aesthetic quality of the products that emerged with the use of ratio-proportion and golden ratio in the field of graphic design and the visual hierarchy in graphic design.

Keywords: *Design, Graphic, Golden Ratio, Hierarchy in Design, Ratio-Proportion.*

1. GİRİŞ

Tarih boyunca insanların ölümsüz izler bırakmak, yaptığı her türlü aktiviteyi tanıtmak ve kitlelere duyurmak istediği bilinmektedir. “Sanatsal ya da grafik pratikler var olduğundan bu yana bir eserin görülmek için yapıldığı kabul edilmektedir” (David and Lefrere, 2013:5). İnsanların doğaya iz bırakması ve yorumlaması, kimi zaman kil tabletlere çizgiler yardımıyla oluşturdukları yazıyla kimi zaman ise mağara duvarlarına çizdikleri desenlerle yaptıkları tarihi bulgular arasında yer almaktadır. Çizginin serüveniyle başlayan sanat zamanla dallara ayrılarak gelişim göstermiştir.

İnsanlar kendilerini sözel unsur olan dil ve yazıyla ifade etmektedirler, tasarımcılar ise ifade etme yöntemi açısından daha şanslılardır. Çünkü onların tasarımları, özgün kelimeleri, imgeleri ve hayal güçleri bulunmaktadır. Bu nedenle başarılı bir tasarım insanlarla iletişime geçmekte, onlarla konuşmakta ve anlaşılacak istemektedir.

Grafik tasarım kavramı yeni gündeme geldiği zamanlarda sanatın bir dalı sayılırken, üretim amacı bakımından sanattan farklı olmuş ve daha sonra tasarım grubunda yer almaya başlamıştır. Resim, heykel, mimari gibi diğer sanat ve tasarım dalları ile kıyaslandığında grafik tasarımı ayıran en önemli özellik baskı yoluyla çoğaltılabiliyor olmasıdır.

Grafik tasarımın ortaya çıktığı ilk zamanlarda üretimler tahta, metal ya da taş üzerine baskı alınmasıyla oluşturulmuştur. Diğer yandan tasarımcı kavramı henüz mevcut olmadığı için tasarımlar genelde ressamlar tarafından yapılmışlardır. Bu nedenle erken dönem tasarım örnekleri tasarımın yanı sıra resimsel özellik taşımaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile tasarımcı kavramı ortaya çıkmış, tasarımlarda farklı unsurlar kullanılarak bütün oluşturacakları bir anlayış sergilenmeye başlamıştır. Bu bütünlüğü sağlamak için gerekli unsur, ilke ve öğelerin bilinciyle eserler üretilmesinin yolu açılmıştır. Gelişim ve bilinçlenme sayesinde tasarımcı kendini, firmayı ya da bir mesajı tasarıma yansıtırken, amaca yönelik, özgün, özgür ve hızlı bir şekilde üretimler yapabilmektedir.

Tasarımın söz konusu olduğu yerde bir problem durumu ve amaç vardır. Kurumlar kimi zaman diğer firmalardan ayırt edilebilmek adına logoya ihtiyaç duymakta, kimi zaman mesajlarını kamuoyunu duyurmaya çalışmakta, kimi zaman ise ürününü satmak istemektedirler. Benzer özellikte pek çok talep doğrultusunda amblem, dergi, broşür, afiş vb. tasarım ürünleri ortaya çıkmaktadır. Afiş tasarımını diğerlerinden ayıran en önemli özellik kolay ulaşılabilir ve çoğunlukla kısa süreli olmasıdır (Ambrose and Aono-Billson, 2013:9). Tek tip tasarım olmadığı gibi tek tip tasarımcı da yoktur, ama her tasarımcının göz önünde bulundurması gereken bazı noktalar bulunmaktadır. Tasarımcı olabilmek için teknoloji, bilim ve dili ustaca kullanmak, insanları anlamak, tasarımın temel kurallarını bilmek ve uygulamak gerekmektedir. Ayrıca çağdaş dünyanın koşullarına entegre olabilmek için tasarım öge ve ilkelerinin eğitim yolu ile öğrencilere aktarılması zorunlu bir ihtiyaç olarak görülmektedir.

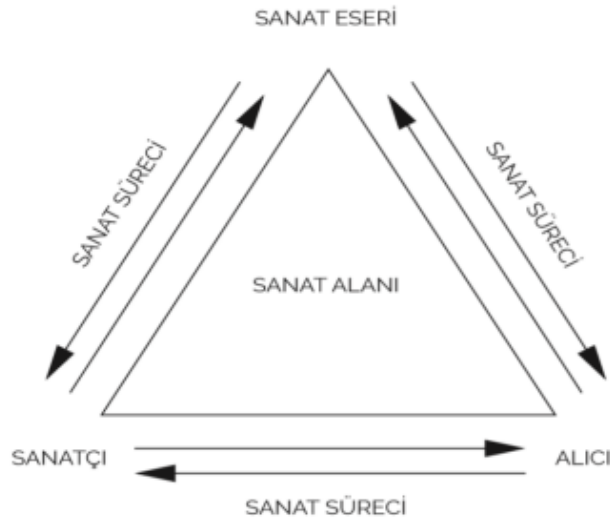
Sanat eserinde ölçek, eserin geneline göre değerlendirilir, oran-orantı ise eserdeki birimlerin birbirleri arasındaki ilişkidir. Sanat eserinde oran ve ölçeğin, eserin kavranması açısından önemi büyüktür. Sanat var olduğundan beri insanoğlu kendini ifade etmek için pek çok yöntem kullanmaktadır. Bunlardan birisi de oran ve ölçekle oynamaktır. Oran ve ölçek izleyicinin bir eseri anlamasına yardımcı olan, temel tasarım öğeleridirler.

Araştırmada, grafik tasarım alanında oran-orantı ve altın oran kullanımı ile ortaya çıkarılan ürünlerin estetik açıdan niteliğinin görsel hiyerarşi doğrultusunda incelenmesi amaçlanmaktadır.

2. GRAFİK TASARIM SANATINA GENEL BAKIŞ

İnsanoğlunun varlığı ile ortaya çıkan sanat; toplumların siyasi, ekonomik ve kültürel yapısına göre değişmekte ve gelişmektedir. Buna koşut olarak, sanatçılar ve kuramcılar tarafından sürekli yeniden yorumlanarak ortaya konulan farklı yargılar sebebiyle pek çok kez tanımlanmıştır. “Sanat nedir?” sorusuna yanıt arayan her birey, sanatı farklı bakış açısından değerlendirip öznel tanımını ortaya koyduğu için tanımlar çok sayıda çeşitlilik içermektedir. Bozkurt (2014:4), sanat anlamına gelen Latince *ars* ile yunanca *tekhne* kelimesinin etimoloji açısından aynı anlamı taşıdığını belirtmiştir. Sanatın tanımını pratik kurallarla belirlenmiş bir zanaatı uygulama şeklinde yapmıştır.

Erinç (1998:23) ise, hümanist anlayış içinde sanat tanımına değinirken, sanatın şu ön koşulları taşımasının kaçınılmaz olduğunu vurgulamıştır: “Özgür ve demokratik olma; yani yeni olma, esprili olma; yani hem biçim hem de içerik açısından özgün bir iletide bulunma ve bu iletiler için kurulan iletişim ağının bir hoşlanma durumu yaratabilmesi, yaratıcılık; yani tek olma...” Erinç ek olarak sanat olgusunun Şekil 2.1.’de de görülen üçlü bir sacayağı olduğunu vurgulamıştır (Erinç, 1998:24). Bu üçlü sacayağının ayaklarını ise sanatçı, sanat eseri ve alıcının oluşturduğu görülmektedir.



Şekil 2.1. Sıtkı Erinç'e Göre Sanat Olgusu Şeması

Kaynak: Erinç, 1998:24

Tarih boyunca toplumlar, kendilerine özgü farklı sanat anlayışları benimsemişlerdir. Bu anlayışlar dahilinde geliştirilen yapıtlar üzerine çeşitli tanımlar önerilmiştir. Sanatın ne olduğunu ilk defa sorgulayan antik çağ düşünürü Platon; sanata sadece kopya olarak bakıp, onu gerçeklikten uzak ve aldatmaca olarak görmüştür. Öğrencisi Aristoteles'e göre ise sanat hayatın kopya edilmesidir ve Platon'un aksine; sanatçının kopya ederken bize gerçeğe ulaşmamız için fırsatlar sunduğunu, sanat sayesinde insanın kötü duygulardan arındığını dile getirmiştir. Aristoteles sanatın amacının şeylerin dış görünüşünü değil, iç anlamını göstermek olduğunu dile getirmiştir (Keser, 2009:8). Aristoteles'e göre sanatçı, bir eseri yaratırken hissettiği duyguları, başkalarının da yaşaması için tuvale ya da mermere aktarıp karşındakilere hissettirebiliyorsa, bu sanattır (Tolstoy, 2017).

Sanat psikoloji açısından ise, "algılamalarımızın bizde var olan duygu ve heyecan durumlarıyla uyum göstermesi" olarak ele alınmıştır (Erinç, 1998:25). Birçok farklı sanatçı sanatı farklı şekillerde yorumlamışlardır. Sanat, Pablo Picasso tarafından bizim gerçeği anlamımızı sağlayan bir yalan olarak tanımlanırken J. M. W. Turner'a göre ise insanı altüst eden bir uğraş olarak kabul edilmiştir. Marchel Duchamp ise sanatın bağımlılık yapan bir hap olduğunu belirtmiştir (Keser, 2009:9). Tanımlamalar bu araştırmanın da kapsamı dahilinde ele alınan sanatta abartı ile bir bağ kurmamızı sağlayabilmektedir. Düşlerimizde, gerçeklik ile olan bağımız değişime uğramakta; imgeler dünyasında insan zihninin yaratıcı kapasitesi ile gerçek dışı ve gerçek ötesi bir boyuta taşınabilmektedir. Sanatta abartı kavramı bu yönü ile ikinci bölümde daha detaylı olarak ele alınacaktır.

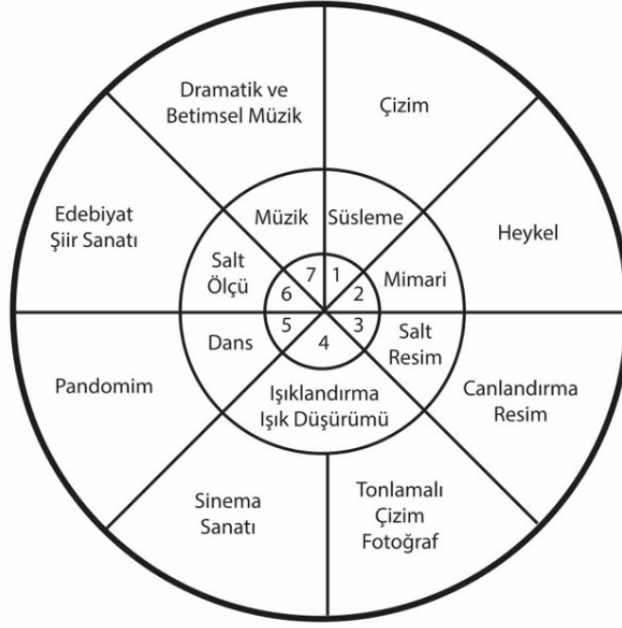
Sözen ve Tanyeli'nin (1994:21) tanımında olduğu gibi sanatsal yaratma gerçekliğin yeniden üretilmesi eyleminden başka bir şey değildir Dolayısıyla bu yeniden üretim sürecinde sanatçılar abartıya başvurabilmektedirler. Tolstoy (2017:42)'a göre "Sanat, içimizde olanın çizgi, renk, jest, ses, söz ve duygular aracılığıyla ortaya çıkmasıdır". Sanatçılar duygularını ortaya çıkarırken coşkulu ve tutkulu bir yaratım süreci geçirmektedirler. Bu süreç abartı ile ilişkili bir süreçtir ve sanatçılar bir yöntem olarak abartıyı kullanabilmektedirler.

Her sanat türü bünyesinde diğer sanat disiplinlerinden özellikler barındırmakla birlikte; belirgin biçimde tek başına ait olduğu sanat alanının özelliklerini de gösterebilmektedir. Diğer bir deyişle, her sanat dalı diğer sanat disiplinleri ile ilişki

içerisinde olabilmektedir. Sanat dallarını belirli başlıklar altında toplamak isteyen uzmanlar tarafından, farklı şekillerde sınıflandırmalar yapıldığı görülmüştür. Kagan (2008:278), başlangıçta bu sınıflandırmanın yalnızca birkaç sanat dalının sanatsal değeri konusunda yapılmış karşılaştırmalı bir çözümlemenin ötesine gidemediğini; böyle bir sınıflandırmanın ya resim ile heykel ya resim ile şiir ya da resim ile şiir ve müzik arasında yapıldığını belirtmiştir. Sinema ise ancak yedinci sanat olarak kabul edildikten sonra bu sınıflandırmalara dahil olmuştur.

Sanatın sınıflandırılması, ilk olarak Aristoteles'in "*Poetika*" adlı eserinde mimesis kuramı çerçevesinde karşımıza çıkmıştır. Eserde bu sınıflama, sanat dallarının kullandıkları araçların farklılıklarına, sanatların taklit tarzlarındaki ayrılıklara ve taklidin yöneldiği objeye bakarak gerçekleştirilmektedir.

Bettaux, Mendelson ve Kant bu konu hakkında çalışmış, konuya ancak taslak halinde yaklaşabilmişlerdir. Hegel ise beş ana sanatı tarihsel ve kuramsal olarak araştırıp, çözümlenmiştir. 19. yüzyılın ortalarında Alman bilim adamı Zeising tarafından ortaya atılan, sanatın tek bir etkenden değil, birbiriyle kesişen iki etkenden (maddi ve manevi) yola çıkılarak düzene konması gerektiği düşüncesi, birçok estetikçi tarafından kabul edilmiş ve geliştirilerek yeni çizelgeler oluşturulmuştur (Kagan, 2008:279). Bu çizelgelerden birisi de Fransız estetikçi Etienne Sourlau'ya ait olandır. Sourlau sınıflandırmasını çizgi (ligne), hacim (volüme), renk (couleur), ışık ve ışıklandırma (luminosite), düzenlenmiş ses (sonsarticuls) ve müzikal ses (sonsmusicaux) öğeleri ile oluşturmuştur (Kınay, 1993:15).



Şekil 2.2. Etienne Sourlau'ya Ait Sınıflandırma

Kaynak: Kagan, 2008:280

Şekil 2.2.'de görülen E. Sourriau'ya ait tablo, Kagan'a (2008:280) göre sanat sisteminin içsel kapalılığını vurgulamak için, dört köşe değil çember biçimindedir. Ayrıca bu soruna çözüm arayanların dışında, sanatı sınıflandırmaktan kaçınan, bilimsel yoldan sınıflandırılmasının yapılamayacağını, böyle bir çabanın anlamsız olduğunu ve sanatın kesinlikle kendi içinde gruplanamayacağını öne süren kuramcılar da olmuştur. Buna karşın, Kagan (2008:281) sınıflandırmanın, sanat türlerini çözümleyerek; karşılıklı ilişki ve etkileşimlerini saptayarak yapılması gerektiğini ifade etmiştir. Mekânın ve zamanın, maddenin temel varoluş biçimleri olmasından yola çıkarak, sınıflandırmayı mekânsal, zamansal ve mekânsal-sanatsal bir temel üzerine kurmuştur (Kahraman, 2005:26). Bunları kendi içlerinde canlandırıcı olan/canlandırıcı olmayan, görüntüsel olan/görüntüsel olmayan, tek işlevli/çift işlevli ve birleşik sanat biçimleri olarak ayırıp incelemiştir (Kagan, 2008:282).

Estetikçi M. Nedoncelle de dış dünyayı beş duyumuzla algılayıp değerlendirebileceğimiz ilkesinden yola çıkarak, tat alma ögesi olarak mutfak ve yemek işlerini de yaptığı sınıflandırmaya dahil etmiştir (Kınay, 1993:16). Erinç (1998:27) sanat sınıflandırmalarının birçok kaynakta farklı olarak ele alındığını, bunlardan birinin diğerinden daha doğru olduğunu söylemenin de olanaksızlığını vurgulamakta ve bu sınıflandırmalardan şöyle bir örnek sunmaktadır:

“Birinci Grup: - Söz Sanatları, -Ses Sanatları, -Görsel Sanatlar, -Karma Sanatlar. İkinci Grup: -Çizgi Sanatları, -Hacim Sanatları, -Renk Sanatları, -Hareket Sanatları, - Anlamlı Ses Sanatları (Edebiyat), -Anlamsız Ses Sanatları (Tasviri veya dramatik müzik), -Işık Sanatları (Sinema-TV)”.

Oxman (2016:79) “*Karışıklık Çağında (Age Of Entenglement)*” başlıklı makalesinde, antidisipliner bir hipotezi temsil etmek amacıyla dört yaratıcı keşif alanı olan Bilim, Mühendislik, Tasarım ve Sanat alanları için bir harita önermiştir. Makalesinde bilginin artık tek bir disiplin sınırları içerisinde incelenip üretilemeyeceğine, bilginin ancak ve ancak farklı disiplinlerin iç içe geçerek var olabileceğine vurgu yapmıştır. İçinde yaşadığımız çağda disiplinlerin bir alanın başka bir alan içerisindeki gelişimi teşvik edeceğine dikkat çekmiştir (Little, 2010:88).

Beksaç (1994:126)’ın da belirttiği gibi gelişen yeni sanat türleri olduğu sürece, estetikçiler bu sınıflandırmayı yenileyip genişletmeye ve buna bağlı olarak, sanatın sınıflandırılması üzerine önerilerde bulunmaya devam edeceklerdir.

Grafik sözcüğü latince “grafyn’dan” gelmektedir, İngilizce’de “graphic” Fransızca’da ise “graphique” olarak adlandırılmaktadır. Günümüzde sık sık duyduğumuz tasarım sözcüğü zihindeki düşünce ile başlamakta, tasarımcı tarafından çeşitli kurallar dikkate alınarak eyleme, ürüne dönüştürülmektedir (Tepecik, 2002:54).

Bir tasarım yapılırken tasarımcı hedef kitle, amaç, mesaj gibi birçok noktayı göz önünde bulundurarak tasarımını oluşturmalıdır. Yani, bir amaç doğrultusunda gerekli olan unsurlar araştırılarak bir ürün ortaya çıkarmaya tasarım denilmektedir ve her tasarım belirli bir amaca sahiptir. Tasarım yaratıcı güç gerektirmektedir. Ketenci ve Bilgili’ye (2006:19) göre; tasarım çeşitleri endüstri tasarımı, çevre tasarımı ve grafik tasarım olarak üçe ayrılmaktadır. Endüstri tasarımı, çevremizde gördüğümüz 3 boyutlu nesnelere tasarımıdır. Çevre tasarımı ise iç mekân, bina, peyzaj tasarımıdır. Son olarak grafik tasarım ise karşımıza çıkan okunan ve görsel olarak incelenen bütün iletişim aracının tasarımını kapsamaktadır (Becer, 2018:20).

Tasarım problemi genellikle grafik tasarımın vazgeçilmez unsuru olan iletişim ile ilgilidir ve bu problemin çözümü birçok yolla olabilmektedir. Başlıca iletişim araçları yazı, fotoğraf, piktogram ve resimlerdir. İnsan, yapısı gereği çevresindeki nesnelere, durumları görme duyusu ile tanımlamaya ve algılamaya çalışmaktadır (Uçar, 2017:63).

M.Ö. 15.000 yılına ait olan mağara resimleri tarih öncesindeki insanların gördüklerini algılayabilme, resmetme yeteneğine en büyük örnektir. Bu örnekten yola çıkarak insan için iletişim geçmişten günümüze önemli bir kavram olmuştur. Grafik tasarım ve tasarımcının kökenleri, hissettiklerini, korkularını, mesaj ve beklentilerini çizimlerle anlatmaya çalışan ilkel insana kadar uzanmaktadır (Uçar, 2017:64). Mağara duvarlarına yapılan resimler de görsel iletişimin ilk örnekleri sayılabilir (Tepecik, 2002:56). O dönem günlük yaşantı hakkında bilgiye ulaşmada duvara yapılan görsel kesitler insanlara yardımcı olmuştur (Uçar, 2017:64).

İşitsel iletişimden farklı olarak görsel iletişim evrensel bir boyuta sahiptir. Lascaux mağarasındaki çizimler görsel iletişimin ilk örnekleri arasındadır. Günümüze kadar ulaşmış olması ise buna en güzel örnektir. İşitsel iletişim anlık gerçekleşirken görsel iletişim kalıcı ve zamansızdır. Tanıtım veya reklam amacıyla görsel bir malzeme üretme gereksinimi duyan her kurum, oluşturduğu görsel yapıyla yeni bir iletişim boyutu yaratmaktadır (Uçar, 2017:65). Görsel iletişime örnek olan bu görsel ürün firmanın kimliğini, vizyonunu yansıtmaktadır.

Grafik tasarımın görsel iletişim açısından önemi tüm dünya tarafından kabul edilmektedir. Grafik tasarım iletişimi görsel yolla sağlayarak insanlara tasarım ürünleri aracılığıyla ulaşma özelliğine sahiptir. Becer (2018:21)'in de belirttiği gibi bir tasarım ne kadar çekici olursa olsun, verilmek istenen mesajı iletemiyorsa hiçbir değer taşımamaktadır. Grafik tasarım ürünü görmek için ise bir yere gitmeye gerek yoktur, çünkü grafik tasarım ürünleri ofis ortamında, ihtiyaçların karşılanması için gidilen marketlerde, sinema salonlarında kısacası her yerde modern insanı kuşatmış durumdadır. Markette insanların karşısına çıkan peynir paketinden, izlenilen televizyon kanalının logosuna, sokakta hareket halindeki bireye yön gösteren tabelalara kadar her şey profesyonelce tasarlanmış görsel iletişim materyalleridir. Buna ek olarak firmalar çıkardıkları ürünü tüketiciye duyurmak için de grafik tasarım ürünlerine ihtiyaç duymaktadırlar (Becer, 2018:21).

Teknolojik aletlerin insan hayatında daha fazla yer kaplamaya başlamasıyla grafik tasarım ürünleri gelişerek basılı yayın grubunun yanı sıra televizyon, video, bilgisayar ve telefon gibi dijital ürünlerde de yer almaya başlamışlardır (Ambrose and Harris, 2017:78). Basılı yayın olan dergilerin sayısının artış göstermesiyle seçenekler çoğalmış, tüketim artmış, başarılı tasarımlar tercih edilmeye başlanmıştır. Matbaanın

gelişimi ile tasarımcıların olanakları gelişmiştir (Parlak, 2012:11). Grafik tasarım teknik ve yöntemleri ile teknolojiye bağlı olarak günümüzde gelişim halindedir. Grafik tasarımcılar, geçmişte tasarım ve üretimin her anında olmak zorunda kalmışlardır. Teknolojinin gelişmesiyle zamandan tasarruf etmekte ve daha yaratıcı ürünlerle kendilerini geliştirmektedirler (Öztuna, 2008:26).

Grafik tasarım ürünleriyle evde, işte, alışveriş merkezlerinde ve sokaklarda sık sık karşılaşılmaktadır. Logo, afiş, dergi, broşür, kitap kapağı, gazete ilanı, ambalaj, basın ilanı, sayfa düzenlemesi, kurumsal kimlik, piktogram ve amblem günümüz grafik tasarım ürünlerindedir. “Grafik sanatlar” kavramı, hem basılı sanat eserini (tahta baskı, taş baskı, tahta ve metal gravür), hem de bilgi iletişimini sağlayan basılı eserler (Örneğin; basın ilanı, afiş, broşür vb.), tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır (Parlak, 2012:12). Baskı yoluyla çoğaltılma imkanına sahip olan grafik tasarım ürünleri değişken ve yenilenebilir özelliktedirler. Tüketim dünyasının çalışma alanı olan grafik tasarım, hizmet ettiği alana göre, amblem, kitap kapağı, kurumsal kimlik vb. süresiz tasarımların yanı sıra afiş, reklam, dergi, broşür gibi çabuk tüketilen tasarımlar da ortaya koymaktadır. Grafik tasarım ürününün en temel özelliğinden biri çoğaltılabilir olmasıdır (Tepecik, 2002:56).

Grafik tasarımın temel amacı insanlara ulaştırılmak istenilen bilgiyi fotoğraf, yazı, resim gibi tasarım araçlarıyla estetik bir dil oluşturarak aktarmaktır (Ketenci ve Bilgili, 2006:22).

İletişim, grafik tasarımı diğer sanat ürünlerinden ayıran bir etkidir. Diğer sanat dallarında sanatçı çoğu zaman mesaj verme kaygısı gütmeyen iç dünyasını yansıtan ürünler ortaya koymaktadır ve insanlar sanatçıyı değil sanat ürününü seçmektedirler. Fakat grafik tasarımda tasarımcı genellikle müşteri tarafından seçilmektedir ve firmalar, markalar hedeflerine uygun bir ürün istedikleri için tasarımcılar oluşturdukları tasarımlarında insanlara mesaj ve bilgi verme kaygısı taşımaktadırlar. Bu nedenle tasarımcılar görsel algı, yanılısama, görsel ve sözel iletişimi iyi bilerek; ekonomik, psikolojik ve fiziksel ortamı da göz önünde bulundurmaya durumundadırlar (Teker, 2009:103).

Türkiye’de geçmiş yıllarda tasarımcılar grafik tasarım ürünlerini el çalışmasıyla, insan gücüyle meydana getirirlerken; teknolojinin ilerlemesi ve bilgisayarların hayatımıza girmesiyle masaüstü yayıncılık terimi gündeme gelmiş ve grafik tasarımcıların işlerini kolaylaştırmasının yanı sıra daha pratik bir şekilde içerik üretebilmelerine de olanak sağlamıştır. Cumhuriyet’in ilanından bir süre sonra Türkiye bu yenilikleri takip ederek grafik tasarımın gerekliliği konusunda bilinçlenmeye başlamıştır (Parlak, 2012:14).

Afiş tasarımı söz konusu olduğunda ilk akla gelen kişi şüphesiz ki İlhap Hulusi Görey’dir. Türk afiş tasarımına çok katkısı olmuştur. Görey afişlerinde, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemi arasındaki geçişi sağlamıştır. Tasarımında Kuzey Avrupa grafik tasarım üslubu hakimdir (Bektaş, 1992:57).

Grafik tasarım eğitimi ise 1933 yılında Mithat Özer liderliğinde Güzel Sanatlar Akademisi’nde afiş atölyesi açılarak başlamıştır. Sonrasında 1957 yılında açılan Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu ülkemizde grafik tasarımın gelişimine katkı sağlamıştır. Bu gelişmeler sonucunda Türkiye’de grafik tasarım iletişim disiplini olarak doğru sınıflandırmayla piyasada yerini almıştır. Teknolojik keşiflere paralel olarak ilerleyen grafik tasarım, matbaanın icadından itibaren teknoloji ilerledikçe gelişmeye devam etmektedir (Teker, 2009:105).

2.1. Grafik Tasarım Süreçleri

Grafik tasarım, yaratım aşamaları olarak; kendi içinde farklı açılardan ele alınacak üç süreçte incelenebilir. Bunlar: düşünsel süreç, uygulama süreci ve sunum sürecidir. Düşünsel süreç; araştırma, anlam, özgünlük, yalınlık ve yaratıcılık olarak; uygulama süreci: eskiz, manuel uygulamalar, dijital uygulamalar olarak, sunum süreci ise yaratıcı sunum teknikleri ve sonuç olarak kendi içinde farklı açılardan ele alınabilir.

2.1.1. Düşünsel Süreç

Görsel, işitsel ya da yazınsal... Türü ne olursa olsun söz konusu mesajı başarılı bir şekilde aktarmanın en temel gerekliliği zekice işlenmiş, etkileyici bir düşünsel boyuta sahip olmasıdır. Bu süreç tasarım ile aktarılabilecek mesajın içeriğinden biçimine kadar etki etmektedir.

Müşteriden alınan brifing* ile başlayan düşünme süreci, tasarımın bitimine kadar her aşamada mevcuttur. Tasarım yinelenen bir süreçtir ve bu süreç yedi evreden oluşmaktadır. Bunlar: tanımlama, araştırma, fikir bulma, ilk örneği yaratma, seçme, uygulama ve öğrenme olarak sıralanabilir. Bu evrelerden her biri tasarım ile ilgili düşünce gerektirmektedir (Ambrose and Harris, 2014:80).

Düşünsel süreç tasarımın biçimsel özelliklerinden olan konsept, yaratıcılık, özgünlük yaratımında büyük öneme sahiptir. Bu nedenle düşünsel sürecinin her aşaması doğru olarak tamamlanmamış bir tasarımın uygulama ve sunum süreçleri nedeniyle başarılı olursa olsun nitelikli bir tasarımdan söz edilmesi mümkün değildir.

2.1.1.1. Araştırma

Bir tasarıma başlamadan önce, çalışılacak konu ile ilgili, kapsamlı bir araştırma yapılması gerekir. Araştırma tasarımcıya, çalışacağı konu ile ilgili daha önce yaratılmış olan tasarımların bilgisini sunmaktadır. Bu bilgiyi piyasa araştırması olarak da adlandırmak mümkündür. Araştırma süreci yalnızca piyasadaki rakiplerin tasarım açısından içerik ve biçimlerinin incelenmesi ile sınırlı değildir. Bu aşamada müşteri tarafından tasarımcıya verilen brifing incelenmektedir. Brifing, müşteri tarafından ajansa ya da tasarımcıya iletilen, proje hayata geçmeden amaçların, detayların, beklentilerin ve taleplerin karşılıklı olarak anlaşılmasını sağlayan dokümandır. Brifing doğrultusunda kullanılacak teknik, malzeme, yaratım süreci ve konseptin çıkış noktası belirlenmektedir (Arnheim, 2012:125).

2.1.1.2. Anlam

Anlam tasarımın içeriği ve biçimsel özellikleri için olmazsa olmazdır. Bir tasarımın konseptinin niteliği barındırdığı anlamın derinliği, yalınlığı ve mesajı aktarım gücü ile doğru orantılıdır. Biçimsel olarak anlam, tasarımda yer alan tüm elemanların amaca yönelik bir anlama sahip olması gerekliliğidir. Materyal ne olursa olsun tasarıma dahil edilen her eleman, hedeflenen mesajı güçlendiren bir niteliğe sahip olmalıdır. Niteliği olmayan bir elemanın tasarımda yer alması anlamsızdır. Tasarım ilkelerinin doğru uygulanması ve kullanılan tüm elemanların bir anlamı, mesajı güçlendirici bir yanı bulunması anlamın oluşturulmasında önemlidir. Biçimsel

*TDK'ya geçmiş haliyle mesleki bir terim olarak Türkçe karşılığı bulunmamakta, brifing olarak kullanılmaktadır.

olarak güçlenen bir tasarımda, hedef kitleye aktarılması hedeflenen içerik daha net ve daha etkili aktarılacağı için biçimsellik ile içeriğin de gücü artmış olacaktır (Gümüştekin, 2013:23).

Bir görsel ile metni düzenlerken, biçimsel olarak sınırsız alternatife sahip olan grafik tasarımcının amacı öncü bir sanat eseri yaratmak değil; etkili bir iletişim sağlamaktır. Tasarım daima metotlar ve ilkelerin korunması, geliştirilmesi ve dönüştürülmesi sonucunda mesajların iletilmesini amaçlamaktadır. Bir gazetenin ilk sayfasının büyük bir resim, bir manşet ve spottan oluşması, yine ilk sayfanın beş yüz kelime olması okuyucular tarafından geleneksel olarak kabul görmüş bir formattır. Bu formatın dışına çıkmak, bu gazetenin okurlar üzerindeki cazibesini yok edebilmektedir. Gelenekselleşmiş formatlar tasarımcıları yeniliğe ve yaratıcılığa engel olmadan, işe her projede sıfırdan başlamakta kurtarırlar. Yenilikler yerleşik fikirlerin sınırları çerçevesinde gerçekleşirler ve tasarım gelenekleri toplumun gerekli unsurlarıdır. Buna otoyol tabelaları örnek olarak gösterilebilir. Bu tabelalar ile etkili bir iletişim kurulmadığı takdirde trafik kazaları artacaktır. Buna karşılık, ilk kez 1960'lı yıllarda, anlamın yapısını inceleyecek bir perspektif arayışıyla, Fransız filozof Jacques Derrida tarafından türetilen yapı söküm kavramından söz etmek gerekmektedir. Yapı söküm kavramı; mevcut değerlerin sorgulanmasıyla, anlamın inşa edilme şeklini inceleyen, eleştirel bir sorgulama yöntemidir. Kabul görmüş değerlerin yapı sökümü uğratılması ve sorgulanması ile anlama yeni yönler kazandırılabilir (Ambrose and Harris, 2014:81).

Yapı söküm kavramı, sorgulayıcı bir yaklaşım ile metnin ya da görselin çözümlenebilmesine yardımcı olmaktadır. Tasarıma, yaratıcısının yüklediği anlamın ve aktarılması hedeflenen mesajın sunulduğu biçimselliğin nedenlerini çözümlemenin bir yöntemidir. Bir tasarıma baktığımızda barındırdığı metinle yapılan gönderme, görsel elemanların kullanıldığı boyut, konum, tür vb. özellikleri ve bütünüyle tasarımın alt metni ile aktardığı mesajı çözümlene yolunda izleyicinin gördüğü, düşündüğü, sorguladığı ve yanıtına ulaştığı her şey yapı sökümü dahildir. O halde tasarım ile yapı söküm arasında önemli bir ilişki olduğunu belirtmek gerekir. Tasarımın anlamı ve biçimsel niteliği arttıkça tasarım ile yapı söküm arasındaki ilişki de kuvvetlenmektedir. Bunun nedeni nitelikli tasarımın izleyiciyi düşünmeye, sorgulamaya ve kendisine sunulanı anlamlandırma çabasına yöneltmesidir.

2.1.1.3. Özgünlük

Özgünlük araştırma süreciyle yakın ilişkilidir. Bunun nedeni özgün bir tasarım için daha önce uygulanmamış bir biçimsellik ile bir fikri işlemenin ve sunmanın gerekliliğidir. Günümüz teknolojisinin olanakları aracılığıyla, geniş kitleler tarafından, küresel ölçekte bilgi ve görsel paylaşımı kolaylıkla gerçekleştirilmekte birçok farklı tasarım modelinin görülebilmesi anlamına gelmektedir. Araştırma süreci için muazzam bir avantaj olan bu durum, özgünlüğün yitirilmesine sebep olmadığı sürece tasarımcılara kolaylık sağlamaktadır. Böylesine büyük bir görsel paylaşım ağının içerisinde biçimsel olarak da içerik anlamında da özgünlüğün korunması ancak yaratıcılıkla mümkün olabilmektedir (Lehimler, 2018:214).

Grafik tasarım yalnızca müşterinin talebini karşılamanın ötesinde yaratıcı bir süreçtir. Bir projenin içeriğine ve özetine yönelik birçok cevap bulunmaktadır. Bu cevapların her birinin başarı derecesi ise farklıdır. Yaratıcı tasarım projenin içeriğine ve özetine dair en iyi, en doğru çözümü aramaktadır. Yaratıcılığın ilk adımı ise konuya alışılmış varsayım ve paradigmalara meydan okuyan; geniş tabanlı bir düşünce sistemiyle yaklaşmaktır. Bu süreçte engel teşkil edebilecek bazı kalıplaşmış yöntemleri değiştirebilmek için yapı sökümünden yararlanılabilir. Tasarımcılar, özgün ve farklı perspektifler ile yaratmak için çeşitli araçlara başvurabilmektedirler. Bu tür arayışlar özgün, yaratıcı ve yenilikçi sonuçlara katkı sağlamaktadırlar.

Hem düşünsel anlamda hem de biçimsel anlamda özgün olan tasarımlar, eşsizlikleri ile hedef kitle algısındaki kalıcılığı daha uzun süre korumakta, algıda seçicilik konusunda da daha güçlü etkiler yaratmaktadırlar. Bu sayede hedef kitlenin farkındalığının artması sonucunda, tasarımın amacına ulaşma başarısı da artmaktadır. Tasarımın yaratıcı konsepti temelinde özgün bir fikir barındırmalı ve bu fikrin izleyiciye görsel aktarımı da eşsizliğini koruması adına özgün bir kompozisyonla sağlanmalıdır. Özgünlük ve sanatçı üslubu arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Öyle ki sanatçının tasarım üslubu özgün olduğu takdirde, daha önce biçimsel ya da içerik olarak benzeri yaratılmış bir tasarım modeli seçilmiş olsa dahi sanatçının üslubundaki özgünlük tasarıma yansıtacak ve tasarımın eşsizliği korunmuş olacaktır (Dinç ve Dinçer, 2019:52).

2.1.1.4. Yalınlık

Yalınlık, en az eleman ile en derin ve en etkili anlamın ifade edilmesidir. Daha önce anlam başlığı altında da söz edildiği gibi tasarımda anlamın güçlenmesine ya da algılanma sürecine katkı sağlamayan elemanların kullanımı zorunlu olmadığı sürece yanlış olarak nitelendirilebilir. Yalınlık izleyiciye aktarılması hedeflenen mesajın gerçekleşebilecek en kısa sürede, en yüksek etki oranı ile aktarılmasını sağlayarak; tasarımın başarısını artıran bir özelliktir. Yalın bir tasarımda izleyici nereye, hangi sırayla ve hangi süre zarfında bakacağını bilmekte ve bu da algılamayı hızlandırmaktadır. Gereksiz tüm detaylardan arındırılmış ve doğru kurulmuş bir kompozisyon estetik sonuç için temel gereklilikleri sağlamış demektir.

Yalınlık, aynı zamanda netlik olarak da tanımlanabilir. Biçimsel yalınlık, tasarımın konseptinin ve bu konseptin alt metninin hedef kitle tarafından daha hızlı ve doğru çözümlenmesine katkı sağlamaktadır. Tasarımın hem içerik açısından hem de görsel açıdan yalın olması, tasarım fikrinin doğru biçimsellik ile etkili şekilde hedef kitleye aktarımını sağlamaktadır (Twemlow, 2011:236).

2.1.1.5. Yaratıcılık

Tasarımı özgün kılan önemli özelliklerden bir diğeri yaratıcılıktır. Yaratıcılık, tasarım üzerinde yaratıcısının aktarılan mesaja bakış açısını gösteren fikir, uygulama ve sunumdur. Yaratıcılık bu üç aşamada da uygulanmakta ve etkili olmaktadır fakat fikir aşamasındaki yaratıcılık diğer iki aşamadaki yaratıcılık için de belirleyici ve yönlendiricidir. Bunun nedeni bir tasarımın konseptinin fikir aşamasında oluşmasıdır. Tasarımın uygulanışı ve sunumu yaratılan konseptle bağlı gelişmektedir ve bütünlük ile devamlılık ilkelerinin uygulanması için iyi bir örnektir. Tasarımcı konsepti, müşteriden aldığı brifing doğrultusunda yaratmaktadır. Burada hedef kitlenin doğru algılayacağı ve anlamlandıracağı ifadeler ile alt metinlere yer vermek kritik noktalardan birisidir. Müşteri tarafından tasarımcıya iletilen brifingde ve tasarımcının araştırma sırasında özellikle hedef kitle hakkında edindiği bilgiler, doğru adımlar atmak için önemlidir. Kuracağı empati ile tasarımcı hedef kitlenin algılama biçimine doğru bir keşfe çıkmaktadır. Keşfin sonucunda ise mesajı hangi hikâye ile hedef kitleye aktaracağı belirlenmiş olmaktadır. Sanat eserini doğru okuyabilmek için eseri yaratan sanatçının, yaratıldığı dönem ve toplumsal koşulları hakkında bilgi sahibi olunması bir gerekliliktir. Bunlardan ilkinde eserin doğru çözümlenebilmesi için

yaratıcısı ve yaratıldığı sürecin olanakları hakkında eserin izleyicisi tarafından bilinmesi gerekenler bulunurken; diğesinde roller değışmekte ve tasarımcı tarafından hedef kitlenin toplumsal koşulları, yaşam biçimi, olaylara bakış açısı, ekonomik koşulları ve kültürel alt yapısının bilinmesi gerekmektedir (Barnard, 2010:87).

Tasarım sürecinde yaratıcılık tasarım ile çözümlenmesi hedeflenen problemi brifing tarafından belirlenen hedefleri karşılayan ya da aşan, pratik, uygulanabilir bir çözüme yönlendirmelidir. Tasarım yaratıcı olma gerekliliğinin yanı sıra ekonomik hedefleri de gözetir. Olası birkaç çözüm üretmeyi amaçlayan tasarım süreci, bir tasarımın tüm hususları karşılamasına yardımcıdır. Süreç aynı zamanda yenilikçi ve yapıcı çözümler ararken çeşitli mekanizmalar ve teknikler kullanarak, alışılmışın dışında düşünceleri yönünde katılımcıları cesaretlendirir (Ambrose and Harris, 2014:83).

Tasarımlarda uygulanan yaratıcı konseptlerle toplumsal koşullar da yakından ilişkilidir. Nasıl ki savaş dönemi eserlerinde savaşın yıkımları ve yıpratıcı etkileri sanat eserlerine hem içerik olarak hem de biçimsel olarak yansıtırsa, bir grafik tasarım uygulamasının konsepti de yaratıldığı dönemde toplumsal olarak içinden geçilen sürecin koşullarını bünyesinde barındırabilir. Örneğin tüm dünyayı olumsuz etkileyen ve insanların sağlıklı kalabilmek için evlerinden çıkamadıkları, ölümcül bir virüsle mücadele edilen pandemi sürecinde banka reklamlarında yeniden normal hayata dönüleceğine duyulan inancın ifade edildiği görülmektedir. Bu dönem reklamlarında halkın içinde bulunduğu durumdan kurtulabileceğine olan inancını arttırmayı ya da inanç yaratmayı hedefleyen konseptler yaratılmıştır. Sunduğu hizmet açısından kazanması gereken en temel duygunun güven olduğu, kuruluşun, böyle bir süreçte hedef kitle üzerinde geleceğe dair güven yaratan ya da var olan güveni arttıran reklam konsepti seçmesi, toplumsal koşulların, tasarım ve reklam alanında yaratıcı konsept etkilerine verilebilecek iyi bir örnektir. Tasarım konsepti tasarımla aktarılması hedeflenen mesajın aktarım biçimini belirlemektedir. Bir mesajın düz anlamla aktarılma seçeneği, yaratıcı konseptin devreye girmesiyle genellikle yan anlam, metaforlar ve tasarımın barındırdığı alt metinlere gizlenmiş anlamlar ile aktarımına dönüşmektedir. Bu durum izleyici ya da tüketici konumundaki hedef kitleyi aktif hale geçirmekte ve kendisine sunulanı yorumlama çabasına sokmaktadır. Hedef kitlenin algılama biçimi ile kültürel alt yapısının doğru keşfedildiği, bu bilgiler doğrultusunda

yaratılan konseptin doğru bir uygulama ve sunum ile sonuçlandığı takdirde tasarımın konseptinin amacına ulaşma oranı artmaktadır.

2.1.2. Uygulama Süreci

Tasarımın düşünsel kısmının nitelikli bir şekilde tamamlanmasının ardından uygulama süreci devreye girmektedir. Bu süreç ilk olarak eskizlerle başlamaktadır. Uygulama sürecinin seyrini ve uygulanacak teknikleri grafik tasarımcı belirlemektedir. Günümüzde manuel uygulamaları destekler nitelikte, başlangıcından sonuna bir fikrin tasarıma dönüşmesinde de dijital yazılımlardan yararlanılmaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi tasarımları tektipleştirmemesi adına bu yazılımların araç olarak kullanılması ve amaca dönüştürülmemesi gerekmektedir. Bu şekilde yararlanıldığı takdirde teknolojinin grafik tasarımı uygulamalarına hız kazandıran ve tasarımcıya defalarca deneme yanılma şansı tanıyan bir kazanç olduğu söylenebilir (Lehimler, 2018:216).

2.1.2.1. Eskiz

Eskizler tasarımcının, çalıştığı konu ile ilgili araştırma ve arayışlarının bütününi görsel olarak yansıtan ön çalışmalardır. Bu yanları ile izleyiciye tasarımın oluşum evresi hakkında başlangıcından sonuca dek fikir vermektedirler. Eskizler arttıkça, tasarımın sonucuna doğru ilerlenen yolda karşılaşılabilecek durumlar da daha görünür hale gelmektedir. Bunun nedeni tasarımcının konuyla ilgili fikirlerinin eskizler ile somutlaşmasıdır. Yaratıcı çözümler zihinden düzleme taşınmaya başladığında, bunların tasarımcıyı, söz konusu projenin hedefine ulaştırıp ulaştıramayacağı ortaya çıkmaktadır. Eskiz, aynı zamanda tasarımcının, söz konusu tasarım problemini ne şekilde çözebileceğinin deneme yanılma yöntemiyle keşfedildiği süreçtir. Fikrin oluşumundan, yenilenmiş tüm evrelerine ve orijinal eskize kadar tasarımcının proje ile ilgili tüm serüvenini yansıtmaktadır. Orijinal eskiz, projenin sonucunu biçimsel olarak da içerik olarak da yansıtan, tasarımın orijinalden bir önceki evresi olan son eskizdir. Tasarımın sonucu hakkında fikir edinilmesini; sonuca ulaşana kadar geçen sürecin karşı tarafa yansıtılmasını sağlamaktadır. Tasarımın kavramsal yanı ile ilgili bileşenlerinden birisidir (Leppert, 2009:89).

Tasarıma dair düşünme, tasarım fikri geliştirildikten sonra da iyileştirilmesi ve geliştirilmesi yönünde devam etmektedir. Tasarımın ilk adımlarının ve fikrin rafine edilmesinin ardından gelen, tasarıma dair düşünme aşamasında tasarımın nasıl hayata geçirileceği, biçimsel özellikleri ve ne şekilde uygulanacağı belirlenmektedir. İlk örneğin oluşturulması ise söz konusu tasarım fikrinin çeşitli yollardan denenmesinin, uygulama olarak işleyip işlemediğinin görülebilmesinin önünü açmaktadır ve bir görsel iletişim çalışması olarak tasarımın iş görme biçimi, başarısı vb. konularda daha iyi bilgi sahibi olunmasını sağlamaktadır.

Eskiz yaratma süreci manuel tekniklerle gerçekleştirilebileceği gibi tasarım odaklı yaratılmış dijital yazılımlar ile de gerçekleştirilebilir. Burada tercihi zihnindeki fikri somutlaştırabileceği en doğru yöntemi gözeten tasarımcı yapmaktadır. Tasarımcının zihninde tasarım problemi ile ilgili yaratıcı fikrin geliştiği zaman ve mekan gibi koşullar da fikrin belgelenme sürecini başlatacak olan ilk eskizin yaratılış tekniğinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Eskizler, tasarımın bütününün bileşenlerinden biri olmasının yanı sıra sürecin de düşünsel ve biçimsel yansımasının ürünü olma özelliğini taşımaktadırlar (Yan, 2019:12).

2.1.2.2. Uygulama çeşitleri

Tasarımcının konu hakkındaki yaratıcı düşüncesinin hedef kitleye doğru şekilde aktarılabilmesi adına uygulama süreci önem taşımaktadır. Bu süreçte uygulanacak olan teknikler grafik tasarımcı tarafından belirlenmektedir. Müşteriden gelen talepler de uygulanabilirlik açısından teknik ve malzeme seçiminde belirleyici olabilmektedir. Tasarımcı bu seçimi yaparken birden fazla kriteri değerlendirmelidir. Bunların en başında şüphesiz brifing gelir. Brifing içerisinde yer alan bilgiler ve müşteri talepleri bir arada değerlendirilerek tasarımcının bilgi süzgecinden geçirilmektedirler. Sonuçta tasarımın her aşamasında uygulanacak teknikler, kullanılacak malzemeler ve yazılımlar belirlenmiş şekilde uygulama süreci başlamaktadır. Grafik tasarımın doğasında var olan bazı özellikleri nedeniyle tasarımcının sabrının her aşamada sürmesi gerekmektedir. Müşteri ve tasarımcı arasında yürütülen iletişim dahilinde tasarımcı düşünsel, uygulama ve sunum süreçlerinin tümünde sabırla çalışmalıdır. Bunlara, her tasarımda yaşanmayan fakat karşılaşılabilecek ihtimali bulunan süreçlerden birisi olan tasarımın yenilenmesi ya da üzerinde çalışılarak yeniden düzenlenmesini içeren revize süreci de eklenebilir. Tüm

bu süreçlerin sabırla, kararlılıkla, nitelikli eleştirileri değerlendiren bir yaklaşımla ve titizlikle tamamlanması, tasarımın başarısını olumlu yönde etkileyecektir. Grafik tasarım uygulamaları için dijital yazılımların yaratılması ve gelişmesi uygulama süreçleri üzerinde farklılıklar gerçekleşmesini sağlamış olsa da geleneksel uygulama yöntemlerini yok etmemiştir. Grafik tasarımın başlangıcında yararlanılan uygulama yöntemlerinden birçoğu günümüzde halen sıklıkla yararlanılan yöntemlerdir. Dijital yazılımlar, deneme yanılma yönteminin daha fazla uygulanabilmesi, planlanan uygulamaların görsel etkilerinin daha hızlı görülebilmesi, uygulama esnasında gerçekleşen hataların ardından geri dönülebilmesi gibi özellikleri ile grafik tasarımcılara katkı sağlamaktadır. Bu yazılımların kullanımı, tasarımın başlangıcından sonucuna dek dijital uygulamalar ile yaratılacağı anlamına gelmemekte, çoğu zaman manuel uygulamalar ile yaratılan tasarımların bazı aşamalarında dijital yazılımlardan yararlanılmakta ve teknik anlamda melez tasarımlar yaratılmaktadır. Bu bağlamda grafik tasarımın uygulama sürecinden söz ederken, manuel ve dijital uygulamaların bir arada ele alınması gerekmektedir. Manuel yöntemlerde uygulanan birçok teknik, dijital yazılımlar aracılığıyla da uygulanabilmektedir. Bunlara kolaj, çizim, boya ve baskı etkileri yaratan birçok efekt örnek gösterilebilir (Yan, 2019:13).

Dijital teknolojinin son yıllardaki gelişimi farklı efektlerin kullanımı, ekranda tasarım, yeni yazı türlerinin kullanımı gibi çeşitli yollarla deneysellik açısından tasarımcılara büyük ölçüde esneklik sağlamış ve grafik tasarımın gelişimini tetiklemiştir. Tasarım geliştirme süreçleri ve deneyselliğin dijital yazılımlar ile gerçekleşme zorunluluğu bulunmamaktadır. Birçok grafik tasarımcı, bilgisayar öncesi metotlara yönelerek yeni fikirler yaratabilmektedirler. Bu yaklaşım, tasarımcılara kesit alma, kırım ve benzeri alanlarda doğrudan müdahale olanağı tanıyarak, ekran üzerinde uygulanması güç olan dokunsal nitelikler kazandırmaktadır (Ambrose and Harris, 2014:87).

Dijital yazılımlarla gerçekleşen tasarımların, farklı tasarımcılar tarafından da aynı etki ile yaratılabileceğine dair birçok düşünce bulunsa da tasarımın yaratıcısının, anlaşılabilirliğinin yalnızca düşünsel üslup ile değil aynı zamanda görsellerin uygulanış biçimini kapsayan görsel üslup ile de gerçekleşebileceğini belirtmek gerekmektedir. İster dijital yazılımlardan ister manuel uygulamalardan yararlanılsın her grafik tasarım materyalinin, yaratıcısının biçimsel ve düşünsel üslubunu ve bu

üslubun eşsizliğini taşıdığı unutulmamalıdır. Tasarım bu açıdan ele alındığında, tasarımcının parmak izi olarak da tanımlanabilmektedir. Bu tanımın yalnızca özgünlük niteliğini taşıyan tasarımlar ve tasarım bilinciyle çalışan grafik tasarımcılar için geçerli olduğunu da belirtmek gerekmektedir (Yan, 2019:14).

2.1.3. Sunum Süreci

Tasarım, yaratıcı düşüncenin vitrinidir ve sunum da tasarımın vitrini niteliğini taşımaktadır. Bu açıdan ele alındığında yukarıda bahsedilen üç aşamanın -yaratıcı düşünce (düşünsel süreç), tasarım (uygulanma süreci), sunum (yaratıcı düşüncenin tasarım ile somutlaşmış halinin yaratıcı teknikler ve doğru iletişim ile hedef kitleye sunulması)- birbiri ile ne denli yakın ilişkili olduğu bir kez daha görülmektedir. Grafik tasarım süreçlerinin tamamının doğru gerçekleştirilmesi ile tasarımın başarısı arasındaki ilişki bu sıralama ile bir kez daha vurgulanmaktadır. Tasarımın sunum süreci, eylemsel karşılığı açısından iki farklı şekilde ele alınmaktadır. Bunlardan ilki tasarım fikrinin, söz konusu grafik tasarım materyali (afiş, kitap kapağı, ambalaj vb.) üzerinde somutlaştırılma aşamasında gerçekleştirilen sunumdur. Sunum sürecinin, bu aşamasının ilgilileri tasarımcı ve tasarımın hedef kitesidir. Tasarımcının yarattığı materyal hedef kitleye sunulmakta ve görsel iletişim bu ikili arasında gerçekleşmektedir. Sunum sürecinin bir başka eylemsel karşılığı ise tasarımcı tarafından müşteriye yapılan sunumdur. Grafik tasarımcı, müşteriden gelen brifing ve yapılan araştırmalar sonucunda söz konusu tasarım materyalini yaratmasının ardından ilk sunumu müşteriye yapmaktadır. Sunum sürecinin ilk eylemsel karşılığı olan tasarım fikrinin somutlaşmış halini, özetle tasarımın kendisini de içinde barındıran bu süreçte tasarımcının müşteriye fikrini aktarmak için kullandığı tek materyal, yaratılan tasarım değildir. Tasarımın müşteriye sunumu aşamasında yararlanılan çeşitli teknikler bulunmaktadır. Bu teknikler, tasarım fikrinin yazınsal, işitsel ve görsel olarak başlangıcından sonucuna dek gelişen her aşamasını müşteriye aktarmak üzere, grafik tasarımcı tarafından belirlenmektedir. Tasarımın uygulama sürecinde göz önünde bulundurulmuş tüm ilkeler, sunum sürecinde de uygulanmalıdır. Örneğin, bir ambalaj tasarımının hedef kitle ile buluştuğu birden fazla iletişim mecrası bulunmaktadır. Fikrin ve görsel elemanların bütünlüğü sağlandığı takdirde reklam filminde görülen ambalaj, market rafında daha hızlı ve doğru algılanır özellik kazanmaktadır. Bir kitabın kapağında yer alan ana görselin, kitabevindeki dön kart ve afiş tasarımlarında kullanılması da hedef kitlenin algısını güçlendirerek, tasarımın başarısını

arttırmaktadır. Bu örneklerden anlaşılacağı üzere tasarım ilkeleri hem uygulama hem de sunum süreçlerinde tasarımın başarısına katkı sağlamaktadırlar. Günümüzde teknolojik olanakların geldiği noktada, sunum denildiğinde akla ilk olarak sunum hazırlamak amacıyla yaratılmış yazılımlar gelse de yaratıcı birçok düşünce sunum sürecini manuel yöntemlere yönlendirebilmektedir. Elbette bu dijital yazılımlar aracılığı ile yaratıcı sunumlar hazırlanamayacağı anlamına gelmemektedir. Buradaki seçimin en temel belirleyici noktaları tasarımın konusu ve hedeflenen işlevleridir. Tasarımlar için yaratılan sunumlar manuel de olsa dijital de olsa sunum sürecinin niteliğini etkileyen değişmez faktörler bulunmaktadır. Bunlar tasarımcının yapacağı sunumla, fikirlerini ve uygulamalarını karşı tarafa doğru ve etkili bir biçimde aktarabilmesi için olmazsa olmaz gerekliliklerdir. Bu gereklilikler dilin doğru kullanımı, yalın ve net bir anlatım, yazınsal ve görsel standartlar ve beden dili olarak sıralanabilir.

2.1.3.1. Dilin doğru kullanımı

Dilin kullanımı, sunumun yazınsal ve sözel kısımları ile yakın ilişkilidir. Yaratılan sunumlarda yer alan tüm metinlerin doğru bir dil ile yaratılmış olması, sunumun izleyicisi tarafından tasarıma ve tasarımcıya duyulan güveni olumlu yönde etkilemektedir. Söz konusu metin bir slogan ya da tasarımın içeriğini oluşturan başka bir metin olabileceği gibi bir sunum metni de olabilmektedir. Dil ve dili kullanma biçimi aynı zamanda söz konusu metnin yazarının üslubunu da göstermektedir. Burada dilin yalnızca yazınsal ya da sözel elemanları kapsamadığını, aynı zamanda görsellerin kullanım biçimini ve tasarımcının görsel üslubunu da ifade eden bir kavram olduğunu belirtmek gerekmektedir. Bu nedenle dilin kullanımı hem yazınsal ve sözel hem de görsel olarak ele alınmalıdır. Tasarımda kullanılan görsel dilin doğruluğu üzerinde, daha önce belirtilen tasarım ilkelerinin uygulanışı etkilidir. Dilin, aynı zamanda üslup yaratmayı gerektirmesi ve her tasarımcının özgün bir üslubunun olması gerekliliği öncelikle dilin doğru kullanımının önemini arttırmaktadır. Görsel açıdan oluşturulan dilin doğru kullanımı ise değişmez estetik, kompozisyon kuralları ve tasarım ilkeleri ile değerlendirilebilir. Bunların dışında tasarımcının özgün üslubunun değerlendirmenin dışında tutulması gerekmektedir. Yazınsal ve sözel dilin kullanımındaki doğruluk ise metinler hangi dilde yaratılıyorsa o dilin imla kurallarının doğru kullanımı ile ilişkilidir. Hangi türde olursa olsun, dilin kullanım biçimi anlamın hedef kitle ile ne şekilde buluşacağını belirlemektedir. Bir kompozisyonun görsel

düzeni kurulurken kullanılan dil, mesajın düz anlamla aktarılacağı biçimde seçilebileceği gibi yan anlam ya da metaforlar ile aktarılacak biçimde de seçilebilmektedir. Görsel dilde geçerli olan bu durum yazınsal ve sözel dilde de geçerlidir. Algı ve anlamın aktarılma biçimi üzerindeki bu farklılıklar ise grafik tasarımcının özgün üslubunu ortaya koyan önemli etkenlerdir. Çoğu zaman konuyu anlatım biçimi, sanatçının tarzını oluşturur. Bu aynı zamanda sanatçının konuyu ele aldığı perspektifin de göstergesidir. Sunumlarda dilin doğru kullanımı kadar üslubun özgünlüğü de söz konusu sunum ile aktarılan tasarım ve yaratıcısına duyulan güven ve dolaylı olarak tasarımın başarısı üzerinde büyük ölçüde etkilidir (Yan, 2019:15).

2.1.3.2. Yalın ve net bir anlatım

Grafik tasarımcı, sunumda anlatımı hem tasarımı ile hem de bu tasarımın hikayesini karşı tarafa aktarmak için kullandığı, destekleyici metinler ve görseller ile gerçekleştirmektedir. Bu metinler, yalın ve net olduğu takdirde tasarım da sunum da algıda kalıcı olmaktadır. Bu bağlamda yalınlığın ve netliğin, tasarımın diğer süreçlerindeki önemini sunum sürecinde de koruduğunu söylemek mümkündür. Bir sunum süresince izleyicinin algısını daima dinamik tutmak için sunumda gereksiz hiçbir bilgi ve görsel eleman bulunmamalıdır. Yalınlık ve netlik estetik ve yaratıcı çözümleri daha görünür kılarak tasarımda anlamın güçlenmesine de olumlu yönde etki etmektedir. Sunumda kullanılan görsel elemanların ve metinlerin yalınlığı ile aktarılması hedeflenen mesajın yalınlığının ve netliğinin de birbiriyle koşut olması gerekmektedir. Bir tasarım ile birden fazla mesajın aktarılması da hedeflenebilmektedir. Bu tasarımın fonksiyonları ile ilişkili bir durumdur. Aktarılması hedeflenen tüm bu mesajların aynı konsept çerçevesinde aktarılması gerekmektedir. Tasarımda bütünlük olarak adlandırdığımız bu ilke, sunum sürecinde yazınsal ve görsel standartlar olarak açıklanabilmektedir. Sunumdaki yazınsal ve görsel standartlar, yalınlık ve netlik ile de yakın ilişkilidir. Bu ilişki tasarımdaki bütünlük ve devamlılık ilkeleri arasındaki ilişkiye benzemektedir (Lehimler, 2018:219).

2.1.3.3. Yazınsal ve diğer görsel standartlar

Grafik tasarım materyallerinin sunumunda, tasarımcı tarafından yazınsal ve görsel bir standart belirlenmeli ve özel durumlar dışında, sunumun tamamında bu standarda bağlı kalınmalıdır. Böylece görsel bir düzen yaratılacak ve sunumun yalınlık ile netlik gereksinimleri de desteklenerek izleyici algısındaki gücü artırılabilecektir.

Yazınsal standartlar başlık, ana metin, ara metinler, açıklama metinleri, notlar ve kaynakça gibi farklı kategorilerde yer alan metinlerin, sunumun tamamında, kendi kategorisindekiler ile aynı puntoda, aynı fontta, aynı renkte ve aynı türde oluşturulması olarak örneklendirilmektedir. Görsel standartlar ise yine özel durumların dışında, görsellerin kategorize edilerek; kendi kategorisindekiler ile aynı ölçüde, aynı konumda ve aynı biçimde kullanılması olarak örneklendirilmektedir. Burada belirtilmesi gereken önemli bir detay bulunmaktadır; görseller arası standardın uygulanışı yaratılmış olan görsellerin sunuma aktarılma biçimi için geçerlidir. Sunum için yaratılacak görsellerin standardı tasarımın özgünlüğü ve özgürlük sınırları ile ilişkilidir. Tasarımın sunum sürecinde, yazınsal ve görsel standartlardan yararlanılması, sunumun gerçekleştiği esnada tasarımcıya da kolaylık sağlamaktadır. Söz konusu sunumun yalnızca tasarımcının fikirlerini hedef kitleye aktarmak üzere yarattığı tasarım materyalinden ibaret olduğu bir sunumda yazınsal ve görsel standartların kullanımını örneklendirmek için bir broşür ele alınabilir. Önceki örnekte müşteriye sunulan düzlemde yer alan standartlar, yazınsal ve görsel özellikler burada bir tasarım materyali üzerinde bulunmakta ve tasarımı, hedef kitlenin algısında güçlendirerek kalıcılığını arttırmaktadır. Grafik tasarımın sunum sürecini her açıdan değerlendirebilmek adına bir başka önemli konu olan beden diline de değinmek gerekmektedir (Lehimler, 2018:221).

2.1.3.4. Beden Dili

İletişimin önemli unsurlarından beden dili, her sunumda olduğu gibi, grafik tasarımcıların hedef kitleyle ve müşteriyle iletişim kurduğu sunumlarda da önem taşımaktadır. Grafik tasarım yelpazesinde bulunan materyaller ile beden dili ilişkisini örneklendirecek olursak afiş, broşür vb. basılı materyallerde kullanılan figürlerin duruşları, ifadeleri, jest ve mimikleri gibi detaylardan söz edebilir. Detaylar tasarımın görsel elemanının niteliğini ve tasarım ile aktarılması hedeflenen mesajların başarısını etkilemektedir. Bu tarz materyallerde beden dilinin etkilerinde; çizim, illüstrasyon vb. teknikler ile yaratılan figürlerden de yararlanılabileceği gibi fotoğraflar ile tasarıma dahil olan figürlerden de yararlanılabilir. Beden dilinin etkilerinden durağan tasarım materyallerinin yanı sıra hareketli grafik olarak adlandırılan animasyon vb. çalışmalarda da yararlanılmaktadır. Bunların dışında tasarımcıların müşteriye yaptıkları sunumlar sırasında beden dillerini doğru ve etkili kullanmaları, beden dilinin tasarımın sunum sürecine etkilerine verilebilecek güzel bir

örnektir. Beden dilinin doğru ve etkili kullanımı yalnızca grafik tasarım alanında ve yaratılan tasarımın müşteriye iletiildiği sunumlarda değil; hemen her alanda, yaratılan sunumun başarısını önemli ölçüde etkileyen bir faktördür (Yan, 2019:17-18).

Beden dili, insan yaşamında önemli bir yere sahiptir. Günlük yaşamda veya iş görüşmelerinde kişiler arasında iletişim kurulabilmesi için beden dili de kullanılmaktadır. 1960'lı yıllarda psikolog Albert Mehrabian tarafından bir teori ortaya atılmıştır. Bu teoriye göre etkili bir iletişimin %7'si söz, %93'ü beden dilinde kullandığımız jest, mimik ve ses tonlamalarından oluşmaktadır. Beden dili, psikolojik durumu hemen karşı tarafa yansıtmaktadır. Bu yansıma, insan vücudundaki kas sisteminden kaynaklanmaktadır. İletişimde, duyguların beden aracılığı ile yansıtılması jestler, yüzdeki organlar aracılığı ile yansıtılması ise mimikler olarak ifade edilmektedir. Bedenin algılanması üç başlık altında incelenebilir: içeriden algılananlar, dışarıdan algılananlar ve başka bir bedenle temas yoluyla algılananlardır. İçeriden algılananlar nabzımızı dinlememiz, kan akışımız ve nefes alışverişimizi kontrol etmemizdir. İçeriden algılanan ve beden dili ile dışarıya yansıyan duygular öfke, korku, mutluluk, şaşkınlık, tikslenme ve üzüntü olarak sıralanabilir. Bunlar aynı zamanda yüz iletişimindeki altı temel farklı ifade şeklidir. Dışarıdan algılananlar yürüyüş, duruş, ses tonu, dokunma, jest ve mimik olarak sıralanabilirler. Başka bir bedenle temas yoluyla algılananlar ise terleme, titreme, ellerin soğuması olarak örneklendirilebilir. Genel olarak yapılan araştırmalarda beden dili ile ilgili olarak kültürel, etnik ve kişisel yönün sözsüz davranışlarda, jest ve mimiklerin de postüral yapının psikodinamik teorisi üzerinde etkileri olduğu görülmüştür. Bunları şu şekilde örneklendirmek mümkündür: Amerika'da gözleri yummak yorgunluk ve uyku halini ifade ederken; Çin ve Japonya'da aynı hareket dinlenme ve meditasyon yapma anlamına gelmektedir. Bu örnekteki farklılık etnik ve kültürel yönü göstermektedir. Bireylerin iç algılamalarını dışa aktarma biçimleri farklılıklar gösterse de bedeninin kişisel yönü şu şekilde örneklendirilebilir: bazı insanların sinirlendiklerinde bacaklarını sallamaları, kalem ile masaya vurmaları vb. Postür, doğru duruş anlamına gelmektedir. Doğru duruş ise kişinin kendisini iki ayağı ile dengeleyerek vücudunu rahat, kendinden emin bir biçimde ve kaslar kasılmadan kullandığı duruştur. Doğru duruşta omuzlar çok önde de çok geride de olmamalıdır. Doğru duruş aynı zamanda kişinin özgüveninin bir göstergesidir (Ertan ve Sansarcı, 2016:15).

“Dilin doğru kullanımı” başlığı altında, söz edilen kullanımlar için belirtildiği gibi tasarımcının müşteriye yaptığı sunum süresince beden dilini etkili ve doğru kullanması da sunulan tasarıma ve tasarımcıya duyulan inancı ve güveni olumlu yönde etkilemektedir. Beden dili, dilin içinde hem görsel hem de sözel imgeleri barındıran bir türdür. Bu bağlamda görsel iletişimin gerçekleştiği her materyalde ve bu iletişimin her sürecinde önemlidir (Yan, 2019:20).

2.1.3.5. Sunum süreci ve kavramsal yaklaşım

Grafik tasarımın düşünsel süreçleri dışında kavramsal yaklaşım ile gerçekleştirilmesinin kazanç sağlayacağı süreçlerden birisi de sunum sürecidir. Biçimleri farklı olsa da tasarım süreçleri arasında bulunan bu ortaklıklar, grafik tasarımın tüm süreçleri ile bir bütün olarak değerlendirilmesinin gerekliliğini bir kez daha hatırlatmaktadır. Tasarımın herhangi bir süreci tasarıma nitelik kazandıran kriterlerden yoksun olduğunda başarısı olumsuz yönde etkilenmektedir. Sunum sürecindeki kavramsal yaklaşım ilk olarak fikrin barındırdığı yaratıcılığı ve kavramsallığı ifade eden sunum biçimi olarak tanımlanabilir. Kavramsal yaklaşımla gerçekleştirilen sunumlar, hedef kitleyi tasarımın etkisini ve algılanma gücünü artıracak bir atmosfere taşıyabilmektedir. Örneğin çiçek satan bir firma için yaratılan tasarımların sunumu, izleyicileri çiçek bahçesinde hissettirecek kokularla yapılabilir ve bu izleyiciyi hem tasarım fikri hem de tasarım süreçleri arasındaki bütünlük üzerine düşündürecek ayrıca izleyiciye etkileyici bir atmosfer sağlayarak tasarımın sunum sürecinin başarısını olumlu yönde etkileyecektir. Örnekte de benzer amaçla yaratılan kavramsal sunum fikirlerinde önemli nokta tasarlanan materyalin tüm yanlarıyla doğru ve başarılı yaratılmış olmasıdır. Aksi halde tasarımın sunum sürecinin kavramsal bir yaklaşımla gerçekleştirilmiş olması tasarımın başarısına etki edemeyecektir. Sunum sürecinde kavramsal yaklaşımın uygulanışına verilebilecek bir başka örnek, sunumu yapılan grafik tasarım materyalinin, tasarımının ilk aşamasından son aşamasına kadar gelişimini izleyiciye aktaran eskizler ile sunulmasıdır. Eskizlerin sunuma dahil edilmesi, tasarımın tüm hikayesini karşı tarafa aktararak; tasarımcının fikrinin net ve doğru anlaşılmasını tasarımda zihinsel ve fiziksel emeğin süreçlere bölünmüş biçimde müşteriye yansımalarını sağlamaktadır. Tasarımın hedef kitleye eskizlerle birlikte sunulması aynı zamanda eser ile sanatçının aktarmayı hedeflediği mesajın önem taşıdığı kavramsal sanat anlayışı ile de ilişkilendirilebilir. Grafik tasarım var oluş amacı, biçimi ve genetik özellikleri ile kavramsal bir yaratımdır. Bir sanat dalı

olarak, kavramsal sanatın barındırdığı yaklaşım ile grafik tasarımın çatısı altında yaratılan materyallerin sonuçları kadar, eskizler de önemlidir. Mesaj, hedef kitleye tasarımın sonucu ile aktarılsa da eskiz süreçleri ve eskizlerin, tasarımın yaratılış sürecinin, koşullarının belgesi niteliğini de taşıması; kavramsal bir sanat disiplini olan grafik tasarım ile kavramsal sanat ilişkisinin bir başka boyutunu görünür kılmaktadır. Tasarım eskizlerinin tasarımın yaratım sürecindeki toplumsal koşulların ve aktarılması hedeflenen mesaja tasarımcının yaklaştığı perspektifin belgesi oldukları görülmektedir. Bu yaklaşımla tasarımın başarısının ve taşıdığı belge niteliğinin yalnızca sonuca yüklendiği anlayışın ve pratiğin yok olduğu, bu niteliğin, tüm tasarım süreçlerine pay edildiği bir sonuca ulaşılmakta ve tasarımın tüm süreçlerinin önemini ortaya koymaktadır (Lehimler, 2018:223).

2.2. Grafik Tasarımda Görsel Hiyerarşi

Sanatsal yaratım sürecinde sanatçı, duyarlılığı ve seçiciliği ile kompozisyon öğelerini koordine ederek, eserini oluşturmaktadır. Kompozisyon, yaratım öğelerini düzenleme ve süreç sonucunda ortaya çıkan eseri ifade etmektedir. Bir kompozisyon oluşturulurken görsel bir bütünlük elde edilmek istenmekte ve bu bütünlüğün oluşması için armoni, varyasyon, denge, baskınlık, hareket, ekonomi ve orantı olmak üzere yedi temel ilke kullanılmaktadır (Ovrick vd., 2015:91).

2.2.1. Uyum

Keser (2009:19), armoniyi “*farklı renk ilişkilerinden doğan uyum*” olarak açıklamıştır. Wassily Kandinsky, “*armoni, kompozisyondur*” derken armoni ile kompozisyonun ilişkisine dikkat çekmekte; Paul Cezanne “*sanat doğaya koşut armonidir*” derken sanat ve doğanın ilişkisine vurgu yapmakta; George Seurat “*sanat armonidir*” derken sanatın kendisinin uyum olduğunu belirtmektedir. Ovrick vd. (2015:92), kompozisyonu farklı bölümler arasındaki uyumlu ilişki olarak tanımlarken yapının oluşum sürecinde estetik hazza dikkat çekmişlerdir. Özsoy ve Ayaydın’a (2016:50) göre, kompozisyon renklerin ve şekillerin uyumudur, elemanların benzerliğini vurgulamaktadır, uygunluktur ve iki zıtlık arasındaki ortadır.

Armoniyi, ortak özelliklere sahip olan öğeler veya bölümler oluşturmaktadır. Armoni, bir kompozisyonda parçaları birbiriyle ilişkilendirmek için kullanılan öğeler ile renklerin tekrarı ve benzer dokulardır. Ögenin tekrarı, ritim oluşturulması, örüntü

ya da motifin yinelenmesi tamamlama, görsel ilişkilendirme yolları kullanılarak armoni oluşturulabilir (Ovrick vd., 2015:95). Uyum, sanatçının sanatsal ifadesinde ulaşmaya çalıştığı, aradığı etkidir. Bununla birlikte sanatçı uyumsuz bir etkiye de ulaşmak isteyebilir. Kompozisyon öğelerini kullanarak psikolojik bir etki elde etmekte ve gerilim oluşturabilmektedir. Uyum veya uyumsuzluğun, sanatçının mizacı ve seçiciliği ile eserinde oluşturmak istediği etki, üslup (biçem) ile de ilişkili olduğu söylenebilir.

2.2.2. Çeşitlilik

Birçok açıdan bakılabilen üç boyutlu eserler, kendilerine özgü çeşitlilikler barındırmaktadır. İçerisinde çeşitlilikler taşıyan eser, bütünlüğünün bozulmaması için armoni ile dengelenebilir. Çeşitlilik, bütünlüğün temelini oluşturan ilkelerden armoninin karşıtı diğer bir deyişle zıttıdır. İzleyicinin dikkatinin dağılmamasını, eserin monotonluktan uzak olmasını sağlamaktadır. Görsel elemanların eşit değerde kullanılarak oluşturulan bir çalışma, cansız ve duygusuz hissettirebilir. Bunun karşıtı olarak çok uyumlu olan bir kompozisyonda izleyicinin ilgisi dağılabilir. Dağılan ilgi kontrast (karşıt) ve detaylandırma gibi çeşitli varyasyonlar eklenerek giderilebilir (Ovrick vd., 2013:96).

Doğa kendisi içerisinde zıtlıklar barındırmaktadır. Büyük-küçük, gece-gündüz, yaşam-ölüm, iç bükey-dış bükey, siyah-beyaz, pozitif-negatif gibi pek çok kavram zıtlıklara örnek gösterilebilir. Plastik sanatlarda ise görsel öğelerin birbirlerinden farklı ve zıt özellikler taşıması esere sanatsal bir değer katabilmektedir. Zıtlık, görsel öğeler ile oluşturulabileceği gibi eserin konusu ile de var olabilmektedir. Birbirinden farklı görsel öğeler ile elde edilen kontrastlık, eserde hareket ve gerilim oluşturması ile sonuçlanmakta ve bütün kompozisyonu etkileyecek kadar kuvvetli bir görsel etki yaratabilmektedir.

Keser (2009:20) kontrast terimini “Herhangi bir materyal veya eşyanın biçim veya renk olarak kendisi ile tam tersi bir diğer eşya ile yan yana gelmesinden oluşan ilişki”, Özsoy ve Ayaydın (2016:51) ise, “uyumsuzlukların görsel uygunluğu” şeklinde açıklamışlardır.

Genelde görsel algıyı rahatsız etmeyen uyumsuzluklar kontrast oluşturacağı gibi, bazen görsel uyumluluklar da içerisinde zıtlık barındırabilmektedir. Kompozisyon ilkeleri içerisinde izleyiciyi en çok etkileyen; hayret, heyecan, şaşkınlık, ürperme veya çok beğenme gibi duygular uyandıran ilkedir. Vurguyu oluşturabildiği gibi vurgunun kendisi de olabilir. Bir kompozisyonda kontrast oluşturmak için sanatçı; renk, şekil, miktar, yön, aralık, doku, çizgi ve üslup karşıtlıklarını kullanabilir (Özsoy ve Ayaydın, 2016:52). Sanatçıların bu yöntemleri aşırı kullandıklarında abartılı bir görünüm elde ettikleri ifade edilebilir. Özsoy ve Ayaydın (2016:52)'ın şu sözleri konuyu destekler niteliktedir “Kontrast ile abartı yapılabilir. Bazı görsel tasarımlarda abartının ön planda olması gerekir. Abartı çoğu zaman kontrast ile oluşturulabilir. Örneğin, karikatür gibi sanatlarda kontrasta bağlı abartı çok sık kullanılır”.

2.2.3. Baskınlık

Bir sanat eserinde her bir eleman eşit öneme sahip olsa da bazen sanatçılar özellikle vurgulamak istedikleri bir öğeyi, çeşitli yöntemler kullanarak ön plana çıkarabilmektedirler. İzleyici bir esere baktığında ilk önce vurgunun yapıldığı kısmı algılayabilmekte ve zihninde, imge dünyasında vurgulanan nokta kalabilmektedir. Diğer görsel elemanlara göre baskın olarak ele alınan öğe; eserin vurgulanmak istenildiği noktası olabilmekte ve ana tema bu öğeye dayanabilmektedir.

Sanatçılar birincil ve ikincil odak noktasını belirlemek için izleyicinin gözünün yapıtın üzerinde dolaşmasını sağlamaktadır. Önem hiyerarşisinin kurulması için, bazı özellikler vurgulanıp ilginin çekilmek istendiği noktalar, zıtlıklar oluşturularak diğer öğelere göre ön plana çıkarılmaktadır. Zıtlık ne kadar fazla oluşturulursa, vurgulanmak istenilen bölge o kadar baskın hale gelmektedir. Baskınlık oluşturmak için kullanılacak yöntemlere; izolasyon, yerleşim, yön, karakter, ölçek ve orantı (proporsiyon) örnek gösterilebilir. Ayrıca renk, değer ve dokunun kendi içlerindeki zıtlık oranı artırılarak da oluşturulabilmektedir (Ovrick vd., 2015:98). Eserde bir ya da birden fazla öğe olduğundan daha büyük ölçekte ele alınıp vurgulamalar ile; hiyerarşik ölçeklendirmeye ve böylece abartılı bir etkiye ulaşılabilmektedir. Bu araştırmanın bölümlerinden biri olan hiyerarşik ölçeklendirme, baskınlık ilkesi ile ilişkilidir. Baskınlığın amacına ulaşması için, vurgu yapılan öğe kompozisyon içerisine açıkça görülebilecek şekilde yerleştirilmelidir. Vurgu; hangi alanların öncelikli olacağını kontrol etmekte, ilgi odağını belirlemekte, tasarımı düzene

sokmakta, görsel elemanlar arasında hiyerarşi oluşturmada, ilk bakışı kalıcı olmaya zorlamakta ve izleyiciyi yönlendirmektedir (Özsoy ve Ayaydın, 2016:53). Keser (2009:22) ise vurguyu, “Resmin içindeki bir veya birkaç elemanın hemen algılanmasını sağlamak için öne çıkarılması” olarak tanımlamıştır.

Eserdeki bütün öğeler, birbirleriyle ilişki içerisindedir ve baskın öge, yanındaki diğer elemanlarla birlikte anlam kazanmaktadır. Bir eserde bir ya da birden fazla eleman vurgulanabileceken; tek bir öğeden yola çıkılarak oluşturulan eser de bütünüyle vurgulu olabilmektedir. Bu durumda yardımcı elemanları; eserin dışındaki insanlar, bulunduğu mekan ya da doğa oluşturabilmektedir.

2.2.4. Denge

İnsan doğası gereği, hayatın her noktasında denge aramaktadır. Psikolojik, fizyolojik dengesizlikler nasıl rahatsızlık verebiliyorsa, görsel algılamadaki dengesizlikler de gerilim yaratarak rahatsızlık verebilmektedir. Bir sanat eserinde, görsel ağırlık eşit bir şekilde dağıldığı zaman denge meydana gelmektedir. Bunun karşısı olarak sanatçı asimetrik dengeyi kullanabilmektedir. Kompozisyonda denge simetrik, asimetrik ve dairesel olmak üzere üçe ayrılmaktadır.

Bir eser, hayali bir eksenle ortadan ikiye ayrıldığında, iki tarafındaki öğeler aynı veya eksene eşit uzaklıkta ise esere simetrik denge hakimdir. Bu hayali eksen dikey, yatay ya da diyagonal da olabilir. Eser hayali bir eksenle ortadan ikiye ayrıldığında, iki tarafındaki öğeler birbirinden çok farklı ve eksene farklı uzaklıkta ise, bu eser asimetrik denge ilkesi kullanılarak tasarlanmış demektir. Dairesel dengede ise, merkeze koyulan hayali bir nokta ile denge belirlenmektedir. Denge, elemanların merkeze göre eşit ya da dengeli bir biçimde yerleştirilmesidir. Büyük-küçük, sert-yumuşak, yuvarlak-köşeli, uzun-kısa, açık-kapalı, aktif-pasif, ışık-gölge, yatay-dikey, boş-dolu, açık-koyu, parlak-mat, sıcak-soğuk vb. zıtlıklar, denge oluşturmada etkilidir (Özsoy ve Ayaydın, 2016:54). Simetrik denge taşıyan eserler, asimetrik denge taşıyan eserlere göre daha monoton (tekdüze) ve durgundurlar. Görselin iki yarısı birbirlerine benzerse izleyicinin ilgisi uzun süreli olmayabilir.

Sanatçı ve izleyici, sanatsal etkinliğe psikolojik denge sağlamak için başvurmaktadır. Görsellerde var olan denge zevkle duyumsanmaktadır. Denge tüm hareket sona erdiğinde gerçekleşen bir durumdur. Bazen de sanatçı özellikle dengeyi

bozarak psikolojik gerilim elde etmek istemektedir. Denge, yalnızca simetriye bağlı değildir ve bu yüzden sanatçılar eşitsiz bir denge elde etmek isterler (Genç ve Sipahioğlu, 1990:24).

2.2.5. Hareket

Hareket, eserde dinamizmi arttırabilen izleyiciyi yönlendiren bir unsur olarak, sanatçının kompozisyonunu oluştururken başvurduğu öğelerdendir. Sanatçı dikkat çekmek istediği noktalarda armoni (uyum) ve varyasyonlar (çeşitlilik) kullanarak izleyiciyi yönlendirmektedir. Üç boyutlu eserler genellikle pek çok açıdan izlenebilmekte ve farklı açılardan değerler sunmaktadırlar. Böylece esere katılan hareketlerle, belirlenen yönler doğrultusunda, formun çok çeşitli açılardan izlenilmesi sağlanabilmektedir.

Görsel tasarımdaki hareket, soyut ve somut olmak üzere ikiye ayrılabilir. Soyut hareket görsel lekelerin, ışığın, gölgenin ve diğer öğelerin birbirleriyle olan ilişkileri sonucunda ortaya çıkmaktadır. Somut hareket ise gerçek hayatta var olan, görebildiğimiz hareketlerdir. Hareketin özü enerjidir. Hareket canlılık vermekte, odaklanmayı kolaylaştırmakta, duygulara yön vermekte, monotonluğu engellemekte ve izleyiciyi dinamik tutmaktadır (Özsoy ve Ayaydın, 2016:56). Sanatçı eserini, izleyicinin gözünün duraklayıp dinleneceği ve yolculuğa çıkacağı noktaları önceden belirleyip üretmektedir. Gözün birimler arasındaki geçişi, armoni ve varyasyonlarla sağlanabilmektedir. Her yönden okunabilen görsel bir imgede sanatçı, izleyicinin gözlerinin hareketini sağlamak için bütün alanları kullandığından emin olup, varyasyon ve armonilerle izleyicinin göz hareketini kompozisyonun içerisinde bir yönden diğerine doğru yönlendirebilmektedir. Hareket, kendini yenileyerek izleyiciyi eserin içerisine çekebilmelidir (Ovrick vd., 2015:100).

Sanatçılar hareket ilkesini eserlerinde sıklıkla kullanmaktadırlar. Özsoy ve Ayaydın (2016:57) konuya ilişkin şu açıklamada bulunmuşlardır: “Tasarımlarda bazı hareketler çeşitli amaçlarla olduğundan farklı gösterilebilmektedir. Bu farklı göstermede hareket gerçekte olandan daha fazla ise görsel bir abartı meydana gelebilmektedir.” Gerçek hayatta yapılması olanaksız ve fizik kurallarına aykırı olan, ancak sanatçının hayal gücünün sınırsızlığı ve eserde oluşturduğu hareket ile yaratılabilmekte ve bunun sonucunda abartılı bir görünüm meydana gelebilmektedir.

2.2.6. Ritim

Bütün sanat dallarının ortak noktası olan ritim, önemli bir tasarım ilkesidir. Bir eserde, gözün ögeler arasında gezinmesinin sağlanmasında, ritim düzeninin büyük bir etkisi vardır. Eserde elemanları bir arada tutarak bir düzen oluşturulmaktadır. Sanatsal kompozisyonda ritmin uzmanlar tarafından nasıl tanımlandığı incelendiğinde sıklıkla sanatsal kompozisyon ögelerinin birbirini sıra ile izleyen ve belli bir görsel tempoda, ölçülü vurgularla düzenli tekrarlardan oluştuğu görülmektedir (Keser, 2009:24).

Sanatçı, ritmin minör ve majör değerleriyle kompozisyonlarındaki bireysel elementleri artırabilmekte ya da abartabilmektedir. Böylece ritim de izleyiciyi duygusal ve görsel olarak harekete geçirebilmekte, psikolojik bir etki yaratabilmektedir. Sanatta ritim düzenli, alternatif ve kademeli olarak üçe ayrılmaktadır. Düzenli ritim, bir kompozisyonda elemanların düzenli ya da eşit aralıklarla yerleştirilmesidir. Alternatif ritim çalışmadaki ögelerin kendi içlerindeki tekrarı ile elde edilmektedir. Kademeli ritim ise, kompozisyona biçim ya da dokudaki değişiklikler gibi varyasyonlar ekleyerek oluşturulmaktadır.

Düzenli ve kademeli ritim tekrar edildiğinde hareket ve abartı oluşurken, buna karşıt olarak kademeli ritim değişim, istek ve umutsuzluğu sağlayabilmektedir (Rathus, 2008:122). Ritim, sanatçının eserini yaratırken sezgisel olarak başvurduğu bir yöntemdir ve izleyici ritmi, sezgileri ile fark edip hissedebilmektedir. Ritmin görsel elemanlarla oluşturulmasına rağmen, soyut bir etkisi vardır. Her sanatçının, eserini yaratırken kendine özgü bir ritim kullanma üslubu vardır. İzleyici ve eser arasında psikolojik bağ oluşturup, duyularını ve fiziksel yapısını etkilemekte, izleyicinin gözlerine, el ve kol hareketlerine, duruşuna yansıyabilmektedir. Bir kompozisyonda ögelerin uyumluluğu, devamlılık, tekrar, hareket, vurgu, zıtlık, nüanslar, değişiklikler ve benzerlikler ritim oluşturmaktadır. Böylece eser monotonluktan kurtulabilmektedir (Özsoy ve Ayaydın, 2016:58). Yaşamın harekete dayalı hiç bitmeyen devinimi ve enerjisi insanoğlu için yabancı olmadığı (içselleştirdiği) bir ritim duygusunun oluşmasını sağlamaktadır (Keser, 2009:25).

2.2.7. Oran

Oran ve orantı tek başlarına değerlendirilemez. Bir sanat eserinin bütünüdür barındırdığı öğelerin birbirleriyle ilişkisi algılanmaktadır. Oran, karşılaştırma yaparak değerlendirildiği için, göreceli olabilmektedir. Genellikle figürde ölçü-orana göre belirlenmektedir. Sanatçılar doğru oranları büyüterek abartılı bir görünüm elde edebilmektedirler.

Sanat eserinde ölçek, eserin geneline göre değerlendirilir, oran-orantı ise eserdeki birimlerin birbirleri arasındaki ilişkidir. Oran ve ölçeğin, eserin kavranması açısından önemli bir görevi vardır. Sanat var olduğundan beri insanoğlu kendini ifade etmek için pek çok yöntem kullanmaktadır ve bunlardan birisi de oran ve ölçekle oynamaktır. Sanatçı, eserinde kullanacağı ölçeği, vurgulamak istediği konuya göre belirlemekte ve bunun için pek çok farklı yol kullanmaktadır. Bazı sanatçılar, belirli bir his veya bir mesaj iletmek için eser içerisindeki orantıları bozmaktadırlar. Orantısız kelimesi negatif (olumsuz) bir anlam taşımakla birlikte bir sanat eserinde orantısızlık çok çarpıcı, ürpertici ve rahatsız edici duygular aktarabilmektedir. Sanatçının belirlediği ölçek ve oranlar bazen birebir boyutlarda olurken, bazen küçük, bazen de çok abartılı orantısızlıklar içerebilmektedir. Alışılmışın dışında bu tür bir görüntü ile karşılaşmak algıyı değiştirmekte ve merak uyandırmaktadır. Oran ve ölçek izleyicinin bir eseri anlamasına yardımcı olan, temel tasarım öğelerindedir.

2.3. Grafik Tasarım ve Kavramsal Yaklaşım

Kavramsal yaklaşımın bir bütün olarak değerlendirilip etkileri gözlemlendiğinde; grafik tasarım uygulamalarının tüm süreçlerinde, niteliğe katkı sağladığı görülmektedir. Grafik tasarım çalışmalarının niteliğini etkileyen düşünsel sürecin doğru tamamlanmasıyla sonucunda söz konusu tasarımın konsepti yaratıcı ve özgün bir biçimde kavramsal bir yaklaşımla ifade edilmektedir. Düşünsel süreç tasarımı kavramsal özelliği, konsepti, özgünlüğü ve yaratıcılığı belirleyicidir. Tasarımda, bütçe sınırlılıkları, malzeme kısıtlılığı gibi sınırlılıklar bulursa da aktarılması hedeflenen mesaj, yaratıcı, özgün ve kavramsal bir konsept ile nitelikli bir şekilde aktarılabilir. Uygulanması bütün süreçlerde tasarımın niteliğine katkı sağlıyor olsa da kavramsal yaklaşımın tasarıma en özgür şekilde yansıtıldığı ve grafik tasarımcıların en özgür oldukları süreç düşünsel süreçtir. Sosyal sorumluluk projeleri

niteliğinde yarattıkları tasarımlar ile savaş, şiddet, insan hakları ve çevresel sorunlar gibi birçok toplumsal konuda önemli rolleri bulunmaktadır.

Kavramsal yaklaşımla yaratılmış sosyal içerikli tasarımlara Cedomir Kostovic'in "Bosnia (Divided)" "(Bosna (Bölünmüş))" isimli çalışması ile Sonia ve Gabriel Freeman'in "Equality Concept" (Eşitlik Kavramı) isimli tasarımları örnek olarak gösterilebilmektedir. Cedomir Kostovic, "Bosnia (Divided) (Bosna (Bölünmüş))" isimli tasarımında üç parçaya bölünmüş şekilde bir keman görseli kullanarak, Dayton Barış Anlaşması ile Bosna'nın etnik olarak üçe bölünmesine göndermede bulunmuştur (Bkz. Şekil 2.3.). Sonia and Gabriel Freeman'in "Equality Concept" (Eşitlik Kavramı) isimli tasarımında ise tasarımcının, eşitlik kavramına yeni bir yorum getirdiği görülmektedir (Bkz. Şekil 2.4.). Jonathan Barnbrook'un "You Can't Bomb An Idea" (Bir Fikri Bombalayamazsınız) sloganı ile tipografik kelime oyunu yaparak ve kavramları değişime uğratarak yarattığı "Globalization" (Küreselleşme anlamına gelen Globalization kelimesi ile sıradan anlamına gelen Banal kelimesinin kombinasyonu) sloganına yer verdiği tişört tasarımları da kavramsal grafik tasarım uygulamalarına gösterilebilecek örnekler arasında yer almaktadır (Bkz. Şekil 2.5.) (Habibe ve Büyükarman, 2018:77).



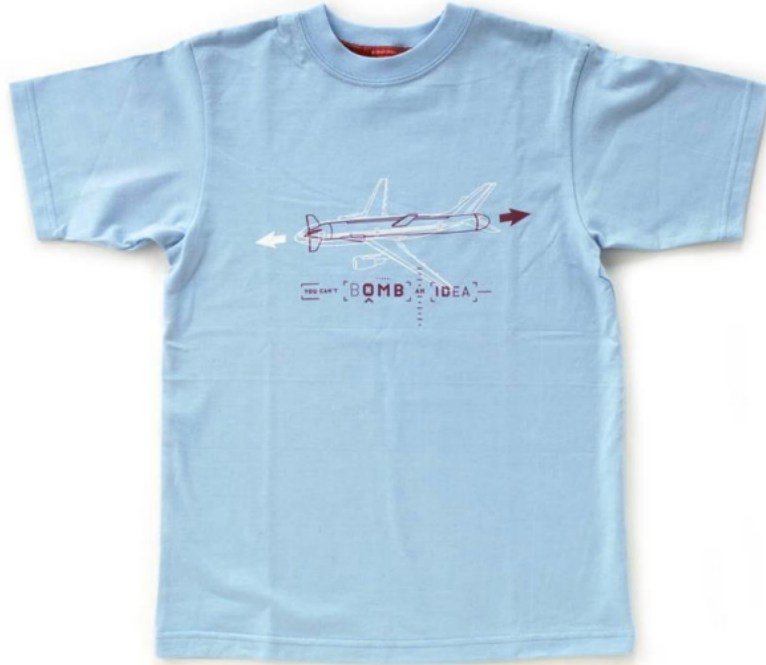
Şekil 2.3. Cedomir Kostovic: "Bosnia (Divided)"

Kaynak: URL 1



Şekil 2.4. Sonia ve Gabriel Freeman: “Equality Concept”

Kaynak: Url-2



Şekil 2.5. Jonathan Barnbrook: “You Can’t Bomb An Idea” Tişört Tasarımı

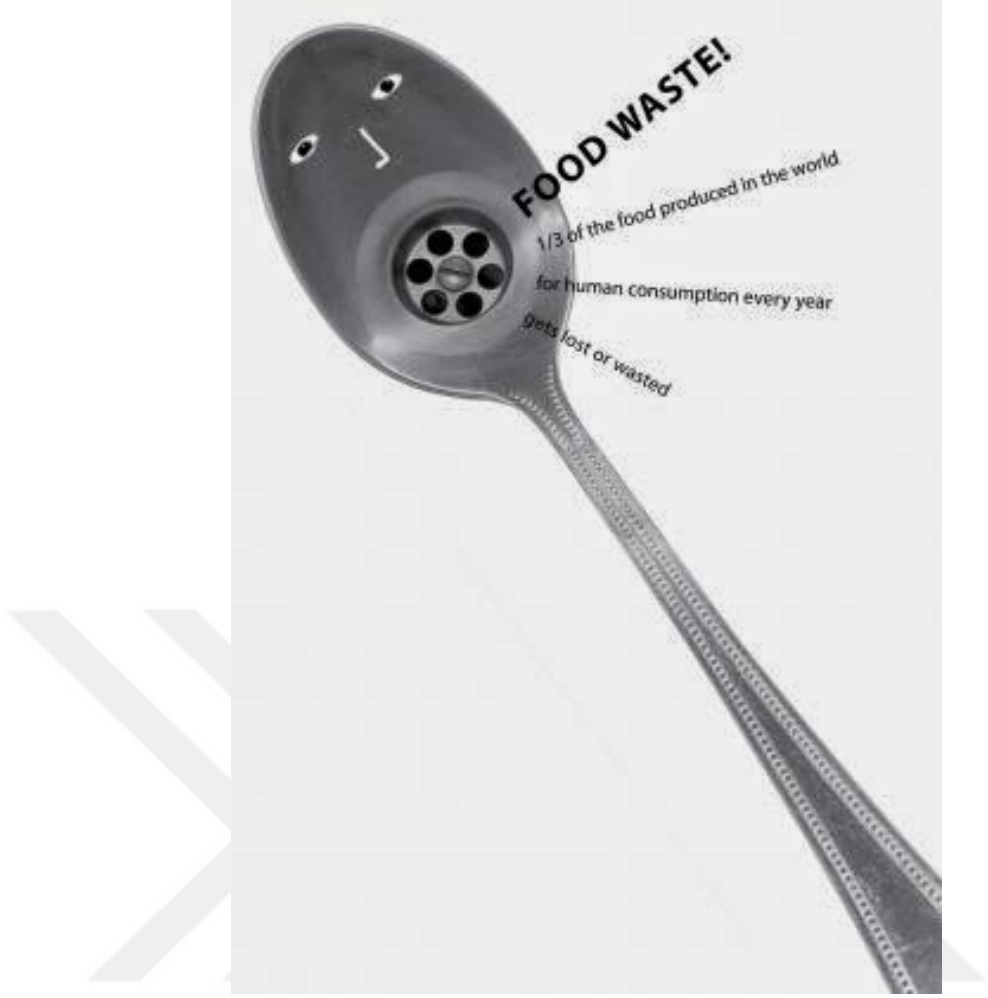
Kaynak: Url-3

Şekil 2.6. ve Şekil 2.7. de yer alan afiş çalışmalarında da kavramsal tasarım anlayışı görülebilmektedir. Şekil 2.6.'da kullanılan güvercin ve zeytin dalı barışı sembolize etmek için kullanılmıştır. Savaşı temsilen kullanılan silahın üstüne konan kuşun barışı sağladığı görülmektedir. Şekil 2.7.'de yemek atıklarına gönderme yapan bir afiş çalışması yer almaktadır. Burada da yemek atıklarına kaşık ve lavabo deliği kullanılarak referans verilmiştir. Bu iki öge yemek atıklarını azaltmamız gerektiğini belirten tipografik kullanım ile desteklenmiştir.



Şekil 2.6. Barış Temalı Afiş

Kaynak: Url-4



Şekil 2.7. Yemek Atığı Temalı Afiş Çalışması

Kaynak: Url-5

2.4. Grafik Tasarım ve Sanat Hareketleri

Grafik tasarımda yerellik, coğrafik bölgenin gereksinim duyduğu özellikler içerir. Modern anlamda grafik tasarım yirminci yüzyılın başlarında ortaya çıkmıştır. Endüstri devrimi ile gelen sosyal, kültürel ve ekonomik gelişmeler, insan hayatında olduğu kadar grafik tasarımın endüstri ile ilişkilendirilen kısmı reklam alanını da etkilemiş; bireysel bir dışavurum yöntemi olarak grafik tasarımı kuvvetlendirmiştir. Birbirini izleyen sanatsal akımların ülkeden ülkeye değişiklikler gösterdiği bilinmektedir (Antmen, 2008:278).

Arts and Crafts hareketi, modern grafik tasarımın başlangıcı olarak adlandırılmaktadır. Ancak asıl yankı bulan ilk grafik tasarım hareketi, başladığı ülke Fransa'daki adıyla Art Nouveau'dur. Art Nouveau, Sanayi devriminin ardından

standartlaşan, monotonlaşan ve estetikten uzaklaşan insan hayatına yeniden estetiğin kazandırılmasıyla insanın doğal niteliklerine kavuşmasına yardımcı olmayı amaçlamaktaydı (Bkz. Resim 2.4.). Art Nouveau'nun geniş şekilde halk tarafından kabul görmesi, daha önce olduğu gibi sadece elit bir kesime hitap eden bir sanat akımı olmaması çıkış noktasını, sıradan insanlardan, politikadan ve günlük hayattan alıyor olmasından kaynaklanmıştır. Fransa'da afiş sanatı aracılığıyla grafik, sokaklara taşınmış ve toplumun her kesimine hitap etmiştir (Hollis 2002:114). Art Nouveau, Uzak Doğu Sanatı, Afrika Sanatı, Pre-Rafealistler gibi pek çok kaynaktan beslenerek Fransa'da kıvrımlı çizgiler, düz renkli zeminler ve uçuşan çizgilerle (Bkz. Şekil 2.8.) ifade bulmuştur (Bektaş, 1992:55).



Şekil 2.8. Alphonse Mucha, Job Sigarası İçin Reklam Afişi

Kaynak: Url-6

Art Nouveau genel olarak bu isimle anılsa da başka ülkelerde anlamın özü değişmemek kaydıyla, farklı yansımalar ve isimlerle anılmıştır. Almanya'da Jugendstil (Genç Stil) adını almıştır. Jugendstil, Fransa'dan farklı olarak, daha keskin bir üslup benimsemiş ve daha politik bir söylem kazanmıştır. Daha çok dergi ve afişlerle kendini göstermiştir. Anlatım açısından Fransa'ya kıyasla daha az süslemeci bir tavır sergilemiştir. Avusturya'da Secession (Ayrılıkçılar) adı alan hareket,

aralarında Gustav Klimt (Bkz. Şekil 2.9.), Egon Schiele, Oskar Kokoschka gibi sanatçıların bulunduğu bir toplulukla ses bulmuştur. Bu topluluk Viyana ayrılıkçıları olarak da bilinmektedir. Secession hareketinde kuzey etkisi hakimdi ve süsten tipografi okunmaz hale gelmişti (Bektaş, 1992:56).



Şekil 2.9. Gustav Klimt, Öpücük, Tuval Üzerine Yağlı Boya, 1907

Kaynak: Url-7

Art Nouveau'nun Avrupa ülkelerinde değişik yorumlar bulması, kültürel anlayış farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Bunun yanı sıra bazı modern sanat hareketlerinin ilk etkilerinin çıktığı görülmektedir. Bunlar ülkelerdeki sanatçıları etkilemiş ülkelerin kültürleriyle yoğurularak anlam kazanmıştır (Bkz. Şekil 2.10.). Fütürizm (İtalya), Konstrüktivizm (Sovyet Rusya), De Stijl (Hollanda) gibi hareketler, buldukları ülkenin sosyo-kültürel, ekonomik ve politik ortamlarının ürünüdür. Art Nouveau kadar geniş bir coğrafyaya yayılmamış ve kendi ülkelerine özgü özellikleriyle ön plana çıkmışlardır (Antmen, 2008:280).



Şekil 2.10. Walter Crane Jugend Dergisinin 51. Sayısı İçin Kapak Tasarımı, 1898

Kaynak: Url-8

Günümüzde de geçmişte olduğu gibi yerel grafik tasarım ve tasarımcılar, yaptıkları işler yoluyla ayırt edebilmektedir. Bugün pek çok ülke kendi tasarım anlayışını dünyaya kabul ettirmiştir. Yerel tasarım ekollerinden birkaç örnek vermek gerekirse Hollanda günümüzde isminden en çok söz ettiren ülkelerden birisidir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra hayatta kalan Hollandalı grafik tasarımcılar, savaşın dehşetinden olsa gerek, tasarımda tarafsız bir anlayış benimsemiştir. Bunun amacı savaştan çıkan halka daha az sorgulayıcı açık ve net mesajlar vermektir, günümüzde de yalın ve net anlatım Hollanda tarzında görülmektedir. Ayrıca Hollanda, kendi kültürünü sürdürmek üzerine bir devlet politikası belirlemiştir. Bu politikayı görünebilir kılmak adına, tüm kamusal alanlarda, görsel iletişimi kullanan grafik tasarımcılara işler vermiştir. Bu da Hollanda'da grafik tasarımın köklü yer edinmesini sağlamıştır. Halen dünya çapında pek çok grafik sanatçısı yetiştiren Hollanda, grafik tasarımı doğal bir kültürel iletişim aracı olarak kabul etmektedir. Betsky ve Eeuwens'in derlediği "*False Flat (Yanlış Daire)*" adlı kitap (Bkz. Şekil 2.11.), içerisinde Irma Boom, Max Kismann, Anton Beeke, Linda van Deursen, Armand Mevis, Rudy Vanderlans gibi Dünya çapında kendini kanıtlamış pek çok Hollandalı

grafik sanatçısına yer verilerek, Hollanda grafik tasarımının konumunun ifadesinin güzel bir örneğidir (Antmen, 2008:282).



Şekil 2.11. Betsky ve Eeuwens'in Derlediği "False Flat" Kitabının Kapak Tasarımı

Kaynak: Url-9

İnsanoğlunun yarattığı her şey, onun kültürünü oluşturmaktadır. Sosyal, psikolojik ve kültürel bir canlı olan insanın, kendine yarattığı yapay dünya içerisinde sürekli bir iletişim kurma çabası göze çarpmaktadır. Bu iletişim çabası, eski çağlarda Altamira Mağarası'nın duvarlarında, İlk Çağ'da yazı ve hiyerogliflerde, Hristiyanlıktaki ikonalar ve duvar resimlerinde, tahta baskılarda, ilk afişlerde, modern dergilerde ve günümüz yaşamını tamamıyla etkileyen grafik sektöründe gözlemlenmektedir. Bu iletişimi yönlendiren birincil öge kültürdür (Bektaş, 1992:59).

Yerel kültürlerin ortak yaşamlarından biriktirdikleri farklılıklarının, iletişim biçimlerine yansımaları doğaldır. Dolayısıyla, yerel grafik tasarımlar, yerel görsel iletişim yöntemlerine ayna tutarak bize o coğrafyanın kültürel kimliklerini anlama fırsatı vermektedirler. Tarihsel süreç içerisinde, Sümerlerden Mısır'a, Art Nouveau'dan Konstrüktivizm'e kadar yerel kültürlerin grafik tasarım üzerine etkisi sürekli gözlemlenmektedir. Günümüzde de bu etkilerin devam ettiği açıktır; ancak

günümüz dünyası, geçmişten farklı olarak, küresel bir kültür yaratma çabası içerisindedir. Bu çaba doğal olarak yerel kültürlerin üretimlerini tehdit etmektedir (Bektaş, 1992:61).



3. GRAFİK TASARIMDA ÖLÇEK, ORAN-ORANTI VE ALTIN ORAN KAVRAMLARI

Sanatta ölçek, bir nesnenin veya insanın boyutunu diğer bir nesneye göre tanımlamak için kullanılmaktadır. Oran ise bir bütün içinde parçaların göreceli büyüklüğüne gönderme eğilimindedir. Oran, bir insanın yüzü, bir nesne veya manzaranın kendi içinde olabildiği gibi bütün bir sanat eserinde de gözlemlenebilmektedir.

Ansiklopedide ise; “Ölçek (İng. Scale, Fr. Echelle) bir harita ya da çizimdeki uzunlukların gerçek uzunluklara oranıdır. Gerçekleştirilecek olan bir yapı ya da nesnenin proje çiziminde teknik resim kurallarına uygun bir ölçek kullanılır” şeklinde tanımlanmıştır (İpek, 2008:21).

Anapur’a (2016:43) göre ölçek eserin boyutu ile değil, bir nesnenin insan bedeni veya başka bir nesneye oranıyla ilişkili bir ilkedir. Genellikle insan ölçeğine göre değerlendirilmektedir. Sanatçılar ele aldığı konuyu yorumlarken vurgu yapmak istediği noktada boyutta orantısızlık ile farklı ölçeklendirmeyi sıkça kullanmaktadırlar. Bu yolla, temsil edilenin önemi vurgulanmış olmaktadır. Olağandışı ölçeklendirme, eserde direk olarak göze çarptırılabilceği gibi ilk bakışta anlaşılamayacak şekilde de uygulanabilir.

Gökaydın (2010:50) ölçek büyütme (magnifikasyon) şöyle tanımlamaktadır: “Büyütme ana temel bozulmadan (yararlı desteklerle) temel boyutu, yerine göre aşırı büyütme sonuca varma tekniğidir”. Oran, iki benzer arasında büyüklük, miktar ve derece ilişkisini, orantı ise bir parçanın diğeri ya da bütünle karşılaştırmalı ilişkisini ifade etmektedir (Keser, 2009:32).

Antik Yunan’dan itibaren orantı, güzelliği belirlemede kullanılmıştır. Platon öncesinde güzellik ile orantı arasında bir ilgi kurulmuş ama sistemli bir yapıya oturtulmamıştır. Bu düşünceler, sonradan geliştirilecek sistemin dayanağı olmuşlardır. Platon, kosmosu ve kosmos içindeki varlıkları bir orantı içinde görmeye başlayıp, bunu matematik ile ilişkilendirmeye çalışmıştır. Bir formun güzelliğinin, sayıların

orantısından doğan matematik bir güzellik olduğunu öne sürmüştür. Demiourgos, evrenin yaratılışında nasıl mükemmel bir orantı varsa, bütün içinde yer alan her bir elemanın da orantılı olarak kavranması gerektiğini; Timaios ise insan ruhu ve bedeninin bile birbirleriyle orantılı olmadığı takdirde güzel olamayacağını, orantısız olacağını, orantının her şeyin başında geldiğini vurgulamıştır. Aristoteles'e göre de güzel, matematik olarak belirlenebilen bir orantı içermektedir. Antik çağdan sonra sanatçı ve düşünürler orantı ile ilgili düşünmeye, sanatı ve doğayı açıklayacak bir matematik formülü aramaya devam etmişler ve bu formülü altın kesit orantısında bulmuşlardır (Tunalı, 2002:61).

3.1. Hiyerarşik Ölçeklendirme

Keser'in (2009:33) tanımladığı şekliyle hiyerarşik ölçek, tasarımda yer alan unsurların büyüklüklerinin, objektif biçimde olduğu gibi değil önem derecesine göre betimlenmesidir, Pipes (2003)'ın tanımına göre ise erken dönem sanatta ve bazı batı harici kültürlerde resmin konusu ele alınırken bir aziz ve bir kral veya büyük boyutlu karakterlerin minor karakterlerle ilişkisine göre, boyut statüyü veya önemi belirtmektedir. Rathus'un (2008:124) tanımında ise hiyerarşik ölçek bir kompozisyondaki nesnelere veya insanların göreceli önemini göstermek için boyut kullanımını anlamına gelmektedir.

3.2. Oran-Orantı Bilgisi

Artut (2013:20)'un da belirttiği gibi bir tasarım içerisinde var olan tüm öğelerin birbirleriyle ilişkisi (kurgusu) son derece önemlidir. Oran, tasarım içerisinde yer alan figür, obje ya da formun bölümleri ile bütünü arasındaki anlamlı ilişkidir. Bu figür, obje ya da formun parçalarının ve bu parçaların bütüne olan ilişkilerinin-boyutlarının doğru gözlemlenip betimlenmesidir.

3.2.1. Ölçü Alma Yöntemleri

Kalemle ölçü alma yöntemi Şekil 3.1.'de görüldüğü şekliyle, kalemin dikey ve yatay tutulması ile gerçekleştirilmektedir. Bu yöntemle yapılan çizimde doğru oranların yakalanması amaçlanmaktadır. Kalem başparmak ve diğer iki parmakla tutulmakta, kol öne doğru kırılmadan uzatılmakta ve kalemin üzerinden konuya doğru bakılmaktadır. Kalem ile ölçü alma yöntemi kullanımında ilk olarak konunun kadrajı

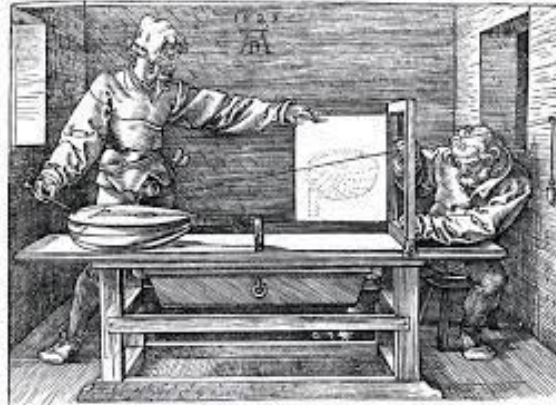
oluşturulduktan sonra kadrajın yatay mı yoksa dikey mi olduğuna bakılmalıdır. Eğer kadraj yataysa kağıdın yatay, dikeyse kağıdın dikey kullanması doğru bir kompozisyon oluşturulmasının ilk adımıdır.



Şekil 3.1. Kalemle Ölçü Alma

Kaynak: Url-10

Sanat tarihi incelendiğinde oran-orantı ve perspektif konuları ile ilgilenmiş önemli sanatçılar arasında Albrecht Dürer'in yer aldığı görülmektedir (Bkz. Şekil 3.2.) Şentürk (2016:13)'ün de belirttiği gibi Dürer'in resimlerinde kompozisyon tasarımı, formların alınış biçimi, ayrıntılı, açık ve sadece anlatım, ışık-gölge etkileri, rakursi ve perspektife özen gösterdiği görülmektedir. Kompozisyonlarının tasarımında kullandığı pespektif, ideal oran, mutlak güzellik ve uyum estetik endişelerini göstermektedir.



Şekil 3.2. Albrecht Dürer, Ölçüm Derslerinden, 1525

Kaynak: Url-11

Gombrich (2015:236), kendine has zorluklarını, perspektifin teorik zemininin düşünebilecek en sade temel olduğu gerçeğini etkilemediğini dile getirmiştir. Çünkü bahsi geçen temel, insan bakışının düz bir çizgide ilerlediği ve insanın bu görüş açısının dışında kalan alanları göremeyeceği savına dayanmaktadır. Perspektif, sabit bir noktadaki bir gözün bir delikten baktığında neyi görüp neyi göremeyeceğini daima imtihan etme imkânı kazandırmaktadır.

3.2.2. Mekân Çiziminde Perspektif Kullanımı

Bir resimde küçük atların veya boğaların uzaktaki atlar veya boğalar diye yorumlanması, ancak bilinenler veya daha doğru deyişle tahminler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Gombrich (2015:239)'e göre perspektifin izleyicilerde kökleşmiş beklentileri ve varsayımları destek alarak en etkili yanılsamaları yaratmasının nedeni de budur. Barok çağının bina içlerinde, tavan resimlerinin ve mimarının yarattığı illüzyonun büyük gücü, bu resimlerin aslında gerçek olabilecek bir şeyi tasvir etmelerinden gelmektedir.



Şekil 3.3. Johannes Vermeer, Müzik Dersi, 1662-65, National Gallery, Londra

Kaynak: Url-12

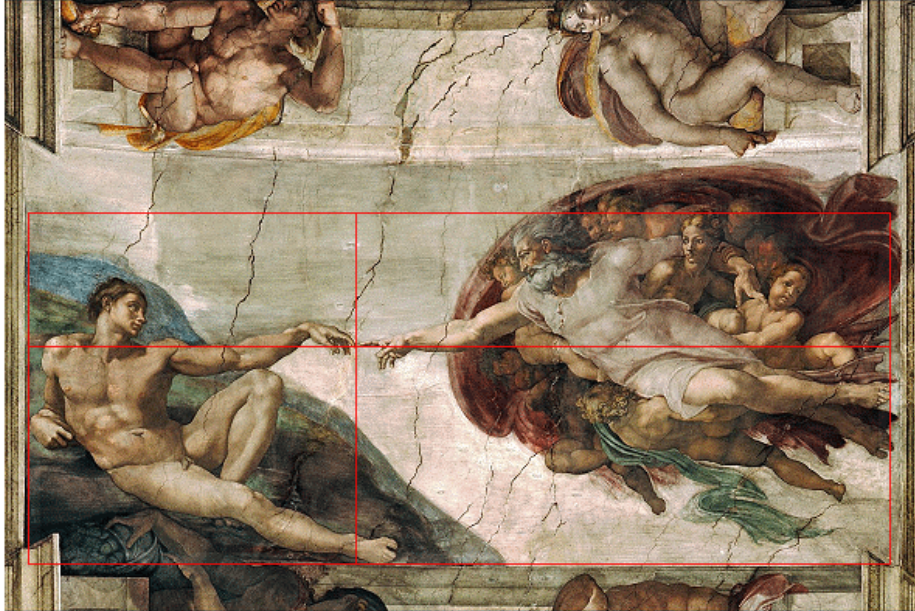
Şekil 3.3.'de yer alan Vermeer'in *Müzik Dersi* tablosu incelendiğinde *Mektup Yazma* ve *Astronom* (Bkz. Şekil 3.4.) eserlerindeki benzer şekilde çalışmadaki odanın çiziminde tek kaçışlı perspektif kullanıldığı görülmektedir. Vermeer, derinlik illüzyonunu vurgulamak için yer karolarının giderek küçülmesinden faydalanmıştır. Böylelikle çalışmaya bakıldığında, derinlik illüzyonunun gerçekçi bir yaklaşımla yansıtıldığı görülmektedir (Antmen, 2008:289).



Şekil 3.4. Johannes Vermeer, Astronom, 1668, Louvre Sarayı, Fransa

Kaynak: Url-13

Raffaello, Leonardo Da Vinci ve Michelangelo'nun eserlerine bakıldığında da mekân tasarımında perspektif yasalarından yararlandığı görülmektedir. Mekân tasarımlarının derinlik illüzyonu tek kaçış noktalı perspektif kurallarıyla oluşturulmuştur.



Şekil 3.5. Michelangelo, Adem'in Yaratılışı, 2,8 m x 5,7 m, Sistina Şapeli, 1511

Kaynak: Url-14

Sistine Şapeli'nin tavanında bulunan ünlü eser “*Adem'in Yaratılışı*” freskinde Michelangelo altın oran kullanımını tercih etmiştir. Tanrı ve Âdem tarafından sınırlanan bölümde Tanrı'nın ve Âdem'in parmağının kesişim yerinin her ikisini de içeren alanın genişlik ve yükseklik olarak altın oran alanına denk geldiği gözlemlenmektedir (Bigalı, 1999:44). Resim içerisinde başka noktalarda da yine altın oranın kullanıldığı görülmektedir (Bkz. Şekil 3.5.).

Türk resminin geçmişi incelendiğinde ise perspektif sanatı ile ilgilenen önemli isimler arasında ressam Ahmet Ziya Akbulut göz çarpmaktadır. Tansuğ (2012:64)'un da belirttiği üzere Ahmet Ziya Akbulut, perspektif kurallar ve uygulamasına ilişkin iki kitap yazmıştır. Bu eserler resim sanatına ilişkin problemlerin bilimsel yönünü aydınlatıcı bir görev üstlenmiştir.

Akbulut'un yazılı eserleri *Amel-i Menazır* (1896) ve *Ululu Ameliye-i Fenni Menazır* (1922)'dir. Ahmet Ziya Akbulut perspektif dersleri de vermekteydi. Akbulut, Matematik ve Perspektif derslerini veren bir öğretmen olarak Sanayi-i Nefise Mektebi'nde çalışmıştır. Mimari yapılar sıklıkla sanatçının eserlerine konu olmuştur. Şekil 3.6.'da yer alan *Mimar Sinan Türbesi* isimli çalışması sanatçının mimari yapıları ele aldığı çalışmalarından birisidir. Sanatçının perspektif bilgisini çalışmasına başarılı bir biçimde yansıttığı görülmektedir. Sanatçı, çalışmasında iki sokağın kesişim noktasında yer alan türbeyi duvarının yıllar içinde yıpranmış dokusundan, pencere şebekelerine kadar detaylı bir şekilde resmetmiştir.

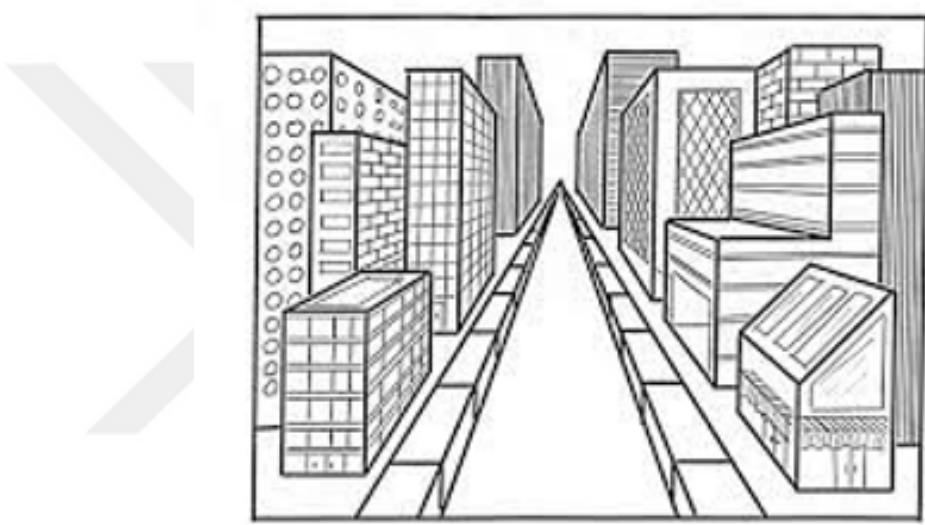


Şekil 3.6. Ahmet Ziya Akbulut

Kaynak: Url-15

3.2.3. Nesne Çiziminde Oran-Orantı Bilgisinin Perspektif Kurallara Göre Uygulanışı

Obje çiziminde dikkat edilmesi gereken ilk şey konu edilen nesnenin kendi oranları, sonrasında ise yanında herhangi nesne ya da nesnelere var ise bunlarla olan oranlarıdır (Bkz. Şekil 3.7.). Oran-orantı hesabının doğru yapılması yapılacak resmin gerçekçiliğini ve doğruluğunu belirleyen önemli faktördür. Oran-orantının yanlış hesaplanmasından sonra nesnenin düzlemine yerleştirilmesi perspektif kuralları sayesinde yapılmaktadır. Bu kurallar dahilinde çizilen nesne, üç boyutlu bir etki yaratmaktadır (Papanek, 1973:352).



Şekil 3.7. Perspektife Göre Nesne Görünümleri

Kaynak: Url-16

- Kompozisyon çiziminde konu olarak seçilen obje veya objeler incelenmektedir.
- Objenin gözün bakış açısından konumu kontrol edilmektedir (Göz hizasının altında, üstünde veya göz hizasında olduğu). Ufuk çizgisi kâğıda çizilmekte, kaçış noktası tespit edilmektedir.
- Objenin bulunduğu alan kaçış noktasına göre belirlenmektedir.
- Kalemle ölçü alma yöntemi kullanılarak oran ölçümleri yapılmaktadır. Objelerin kendisinin ve birbirleriyle olan oranları ölçülerek kâğıda işaretlenmektedir.

- Ortaya çıkan taslak halindeki bir kompozisyonudur. Kompozisyonun detayları bu yöntemlerle geliştirilmekte ve sonuca ulaşılmaktadır.

Aşağıda yer alan obje çiziminde perspektif konusuna verilebilecek en güzel örnekler arasında özellikle natürmort tabloları ile tanınan İtalyan ressam Giorgio Morandi'nin çalışmaları yer almaktadır. Şekil 3.8.'de görülen çalışmada ressamın üst açıdan tasarladığı çalışmasında tüm öğelerde aynı perspektif bakış açısı ile kaçış noktasının benimsendiği ve ufuk çizgisine de yer verildiği görülmektedir.



Şekil 3.8. Morandi, Natura Morta II, 1953

Kaynak: Url-17

3.3. Altın Oran

Altın oran karmaşık matematiksel ifadedir, ancak bunun en iyi karşılığı $1:1.618$ olarak ifade edilen altın oran kavramı, Fibonacci dizisinin bir parçasıdır. Altın oran doğada, deniz kabuklarından ağaçta bulunan yapraklara kadar pek çok farklı alanda görülmektedir. Doğada pek çok yerde gözlemlenebilen altın oran, sanat eserlerinde de kullanılmaya başlanmıştır (Bergil, 1993:88).

Fibonacci dizisi kurallı olması nedeniyle hatırlaması kolay bir dizidir. Dizi 0 ve 1 ile başlamakta ve her bir sayı kendisinden önce gelen sayının toplanarak sağına yazılarak ilerlemektedir. Yani 0 ve 1 ile başlamakta ve 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21 şeklinde devam etmektedir (Bkz. Şekil 3.9.). Yunanlılar ise dizideki iki sayı arasındaki farka

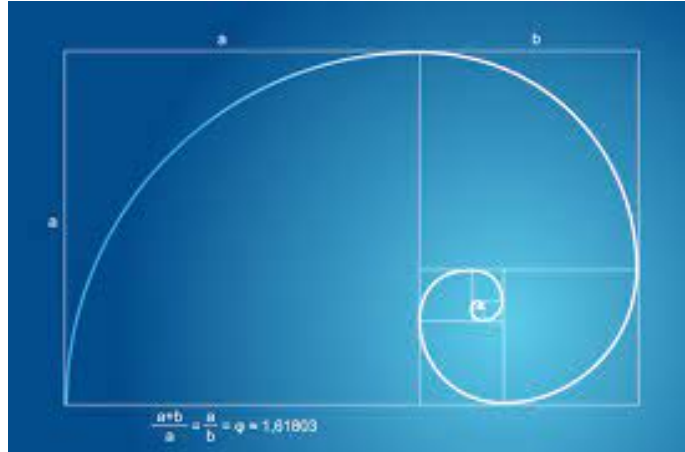
dayalı olarak altın oranı geliştirmişlerdir. Tam olarak altın orana karşılık gelmediği bilirse de bu altın orana oldukça yakın bir ifadedir (Akdeniz, 2007:43).



Şekil 3.912. Fibonacci Dizisi

Kaynak: Url-18

Dikdörtgen ile altın oran arasında da bir bağlantı bulunmaktadır. Teorik olarak altın oran ile oluşturulmuş ya da bölümlenmiş dikdörtgenlerin en kullanışlı yapıya sahip olduğu düşünülmektedir. Bu durumda olan dikdörtgenlere ise altın dikdörtgen adı verilmektedir (Akdeniz, 2007:44). Altın oranlı bir dikdörtgen oluşturulduğunda basitçe, 1000 piksel genişlikle başlanmakta ve yaklaşık 618 piksel yükseklik elde etmek için onun 1.618'e bölünmesi gerekmektedir. Şekil 3.10'da yer alan altın dikdörtgen konuya örnektir.



Şekil 3.10. Altın Dikdörtgen Örneği

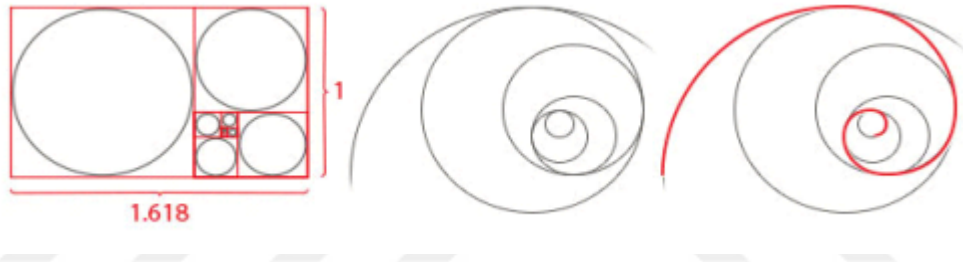
Kaynak: Url-19

Şekil 3.10. da gösterilen çizim, 618x618 ölçüsünde kare formuna bölündüğünde kalan kısım 382x618 boyutlarında bir dikdörtgen olacaktır ve bu da bir altın dikdörtgendir. Şekil 3.10.'da görülen altın dikdörtgenin içerisinde yeni bir kare

oluşturulursa kalan kısım yeni bir altın dikdörtgen olacaktır. Bu işlem sonsuza kadar devam ettirilebilir ve sonsuz sayıda altın dikdörtgen oluşturulabilir. Elde edilen her bir altın dikdörtgen incelendiğinde bu şekillerin bir spiral oluşturduğu gözlemlenebilir. Bu soyut spiral gözle görülür hale getirildiğinde yani çizildiğinde ise şekil 3.10.'da yer aldığı şekilde görünecektir. Bu spirale ise altın spiral adı verilmektedir.

3.4. Altın Oranın Diğer Şekiller ile Görselleştirilmesi

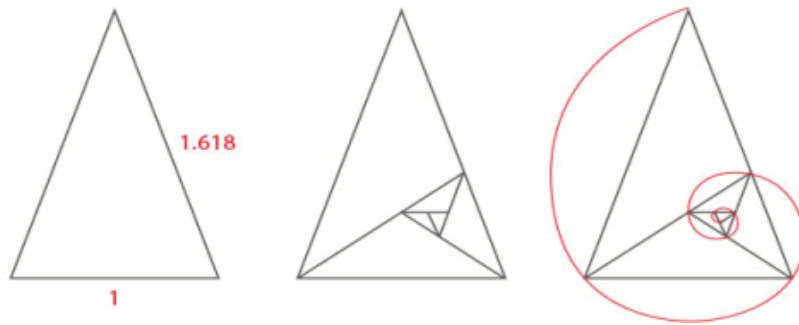
Altın oranın görselleştirilmesinde yalnızca altın dikdörtgenler değil, çemberler veya üçgenler yine sık kullanılan diğer şekillerdir (Çağlarca, 1997:98). Örneğin çemberlerin kullanılması ile bir altın spiral oluşturulduğunda ortaya çıkacak görsel Şekil 3.11.'de verilmiştir. Da ireler altın dikdörtgenlerin içine mükemmel şekilde sığmaktadır.



Şekil 3.11. Altın Spiral İçin Çemberlerin Kullanımı

Kaynak: Url-20

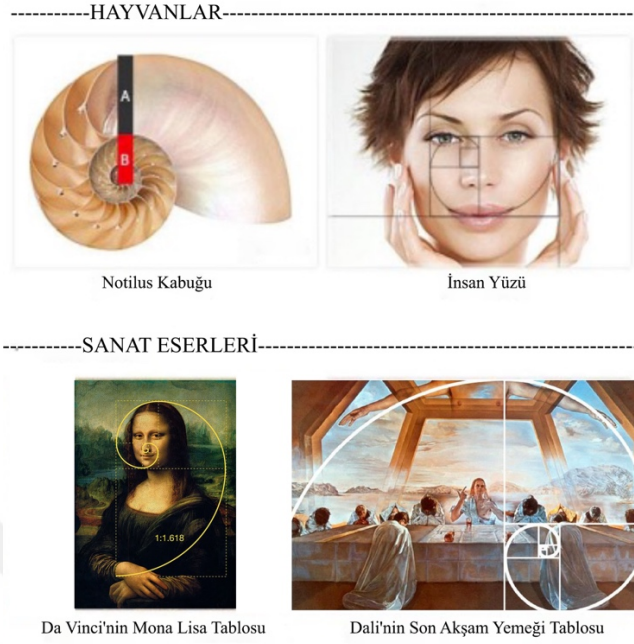
Altın dikdörtgenlerin yanında “altın üçgen” de kullanılmaktadır. Kenarları oranlanarak iç içe geçirilmiş “altın üçgenler” altın spiral oluşturmaktadırlar (Ghyka, 1970:133). “Altın üçgen” ve “altın spiral” ise Şekil 3.12.'de verilmiştir.



Şekil 3.12. Altın Spiral İçin Üçgenlerin Kullanım

Kaynak: Url-21

Şekil 3.13.'te altın oranın kullanım alanlarına ve gözlemlendiği çeşitli örneklere yer verilmiştir.



Şekil 3.13. Altın Oran Örnekleri

Kaynak: Url-22

Altın oran temelde rasyonel değil irrasyonel sayılara dayanmaktadır. Sanat eserlerinde altın oran kullanılsa da eserin tamamına yansıtıldığı veya eserlerin tümünden altın oran dikkate alınarak tasarlandığı anlamına gelmemektedir (Deviren, 2010:55).

Altın oran doğadaki karşılıkların gözlemlenmesi ile mistik bazı anlamlar kazanmıştır. Evrenin temel yasası olması, ruhani bazı yönlerinin olması veya doğanın sırrını barındırması ve daha pek çok farklı anlam atfedilen altın oran kavramının böyle bir anlamı yoktur. Altın oran kullanılarak yapılan eserler veya altın orana rastlanan yerlerde estetik değerler görülür. Sanatçıların da bu estetik özelliklerden yararlanmak için eserlerinde altın orana yer verdiği söylenebilir (Boles ve Newman, 1993:140).

3.5. Sanat Kompozisyonu ve Tasarımında Altın Oran

Sanatçılar altın oranı genellikle eserlerinin estetik yönünü güçlendirmek ve bir düzen sağlamak amacıyla kullanmaktadırlar. Altın oran kullanılacağı alan için kural olarak nitelendirilmemekte ancak sanatçı için bir araç olarak kullanılabilir.

(Livio, 2002:78). Sanat dalları içerisinde özellikle resim ve heykelde sıkça kullanılan altın oran, otorite kabul edilebilecek öncü sanatçılar tarafından tercih edilmiştir (Runion, 1990).

M.Ö. 481-411 yıllarında Balkanlarda ders vermiş ünlü bir öğretmen olan Protagoras'ın meşhur sözü “İnsan, her şeyin ölçü birimidir” (Öztuna, 2007:35). İnsan vücudunda, baştan bele, bel bölgesinden ayak parmağına olan beden ölçüsü 1'in 1,618 oranına eşittir. Bir dikdörtgenin boyunun enine olan “en estetik oranı” olarak da altın oran tanımları bulunmaktadır.

“Beş köşeli yıldız”, dünyadaki en eski simgelerden biri olarak, M.Ö. 4.000 yılından itibaren kullanılmaktadır (Bkz. Şekil 3.14.). Beş köşeli yıldızın bir pagan sembolü olduğu bilinmektedir. Kelimenin kökeni Latincedeki paganus kelimesinden gelmektedir ve taşrada oturanlar anlamını taşımaktadır.



Şekil 3.13. Altın Oran Yıldız

Kaynak: Url-23

Paganlar şehir dışındaki yaşam alanlarında doğaya tapan, dinlerini sahiplenen, diğer dini öğretilerden haberdar olmayan taşra insanlarıdır. O dönemde kilise, taşra köylerinden ürkemektedir ve saf bir köylü demek olan “villages” kelimesi değişime uğrayarak “vilain” kötü ruhlu adam manasında kullanılmaya başlamıştır.

Yıldız sembolünün yanı sıra birçok önemli ressam dünya tarafından bilinen tablolarında da altın oranı etkin bir şekilde kullanmışlardır. Bunlara örnek vermek gerekirse en önemlileri arasında Michalengelo'nun *Mukaddes Aile* isimli tablosu,

Raffaello'nun *İskemlede Oturan Meryem* isimli tablosu (Bkz. Şekil 3.15.) ve Tiziano'nun *Meryem'in Mabede Takdimi Merasimi* isimli tablosu yer almaktadır. Bu eserlerin ortak özellikleri ise hepsinin altın oran kurallarına uygun bir şekilde resmedilmiş olmasıdır.



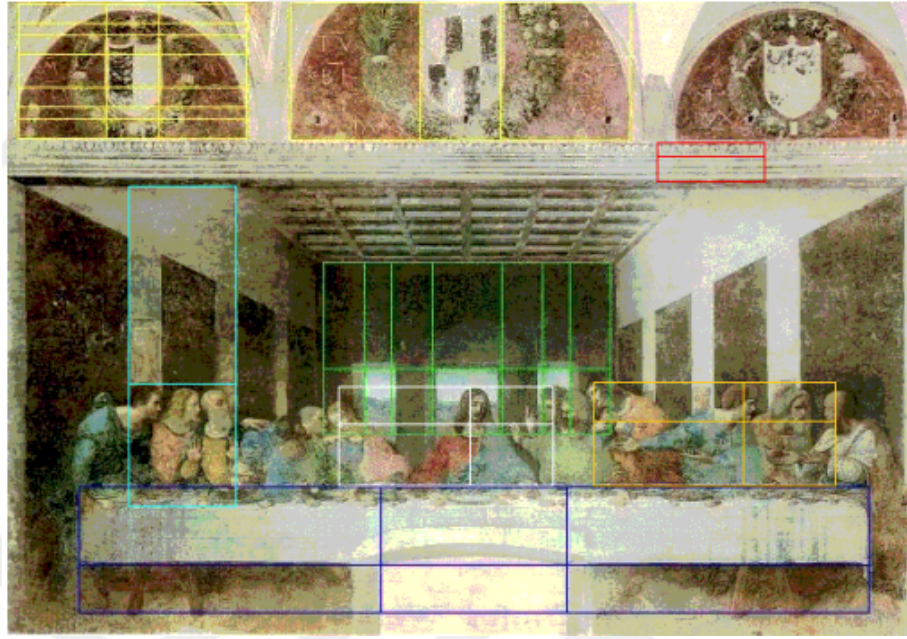
Şekil 3.14. İskemlede Oturan Meryem (Raffaello)

Kaynak: Url-24

Ressamlar kompozisyonlarında, görsel elemanlar arasındaki oran ve orantıyı, geometrik tasarımı ve bütünü oluştururken, altın oran kurallarından yararlanabilmektedirler. Kompozisyonda balans ve simetriyi kurgularken eserlerini dairevi, primidal ve diyagonal alanlar içerisine yerleştirerek renk ve ışık yoğunluğunu düzenleyebilmektedirler. Geometrik formlar, orantı ve ritim ile parçaların bütüne hizmet etmesini sağlamaktadırlar.

Altın oranı en yoğun biçimde kullanan Leonardo Da Vinci, "*Son Akşam Yemeği*" adını verdiği eserinde; odanın, masanın ve süs kalkanlarının boyutlarının, (Rönesans Dönemi) *İlahi Oran* göre çizildiği görülmektedir (Çağlarca, 1997:104).

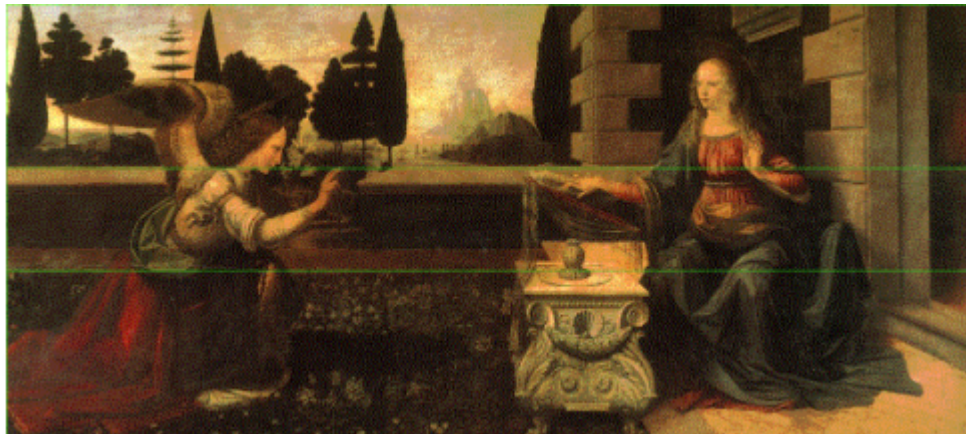
Eserde Da Vinci'nin kullanmış olduğu altın oranı gösteren çizgiler, altın oran analiz yazılımı tarafından ortaya çıkartılmış ve Şekil 3.16.'da gösterilmiştir.



Şekil 3.15. Da Vinci'nin "Son Akşam Yemeği" Tablosunda Altın Oran Kullandığı Alanların Analizi

Kaynak: Url-25

Da Vinci'nin bir başka eseri olan "*Duyuru (Annuciation)*" da avlunun tuğla duvarı ile resmin üst ve alt kısmının oranında altın oran kullanıldığı görülmektedir (Bkz. Şekil 3.17.).



Şekil 3.16. Da Vinci'nin "Duyuru" Tablosunda Kullandığı Altın Oran Örnekleri

Kaynak: Url-26

3.6. Grafik Tasarımlar Üretmek İçin Altın Oran Kullanımı

Grafik tasarımlarda estetik ve uyum için altın oran, phi katsayısı veya altın dikdörtgen kullanmak önerilmektedir (Becer, 2005:49). Altın oran kullanımı tasarımın ve tasarımın yapılacağı yüzeyin “en iyi” noktalarını ortaya çıkarmaktadır (Tepecik, 2002:59). Altın oran kullanımı tasarım alanıyla uyumlu olabileceği gibi grafik tasarımda altın oran kullanımının hiç uygun olmadığı durumlar da olabilmektedir. Bu nedenle altın oran kullanımı bir zorunluluk değil estetik ve uyum açısından gerekli olduğu zamanlarda kullanılacak bir araçtır.

3.6.1. Genel Düzen ve Altın Oran

Altın oran kullanımı yalnızca grafik çiziminde değil aynı zamanda yazı kullanımında da kullanılabilir. Örneğin; 10 punto boyutundaki bir yazı altın oran ile 16.18 punto ile yazılabilmekte veya başlık ile gövde metin uyumunu yakalamak adına gövde metnin 1.618 katı kullanılabilir (Bkz. Şekil 3.18.).

LOREM IPSUM DOLOR!

Nam ac tincidunt eros. Phasellus maximus dolor quis ante congue pharetra. Suspendisse potenti. Aliquam fringilla ultricies dapibus. Morbi id lacus ac mauris porta tempus nec in nibh. Suspendisse nulla libero, elementum eget quam vulputate, varius commodo magna. Ut mollis viverra quam, ut accumsan lacus consequat in. Duls aliquam ullamcorper ante ac convallis. Nulla at nulla in urna facilisis porttitor.

} 20 pt
} 12 pt

$$\frac{20}{12} \approx 1,6$$

Şekil 3.17. Gövde Metin-Başlık Uyumunda Altın Oran Kullanımı

Kaynak: Url-27

Grafik tasarımlarda altın orandan faydalanılacaksa görsel, altın dikdörtgen şeklinde kırılarak gerekli durumlarda kullanılabilir (Khan, 2001:152). Altın spiralin dikkate alındığı tasarımların estetik açıdan daha çok tercih edildiği bilinmektedir (Becer, 2005:51).

3.6.2. Afiş Tasarımı ve Altın Oran

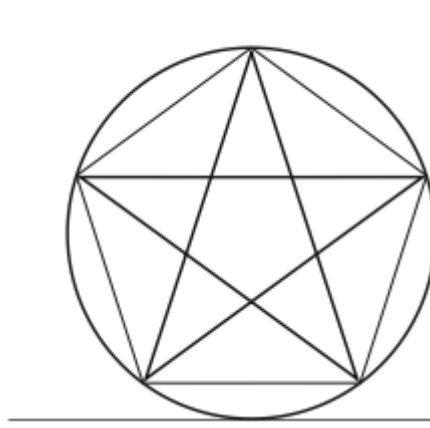
Sanatın her alanında kullanılan altın oran afiş tasarımlarında da kompozisyon oluşturmak için kullanılan yöntemler arasındadır. Afiş tasarımında en önemli kriter kişileri etkilemektir. Bu sebeple afiş tasarımlarında altın oran kullanımının tercih edilmesi etkili bir afiş tasarımının en önemli unsurudur. Afişler insanlar üzerinde estetik etkiler yaratmaktadır. Bu estetik etkiler insanların düşüncelerine direkt etki edebilmektedir. Bu noktada altın oran kullanımı en iyi formül olarak değerlendirilmektedir.



Şekil 3.18. İKSV Film Afişi ve Altın Oran

Kaynak: Url-28

İKSV Film tarafından yayınlanmış olan afişte beş köşeli altın oran örneğine rastlanmaktadır (Bkz. Şekil 3.19.). Beşgenin kenar parçaları uzatılıp birbirleriyle kesiştiğinde bir yıldız ortaya çıkmaktadır. Bu yıldız beşgen şeklinde altın oran kaynağıdır (Bergil, 2009:90). İKSV Film afişinin altın oran ölçüm modeli ise Şekil 3.20.'de gösterildiği gibidir.



Şekil 3.19. İKSV Film Afişinin Altın Oran Modeli

Kaynak: Bergil, M. (2009). Doğada Bilimde Sanatta Altın Oran. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat.

3.6.3. Kitap Kapağı Tasarımı ve Altın Oran

Birçok alanda altın oranın kullanımının yaygın olduğu gibi kitap kapağı tasarımlarında da altın orandan faydalanılmaktadır. Kitabın kapağı içeriği, yazarı ve yayın evini en iyi yansıtan unsurlardan biridir. Bu sebeple kitap kapak tasarımlarının okuyucuları etkilemeleri kitabın okunmasının sağlanmasında en önemli kriterlerin başında gelmektedir. Her kitabın bir portresi olmaktadır. Bu sebeple altın oran ile okuyucuya bu portrenin yansıtılması oldukça önemlidir.



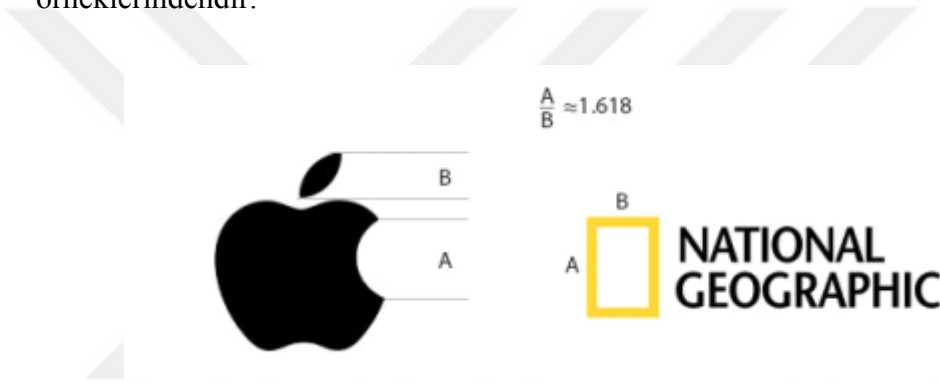
Şekil 3.21. Kitap Kapak Tasarımında Altın Oran Kullanımı

Kaynak: Url-29

Kitap kapak tasarımlarında altın oran kullanımına örnek olarak belirtilmiş olan görselde tasarımın tüm kapağı kapladığı görülmektedir. Kitap kapak tasarımlarında altın oran konusuyla ilgili olarak önemli olan bir diğer konu pozitif ve negatif alanlardır. Bu alanların dengesi iyi kurgulandığında iletişimi ve algıyı artırmaktadır. Şekil 3.21.'de kitapta altın oran kullanımını açıkça görülebilir.

3.6.4. Logo Tasarımı ve Altın Oran

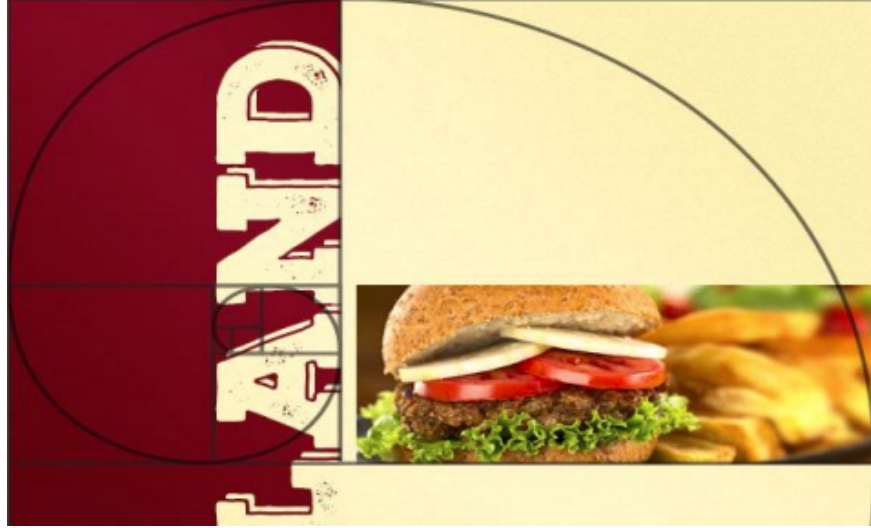
Şirketler tarafından çekiciliği artırmak için logolarda uyum ve estetik sağlayan altın oran kullanılmaktadır (Tepecik, 2002:63; Çelik, 2017:12). Şekil 3.22.'de görülebilen Apple ve National Geographic şirketlerinin logoları bunların en iyi örneklerindedir.



Şekil 3.20. Logolarda Altın Oran Kullanımı Örnekleri

Kaynak: Url-30

Bölüm boyunca farklı grafik tasarım ürünleri üzerinden detaylıca anlatıldığı gibi grafik tasarımda çalışma alanının düzenini sağlamak amacıyla altın spiral ve dolayısıyla altın oran kullanılmaktadır (Bkz. Şekil 3.23.). Tasarım öğeleri genellikle tasarım alanına yerleştirilmiş altın spirale göre yerleştirilmektedir. Altın spiral bir kılavuz olarak kullanılmaktadır (Çağlarca, 1997:107; Tepecik, 2002:66; Bigalı, 1999:48).



Şekil 3.21. Çalışma Alanında Altın Spiral Kullanımı

Kaynak: Url-31

Baskı tasarımında kenar boşluklarının ayarlanmasında altın spiral kullanılabilir (Bergil, 1993:94; Ghyka, 1970:135; Livio, 2002:81). Örneğin, sunum klasörleri ve açılan diğer baskı malzemelerinde altın spiral kullanımı yaygındır (Bkz. Şekil 3.24.).



Şekil 3.22. Sunum Klasöründe Altın Spiral Kullanımı

Kaynak: Url-32

4. GRAFİK TASARIMDA ORAN-ORANTI PRENSİBİNİN HİYERARŞİK DÜZENE ETKİLERİ

Yaşamımıza denge, uyum ve armoni oran sayesinde gelmektedir. Birçok kişi bir nesnenin orantsız olması halinde bir yanlışlık olduğu hissine kapılmakta ve bu objeyi çirkin olarak yorumlamaktadır. Sözlük anlamı, “belirli parçaların bütün ile olan ilişkiler ve objelerin birbirleri ile olan ilişkileri” dir. Ayrıca oran simetri ya da denge şeklinde de tanımlanabilmektedir. Oran kavramı geçmişten günümüze farklı medeniyetlerde kültürlerine ve alışkanlıklarına uygun tanımlanmıştır (Sözen ve Tanyeli, 1986:28).

Pisagor kendi adını verdiği oran sistemini geliştirirken “evrende var olan her şey sayıdır ve tüm sayısal ilişkiler bir bütünü oluşturmaktadır” düşüncesinden hareket etmiştir. Pisagor altın oran kavramı ile ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir: “Tüm nesnelere mutlak suretle belirli bir orana sahiptir. Bunun sebebi ise bütün olan nesnenin büyük parçalarının kısa olan parçalara oranlarının neredeyse aynısıdır” (Bergil, 1993:97).

Mimarlık ve süsleme sanatlarında yer alan sarmallarda sıklıkla Fibonacci dizisinin kullanıldığı görülmektedir. Doğada karşılaşılan sarmal ve periyotların en belirgin kaynağını da Fibonacci dizisinin oluşturduğu söylenebilir. Doğa gözlemlendiğinde, canlı ve cansız varlıklardaki geometrik yapıyı, matematiksel formları ve hatasız simetriyi görmek mümkündür.

Doğadaki güzellikleri görebilmek için kar tanelerine bakmak, deniz kabuklarının sarmal şekillerini incelemek, yaban keçilerinin boynuzlarında ve ayçiçeği ortasında bulunan sarmal sitemlere bakma yeterlidir. Fibonacci tarafından geliştirilmiş olan Fibonacci sayıları doğanın dengesinden gelmektedir (Akdeniz, 2007:48).

Altın oran kavramı dünyada ilk kez milattan önce 3. yüzyıl içerisinde Euklid tarafından gerçekleştirilmiş bir yapıt olan Stoikheia (Ögeler) adlı eserde “aşıt ve ortalama oran” adı ile kayıtlara geçmiştir. Bu yapıtta altın oran kavramının Mısır medeniyetine kadar köklü bir geçmişe dayandığı belirtilmiştir. Her medeniyet altın

oranı farklı şekillerde tanımlamış ve farklı isimlendirmiştir. 1509 yılında Venedik şehrinde basılmış olan Da Vinci eserlerinden hareketle altın oran kavramına atıfta bulunan Pacioli'nin *De Divina Proportione* kitabında altın oran kavramı “*ilahi oran*” şeklinde tanımlanmıştır.

4.1. Oran Orantının Grafik Sanatlara Etkisi

Grafik tasarım tarihinin insanlar arasında haberleşme sistemiyle başladığı kabul edilmektedir. Örneklerin grafik tasarım dahilinde değerlendirilmesi ise 6.000 yıllık bir geçmişe dayandırılmaktadır. Bunun yanı sıra el işçiliği olan üretimler Taş Devri'ne kadar gitmektedir. 6.000 yıl öncesine ait Anadolu ve Mezopotamya'da çivi yazısıyla hazırlanan küçük zarflar ve mühür silindirler grafik çoğaltımların üç boyutlu ürünleri olarak kabul edilmektedir.

Sanayi Devrimi sonrasında ise fotoğrafın ve litografinin keşfiyle grafik tasarımda görseller monokrom ya da siyah beyaz olmaktan ziyade renkli üretilmeye başlamıştır. Sanat akımlarının makineleşme ve teknolojiye karşı hareketleri de grafik tasarımının teknik ve görsel açıdan gelişimine katkı sağlamıştır (Eco, 1992:141).

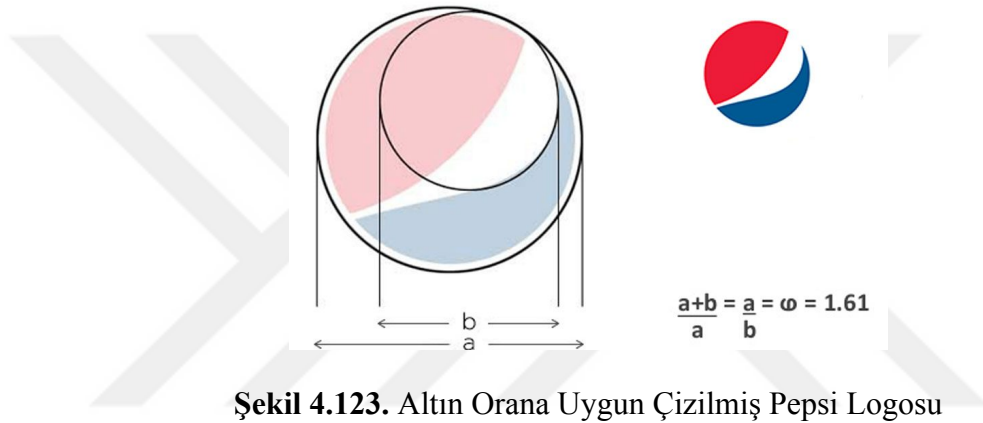
20. yüzyılda tasarım ilkelerinin biçimlenmesinde dönemin ekol ve akımları önemli rol oynamıştır. Bauhaus okullarının felsefesine dayalı bir bakış açısının I. Dünya savaşı sonrası grafik tasarım ürünlerine hâkim olduğu görülmektedir. Günümüz grafik tasarım anlayışıyla yapılan üretimlerde Bauhaus'un eğitim ve öğretim deneyimlerinden beslenildiği gözlemlenmektedir. Bauhaus, Sanayi Devrimi sonrası toplumun ihtiyaçlarını gözlemleyerek güzel sanatlarla birleştirmeyi başarabilmiştir. Bauhaus tasarım anlayışında, tasarım yüzeyi karelere bölünmüş, böylelikle görsel öğelere düzen, simetri ve sadeliğe referans veren özellikler kazandırılmıştır. Bauhaus, tasarımda açıklığı öngören bakış açısını savunmuştur.

Tasarım zihniyetinde yeni ve farklı tarzlar denenmesine karşın, herhangi bir tasarımın yaratımı aşamasında benimsenen kurallar temelde benzeşmektedir (Becer, 1997:15). Grafik tasarım içerisinde yer alan kurumsal kimlik öğelerinden amblem ve logo yaratımlarında altın orandan faydalandığı bilinmektedir. Günümüzde kullanılan grafiksel simgeler logo, amblem, ticari marka ve simgesel işaret terimleri ile isimlendirilmektedir. Becer (1997:16)'in de belirttiği gibi amblem ve marka, firmayla

ürüne karakter kazandırarak; akılda kalıcılığı arttırarak rakiplerinden ayırt edilmesini sağlamaktadır.

4.1.1. Pepsi ve Altın Oran

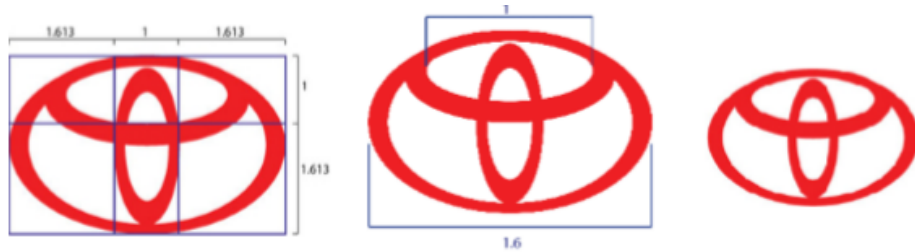
Pepsi logosu, altın oranın başarılı ve akılda kalıcı bir şekilde kullanıldığı logo örnekleri arasındadır (Bkz. Şekil 4.1.). Logo ilk bakışta bir ifadeyi, gülümseyen kırmızı ve mavi yüzü temsil eder gibi görünmektedir. Ama Arnell Grubu'nun tasarladığı logoya dikkatle göz gezdirildiğinde; altın oranın kullanıldığı net biçimde görülmektedir. Pepsi logosu birbirleriyle kesişen dairelerden oluşmaktadır. Bu logodaki altın oranı ise iki dairenin birbiriyle orantılı uyumu oluşturmaktadır.



Kaynak: Url-33

4.1.2. Toyota Logosu ve Altın Oran

Altın oranın başarılı ve akılda kalıcı bir şekilde kullanıldığı logo örneklerinden diğeri Toyota motorları logosudur. Toyota logosunun son hali üç adet ovalden meydana gelmektedir. İki oval Toyota isminin kısaltması "T" harfini çağrıştırmaktadır. Arka alan ise Toyota'nın potansiyel genişliğinin altını çizmektedir.



Kaynak: Url-34

Şekil 4.2.'deki sol görselde logonun hem yatay hem dikey olarak iki yarısı yaklaşık 1,613 olan altın oran değerini içermektedir. Altın orandan faydalanılarak tasarlanan iki oval Toyota ile müşterileri arasında ilişkiyi temsil etmekte, marka stratejisini korumak manasına gelmektedir. Toyota 1989'dan bugüne, yıllardır altın oranın başarılı bir uygulaması olan logosu ile sektörde var olmaya devam etmektedir.

4.1.3. Twitter Amblemi ve Altın Oran

Twitter amblemi de altın oranın başarılı ve akılda kalıcı bir şekilde kullanıldığı grafik tasarımı uygulamaları arasında yer almaktadır (Şekil 4.3.). Markanın zamanla yalınlaştırılarak değişime uğrayan kurumsal kimlik öğesi bugün son haliyle yukarı bakan mavi bir kuş formunu içermektedir. Görgülü (2018:262)'nün ileri sürdüğü üzere markanın ambleminin değişikliğinde altın oran referans alınmıştır.



Şekil 4.3. Twitter Ambleminin Geçirdiği Değişim Evreleri ve Altın Oran

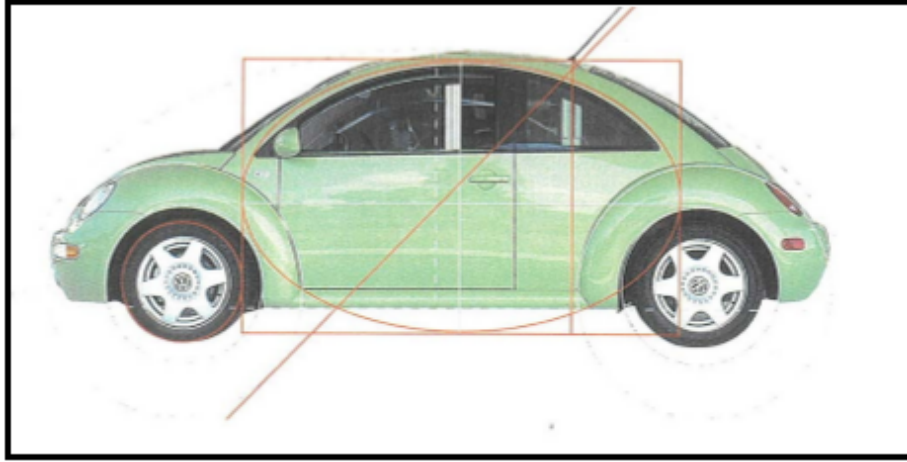
Kaynak: Url-35

Dairesel formların birleşiminden oluşan Twitter ambleminde 1.618 ile bölünerek kopyalanan dairelerin, farklı konumlarda bir araya getirilmesi ve birleşimi ile altın oran kullanımı gerçekleştirilmiştir. Bu örnekte yer alan kuş görselinin; kuşun gövdesi, kafası, kanatları ve gagası arasındaki oranların, 1.618'e bölünen dairelerin kesişimi ile yaratıldığı görülmektedir (Sansarcı, 2021: 348).

4.1.4. Beetle Model Otomobil ve Altın Oran

Geçmişten günümüze varlığını koruyan ve sistem içerisinde kendine yer bulan altın oran artık endüstriyel üretimlerin içerisinde yer almaktadır. Buna verilebilecek en önemli örnek ise Volkswagen firmasına ait olan ve 1997 yılında ilk kez piyasaya sürülen Beetle marka otomobildir. Volkswagen bu model ile aslında döneme damga vurmuş bir firmadır. Model hem bu zamana kadar yapılmış diğer modellere göre farklı hem de altın oran kullanılarak üretilmiş ilk endüstriyel üründür. Otomobilin tamamı yarım altın elips şeklinde tasarlanmıştır. Bunun yanı sıra ikinci altın elips ise pencere kısmında yer almaktadır. Arabanın tamamen simetrik bir orana sahip olduğu

görülmektedir. Otomobil tüm detayları ile altın oranı simgelemektedir (Bkz. Şekil 4.4.).

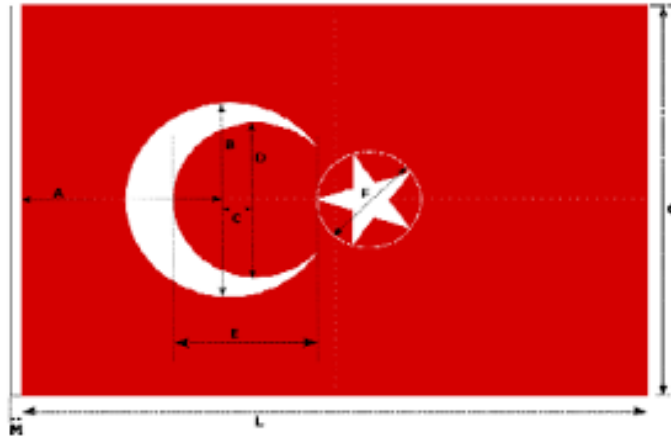


Şekil 4.4. Volkswagen Beetle ve Altın Oran

Kaynak: Url-36

4.1.5. Türk Bayrağı ve Altın Oran

Türkiye Cumhuriyeti'ni temsil eden en önemli yapıtlardan biri olan Türk bayrağında yer alan hilal ve yıldızın bir diğer önemli özelliği ise altın oran kuralına uygun çizime sahip olmasıdır. Türk bayrağı içerisinde yer alan hilal “1.337448093” değerine ve yıldız ise “1.618320611” değerine sahip olarak altın orana oldukça yakın bir şekilde çizilmiştir (Bkz. Şekil 4.5.).



Şekil 4.5. Türk Bayrağı ve Altın Oran

Kaynak: Url-37

5. SONUÇ

Başlangıcından günümüze görsel sanatlar incelendiğinde; ilk dönemlerde kültürün bir bileşeni olan inanç doğrultusunda yaratılan mağara resimleri, görsel sanatların başlangıcı olarak karşımıza çıkmaktadır. Resimlerin, mağara duvarlarının ulaşılması en zor ve en karanlık yerlerine yapılmış olmaları, görülmelerine yönelik kaygıdan uzak, inanç doğrultusunda ve bu inancın bir ritüeli niteliğinde yaratıldıklarının göstergesidir. Toplumların yerleşik hayata geçmeleriyle birlikte ise, kültürün bileşenlerinin ve geçen zamanın etkileri ile görsel sanatlar dahilinde sanat eseri üretmenin bilinci ile yapıtların var edildiği söylenebilir.

Geçmişten günümüze sanat ve tasarım ürünlerinde ölçek ve oran-orantıdan faydalandığı bilinmektedir. Sanat eserlerinin üretiminde ölçek, eserin geneline göre değerlendirilmektedir. Oran-orantı ise eserdeki birimlerin birbirleri ile arasındaki ilişkidir. Sanat eserinde oran ve ölçek, eserin kavranması açısından önemli görevler üstlenirler. Grafik tasarımda orantı ve görsel hiyerarşi tasarım ilkelerinin vazgeçilmezleridir. Tasarım, içerdiği görsel unsurların orantısal ilişkilerindeki değişken yapılarla var olmaktadır. Bir tasarımın etkili ve eksiksiz olabilmesi çeşitli orantısal ilişkilerle, tekdüzelikten uzak bir görüntü içermelidir.

Oran ve ölçeğin tek görevi sanat/tasarım ürünlerinin anlaşılmasını sağlayan temel tasarım öğeleri olmaları değildir. Oran ve ölçek aynı zamanda sanatçılar ve tasarımcılar tarafından bir ifade biçimidir. Sanat ve tasarım var olduğundan beri insanoğlu kendini ifade etmek için pek çok yöntem kullanmıştır. Oran ve ölçekle oynamakta bunlardan birisidir. Sanatçılar/tasarımcılar eserlerinde kullanacağı ölçekleri, vurgulamak istedikleri konulara göre belirlemektedirler. Sanatçının/tasarımcının belirlediği ölçek ve oranlar bazen birebir boyutlarda olurken, bazen küçük, bazen de çok abartılı orantısızlıklar içerebilmektedir. Bazı sanatçılar/tasarımcılar ise belirli bir his veya bir mesaj iletmek için, eser içerisindeki orantıları bozmaktadırlar. Alışılmışın dışında bu tür görüntüler ile karşılaşmak izleyicinin algısını değiştirmekte ve merak uyandırmaktadır.

Çalışmada sıklıkla bahsedilen grafik tasarımda görsel hiyerarşi kavramı ise tasarım içinde vurgulanmak istenen mesaja göre görsel unsurların ölçülenmesi olarak özetlenebilir. Grafik tasarımda, oran-orantı ve ölçek kavramları anlam kurgulamada görsel hiyerarşiye hizmet etmektedir. Görsel hiyerarşi doğrultusunda kimi tasarımcılar çalışmalarında görsel unsurları öne çıkarırken, kimileri renk, kimileri tipografik unsurları öne çıkarmaktadırlar.

Çalışmada özellikle önemine dikkat çekilen bir diğer kavram ise altın orandır. Altın oran geçmişten günümüze bir ölçü birimi olarak düşünülmüş ve kullanılmıştır. Bu ölçü birimi ilk başlarda $\sqrt{2}$ olarak ele alınsa da zamanla daha net ve doğru bir değer olarak temsil edilmeye başlanmıştır. Günümüzde altın oran sayısı 1.618 olarak ifade edilmektedir. İnsanoğlunun güzel ve estetik olanı bulma sürecinde, belirli bir düzene tabi olma yaygın olarak kullanılmıştır. Güzellik ve estetik kavramlarının düzen içinde olma ile aynı anlamda kullanımı görülmektedir. Altın oranın kullanılmasının amacı, doğada bulunan “kusursuz” güzelliği veya “kusursuzluğu/mükemmelliği” sanatçıların eserlerine yerleştirmeye çalışmasıdır. Yalnızca sanatçılar değil pek çok teknik alanda, örneğin; mimarlıkta, mühendislikte, matematikte de altın oran kullanılmaktadır.

Çalışmada önceki örnekler üzerinde afiş, logo ve kitap kapağı gibi birçok ürününün tasarımında altın orandan yararlanıldığı görülmektedir. Grafik tasarım alanında yapılan üretimlerde, altın oranın referans alınmasıyla, söz konusu tasarımın görsel niteliği arttırılmakta, tasarımın mesajının okunurluğunu kolaylaştırmakta ve tasarımın hedef kitle üzerindeki etkisini arttırmaktadır. Grafik tasarım ürünlerinin yaratımında altın orandan yararlanılmasının, tasarımın niteliği ve hedef kitlenin algısındaki etkileri açısından büyük bir önem taşıdığı açıktır. Ölçü, oran, denge, hareket, ritim gibi unsurların tasarıma yansıtılmasında altın oran kuralları tasarımcı için önemli bir araçtır.

Son yıllarda bilimsel buluşlar, teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme dahilinde diğer tüm uzmanlık alanlarında olduğu gibi grafik tasarımın da çeşitlendiği, farklılaştığı bilinmektedir. Tasarım ürünlerinin yer alacağı kimi ortam ve kanallar artık önemini yitirmekte bu kanal ve ortamların yerlerine yenileri gelmektedir. Grafik tasarımda kanallar farklılaşsa da tasarım ilkelerinin ve kurallarının – görsel hiyerarşi, oran-orantı ve denge unsurlarının- gerek günümüz grafik tasarımında gerek konvansiyonel grafik tasarımın olmazsa olduğunun altı çizilmelidir. Akılda kalıcılığı

sağlayan ve hedef kitlenin/izleyicinin algısını arttıran etmenler olarak grafik tasarımda görsel hiyerarşi, oran-orantı ilkelerinin kanal ve ortamlar farklılaşsa da grafik tasarımda zamansız olduğu bu araştırmada bir kez daha vurgulanmış. Antik Yunan döneminden itibaren hala günümüzde de faydalanılan altın oran kavramının üzerinde araştırma boyunca yoğun biçimde durulmuştur.

Bir tasarımcının beklentisi iletilmek istenen mesajın, tasarlanan ürünlerin “mükemmel” ve “kusursuz” olmasıdır. Eserlerin düzenini sağlamak ve düzen içerisinde estetik değerleri oluşturmak için çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Estetik beğeni de belirli düzenleri içermektedir. İletim kanalları değişse de estetik algıyı etkileyen ilke ve kuralları içeren düzenlemeler günümüzde de geçerliliğini korumaktadır. Tasarım kuralları, renk seçimi, oran, psikoloji ya da tüketici davranışları gibi nosyonları bilmeyi gerektirir. Bu kurallar aynı zamanda grafik tasarımcının kendisini ifade etmesine de yardımcı olmaktadır. Grafik tasarımcının temel prensipleri uygulaması, aynı zamanda kendisini denetlemesi anlamına gelmektedir.

KAYNAKLAR

- Akdeniz, F.** (2007). *Doğada, Sanatta, Mimaride Altın Oran*. Adana: Nobel Kitabevi.
- Ambrose, G. and Aono-Billson, N.** (2013). *Grafik Tasarımda Dil ve Yaklaşım*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. and Harris, P.** (2014). *Grafik Tasarımda Baskı ve Sonlandırma*. Çeviri: Bengisu Bayrak, Literatür Yayınları, İstanbul.
- Ambrose, G. and Harris, P.** (2017). *Grafik Tasarımın Temelleri*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Antmen, A.** (2008). *Sanatçılardan Yazılar ve Açıklamalarla 20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Arıkan A.,** (2008), *Grafik Tasarımda Görsel Algı*. Eğitim Akademi Yayınları.
- Arnheim, R.** (2012). *Görsel Düşünme*. İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Artut, K.** (2011) *Sanat Eğitimi, Kuramları ve Yöntemleri*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Ayan, A.** (2014) *Batı Anlayışına Dönük Türk Resim Sanatında Görünü (Manzara)*. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Yayınları.
- Barnard, M.** (2010). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Becer, E.** (2005). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Becer, E.** (2018). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Beksaç E.** (1994), *Avrupa Sanatı*. 1. Basım, Troya Yayıncılık.
- Bektaş, D.** (1992). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*. İçinde: Çağ Dönümünde Modernizmi Hazırlayan Sanat Hareketleri ve Grafik Tasarım, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bergil, M.** (2009). *Doğada Bilimde Sanatta Altın Oran*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat.
- Bergil, S.** (1993). *Altın Oran*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Bigalı, S.** (1999). *Altın Oran*. İstanbul: Türkiye İş Bankası.
- Boles, M., and Newman, R.** (1993). *The Golden Relationship Art, Math&Nature*. Patterns: Pythagoreon Press.
- Bozkurt, N.** (2014). *Sanat ve Estetik Kuramları*. Ankara: Sentez.
- Çağlarca, S.** (1997). *Altın Oran*. İstanbul: İnkılap Yayınları.

- Çelik, K.** (2017). *Grafik Tasarım Ürünü Olan Afiş Tasarımında Altın Oranın Önemi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- David, B. and Leflere, J-J.** (2013). *İnsanlığın En Eski Muamması*. İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Deviren, D.** (2010). *Altın Oran ve Grafik Sanatlarda Kullanımı*. İstanbul: Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dinç, M. A. ve Dinçer, Z.** (2019). *Yeni Medyada Temsili Anlamlandırma*. Dördüncü Kuvvet. 2(1). 90- 102.
- Eco, U.** (1992). *Açık Yapıt*. (Çev. Y. Şahan). İstanbul Kabalcı Yayınevi.
- Erinç, S. M.** (1998). *Sanat Psikolojisine Giriş*. Ankara: Ayraç.
- Ertan, G. ve Sansarçı, E.** (2016). *Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı*. Alternatif Yayıncılık, İstanbul.
- Genç, A, Sipahioğlu, A.** (1990). *Sanatta Yaratıcı Süreç*. İzmir: Sergi Yayınevi.
- Ghyka, M.** (1970). *The Geometry Of Art And Life*. New York: Dover Publications.
- Gombrich, E. H.** (2015) *Sanat ve Yanılsama*. çev. Ahmet Cemal, İstanbul: Remzi Kitap Evi.
- Gökaydın, N.** (2010). *Temel Sanat Eğitimi*. İstanbul: BTYM.
- Görgülü, E.** (2018). *Logo Tasarımlarında Altın Oran Kullanımı Üzerine Bir İnceleme*. II. Uluslararası Multidisipliner Akademik Çalışmalar Sempozyumu Tam Metin Bildiriler Kitabı. s.255-264. İstanbul.
- Gümüştekin, N.** (2013). *Rengin Bir Grafik Tasarım Ürünü Olarak Afişe Katkısı: Tarihsel Bir İnceleme*. Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi, 9(1), 35-50.
- Habibe, Ö. ve Büyükarman, M.** (2018). *Kavramsal Sanatın Tasarım Alanına Yansımaları*. Uluslararası Sanat ve Sanat Eğitimi Dergisi Yıl:1, Sayı:1.
- Hesket, J.** (2002). *Tasarım*. Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- Hollis, R.** (2001). *Graphic Design A Concise History*. Thames & Hudson Ltd, Londra.
- İpek, G.** (Ed.). (2008). *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi*. (Cilt 1). İstanbul: Yem.
- Kagan, S. M.** (2008). *Estetik ve Sanat Notları*. (Çalışır, A., Çev.) İzmir: Karakalem.
- Kahraman H. B.** (2005), *Sanatsal Gerçeklikler, Olgular ve Öteleri*. 3. Basım, Agora kitaplığı.
- Keser, N.** (2009). *Sanat Sözlüğü*. Ankara: Ütopya.
- Ketenci, H. F. ve Bilgili, C.** (2006). *Yongaların 10 000 Yıllık Gizemli Dansı / Görsel İletişim & Grafik Tasarım*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

- Khan, U.** (2001). *International Style Modern Architecture From 1925 to 1965*. Italy: Taschen.
- Kınay, C.** (1993). *Sanat Tarihi*. Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Lehimler, Z.** (2018). *Afiş Tasarımında İki Dil Kullanımı*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22(4), 2381-2405.
- Leppert, R.** (2009). *Sanatta Anlamın Görüntüsü İmgelerin Toplumsal İşlevi*. (Çev. İ. Türkmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Little S.,** (2010), *İzmler Sanatı Anlamak*. 3. basım YEM, Yayın.
- Livio, M.** (2002). *The Golden Ratio*. USA: Broadway Books.
- Odabaşı A. H.,** (1996), *Grafikte Temel Tasarım*. Cem Ofset Matbaacılık.
- Ovrick, O. S, Stinson, R. E., Wigg, P. R., Bone, R. O. and Cayton, D. L.** (2015). *Sanatın Temelleri Teori ve Uygulama*. (Kuru, N., Kuru, A., Çev.) İzmir: Kara Kalem.
- Özsoy, V. ve Ayaydın, A.** (2015). *Görsek Tasarım Öge ve İlkeleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Öztuna H. Y.,** (Mayıs 2008), *Art Deco*. Grafik Tasım Dergisi, Sayı 20.
- Papanek, V.** (1973). *Design for the Real World, Human Ecology and Social Change*. New York: Bantam Books.
- Parlak, H.** (2006), *Temel Grafik Tasarım Bilgisi*. Ege Üniversitesi Yayınları Yayın No:27.
- Parlak, H.** (2012). *Temel Grafik Tasarım Bilgisi*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Pipes, A.** (2003). *Foundations of Art and Design*. London: Laurence King Publishing.
- Rathus, L.F.** (2008). *Foundations of Art and Design*. Boston: Wadsworth.
- Runion, E.** (1990). *The Golden Section*. Dale: Seymour Publications.
- Sansarcı, E.** (2021). Altın Oran ve Grafik Tasarım Üzerindeki Etkileri. *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*. 7(42) : 343-349. doi: <http://dx.doi.org/10.31576/smryj.817>
- Sözen, M. ve Tanyeli, U.** (1994). *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Remzi.
- Şentürk, L. V.** (2012) *Analitik Resim Çözümlemeleri*. İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Tansuğ, S.** (2012) *Çağdaş Türk Sanatı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Tanyeli, U. ve Sözen, M.** (2010). *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Remzi
- Teker U.,** (2009), *Grafik Tasarım ve Reklam*. 4. Basım, Yorum Sanat.
- Tepecik, A.** (2002). *Grafik Sanatlar*. Ankara: Detay Yayınları.

- Tolstoy, L.N.** (2017). *Sanat Nedir?* (Beyhan, M., Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Tunalı, İ.** (2002). *Estetik*. İstanbul: Remzi.
- Turani A.** (2008) *Çağdaş Sanat Felsefesi*. 6. Basım, Remzi Kitapevi.
- Turani, A.** (1993). *Sanat Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Remzi.
- Twemlow, A.** (2011). *Grafik Tasarım Ne içindir?* İstanbul: Yem Yayınları.
- Uçar, T. F.** (2017). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Yan, Z.** (2019). *Discussion on Significance and Effect of Illustration Art in Graphic Design*. 5. International Conference on Education Technology Management and Humanities Science, UK: Francis Academic Press.

Yazarı Belirsiz İnternet Kaynakları

- Url-1** <https://blogs.missouristate.edu/bearbulletin/2018/12/10/artdesign-professors-poster-featured-in-international-exhibition/>, Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Url-2** <https://archives.sva.edu/uploads/collection/sample-images/5b045e41d0058.jpg?ver=22>, Erişim tarihi: 5.10.2022.
- Url-3** <https://store.lammfromm.jp/view/item/000000000252>, Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Url-4** <http://mindblowingresources.blogspot.com/2014/04/100-most-powerful-social-awareness.html>, Erişim tarihi: 12.11.2022.
- Url-5** <http://mindblowingresources.blogspot.com/2014/04/100-most-powerful-social-awareness.html>, Erişim tarihi: 3.9.2022.
- Url-6** <http://www.muchafoundation.org/en/gallery/browse-works/object/44>, Erişim tarihi: 5.8.2022.
- Url-7** https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%96p%C3%BCc%C3%BCK_%28tablo%29, Erişim tarihi: 15.12.2022.
- Url-8** https://www.artnet.com/artists/walter-crane/jugend-z2CJK0PsntFdRe_lsPoAEA2, Erişim tarihi: 27.8.2022.
- Url-9** <https://www.abebooks.co.uk/book-search/title/false-flat-why-dutch-design-is-so-good/author/betsky-aaron-eeuwens-adam/>, Erişim tarihi: 27.6.2022.
- Url-10** <http://www.ressamca.gen.tr/2017/02/10/ciziminiz-icin-nesneleri-nasil-olcersiniz/>, Erişim tarihi: 5.10.2022.
- Url-11** https://www.researchgate.net/figure/Albrecht-Duerers-1525-woodcut-Drawing-a-Lute-showing-the-construction-of-a_fig3_245870582, Erişim tarihi: 25.6.2022.

- Url-12** <https://www.arthipo.com/tr-tr/johannes-vermeer-muzik-dersi.html>, Erişim tarihi: 27.8.2022.
- Url-13** <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:JohannesVermeer-TheAstronomer%281668%29.jpg>, Erişim tarihi: 14.8.2022.
- Url-14** <https://www.aklingolgesi.com/altin-oran-nedir-dogada-ve-sanatta-altin-orannin-izleri/>, Erişim tarihi: 4.6.2022.
- Url-15** <https://www.antikaekspertiz.net/ahmet-ziya-akbulut/>, Erişim tarihi: 13.6.2022.
- Url-16** <https://www.gelisenbeyin.net/sunu-perspektif.html>, Erişim tarihi: 29.6.2022.
- Url-17** https://www.kingandmcgaw.com/prints/giorgio-morandi/natura-morta-ii-1953-189180#189180::frame:880610_glass:770007_media:0_mount:108651_mount-width:50, Erişim tarihi: 18.8.2021.
- Url-18** <https://8-matematik.weebly.com/say305-oumlruumlntuuml1.html>, Erişim tarihi: 25.11.2022.
- Url-19** <https://www.bilim.org/altin-oran-tasarimin-en-buyuk-miti/>, Erişim tarihi: 5.9.2022.
- Url-20** <https://www.bilimvetekno.com/altin-oran-nedir/>, Erişim tarihi: 25.3.2022.
- Url-21** <https://www.pngegg.com/tr/png-endsr>, Erişim tarihi: 25.11.2021.
- Url-22** <https://dergi.salom.com.tr/haber-308-fibonacci-ve-altin-oran.html>, Erişim tarihi: 2.3.2021.
- Url-23** <https://www.bilimkurgukulubu.com/genel/bilim-teknoloji/altin-oran-gercekler/>, Erişim tarihi: 15.3.2022.
- Url-24** [https://nl.m.wikipedia.org/wiki/Bestand:Raphael - Mary with the Child, John the Baptist and a Holy Boy %28Madonna Terranuov](https://nl.m.wikipedia.org/wiki/Bestand:Raphael_-_Mary_with_the_Child,_John_the_Baptist_and_a_Holy_Boy_%28Madonna_Terranuov), Erişim tarihi: 23.1.2022.
- Url-25** <https://www.tzv.org.tr/#/haber/5787>, Erişim tarihi: 22.7.2022.

- Url-26** <https://www.medyacuvali.com/yazilar/konuk-dusunur-yazarlari/fotografta-altin-oran-gulnur-turgut-fotograf>, Erişim tarihi: 19.7.2022.
- Url-27** <https://www.kampustenevar.com/kategori-kultur-ve-sanat/antik-yunan-mimarisinde-tasarim-ve-altin-oran->, Erişim tarihi: 5.6.2022.
- Url-28** <https://film.iksv.org/tr/arsiv/e-kataloglar>, Erişim tarihi: 25.2.2022.
- Url-29** <https://keithdraws.wordpress.com/2012/09/02/composition-using-the-golden-ratio-on-your-cover/>, Erişim tarihi: 25.10.2022.
- Url-30** <https://smhmedya.net/blog/altin-oran-nedir.html>, Erişim tarihi: 21.3.2022.
- Url-31** <https://evrimagaci.org/altin-oran-nedir-dogada-ve-canlilarda-altin-oran-bulundugu-iddiasi-ne-kadar-gercekci-2718>, Erişim tarihi: 2.9.2022.
- Url-32** <https://www.matematiktutkusu.com/forum/geometri-sunumlari/14331-altin-spiral-cizim-denemesi.html>, Erişim tarihi: 5.5.2022.
- Url-33** <https://mpudm.ru/tr/history/principy-zolotogo-secheniya-zolotoe-sechenie-zolotoe-sechenie>, Erişim tarihi: 22.3.2022.
- Url-34** <https://ilminur.com/bilim-ve-teknoloji/altin-oran/>, Erişim tarihi: 25.6.2022.
- Url-35** https://www.academia.edu/38105449/Logo_Tasar%C4%B1mlar_%C4%B1nda_Alt%C4%B1n_Oran_Kullan%C4%B1m%C4%B1nC3%9Czerine_Bir_%C4%B0nceleme, Erişim tarihi: 26.8.2022.
- Url-36** <https://www.slideshare.net/matematikteeniyyiforumorg/altin-oran>, Erişim tarihi: 2.3.2022.
- Url-37** <https://ipfs.io/ipfs/QmQP99yW82xNKPxXLroxjlrMYMGF6Grwjj2o4svsdmGh7S/out/>, Erişim tarihi: 5.2.2022.

ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyad : SÜLEYMAN BÜLENT OKAY

ÖĞRENİM DURUMU:

- **Ön Lisans :** 1976- 1978, Yay-Kur Yaygın Yükseköğretim Kurumu Teknik Bilimler Bölümü
- **Lisans:** 1979- 1984, Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/ Grafik Ana Sanat Dalı
- **Yüksek Lisans:** 2011- 2023, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Grafik Tasarım

MESLEKİ DENEYİM VE ÖDÜLLER:

- ÖĞRETİM GÖREVLİSİ, 2011-2022 İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ/ İSTANBUL GELİŞİM MESLEK YÜKSEKOKULU/ TASARIM BÖLÜMÜ/ GRAFİK TASARIMI PROGRAMI
- ÖĞRETİM GÖREVLİSİ, 2009 – 2012 İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ/ İSTANBUL GELİŞİM MESLEK YÜKSEKOKULU/GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ/ GRAFİK BÖLÜMÜ
- PROGRAM BAŞKANI, 2012 -2014, İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ/ İSTANBUL GELİŞİM MESLEK YÜKSEKOKULU/ TASARIM BÖLÜMÜ/ GRAFİK TASARIMI PROGRAMI

VERDİĞİ DERSLER

Ön Lisans

2017-2018	Öğrenim Dili	Ders Saati
Görsel Tasarım Uygulamaları	Türkçe	12
Görsel Tasarım Temelleri	Türkçe	12
Tipografi	Türkçe	12
Ambalaj Tasarımı	Türkçe	12
2016-2017	Öğrenim Dili	Ders Saati
Görsel Tasarım Uygulamaları	Türkçe	12
Görsel Tasarım Temelleri	Türkçe	12
Tipografi	Türkçe	15
Ambalaj Tasarımı	Türkçe	12

Lisans

2011-2012	Öğrenim Dili	Ders Saati
Bilgisayar Destekli Grafik Tasarımı 1	Türkçe	3
Ambalaj Tasarımı 2	Türkçe	3
2010-2011	Öğrenim Dili	Ders Saati
Ambalaj Tasarımı 1	Türkçe	3
Ambalaj Tasarımı 2	Türkçe	3
Basım-Çoğaltma 1	Türkçe	2
Bilgisayar Destekli Grafik Tasarımı 1	Türkçe	3
Bilgisayar Destekli Grafik Tasarımı 2	Türkçe	3
Tasarım Uygulama 1	Türkçe	4
Tasarım Uygulama 2	Türkçe	4
Basım-Çoğaltma	Türkçe	2
2009-2010	Öğrenim Dili	Ders Saati
Ambalaj Tasarımı 1	Türkçe	3
Ambalaj Tasarımı 2	Türkçe	3
Bilgisayar Destekli Grafik Tasarımı 1	Türkçe	3
Basım-Çoğaltma	Türkçe	2

ÜNİVERSİTE DIŞI DENEYİM

2006-2010 TASARIMCI ERLAS REKLAMCILIK ENDÜSTRİYEL SANATSAL ÜRÜNLER SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ. (Ticari (Özel))

2004-2006 TASARIMCI FREELANCE TASARIMCI, (Ticari (Özel))

2001-2004 TASARIMCI İ.H.İ. REKLAMCILIK LTD. ŞTİ, TANITIM, PAZARLAMA, (Ticari (Özel))

1998-2001 KREATİF DİREKTÖR SCD TANITIM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ. (Ticari (Özel))

1996-1998 KREATİF DİREKTÖR PARK REKLAM LTD. ŞTİ. (Ticari (Özel))

1995-1996 ART DİREKTÖR KALİBRE REKLAM LTD. ŞTİ, (Ticari (Özel))

1994-1995 ART DİREKTÖR REKAJANS LTD. ŞTİ. (Ticari (Özel))

1992-1994 KREATİF DİREKTÖR MECRA TANITIM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ. (Ticari (Özel))

- 1990-1992 REKLAM MÜDÜRÜ DATA LİNK A.Ş., (Ticari (Özel))
- 1987-1990 TANITIM, PR DEPARTMAN SORUMLUSU AFEKS FUARCILIK LTD. ŞTİ, (Ticari (Özel))
- 1986-1987 GRAFİKER M&M REKLAMCILIK LTD. ŞTİ. (Ticari (Özel))
- 1984-1985 GRAFİKER M&M REKLAMCILIK LTD. ŞTİ. (Ticari (Özel))
- 1983-1984 GRAFİKER K DİZAYN GRAFİK ATÖLYESİ. (Ticari (Özel))
- 1981-1983 BÖLGE DAĞITIM VE PAZARLAMA SOR. RAPOR GAZETESİ. (Ticari (Özel))

