



**İLLÜSTRASYON VE FOTOĞRAF KULLANIMININ
ŞEHİRLERİN TANITIM ÜRÜNLERİ ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRILMASI
(ESKİŞEHİR ÖRNEĞİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN
GÖRÜŞLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ)**

(Yüksek Lisans Tezi)

Semih ODUNCU

Kütahya – 2016

T.C.
DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Grafik Anasanat Dalı

Yüksek Lisans Tezi

**İLLÜSTRASYON VE FOTOĞRAF KULLANIMININ
ŞEHİRLERİN TANITIM ÜRÜNLERİ ÜZERİNDEN
KARŞILAŞTIRILMASI
(ESKİŞEHİR ÖRNEĞİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN
GÖRÜŞLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ)**

Danışman:
Yrd. Doç. Selma ŞAHİN

Hazırlayan:
Semih ODUNCU

Kütahya – 2016

Kabul ve Onay

Semih ODUNCU'nun hazırladığı sunduğum “İllüstrasyon ve Fotoğraf Kullanımının Şehirlerin Tanıtım Ürünleri Üzerinden Karşılaştırılması (Eskişehir Örneğinde Üniversite Öğrencilerinin Görüşlerinin Değerlendirilmesi)” başlıklı Yüksek Lisans tez çalışması, jüri tarafından lisansüstü yönetmeliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip oybirliği / oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

...../...../2016

Tez Jürisi	İmza	
	Kabul	Red
Yrd. Doç. Selma ŞAHİN (Danışman)		
Yrd. Doç. Dr. Nazik ÇELİK		
Doç. Fuat AKDENİZLİ		

Doç. Dr. Niyazi KURNAZ
Sosyal Bilimler Enstitü Müdürü

Yemin Metni

Ysek lisans tezi olarak sunduğum “İllüstrasyon ve Fotoğraf Kullanımının Şehirlerin Tanıtım rnleri üzerinden Karşılaştırılması (Eskişehir rneğinde niversite ğrencilerinin Görüşlerinin Değerlendirilmesi)” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden olduğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

...../...../2016

Semih ODUNCU



Özgeçmiş

Semih Oduncu 03.08.1989 tarihinde Antakya’da doğdu. Necmi Asfuroğlu Lisesinden mezun olduktan sonra Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümünden 2011 yılında mezun oldu. Grafik tasarım alanında çeşitli şehirlerde ve ajanslarda çalışarak kendi alanında tecrübeler edindi. Antalya’da Rekmar Tasarım ve Proje Atölyesi’nde 1 yıllık stajını tamamladıktan sonra Cen Ajans Akdeniz ve Redro Ajans’ta tasarım bilgilerini geliştirdi. Ardından Eskişehir’de Sıradışı Digital Reklam Ajansında katalog, kurumsal kimlik tasarımları, web tasarım, basılı medya ve marka yapılandırma alanlarında tasarımlar yaparak sektörel tecrübesini geliştirmeye devam etti. 2016 yılında kabul edildiği Sakarya Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümünde araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır.

ÖZET

İLLÜSTRASYON VE FOTOĞRAF KULLANIMININ ŞEHİRLERİN TANITIM ÜRÜNLERİ ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRILMASI (ESKİŞEHİR ÖRNEĞİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GÖRÜŞLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ)

ODUNCU, Semih
Yüksek Lisans Tezi, Grafik Anasanat Dalı
Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Selma ŞAHİN
Haziran, 2016, 118 Sayfa

İllüstrasyon ve fotoğraf tanıtım ürünlerinde çoğunlukla kullanılan tasarım teknikleridir. Her iki tasarım tekniğinin amacı insanlarda ilgi uyandırmak ve tanıtılan konu ya da obje hakkında bilgi vermektir. Fotoğraf ve illüstrasyon her ne kadar tanıtım ürünlerinde sıklıkla kullanılan teknikler olsa da insanlar üzerinde bıraktıkları etki birbirinden farklıdır.

Reklam ve tanıtım ürünlerinde daha sağlıklı ürünlerin tasarlanması tanıtımın özgün ve dikkat çekici olması ile yakından ilgilidir. Bu yüzden kullanılan teknik hem şehir tanıtımları ve kent markası açısından hem de turistik açıdan ekonomik getirileri göz önünde bulundurulduğunda büyük ölçüde önem oluşturmaktadır. Fotoğraf ve illüstrasyon tekniği kendi alanında usta sanatçılar tarafından tanıtım amaçlı tasarlandığında başarılı sonuçlar elde edilmektedir. Fakat tanıtım yaparken fotoğraf ya da illüstrasyon tekniğinin insanlara hissettirdikleri ve bu doğrultuda reklamın başarıya ulaşma yüzdesi her iki teknikte değişkenlik gösterebilmektedir.

Araştırmada iki alan karşılaştırılmış, birbirleri ile olan ilişkileri, benzerlikleri ve farklılıkları, Sakarya Üniversitesi'nin şehir tanıtımları ile teknik ve estetik açıdan alakalı olduğu varsayılan bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerinin görüşleri alınarak değerlendirilmiştir. Sonuç kısmında ise verilen cevaplar ve açıklamalar doğrultusunda tanıtım ürünlerinde fotoğraf ve illüstrasyon kullanımının insanlar üzerinde bıraktığı etkiler karşılaştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İllüstrasyon, Fotoğraf, Grafik Tasarım, Reklam, Tanıtım

ABSTRACT

STUDYING THE CITIES' USE OF ILLUSTRATION AND PHOTOGRAPHY ON THEIR PROMOTIONAL MATERIALS (Examining the opinions of university students on the city of Eskisehir)

Oduncu, Semih
Master Thesis, Graphics Department
Thesis advisor: Assistant Professor Selma Şahin
June, 2016, 118 Pages

Illustration and photography are the design tools often used on promotional marketing products.

The purpose of the use of these tools is to generate interest amongst people and to inform about the promoted subject or the product. These are the design tools that are used regularly by the city authorities to advertise through promotional products. The success of the promotional materials depends on the creativity of the design. Therefore, using illustration and photography as creative tools plays an important role in terms of promoting the city and creating city brand to attract tourists and eventually gain financial income.

The people's perception for the success of illustration and photography used on promotional materials varies for each individual technic. The professional designers consider the varied people's perception and use illustration and photography effectively.

In this research, the use of both illustration and photography has been examined in terms of their similarity and differences. The opinions of the students studying city marketing and relative subjects from The University of Sakarya have been surveyed.

In the conclusion of the research, how the use of illustration and photography technics on promotional materials effect people is examined in accordance with the opinions and given answers of the students.

Keywords: Illustration, Photography, Graphic Design, Advertising, Marketing, Promoting.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	x
RESİMLER LİSTESİ.....	xii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

İLLÜSTRASYON VE İŞLEVLERİ

1.1. İLLÜSTRASYON	8
1.1.1. İllüstrasyon Nedir?	8
1.1.2. İllüstrasyon Sanatının Tarihsel Gelişimi	9
1.1.3. İllüstrasyonun Amaç ve İşlevleri.....	16
1.1.3.1. Dekoratif İşlevi.....	17
1.1.3.2. Bilgilendirici İşlevi.....	18
1.1.3.3. Yorum ve Düşünce İşlevi	18
1.1.4. İllüstrasyon Çeşitleri	19
1.1.4.1. Reklam İllüstrasyonları	19
1.1.4.2. Yayın İllüstrasyonları	22
1.1.4.3. Teknik ve Bilimsel İllüstrasyonlar	23
1.1.5. İllüstrasyon Sanatı Tasarım Unsurları	25
1.1.5.1. Nokta	26
1.1.5.2. Çizgi	27
1.1.5.3. Ton.....	28
1.1.5.4. Renk	28
1.1.5.5. Doku	29
1.1.5.6. Biçim	30
1.1.5.7. Ölçü	30
1.1.5.8. Yön	31
1.1.5.9. Boyut	31
1.1.5.10. Yüzey.....	31
1.1.6. İllüstrasyon Sanatında Uygulama Teknikleri	32
1.1.6.1. Kurşun Kalem ve Kuruboya Teknikleri	32
1.1.6.2. Keçeli Kalem ve Marker Teknikleri	33
1.1.6.3. Mürekkeple Çizim Teknikleri	35
1.1.6.4. Suluboya ve Anilin Boya Teknikleri	36
1.1.6.5. Guaj ve Tempera Teknikleri	37
1.1.6.6. Akrilik Boya Teknikleri.....	38
1.1.6.7. Püskürtme (Airbrush) Teknikleri.....	39
1.1.6.8. Dijital İllüstrasyon.....	40

1.2. İLLÜSTRASYON YAPIMINDA İZLENMESİ GEREKEN YÖNTEMLER.....	42
1.2.1. Problemin Tanımı	43
1.2.2. Bilgi Toplama	43
1.2.3. Yaratıcılık ve Buluş	44
1.2.4. Çözüm Bulma	44
1.2.5. Uygulama	45

İKİNCİ BÖLÜM

FOTOĞRAF VE İŞLEVLERİ

2.1. FOTOĞRAF	47
2.1.1. Fotoğraf Nedir?	47
2.1.2. Fotoğraf Tekniğinin Tarihçesi	47
2.1.3. Fotoğraf Makinesi ve Öğelerinin İncelenmesi	56
2.1.3.1. Diyafram Sistemi.....	57
2.1.3.2. Obtüratör Sistemi – Hızı (Örtücü Hızı).....	58
2.1.3.3. Netleme Sistemi	60
2.1.3.3.1. Refleks Netleme Sistemi	60
2.1.3.3.2. Telemetre Netleme Sistemi	61
2.1.3.3.3. Otomatik Netleme Sistemi	62
2.1.3.4. Işık Ölçümü (Pozometre)	63
2.1.3.5. Objektif Çeşitleri	65
2.1.3.5.1. Normal Objektifler	66
2.1.3.5.2. Geniş Açılı Objektifler	67
2.1.3.5.3. Teleobjektifler (Dar Açılı Objektifler)	69
2.1.3.5.4. Zoom Objektifler.....	71
2.1.3.6. Filtreler	73
2.1.3.6.1. Siyah Beyaz Fotoğraflarda Kullanılan Filtreler ve Etkileri	73
2.1.3.6.2. Renkli Fotoğraflarda Kullanılan Filtreler ve Etkileri.....	74
2.1.3.6.3. Özel Filtreler	74

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İLLÜSTRASYON VE FOTOĞRAF KULLANIMININ ŞEHİRLERİN TANITIM ÜRÜNLERİ ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRILMASI (ESKİŞEHİR ÖRNEĞİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GÖRÜŞLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ)

3.1. KENT TANITIMLARI VE MARKALAŞMA	76
3.2. BULGULAR VE YORUM	80
3.2.1. Bölümlerin Görüşme Formundaki Sorulara Verdikleri Cevapların Değerlendirmesi	84

3.2.1.1. Resim Bölümü.....	85
3.2.1.2. Mimarlık Bölümü.....	89
3.2.1.3. İnşaat Mühendisliği Bölüm	93
3.2.1.4. Görsel İletişim Tasarımı Bölümü	97
3.2.1.5. İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü	101
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	105
EKLER.....	108
Ek 1. Anket Soruları.....	109
Ek 2. İllüstrasyon Uygulamaları	110
Ek 2.1. Eskişehir Sazova Parkı Kristof Kolomb'un Gemisi	110
Ek 2.2. Eskişehir Sazova Parkı Masal Şatosu	111
Ek 2.3. Eskişehir Tarihi Odunpazarı Evleri.....	112
Ek 2.4. Eskişehir Seyit Battal Gazi Külliyesi	112
KAYNAKÇA	113
DİZİN	117

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 3.1: Sakarya Üniversitesi Mimarlık, İnşaat Mühendisliği, Resim, Görsel İletişim Tasarımı, İletişim Tasarımı ve Medya bölümleri 1., 2., 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin 1. Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	81
Tablo 3.2: Sakarya Üniversitesi Mimarlık, İnşaat Mühendisliği, Resim, Görsel İletişim Tasarımı, İletişim Tasarımı ve Medya bölümleri 1., 2., 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin 2. Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	81
Tablo 3.3: Sakarya Üniversitesi Mimarlık, İnşaat Mühendisliği, Resim, Görsel İletişim Tasarımı, İletişim Tasarımı ve Medya bölümleri 1., 2., 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin 3. Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	82
Tablo 3.4: Sakarya Üniversitesi Mimarlık, İnşaat Mühendisliği, Resim, Görsel İletişim Tasarımı, İletişim Tasarımı ve Medya bölümleri 1., 2., 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin 4. Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	83
Tablo 3.5: Sakarya Üniversitesi Mimarlık, İnşaat Mühendisliği, Resim, Görsel İletişim Tasarımı, İletişim Tasarımı ve Medya bölümleri 1., 2., 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin 5. Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	83
Tablo 3.6: Resim Bölümü Öğrencilerinin Birinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	85
Tablo 3.7: Resim Bölümü Öğrencilerinin İkinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	86
Tablo 3.8: Resim Bölümü Öğrencilerinin Üçüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	86
Tablo 3.9: Resim Bölümü Öğrencilerinin Dördüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	87
Tablo 3.10: Resim Bölümü Öğrencilerinin Beşinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	88
Tablo 3.11: Mimarlık Bölümü Öğrencilerinin Birinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	89
Tablo 3.12: Mimarlık Bölümü Öğrencilerinin İkinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	90
Tablo 3.13: Mimarlık Bölümü Öğrencilerinin Üçüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	91
Tablo 3.14: Mimarlık Bölümü Öğrencilerinin Dördüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	91
Tablo 3.15: Mimarlık Bölümü Öğrencilerinin Beşinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması	92
Tablo 3.16: İnşaat Mühendisliği Bölümü Öğrencilerinin Birinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	93

Tablo 3.17: İnşaat Mühendisliği Bölümü Öğrencilerinin İkinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	94
Tablo 3.18: İnşaat Mühendisliği Bölümü Öğrencilerinin Üçüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	94
Tablo 3.19: İnşaat Mühendisliği Bölümü Öğrencilerinin Dördüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	95
Tablo 3.20: İnşaat Mühendisliği Bölümü Öğrencilerinin Beşinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	96
Tablo 3.21: Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Öğrencilerinin Birinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	97
Tablo 3.22: Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Öğrencilerinin İkinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	97
Tablo 3.23: Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Öğrencilerinin Üçüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	98
Tablo 3.24: Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Öğrencilerinin Dördüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	99
Tablo 3.25: Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Öğrencilerinin Beşinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	100
Tablo 3.26: İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü Öğrencilerinin Birinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	101
Tablo 3.27: İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü Öğrencilerinin İkinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	102
Tablo 3.28: İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü Öğrencilerinin Üçüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	102
Tablo 3.29: İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü Öğrencilerinin Dördüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	103
Tablo 3.30: İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü Öğrencilerinin Beşinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması.....	104

RESİMLER LİSTESİ

Sayfa

Resim 1.1: Güney Fransa’da Lascaux’daki Mağara Resimlerinden Bir Örnek	9
Resim 1.2: Korunabilmiş En Eski İllüstrasyon Örneklerini Taşıyan “Ölümler Kitabı” ...	12
Resim 1.3: En Eski Baskılı İllüstrasyon Örneği; “Elmas Sutra”	13
Resim 1.4: Art Nouveau - Alphonse Mucha’nın Eserlerinden Bir Örnek	15
Resim 1.5: Tezhip Sanatından Bir Örnek	18
Resim 1.6: Francisco Goya, Witches Sabbath.....	19
Resim 1.7: Reklam İllüstrasyonuna Bir Örnek (Ambalaj Tasarımı)	21
Resim 1.8: Jamison Odone, Dachau.....	23
Resim 1.9: Teknik İllüstrasyon örneği.....	24
Resim 1.10: Agata Marszalek, El Malpensante.....	33
Resim 1.11: Glenn Arthur, Marker Tekniği	34
Resim 1.12: Sophie Franz, Bear	35
Resim 1.13: Olga Flerova, Winter Bird.....	37
Resim 1.14: Ralph Parker, Boat House At Caddo Lake	38
Resim 1.15: Tran Nguyen, Akrilik Boya Tekniği.....	39
Resim 1.16: Airbrush Tekniği	40
Resim 1.17: Semih Oduncu, Goddess of Goldfishes and Pearls.....	42
Resim 2.1: Karanlık Kutunun Yayınlanmış İlk Çizimi 1544 Rainer - Gemma -Frisius	48
Resim 2.2: Thomas Wedgwood (1771-1805).....	50
Resim 2.3: Joseph Nicéphore Niépce	51
Resim 2.4: Tarihte Bilinen İlk Fotoğraf - Joseph Nicéphore Niépce	52
Resim 2.5: Louis Jacques Mande Daguerre	53
Resim 2.6: Daguerreotype Tekniği İle Çekilmiş Fotoğraf “Temple Bulvarı”	54
Resim 2.7: İlk Negatif Görüntü “Window” 1835, William Henry Fox Talbot.....	56
Resim 2.8: Diyafram Sistemi	57
Resim 2.9: Diyaframın İnsan Gözü İle Benzerliği	58
Resim 2.10: Etkin Obtüratör Kullanımı İle Çekilen Fotoğraf Örnekleri	59
Resim 2.11: Refleks Netleme Sistemi	61
Resim 2.12: Refleks Netleme Sistemi	62

Resim 2.13: Otomatik Netleme Sistemi	63
Resim 2.14: Pozometre Çeşitleri	64
Resim 2.15: Bir Objektifin Yapısı	66
Resim 2.16: Geniş Açılı Objektif İle Çekilen Bir Fotoğraf.....	68
Resim 2.17: Dar Açılı Objektif İle Çekilen Bir Fotoğraf	71
Resim 2.18: Zoom Objektif İle Çekilen Bir Fotoğraf	72
Resim 3.1: Görüşme Formunda Kullanılan İllüstrasyon Ve Fotoğraf Görselleri.....	80





TEZ METNİ

GİRİŞ

İllüstrasyon ve fotoğraf, çoğunlukla tanıtım ürünlerinde kullanılan etkileri birbirinden farklı resimleme teknikleridir. Her ne kadar aynı amaç için kullanılsalar da insanlar üzerinde bıraktıkları etki çok farklıdır. Tanıtım ürünlerinde fotoğraf ya da illüstrasyon kullanımının etkilerinin araştırılması daha verimli tanıtım ürünleri oluşturulması açısından önemlidir.

Reklam tasarımının vazgeçilmezlerinden olan fotoğraf ve illüstrasyonun tasarım sürecinde neden ve nasıl kullanılması gerektiğini belirleyebilmek için, izleyici üzerindeki etkilerini anlamaya çalışmak gerekir. Bu amaç doğrultusunda, fotoğraf ve illüstrasyonun gelişimi ve birbirleri ile olan etkileşimleri ve farklılıkları araştırma konusunu oluşturmaktadır.

Araştırma için Sakarya Üniversitesi İnşaat Mühendisliği, Mimarlık, Görsel İletişim Tasarımı, Resim, İletişim Tasarımı ve Medya bölümlerinin 1., 2., 3. ve 4. sınıflarında eğitim gören öğrencilerle görüşme yapılmış ve Eskişehir ilimizin tarihi ve kültürel önem taşıdığı varsayılan Odunpazarı Evleri, Sazova Parkı ve Seyit Battal Gazi Külliyesi mekanları resimlenmiştir. Bu mekanlar Eskişehir'in kültürel ve tarihi anlamda kimliğini oluşturmaya en yakın mekanlar olmaları sebebiyle tercih edilmiştir. Bölümler ise şehirleri teknik ve estetik bakış açısı ile değerlendirebilecekleri varsayımı ile seçilmiştir. Daha önce yapılan araştırmalar incelendiğinde şehir tanıtımları için yapılan reklam tasarımlarında fotoğraf ve illüstrasyon arasındaki farkların incelenmesi ve üniversite öğrencilerinin görüşleri alınarak değerlendirmesi konusunda araştırma yapılmadığı sonucuna varılmıştır.

Araştırmanın Problemi

Ülkemiz köklü tarihi geçmişi ile paha biçilemez değere sahip sayısız yapılarla ev sahipliği yapmaktadır. Bununla birlikte gün geçtikçe gelişen turizm sektörü için dikkat çeken yapılar inşaa edilmekte, bu yapılar şehrin kimliğini oluşturmakta ve şehre görsel alanda öncülük etmektedir. Bu yapıların oluşturulmasının yanı sıra tanıtımlarının da doğru bir şekilde yapılmasının şehrin imajı ve turizm sektörünün canlılığı açısından büyük önem taşıdığı varsayılmaktadır. Şehirlerin tanıtımı adına yapılan estetikten yoksun tanıtım ürünleri şehrin kimliğini zedeleyebilmekte ve daha önce o kente

gitmemiş insanların aklında yanlış bir imgelem oluşturmaktadır. Bu durum ise şehir turizmi açısından çatlaklar oluşturmakta ve dolayısıyla ekonomik anlamda kayıplara sebebiyet vermektedir.

Şehirlerin tarihi ve kültürel değer taşıyan mekanlarının tanıtımı için yapılan grafik tasarım ürünlerinde, çoğunlukla kullanılan fotoğraf tekniğinin resimleme ve kurgu alanlarında illüstrasyon kadar geniş olanaklara sahip olamadığı varsayılmaktadır. İnternet ve sosyal medya kullanımının artmasıyla tanıtımı yapılacak olan kentlerin fotoğraflarına rahatlıkla ulaşılabilmesi, şehirlerin tanıtımı ve grafik tasarım alanlarında daha özgün görsel materyal kullanımı alanlarında yeni görsel düzenleme ihtiyacı oluşturmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın genel amacı; “İllüstrasyon ve Fotoğraf Kullanımının Şehirlerin Tanıtım Ürünleri Üzerinden Karşılaştırılması (Eskişehir Örneğinde Üniversite Öğrencilerinin Görüşlerinin Değerlendirilmesi)” dır. Bu amaç doğrultusunda görüşme yapılan Sakarya Üniversitesi’nin Mimarlık, İnşaat Mühendisliği bölümlerinin tanıtım ürünlerinde kullanılan fotoğraf ve illüstrasyon öğelerini teknik bakış açısı ile, Resim ve Görsel İletişim Tasarımı bölümlerinin estetik bakış açısı ile, İletişim Tasarımı ve Medya bölümünün ise iletişimsel açıdan değerlendirmesi beklenmektedir. Bu bağlamda kent tanıtımları ile alakalı olası sorunların çözümünde öğrenci görüşlerini ve farkındalık durumlarını değerlendirmek tezin amacını oluşturmaktadır.

Araştıma aynı zamanda estetik değer taşıyan ve insanlara kent hakkında doğru bilgi ileten tanıtım ürünleri tasarlamayı ve bu şekilde kentin turizmine ve ekonomisine katkıda bulunmayı, illüstrasyonun tanıtım ürünlerinde kullanımını yaygınlaştırmayı, konu edinilen şehrin, tarihi ve kültürel değer taşıyan yerlerini merak uyandıracak hale getirmeyi ve bu şekilde turizm sektörüne de katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Araştırmanın Önemi

Kent tanıtımları, birey ile kent arasında bir ilişki kurmakta ve turizme katkıları açısından ekonomik alanlarda kendine yer edinmektedir. Aynı zamanda her şehir kendine ait bir kimliğe sahiptir. Bunun korunabilmesi ve sağlıklı olarak başka nesillere

aktarılabilmesi yine kent tanıtımları ile mümkün olabilmektedir. Araştırma sonucunda kent oluşumu ve estetik alanlarında eğitim alan öğrencilerin görüşlerinin değerlendirilmesi, kent tanıtımı açısından hem doğru hem de estetik olarak belli bir seviyeye sahip tanıtım ürünlerinin oluşturulabileceği teorisi açısından önem taşımaktadır.

Şehir tanıtımlarında illüstrasyon kullanımı ile şehrin kültürel ve tarihi yerlerine duyulan ilginin arttırılması, bu şekilde illüstrasyon tekniğinin grafik tasarım ürünlerinde aktif olarak kullanımının yaygınlaştırılması, anket sonucunda değerlendirilen öğrenci görüşleri ile kent tanıtımlarında karşılaşılabilecek sorunlara yönelik öğrencilerin bilinçlendirmesi tezin önemi kapsamındadır.

Araştırma süresince bir kentin tanıtım öncelikleri ve modern tanıtım ürünlerinde fotoğraf ve illüstrasyon tekniklerinin hangi amaçlar doğrultusunda kullanılmaları gerektiği araştırılacak ve araştırma sonuçları bu konu hakkında bilgi edinmek ve araştırma yapmak isteyen araştırmacılara literatür alanında ışık tutacaktır. Araştırma sonrasında üretilecek olan tanıtım ürünlerinde, şehrin tarihi ve kültürel yerlerini daha doğru tanıtabilmek ve daha çok yerli ve yabancı turistin dikkatini çekebilmek için yeni alternatifler kazandırılmış olunacaktır.

Araştırmanın Varsayımı

Sakarya Üniversitesi İnşaat Mühendisliği, Mimarlık, Görsel İletişim Tasarımı, Resim, İletişim Tasarımı ve Medya bölümlerinin 1., 2., 3. ve 4. sınıflarında eğitim gören öğrencilerden görüşme yapılan her 50 öğrencinin kendi bölümlerini temsil ettikleri ve sorulan sorulara içtenlikle cevap verdikleri varsayılmaktadır.

Bilimsel araştırma doğrultusunda Eskişehir ilinde bulunan “Odunpazarı Evleri”, “Sazova Parkı” ve “Seyit Battal Gazi Külliyesi” mekanlarının Eskişehir’in görsel kimliğine öncülük eden mekanlar oldukları ve bu mekanların tanıtımları konusunda eksiklikleri olduğu varsayılmaktadır.

Görüşme formunda görüşme yapılan kişilere yöneltilen soruların, fotoğraf ve illüstrasyon kullanımının karşılaştırılması konusu için doğru sorular olduğu varsayılmaktadır.

Araştırma için seçilen bölümlerden Mimarlık ve İnşaat Mühendisliği bölümlerinin tanıtımlarda kullanılan kent imgelerini teknik nitelikte ele aldığı, Resim ve Görsel İletişim Tasarımı bölümlerinin estetik nitelikte ele aldığı, İletişim Tasarımı ve Medya bölümünün ise görsellerin iletişim kurma yönündeki becerisi alanındaki niteliğiyle ele aldığı ve cevapladığı varsayılmaktadır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, kentleşme ile teknik ve görsel estetik alanlarında ilintili olabileceği varsayılan ve 2015-2016 öğretim yılında, Sakarya Üniversitesi'nin İnşaat Mühendisliği (50 kişi), Mimarlık (50 kişi), Görsel İletişim Tasarımı (50 kişi), Resim ve İletişim Tasarımı ve Medya (50 kişi) bölümlerinin 1., 2., 3. ve 4. sınıflarında eğitim gören öğrenciler ile sınırlandırılmıştır.

Söz konusu araştırma çok geniş bir alanı kapsadığı düşünülerek Eskişehir ilini doğru bir şekilde tanıttığı düşünülen “Odunpazarı Evleri”, “Sazova Parkı” ve “Seyit Battal Gazi Külliyesi” mekanları ve her mekan için birer adet illüstrasyon tasarımı araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

Görüşme formları 5 adet nicel soru ve bu sorulara verilen cevapların nedeninin belirtilmesi için ayrılan ve nitel gözlem niteliği taşıyan boş bırakılmış 5 adet alanla sınırlıdır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Türkiye’de bulunan İnşaat Mühendisliği, Mimarlık, Görsel İletişim Tasarımı, Resim, İletişim Tasarımı ve Medya bölümleri oluştururken, araştırmanın örneklemini Sakarya Üniversitesinde adı geçen bölümlerde okuyan ve görüşme yapılan 250 öğrenci oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında konu edinilen Eskişehir ili araştırmanın evrenini oluştururken, Eskişehir’i doğru bir şekilde tanıttığı, tarihi ve kültürel alanlarda değer taşıdığı düşünülen “Odunpazarı Evleri”, “Sazova Parkı” ve “Seyit Battal Gazi Külliyesi” örneklemini oluşturmaktadır.

Görüşme formunda görüşme yapılan kişilere yöneltilen sorular, fotoğraf ve illüstrasyon kullanımının karşılaştırılması konusu için sorulabilecek daha geniş kapsamlı soruların örneklemini oluşturmaktadır.

Araştırma Modeli

Araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırma için görüşme formu oluşturulmuş, oluşturulan görüşme formunda uzman kanıları ile oluşturulan sorular sorulmuş bu sorular çoktan seçmeli sorular nicel araştırma yöntemi kullanılarak, sorulara verilen cevaplarının nedenlerinin açıklanması için açılan alanlar ise nitel araştırma yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir.

Görüşme, kentleşme ile teknik ve görsel estetik alanlarında ilintili olabileceği varsayılan ve 2015-2016 öğretim yılında, Sakarya Üniversitesi'nin İnşaat Mühendisliği (50 kişi), Mimarlık (50 kişi), Görsel İletişim Tasarımı (50 kişi), Resim ve İletişim Tasarımı ve Medya (50 kişi) bölümlerinin 1., 2., 3. ve 4. sınıflarında eğitim gören öğrenciler ile yapılmıştır. Görüşme formu 2 şıktan oluşan 5 adet soru ile oluşturulmuştur. Aynı zamanda her soru için, tercih sebeplerinin açıklanması amacı ile açıklama alanları oluşturulmuştur.

Görüşme formunda öğrencilere yöneltilen sorulara sağlıklı cevaplar alınabilmesi için Eskişehir ilindeki Sazova Parkı'nda bulunan Mavi Şato ve Seyit Battal Gazi Külliyesi resimlenmiş ve farklı açıdan fotoğrafı çekilerek aynı alanda görüşme yapılan gruplara gösterilmiştir.

Ayrıca araştırma kapsamında Eskişehir ilinde bulunan Odunpazarı Evleri, Seyit Battal Gazi Külliyesi ve Sazova Parkı'nda bulunan Mavi Şato mekanlarının illüstrasyon tasarımları yapılmıştır.

Verilerin Toplanması

Araştırma konusu için yapılan literatür taraması sırasında araştırmaya uygun olan kaynaklar belirlenmiş ve amacına uygun olarak taranmıştır. Literatür taraması yapılırken gazete, dergi, ansiklopedi, makale, internet vb. kaynaklardan faydalanılmıştır.

Görüşme formunda öğrencilere yöneltilen sorulara sağlıklı cevaplar alınabilmesi için Eskişehir ilindeki Sazova Parkı'nda bulunan Mavi Şato resimlenmiş ve

farklı açıdan fotoğrafı çekilmiştir. Seyit Battal Gazi Külliyesi ve Odunpazarı Evleri için de birer illüstrasyon ve fotoğraf çekimi yapılmıştır.

Kent tanıtımlarında illüstrasyon ile fotoğraf kullanımı arasındaki farkların belirlenmesine yönelik 5 adet nicel soru sorulmuş ve bu sorulara verilen cevapların nedeninin belirtilmesi için ayrılan ve nitel gözlem niteliği taşıyan boş alanlar bırakılmıştır (5 adet).

Verilerin Analizi

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından hazırlanmış 5 adet soru ve 5 adet yorum alanı kullanılmıştır. Hazırlanan anket soruları Sakarya Üniversitesi İnşaat Mühendisliği, Mimarlık, Görsel İletişim Tasarımı, Resim, İletişim Tasarımı ve Medya bölümleri 1., 2., 3. ve 4. sınıf öğrencilerine sorulmuş ve cevap vermeleri sağlanmıştır.

Yapılan görüşmelerin öncesinde araştırmaya dahil olan her öğrenciye konu ile alakalı bilgilendirme yapılmıştır.

Araştırmanın Uygulama Basamakları

- İllüstrasyonun ve fotoğrafın tanımlaması, tarihi gelişimi, işlevi hakkında bilgilendirme, (Literatür Taraması)
- Araştırmaya konusunda örnek şehir olarak ele alınan Eskişehir'i doğru şekilde temsil ettiği varsayılan mekanların (Odunpazarı Evleri, Seyit Battal Gazi Külliyesi, Sazova Parkı) fotoğraflanmaları ve fotoğraflanan mekanlardan (1 adet olması koşulu ile) illüstrasyon tasarımı yapılması. (Photoshop CS6 – Illustrator CS6 programları kullanılarak)
- Fotoğraf ve illüstrasyonun öğrenciler üzerinde bıraktığı etkiyi incelemek için belirlenen bölümlerde 250 öğrenci ile görüşme yapılması araştırmanın aşamalarını oluşturmaktadır.



BİRİNCİ BÖLÜM
İLLÜSTRASYON VE İŞLEVLERİ

1.1. İLLÜSTRASYON

1.1.1. İllüstrasyon Nedir?

İllüstrasyon, gelişim ve kullanım süreci içerisinde, alanında yetkin sanatçılar ve illüstratörler tarafından birçok farklı şekillerde tanımlanmıştır.

İllüstrasyon kelimesinin kökeni latince aydınlatmak anlamına gelen “illustratus”tur. Almanca’da illustrierung olarak kullanılmaktadır. Kitap resmi olarak da bilinen illüstrasyon tezhip ve kitap bezemeden farklı olarak yazılı metnin anlamını genişletmek, ona açıklık getirmek ya da metni daha ilginç kılmak için kullanılan resim ya da oymabaskı türüdür (Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, 1997: 841).

Yusuf Keş’e göre illüstrasyon; “görsel iletişimin hemen hemen bütün alanlarında kullanılan illüstrasyon, farklı dil, ırk ve kültürden insanların herhangi bir açıklamaya ihtiyaç duymadan anlam çıkarabileceği bir görsel dildir” (Keş, 2001: 29).

Emre Becer ise illüstrasyonu şu şekilde tanımlamıştır; “başlık, slogan ya da metin gibi sözel unsurları görsel olarak betimleyen ya da yorumlayan bütün unsurlara genel olarak “illüstrasyon” adı verilir” (Becer, 2005: 210).

Bir başka kaynağa göre illüstrasyon; “metinlerin ve fikirlerin tasvir edilmesi ve açıklanması amacıyla uygulanan en yaygın “resimleme” türüdür” (İllüstrasyon-Illustration, 2012: 13).

İllüstrasyon için bir başka tanımlama Serdar Tuna tarafından yapılmıştır. Serdar Tuna İllüstrasyonu; metinlerin ve fikirlerin ifade edilmesi, görselleştirilmesi ve açıklanması amacıyla uygulanan en yaygın resimleme türü olarak tanımlamıştır. İllüstrasyonun bir metni, bir düşüncüyü tanımlayan, açıklayan resim olduğu tanımının yanında, bir konunun, bir fikrin ya da olayın fotoğrafını çekme yoluyla resimlenmesi olarak tanımlandığını da eklemiştir (Tuna, 1997: 4).

İnsanlık tarihinin başlangıcında konuşma ve yazma yetisinden önce haberleşme ve iletişim kurabilme gibi temel gereksinimlerin giderilebilmesi açısından resimleme bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu durum da beraberinde grafik tasarım alanında ve illüstrasyon alanında gelişmeleri getirmiştir (Kara, 2004: 5).

1.1.2. İllüstrasyon Sanatının Tarihsel Gelişimi

İllüstrasyon tarihi insanlığın ilk dönemlerine kadar uzanan köklü bir geçmişe sahiptir.

Yapılan araştırmalar sonucunda illüstrasyonun ve illüstrasyonlar ile birlikte gelen iletişim çabası ilk insanlardan bu yana bir ihtiyaç durumu içermektedir. Bu ihtiyaç ise iletişim ihtiyacı olarak nitelendirilmektedir.

Çizim eylemi, insanların yazıyı bulmadan önce gerçekleştirdikleri bir eylemdir. Gerçekleştirilen çizim eylemi imkanlar doğrultusunda gelişim göstermiş ve hayat bulmuştur. İnsanoğlunun ilk kez varlık gösterdiği dönemde mağara ve kaya yüzeyleri kullanılmıştır. Bu çizimler aynı zamanda bize ilk insanların fikir ve düşünce sistemleri hakkında ipuçları vermektedir. Duvarlara yapılan bu çizimler sadece süsleme amacı ile yapılmamıştır. Günümüze en az hasarla ulaşabilmiş mağara duvar resimleri örnekleri Güney Fransa'da Lascaux'daki mağara resimleri ve Güney İspanya'da Altamira mağarasında bulunan resimlerdir. Günümüz şartlarında değerlendirildiğinde mağarada bulunan resim ve heykelcikler, o dönemde yaşayan insanların duygu ve düşüncelerini ve yaşadıkları dönem içerisinde bulundukları şartları somut bir şekilde anlatan ilk iletişim araçları ve illüstrasyonlardır (Keş, 2001: 36).

Resim 1.1: Güney Fransa'da Lascaux'daki Mağara Resimlerinden Bir Örnek



Kaynak: https://en.wikipedia.org/wiki/Lascaux#/media/File:Lascaux,_Megaloceros.jpg, 2016.

Günümüze ulaşan, mağara duvarlarına yapılmış en eski resimler İ.Ö. 25.000-20.000 yıllarına aittir. O dönemlerde mağara duvarlarına el izi çıkarmak adına kırmızı, siyah ve sarı pigmentlerden faydalanılmıştır. Aynı zamanda bu duvar resimlerinde şaşırtıcı bir stilizasyon ustalığı da gizlidir.

İnsanlar için iletişim geçmiş zamanlarda, günümüzde olduğu kadar önem hatta ihtiyaç niteliği taşımaktaydı. İlk insanlar tarihin ilk zamanlarında konuşma ve yazma yetisine sahip olamadıkları için bu gereksinimlerini giderebilmek ve etkileşimde bulunabilmek adına resimleme tekniğini kullanmış ve görsel etkileşim kurmuşlardır. Bu gereksinim sonraki dönemlerde yazı ve sözlü iletişimin oluşması ve kullanılmasıyla beraber kaybolmamış aksine gelişim göstermiştir. Bu gereksinim grafik sanatlarının ve elbette illüstrasyon sanatının doğuşuna zemin hazırlamıştır. Bu sayede görme eylemi konuşma eyleminin bir adım önüne geçmiştir (Kara, 2004: 3).

İllüstrasyonun iletişim kaygısı taşıma zorunluluğu göz önünde bulundurulduğunda, yapılan duvar resimlerinin illüstrasyon sanatının ilk örnekleri olarak sayılmaları olasılığı artmaktadır. Çünkü bu çizimler sadece sanat ve durum aktarma çizimleri değil aynı zamanda bir üstünlük çabası ve bu üstünlüğü çizerek dile getirme yöntemidir.

Gombrich'e göre mağara duvarlarındaki ve tavanlarındaki resimler düzenlice yapılmamışlar, bunun aksine resimlemeler üstüste binmiş şekilde resmedilmişlerdir. İmgelerin de evrensel inanın en eski örnekleri oldukları göz önünde bulundurulunca ilkel avcılarının avlarını sadece fiziksel üstünlükleriyle değil yaptıkları resimlemelerle de kendi güçlerine boyun eğeceklerine inanmış oldukları sonucuna varılmaktadır (Gombrich, 1986: 21).

Philip Meggs ise, bu resimlerin çevresindeki nokta ve çizgilerin kimi zaman üst üste binmelerinin güç adına oluşturulmuş sihirli işaretler olabileceğinden, belki de gençlere avlanma metodları konusunda eğitim verdiklerinden bahsetmektedir (Uçar, 2004: 19)

Aynı şekilde Abbe Henri Breuil ve Johnnes Maringer isimli bilim adamları Bengal'de bulunan Prehistorik zamana ait bir gergedan avını gösteren resimlerin temelde farklı düşünce ve aktarımlara hizmet ettiği iddiasında bulunmuşlardır. İki bilim

adamı bu resimlerin sadece süsleme ya da sanat amaçlı yapılmadığını, resimlerin günlük yaşam dışında öğretici amaçlarla kullanıldığını ve avlanma üzerine öğretici yöntemler gösterdiğini ileri sürmüşlerdir (Tek, 2000: 73).

Uçar’a göre Lascaux mağarasındaki çizimlerinin sanatın ilk örnekleri olup olmadığı konusu tartışılabilir, ancak iletişimin ilk örnekleri olduğu kesindir (Uçar, 2004: 18)

Bize ulaşan en eski mağara resimleini yapmış olan atalarımız, gördüklerini algılayabiliyor ve resmedebiliyordu. Bu resimlerde av sahneleri ve insanoğlunun varlık sembolü olarak kullanılmışçasına el resimleri vardı. Bu resimler, imgelerin insan üzerinde etkisine ilişkin şekil çizerek yapılmış ilk görsel iletişim örnekleridir.

“M.S. 4. ve 5. yüzyıllara kadar en önemli yazı malzemesi olarak, çoğu zaman rulo şeklinde kullanılan papirüslerin üzerine uygulanan illüstrasyonlar duvar illüstrasyonları periyodundakilere benzer stildeydiler. Boşlukların rahatça düzenlenmeleri dışında, tek bir obje veya obje grubu, yazar tarafından uygun olan noktada, genellikle sol boşluktaki alanda yer aldı. Böyle illüstre edilmiş resimler arasında dini kitaplar, bilimsel ve edebi çalışmalar vardı. Hale hazırdaki en eski rulo illüstrasyon “Ramessum” papirüsü olarak isimlendirilen törensel bir piyestir. Dindar kesim mukaddes kitaba karşı saygı ve hayranlık duymaları amaç edinilerek, süsleme ve resimlemelerde dini konulara yönelinmiştir. Papirüs gibi, yaprak halinde kullanıldığı gibi, büyük metinler ve resimlemeler içinde rulo halinde de kullanılmıştır” (Kara, 2004: 22).

Bilinen en eski illüstrasyonlar, geniş ölçekli el yazma atölyelerinin oluşturulduğu Mısır Orta Krallığı (İ.Ö. 21.-18.y.y.) dönemine tarihlenir (Kara, 2004: 23).

Mısır ressam ve sanatçıların tasvirleri günümüzde şaşırtıcı bulunabilmektedir. Çünkü kullandıkları yöntemler ve resmetme amaçları günümüz yöntem ve amaçlarından daha farklıdır. O dönemde sanatçının kaygısı estetikten çok her şeyi net ve açık bir şekilde tasvir etme üzerine kuruludur. Bunun amacı da var olanın biçimini koruma endişesidir. Bu açıdan çizimler ressaminkilerden çok harita çizimcilerin üslubunu andırabilmektedir (Gombrich, 1986: 34).

Çağdaş illüstrasyonun ortaya çıkışı aynı zamanda resimli kitapların doğuşu ile tarihlenmektedir. Çağdaş illüstrasyona ait ilk eserler renkli resimler ve harflerle bezenmiş antik rulo parçalarıdır. Mısır’ın “Ölümler Kitabı” korunabilmiş en eski

illüstrasyon örnekleri taşıyan antik yazmadır. “Milano İliadasi” ve “Vatikan Virgili” hariç; klasik Roma’dan bugüne pek az örnek kalabilmiştir. Her iki metin M.S. 4.yy ile tarihlenir. Bu tarihlerden sonra illüstrasyon sanatı gelişimini geçici bir süre durdurmuştur (İllustrasyon-Illustration, 2012: 13).

Resim 1.2: Korunabilmiş En Eski İllüstrasyon Örneklerini Taşıyan “Ölümler Kitabı”



Kaynak: <http://imgim.com/image/vcvnfbu.jpg/>, 2016.

“Ölümler kitabı dini eser olma özelliği dışında efsane ve masalları da betimlemiştir. Hiyeroglif yazı ile birlikte bu çizimler özgün bir grafik ürün özelliği taşır.

Eski Yunan’da ise başlangıçta daha az resmedilmiş veya süslenmiş eserlere rastlanır. Varolan illüstrasyonlar daha çok bilimsel konularla alakalıdır. Süs yalnız bitişlerde, bazen de başlıklarda görülür. Bunlar sanat endişesi duyulmadan yapılmış işlerdir. Buna karşın gerek Roma Mozaikleri’nden, gerek mitolojik konular ya da Homeros destanlarını işleyen vazo resimlerinden, bu sanat türünün söz konusu dönemlerde de var olduğu anlaşılmaktadır. 19. y.y. ortalarına değin Portre, Ölümöğesi ve Tür Resmi dışında çoğu resmin mitolojik, dinsel ya da tarihsel bir konuyu aktarma amacıyla olduğu, dolayısıyla da bir tür illüstrasyon niteliği taşıdığı açıktır. Ancak feodal bir toplumun egemen olduğu ortaçağa gelindiğinde Yunan ve Roma Uygarlığı’nın klasik öğretileri bir yana bırakılmış, Hristiyan Manastır Öğretisi eğitim ve kültürün merkezi olmuştur. Bu dönemde ‘manuscript’ adı verilen elyazma ürünler ortaya çıkmıştır. İ.Ö.13.y.y.’ da bu elyazmaları için Bizans Rahipleri’nin yapmış olduğu resimlemeler, batıda baskı tekniklerinin gelişiminden önce yapılmış en yetkin illüstrasyonlardır” (Kara, 2004: 24).

“En eski baskılı illüstrasyon örneği, icatların ve “İlk”lerin doğuşunda olduğu gibi, Çin’den geliyor. Bu örnek British Museum’da sergilenmekte olan M.S. 868 yılına ait “Elmas Sutra”

adlı rulonun ön yüzünde yer alan tahta baskı tekniğiyle yapılmış illüstrasyondur. Batıda her ne kadar oyulmuş tahta kalıptan elde edilmiş illüstrasyonlar 14. Yüzyıl sonunda oyun kağıtlarında kullanılmış olsalar da; hareketli harfler baskıyla, 15. yüzyıl ortalarına gelinceye kadar kitaplarda illüstrasyona rastlanmamıştır. Bu tarihten sonra kitap kalıplarının çoğunda, metin ve illüstrasyon aynı ağaç kalıptan kesilmiştir. Ulrich Boner'in "Der Edelstein" (1461) adlı eseri, Bamberg'te Albrecht Pfister tarafından basıldı. Bu kitap genellikle ilk illüstrasyonlu kitap olarak tanınır. Bu tür rekabetin ve baskı makinelerinin, o yıllardaki gelişmelerinin etkisiyle, tahta baskıların elle renklendirilmesinin zorunluluklarına karşın; Almanya'da ve İtalya'da birçok güzel kitap basılıp yayınlandı. 1457'de renkli baskılı "Mainz Psalter" ve 1499'da basılan Aldus'un "Hypnerotomachia Poliphili" adlı kitapları unutulamaz güzellikte örneklerdir. Bundan sonra, bakır kazıma gravürün ortaya çıkması ve profesyonel gravür ustalarının, sanatçıların tasarımlarına göre çalışmalarının etkisiyle; "Dürer" ve Holbein" gibi 16. Yüzyılın büyük Ressam-İllüstratörlerin yolu açıldı" (İllustrasyon-Illustration, 2012: 14).

Resim 1.3: En Eski Baskılı İllüstrasyon Örneği; "Elmas Sutra"



Kaynak: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/cb/Diamond_Sutra_excerpt.jpg , 2016.

"Eski dönemlerde, üçüncü boyutu ikinci boyuta indirgemeye çalışan resimli imajlar, illüstrasyon çalışmalarının en önemli görüş açısını belirtmektedir. Bu resimsel çalışmalar, uzaysallığa başkaldırırcasına ikinci boyutu ustaca kullanmaktadır" (Hidayetoğlu, 2008: 19).

İlerleyen dönemlerde sanayi ve endüstriyel alanda meydana gelen gelişmeler ve fotoğraf makinasının icadı gibi yenilikler illüstrasyonu ve illüstrasyon sanatçıları doğrudan etkilemiştir.

Baskı tekniklerinin 1880’li yıllarda gelişmesiyle birlikte kitap vb. ürünler daha hızlı ve ekonomik bir şekilde çoğaltılabilmeye başlanmıştır. Bu gelişim illüstrasyon alanında gözle görülen bir ilerlemeyi de beraberinde getirmiştir. Basılı ürünlere olan talebin artmasıyla beraber illüstrasyon daha geniş kitleler ile buluşma şansını yakalamıştır. İllüstrasyon bu dönemde resimleme olarak adlandırılmış ve bu dönemde var olma çabasına girmiştir. İllüstrasyonun altın çağında farklı milletlerin katkılarından söz etmek de mümkündür. Avrupa folklorunun yanında doğu ve uzakdoğu resimlemeleri, İran minyatürleri, Japon baskıları örnek olarak verilebilir (Dağ, 2013: 47).

İngiltere’de başlayan ve 1760’tan 1840’a kadar uzanan dönem içine yayılan Endüstri Devrimi, sosyal ve ekonomik yapıda köklü değişimlere yol açmış; enerji, tarım toplumundan endüstri toplumuna geçişin itici gücü olmuştur (Becer, 2005: 95).

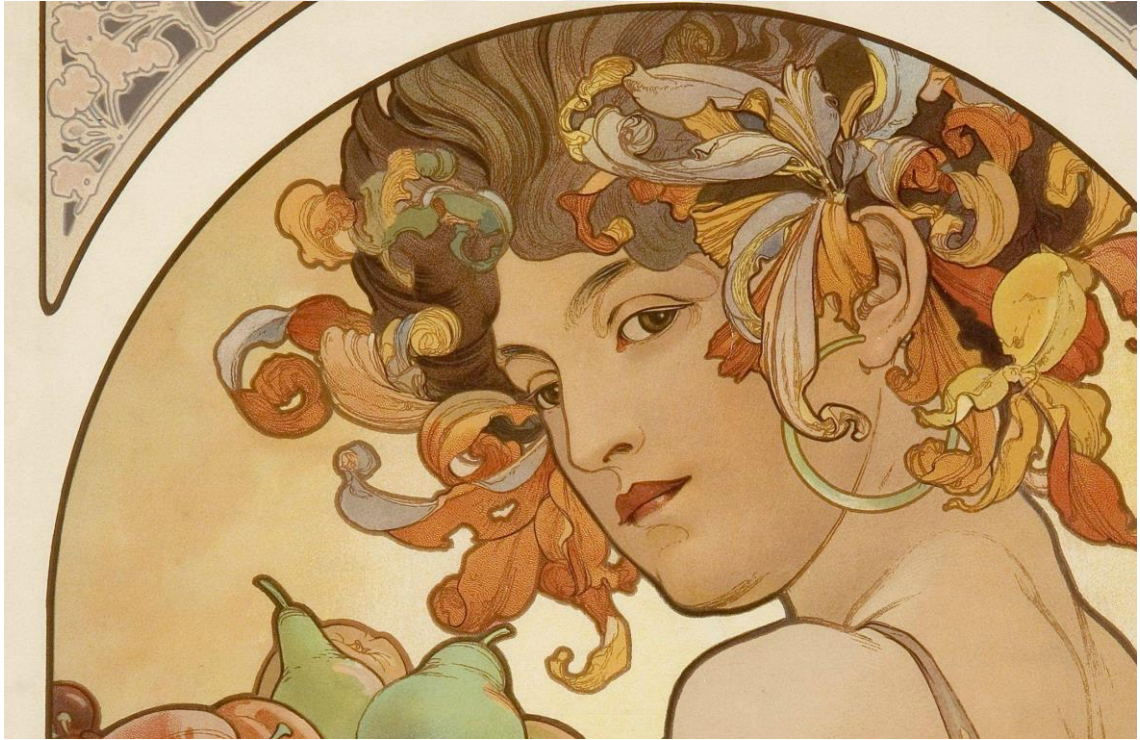
19. yüzyıl ile birlikte gelen teknolojik gelişmeler, sanayinin ilerlemesi ile toplu üretim sistemine geçiş yapılması ve üretimin daha etkili hale getirilmesi ihtiyacı göz önünde bulundurularak daha kaliteli ve etkili görsel çözümlere ihtiyaç duyulmuştur. Bu da gazete dergi ve buna benzer basılı tanıtım ürünleri alanlarında illüstrasyonun daha çok ilgi görmesine olanak tanımıştır (Tepecik, 2002: 79).

Reklamcılık yayıncılık ve illüstrasyonun sıklıkla kullanılmasına olanak tanıyan afiş tasarımlarının kullanımı endüstrileşme ile birlikte artmıştır. Bununla birlikte Litografik Baskı Tekniği de yaygınlaşmıştır. Reklam alanında farklı tekniklere duyulan ihtiyaç beraberinde farklı sanat akımlarının doğmasına zemin hazırlamıştır. Bunlardan en önemlileri Arts and Crafts, Bauhaus, Art Nouveau olarak sayılabilir ve bu önemli akımlar alanlara göre çoğaltılabilir. Arts and Crafts makineleşmenin getirdiği statik tasarım anlayışına karşı el ile üretim tekniklerinin kullanılması gerektiği temeline dayanırken, Art Nouveau daha dekoratif, Bauhaus ise daha modern ve teknik alanlarda işlevselliği temel alan bir anlayışa sahipti.

19. yüzyılda tasarıma öncülük eden bu akımlardan illüstrasyonun gelişimine olanak sağlayan ve illüstrasyonun endüstri alanında, tanıtım ürünlerinde kullanımı konusunda yeni alternatifler oluşturan akımlardan biri Art Nouveau olmuştur.

Art Nouveau, dekoratif olma özelliği olan bir sanat ve tasarım dili olarak 1890 – 1910 yılları arasında dünya genelinde etkili olan bir akımdır. İllüstrasyon tekniği ağırlıklı olarak kullanılan bu akımda özellikle kitap ve tanıtım afişleri alanlarında oldukça başarılı örnekler verilmiştir. Jules Cheret ile başlayan sanat afişi geleneği, Henri de Toulouse Latrec ve Alphonse Mucha ile sürmüş, Viyana’da “Sezession Stil”, Almanya’da “Judgendstil” adı verilen benzer üslup egemen olmuştur. Art Nouveau illüstratif çizgisi dışında tipografik düzenleme özelliği olarak serifsiz yazı karakterlerini tercih etmiş, kare ve dikdörtgen bloklamalar ile kullanmıştır (Becer, 2005: 100-101).

Resim 1.4: Art Nouveau - Alphonse Mucha’nın Eserlerinden Bir Örnek



Kaynak: <http://imgur.com/gallery/a0rrZ>, 2016.

Art Nouveau ile aynı dönemde ortaya çıkan ve Arst and Crafts olarak isimlendirilen bir sanat hareketi daha illüstrasyona yön vermiştir. Arts and Crafts hareketi el sanatlarını yeniden canlandırmak, malzemeye sadık kalmak, işlevsel ürünleri

aynı zamanda estetik hale getirmek veya tasarımın işleve uygun olarak tasarlanması unsurlarını kendine ilke edinmiştir (Dağ, 2013: 48).

Fotoğrafın gelişmesiyle bütün dünyada geri planda kalan illüstrasyon 1950'lerden itibaren yeniden fotoğrafa kafa tutmaya başlamıştır. Fotoğrafa göre bazı üstün yönlerinin fark edilmesi illüstrasyona yeniden değer verilmesine sebep olmuştur (Gürsözlü, 2006: 124-125).

1.1.3. İllüstrasyonun Amaç ve İşlevleri

İllüstrasyonu diğer alanlardan ayıran en önemli özellik bir fikrin ya da anlatılmak istenen herhangi bir durumun betimleyici nitelikler taşımasıdır. Bu özelliği ile harflerin, yazının ortaya çıkışından hatta anlamları karşılayacak sözcüklerin bile keşfinden önce insanların iletişim aracı olmuştur.

İllüstrasyon, iletişim türü olarak sadece anlatımda daha güçlü bir yol bulma çabası ile değil aynı zamanda anlatım sürecindeki estetik kaygılarla ortaya çıkmıştır. Bu estetik kaygıların temelinde doğru ve etkili anlatımı yakalayabilmek, verilmek istenen mesajı alıcıya ulaştırmak ve farkındalık yaratmak gibi nedenler de barındırmaktadır.

Ticari alanlarda bir ürünün farkındalık yaratabilmesi için girilen arayışlar da illüstrasyonun oluşumuna zemin hazırlamıştır.

Reklam illüstrasyonları günümüzde, günlük hayatta sıklıkla kullandığımız çoğu üründe karşımıza çıkmaktadır. CD kapakları, ambalaj ve etiketler, basın ilanları bunlardan birkaçıdır. İllüstrasyon aynı zamanda çizgi, resim veya fotoğrafın üst adı olarak da genellenebilir. Çünkü resim içeren kitaplar (fotoğraf da dahil olmak üzere) illüstre kitap olarak anılmıştır. Fakat zamanla fotoğraftan bağımsız bir kullanıma kavuşmuştur. İllüstrasyonlar gazete ve dergi gibi basılı ürünlerde metni desteklemek için de kullanılmıştır. Metni desteklemek dışında okuyucuda merak uyandırmak (özellikle çocuk kitaplarında), bilgilendirmek ve metni anlaşılabilir kılmak illüstrasyonun bir metin ile kullanımı sırasında sağladığı kolaylıklardan birkaçıdır. İllüstrasyon medikal alanda da varlık göstermiştir. Tıp, biyoloji, zooloji, botanik gibi alanlarda ayrıntının ve önemli olanın vurgulanması, yalınlaştırılması ve gerçeklik duygusu ile birlikte estetik kullanım sağlanabilmesi nedenleri ile kullanılmaktadır (Gürsözlü, 2006: 124-125).

Günümüzde insanlar yoğun bir grafik ürünleri etkisine maruz kalmaktadırlar. Tasarımcıların görevi bu karmaşa içerisinde maddi, fiziksel ve psikolojik sınırlılıkları göz önünde bulundurarak izleyiciyi kendi etkisi altına alabilmek, dikkatini çekebilmek olmalıdır. Kötü bir sunumu olan reklam ürünü hedefine ulaşamayacaktır (Kara, 2004: 4).

İllüstrasyon problemlerin çözümü, süsleme, eğlendirme, bezeme, yorum yapma, bilgilendirme, esinlendirme, açıklama, eğitme, teşvik etme, şaşırtma, büyüleme ve hikaye anlatma gibi işlevler için yaratıcı, farklı ve son derece kişisel yollara başvurarak içeriğin görsel bir biçimde iletilmesini sağlama gibi amaçlara da hizmet etmektedir (Wigan, 2012: 9).

İllüstrasyonun asıl amacı bir fikri daha etkili ve verimli açıklamak, aydınlatmaktır. Daha girift olarak illüstrasyon, eşlik ettiği materyal hakkında yorumlama ya da açıklamalar yapar. Bir ürün sattırmak, bir hikayeyi ya da hayal ürünlerini canlandırmak ya da bir mesajın vurgusunu arttırmak için kullanılır. Bir illüstrasyonun başarısı ve başarısızlığı onun bildiriye iletilmesine bağlıdır. İllüstrasyon aynı zamanda farklı amaçlara hizmet edebilir. Dekoratif, bilgilendirici, yorum ve ileti misyonları taşıyabilirler (Keş, 2001: 29-34).

1.1.3.1. Dekoratif İşlevi

İllüstrasyonlar tasarlanma amaçlarına göre değişkenlik gösterirler. Normalde bir alt metin ve düşünce misyonu taşıması gereken illüstrasyonlar dekoratif ve süsleme amacıyla kullanıldıklarında bu özelliklerini yitirirler.

Dekoratif illüstrasyonlar tipografinin etkisini hafifletmek amacıyla, derin anlamlar taşımayan ve mesaj kaygısı olmadan tasarlanan resimlemelerdir. Dekoratif illüstrasyonlar dekoratif alanda çerçeve ya da cetvel olarak, alanı dağıtmak için kullanılırlar. Geleneksel çiçek motifleri ya da geometrik çerçeveler bu resimlemelere örnek olarak gösterilebilir. Türk kültüründe dekoratif illüstrasyonların en iyi örneklerini el yazmalarının kenarlarına yapılan tezhipler oluşturmaktadır (Keş, 2001: 34).

Resim 1.5: Tezhip Sanatından Bir Örnek



Kaynak: <http://www.kocaeliaydinlarocagi.org.tr/YaziResimleri/20109163056.JPG>, 2016.

1.1.3.2. Bilgilendirici İşlevi

Çeşitli konularda halkı bilinçlendirme ve farkındalık yaratma amacıyla tasarlanan illüstrasyonlardır. Sosyal tanıtımlarda için tasarlanan kitapçık, broşür ve diğer tanıtım ürünlerinde sıklıkla kullanılırlar. Sağlık alanında aşının önemini belirtmek için yapılan illüstrasyonlar örnek olarak verilebilir (Tepecik, 2002: 81).

1.1.3.3. Yorum ve Düşünce İşlevi

Sözlü iletişim zaman zaman duygu ve düşünce aktarımında yetersiz kalabilmektedir. Bu durumda eksik kalan iletişim, illüstrasyon yolu ile desteklenir ve mesajı anlam kaybına uğratmadan iletilebilir. Bununla beraber illüstrasyon anlatılmak isteneni herhangi bir metne bağlı kalmaksızın aktarabilmektedir. Bunu en iyi örnekleyecek olan şeyler karikatürize edilmiş illüstrasyonlardır (Keş, 2001: 34).

18.yy'dan başlayarak illüstrasyonlar eleştirisel ve yergisel bir içerik de kazanmışlardır. Goya'nın toplumsal eleştiri ağırlıklı oyma baskı dizileri bu tür illüstrasyonlara örnektir. Daha sonra 19.yy'da Fransa'da Daumier, İngiltere'de Hogarth ve Thomas Rowlandson (1756-1827) toplumsal davranışları eleştiren karikatür türündeki illüstrasyonlarıyla belirli bir geleneğin öncüsü olmuşlardır (Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, 1997: 842).

Resim 1.6: Francisco Goya, Witches Sabbath.



Kaynak: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/5f/Francisco_de_Goya_y_Lucientes_-_Witches'_Sabbath_\(The_Great_He-Goat\).jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/5f/Francisco_de_Goya_y_Lucientes_-_Witches'_Sabbath_(The_Great_He-Goat).jpg), 2016.

1.1.4. İllüstrasyon Çeşitleri

İllüstrasyon olgusu her ne kadar tasarım unsurları ve tasarım ilkelerini barındırsa da her illüstrasyon türü sanat değeri taşımayabilir. İllüstrasyonlar ticari, bilimsel, teknik ya da bilgilendirme temalı olabilir. Sanat değeri taşımasa da illüstrasyonu bir anlatım aracı olarak farklı kılan tasarımda estetik kaygılar taşımasıdır.

İllüstrasyon her aşamada belirgin olarak varlığını sürdürse de sıklıkla görüldüğü alanlar vardır; bunlar çocuk kitapları, animasyonlar, gazete ve dergiler, teknik alanlar, bilimsel alanlarda (medikal, botanik, zooloji, fizik...) reklamcılık sektörü, moda alanı, mitoloji, tarih, düşsel ve kurgusal alanlar olarak sıralanabilir ve genişletilebilir (Keş, 2001: 35).

Emre Becer'in de "İletişim ve Grafik Tasarım" adlı çalışmasında yer verdiği üzere İllüstrasyonu üç başlık altında incelenebilir.

1.1.4.1. Reklam İllüstrasyonları

İllüstrasyonlar grafik tasarım ve tanıtım alanlarında çözümler üreten en etkin alternatif yöntemlerden biridir. İlintili oldukları mentnin ya da tanıtım ürününün yeniden tanımlanıp değişik anlam ve boyutlarda yeniden algılanmasına yardımcı olurlar. Konu, kavram ya da eylemlerin benimsenip tanımlanmasında en etkili yollardan biri de illüstrasyondur (İllustrasyon-Illustration, 2012: 13).

Reklam illüstrasyonlarının genel tanımlamalarda ticari bir amaç için üretilen bir ürünün ambalajı ya da ürünü tanıtan ilanlarında kullanıma elverişli olduğu belirtilmektedir. Bu alanda illüstrasyonlar sanat değeri taşıma misyonundan öte hızlı tüketim ürünü olarak da sınıflandırılabilir. Bunun nedeni ise sanayileşme ile süregelen ürün çeşitliliği ve bu çeşitlilik ile ürünlerde tanıtım görsellerinin bir devrim içerisinde kendini yenileme çabasıdır. Reklam illüstrasyonları için yapılan genel araştırmalar sonucunda belli tanımlamalar ortaya çıkmıştır.

Emre Becer reklam illüstrasyonları alanında yaptığı araştırma sonucu bazı bilgilere ulaşmıştır. Becer'e göre reklam illüstrasyonları bir ürün ya da hizmeti tanıtmak için yapılır ve bu tür çalışmalarda ayrıntı ön plandadır. Sinema, tiyatro ve konser afişleri, kaset ve cd kapakları, turistik ilanlar, basın ilanları, takvimler, tebrik kartları, çıkartma ve etiketler; reklam illüstrasyonlarının uygulama alanları arasındadır. Moda illüstrasyonları da reklam illüstrasyonu içinde ele alınmaktadır (Becer, 2005: 210).

Cem Kara, "Günümüz İllüstrasyon Sanatı" isimli yüksek lisans tezinde reklam illüstrasyonlarına yer vermiştir. Cem Kara'ya göre, bir ürün ya da hizmetin tanıtımı amacıyla afiş, ilan, etiket, broşür, takvim, CD, vs. gibi grafik ürünlerde kullanılan reklam illüstrasyonları, reklam ajanslarındaki üretim hızından ötürü sıklıkla tercih edilen fotoğraf (slayt) koleksiyonlarının yanında kampanyalardaki maddi kısıtlamalar, istenilen fikrin daha net ve kolay anlatımı veya özgünlü arayışları nedeniyle tercih edebilirler. Bununla birlikte illüstrasyon alanına moda illüstrasyonları ve pullar da ilave edilebilir (Kara, 2004: 6).

Reklam illüstrasyonu oluşturulurken belli adımlar izlenir ve bu adımlar doğrultusunda iş birliği ile alıcıya gönderilmek istenen mesaj sağlıklı bir şekilde iletilmiş olur. Reklam illüstrasyonu yapılırken reklam kampanyasının her bir basamağında planlama ve değerlendirme yapılır. Önerilen fikri planlamak için bir illüstratör dışında sanat yönetmeni ve metin yazarı ile birlikte çalışılır. İllüstratör ana başlıkları aldıktan sonra hedef kitlesi ile ilgili araştırmalarını yapar ve böylelikle illüstrasyonun yaratım sürecine başlanmış olunur. Reklam tasarımı kendi içerisinde de dallara ayrılmaktadır. Bunlar;

- Afiş illüstrasyonları
- Ambalaj İllüstrasyonları

- Kitap Kapağı İllüstrasyonları
- Takvim İllüstrasyonları
- Story Board İllüstrasyonları (Keş, 2001: 60-61).

Tasarımlarda illüstrasyon kullanımı fotoğraf kullanımı ile karşılaştırıldığında illüstrasyonun kullanım açısından bazı avantajlara sahip olduğu söylenebilir. Her ne kadar gerçekçilik anlayışında fotoğraf kullanımının bir adım önde olduğu düşünülse de aynı karede fonksiyonel detayları illüstrasyon ile göstermek estetik açıdan daha doğru bir tercih sayılabilmektedir.

Resim 1.7: Reklam İllüstrasyonuna Bir Örnek (Ambalaj Tasarımı), Cyla Costa, Cristina Pagnoncelli, Jackson Alves



Kaynak: <https://www.behance.net/gallery/35659641/Leao-Fuze-Letterings>, 2016.

Reklam illüstrasyonlarında, bilgi verme amacı taşıdıkları göz önünde bulundurulduğunda, stilize edilmiş tanıtım resimlemeleri yerine realist illüstrasyon tekniği kullanımları da tercih edilebilir. Aslına bağlı olarak yapılan illüstrasyonlara örnek olarak mobilya, araba satışları vb. sanayi ve endüstriyel özellik taşıyan ürünler örnek olarak gösterilebilir. Bu tür ürünler için hazırlanan afiş, gazete ilanları, broşür ve diğer tanıtım materyallerinde daha gerçekçi bir anlayış tercih edilebilir. Bunun nedeni potansiyel alıcıların ürünlerdeki fonksiyon ve detayları ayrıntılı bir şekilde görmek isteyebileceği düşüncesidir.

Eğer illüstrasyonlar gerçekçi çalışılacaksa, detaylardan arındırıldıktan sonra titiz bir şekilde çalışılmalıdır. Bununla birlikte ürünü rakip firmalarda ayırt etmek için

izimler abartılıp ürün daha cazip hale getirilebilir. Bu bağlamda ürün için hazırlanan illüstrasyonlarda, ürünün bulunduğu evre yeniden yaratılabilir, fantastik ya da realistik şekilde birleştirme ya da kombinasyonlar yapılabilir (Keş, 2001: 61).

1.1.4.2. Yayın İllüstrasyonları

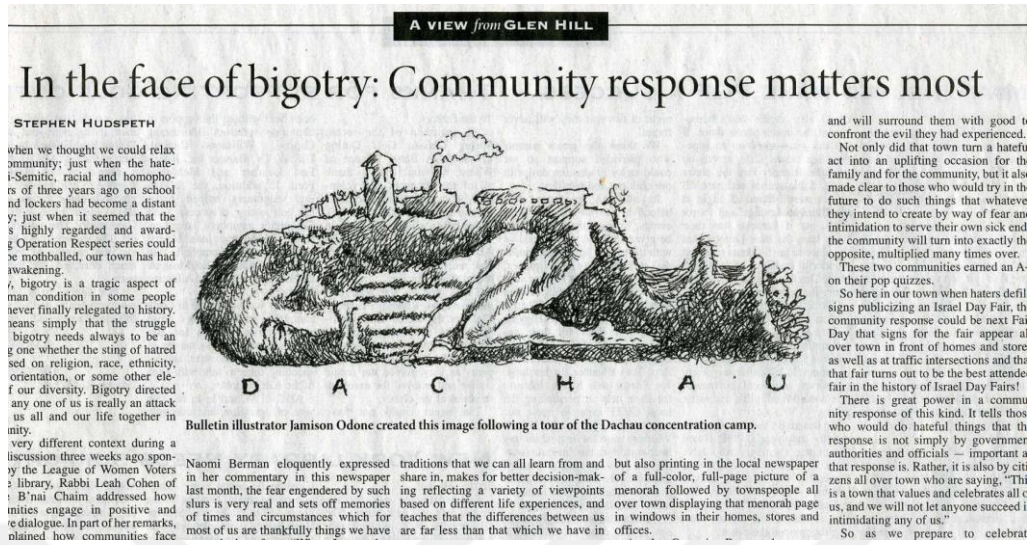
Yayın illüstrasyonları; beraberindeki metni tanıtan ve konu hakkında bilgi verme amacı ile tasarlanan illüstrasyonlar olarak tanımlanabilir.

Yayın illüstrasyonları; basılı materyallerde yazıya eşlik eden illüstrasyonlardır. Bunlar gazete, dergi, kitap, makale, öykü, roman, şiir ve daha bir çok yazılı metin ya da basılı ürün ile örneklendirilebilir. Yayın illüstrasyonlarında, resimlemeyi yapacak olan tasarımcı metnin içeriği hakkında bilgi sahibi olmalı ve bir görüş bildirebilmeli, metnin içeriğini tasarımında net olarak anlatabilmelidir. Gazete illüstrasyonları genelde siyah beyaz tasarlanır. Basılı materyallerde illüstrasyonun en çok kullanıldığı alan şüphesiz ocuk kitaplarıdır (Becer, 2005: 210).

“Yayın illüstrasyonlarını gazete, dergi, kitap, ansiklopedik veya eğitim amaçlı kaynaklardaki makale, öykü, şiir ve haber gibi metinlere eşlik ederken görebiliriz” (Kara, 2004: 6).

Yayın dünyasında illüstrasyon kullanımı iki bölüme ayrılır. Bunlardan ilki yayınlanan öğretici, bilimsel ve açıklayıcı illüstrasyonlar için yapılan gerçeğe bağlı kalınması gereken illüstrasyonlar, diğeri ise; değişik kitlelere ve gruplara seslenen farklı teknik ve stillere açık güçlü bir yoruma sahip olan anlatıcı illüstrasyon grubudur. (İllüstrasyon-Illustration, 2012: 13).

Resim 1.8: Jamison Odone, Dachau



Kaynak: <https://jamisonodone.files.wordpress.com/2013/10/17-dachau.jpg>, 2016.

1.1.4.3. Teknik ve Bilimsel İllüstrasyonlar

Teknik illüstrasyon alanı ise endüstri, mimari, makine alanlarında ya da ticaret alanında, tanıtılmak istenen ürün hakkında bilgisi olmayan insanlara ürünü tanıtmak, onları bu konuda bilgilendirmek için yapılan illüstrasyonlardır. Teknik illüstrasyonlar mesleki bilgilendirme ve tanıtım ürünlerinde, bireylerin özel ilgi duyduğu alanları tanıtan dergilerde, stand tasarımlarında ve kullanım kılavuzlarında sıklıkla görülebilmektedir. Teknik illüstrasyonların başarısı ürün ya da ürün gelişim yönüne, figür ve faktörlerin olabilirliğine ve bununla birlikte konuyu sunuş yeteneğine bağlıdır. Bunlar, kapsamlı bir dış görünüşü içerebilir, bu illüstrasyonlar parçalar arasındaki ilişkiyi açıklayan çizimlerdir. Araba illüstrasyonları bu gruba örnek olarak verilebilir. Aynı zamanda elektrik devresi ya da mekanik araçların işlevlerini göstermek için yapılan çizimler ve gizli kalan kısımların gösterildiği çizimler de teknik illüstrasyonlara örnek olarak gösterilebilir (Keş, 2001: 81).

Resim 1.9: Teknik İllüstrasyon örneği



Kaynak: http://technicalillustrators.org/files/2014/12/tumblr_ngp7ngMq911r86692o1_1280.jpg, 2016.

Bilimsel ve teknik illüstrasyonlar, belli uzmanlık alanlarında yapılan eğitici ve öğretici materyalleri destekleyici resimlemeler sınıfına dahil edilebilir. Botanik, tıp, jeoloji, mekanik vb... bilimsel alanlar bilimsel ve teknik illüstrasyonların uygulama alanlarıdır. Bu tür illüstrasyonlar genelde daha önemli olanı vurgulamak için, yalınlaştırma ve gerçek olanı değiştirmeden estetik anlamda geliştirme önceliği ile resimlenir. Bu anlamda gerçeği birebir yansıtan fotoğraftan ayrılır. Tıp illüstrasyonları ise estetik kaygı önceliği olsa da gerçeğe birebir bağlı kalma zorunluluğu taşır ve anatomi bilgisi gerektirir. Mimari alanda yapılan illüstrasyonlar genellikle bilgisayarlarda üç boyutlu olarak resimlenmektedir. Bu programlarda el resimlemelerinden öte, doku olarak kullanılan materyaller hazır olarak bulunmaktadır (Becer, 2005: 211).

Bilimsel, mimari ve teknik illüstrasyonlar, sanatsal kaygılar yerine şematik bir düzen ve konu ile alakalı bilgilendirme sistemi içerisinde hazırlanır. Her ne kadar şematik ya da sistematik olarak nitelendirilse de, var olanı ya da olmayanı canlandırabilme özelliğiyle anlatılmak istenen olguyu, bütünü ya da parçayı statik ve alışılmışın dışında, hareket ve estetik değerler içerisinde aktarabilmesi, illüstrasyonun iletişim türleri arasında en güçlü estetik değere sahip olan iletişim biçimi olduğunun kanıtıdır.

İllüstrasyonlar anlatımcı bir üsluba sahip olmalarının yanında, farklı yorum ve aykırı çizgileriyle, sanatçının özgün bilinci ile kaynaşarak okuyucuda kalıcı etkiler bırakmayı hedefler. Bu etki, “sanat” olarak nitelendirilebilecek kalitede ortaya çıkan

resimlemelerin sanatı yansıtan, sevdiren ve dönüşüme katkı sağlayan gücü ile gerçekleşir (İllustrasyon-Illustration, 2012: 13).

İllüstrasyon resim akımlarına benzer şekilde yaratıcısının kendinden kattığı etkiler bakımından ya da kullanılan teknik açısından da sınıflandırılabilir.

İllüstrasyonda, günümüzde fark yaratılabilmesi açısından önemli bir ayrım olan “özgün olma” koşulu ile resimleme sanatında kullanılan bütün teknik çalışmalar ve araştırmalarla belli üslupları gözlemlemek mümkündür. Çünkü diğer sanat dallarında olduğu gibi illüstrasyonlarda da plastik değerler birer araç olarak kullanılabilir (Kara, 2004: 7).

Bilimsel illüstrasyonlar ise genellikle medikal alanlar ve doğa bilimlerinde görsel iletişimi ve bilgilendirmeyi sağlayan, mesleki alanlar dışında ise görsel alanda destekleyici nitelikler taşıyan illüstrasyon türüdür. Abartılara açık olmaması bu tür illüstrasyonların sıkıcı ya da monoton olarak değerlendirilebileceği anlamına gelmemektedir. Aslına bağlı kalınarak tasarlanan bilimsel ve teknik illüstrasyonlar da sıradışı özellikler taşıyabilmektedir. Pozitif bilimler, bütün canlılar ve uygarlıklar üzerinde araştırmalar yapmaktadır. Bu araştırmalar zoolojiden botaniğe, biyolojiden paleontolojiye kadar geniş bir alanı kapsamaktadır. Medikal ya da bilimsel illüstrasyon yapan tasarımcı, tasarımını yapacağı alan hakkında kapsamlı bir bilgiye sahip olmalıdır. Çünkü bilimsel illüstrasyonda yapılan çizimler gerçeği birebir yansıtmıyorsa bu kategori kapsamına girmemektedir (Keş, 2001: 90)

1.1.5. İllüstrasyon Sanatı Tasarım Unsurları

İllüstrasyon sanatında, plastik sanatların birçok dalında ve grafik tasarım alanında var olan, belli bir düzen ve kompozisyon oluşması için gerekli olan öğelere “tasarım öğelerine” sahiptir. Tanıtılmak istenen objenin ya da olgunun sağlıklı bir şekilde alıcıya ulaşabilmesi için söz konusu öğelerin belli bir düzende tasarımda var olması gerekmektedir.

Plastik sanatın temelinde bulunan biçimsel unsurlar (nokta-çizgi, ışık-gölge, form, perspektif, doku, renk, strüktür, kompozisyon) tasarım alanında ilerledikçe kullanıldıkları alanlara göre bazı değişiklikler gösterip daha özgün ve bilinçli bir

kullanıma sahip olmaktadır. İllüstrasyon da benzer öğeleri kullanır ve aynı süreç içerisinde tasarımda özgün bir nitelik kazanır (Kara, 2011: 109)

Tasarım öğeleri ancak bir kompozisyon içerisinde var olabilirler ve kompozisyon için en önemli durum bu öğelerin belli bir bütünlük içerisinde olması ve birbirleri ile ilintili olmalarıdır. Yani bir bütün içerisindeki çeşitliliktir (Ketenci ve Bilgili, 2006: 281)

Bu öğeler tanıtım ürünü ve hedef kitle arasındaki iletişimi kolaylaştırır. Söz konusu tasarım unsurları şu şekilde sıralanabilir; nokta, çizgi, ton, renk, doku, biçim, ölçü, yön, boyut, yüzey.

1.1.5.1. Nokta

Nokta görsel anlatımın en temelini oluşturur ve en basit tasarım elemanıdır. Objektif tanımla ile yer belirleyici bir işarettir. Biçimsel açıdan ise nokta; bulunduğu yere göre küçük merkezsel benek olarak tanımlanabilir. Nokta; mekan içerisindeki bir pozisyonu, iki çizginin birleştiği ya da kesiştiği yeri gösterebilir. Nokta boşluk içerisinde kullanılabilecek ilk düzen elemanıdır. Nokta kullanım açısına, sayısına ve yerine göre de farklılık gösterir. Tek başına kullanıldığında bıraktığı etki ile birden fazla noktanın birleşmesi ile oluşan etki birbirinden farklıdır. Noktalar yan yana geldiklerinde kurdukları iletişim yeni biçimlere dönüşebilir. Bu durum da çizgiselliğe ya da lekeselliğe dönüşebilir. Noktanın yanına ikinci bir nokta getirildiğinde kompozisyon ilkeleri başlar. Resimsel anlatımlarda nokta bir denge unsurudur ve hareketi durdurma misyonu taşımaktadır. Görsel düzenlemelerde biçimsel farklılık ya da benzerliklerin yanyana gelme sıklıkları göz önünde bulundurulduğunda noktanın işlevi ve düzenleme üzerindeki etkileri daha net bir şekilde gözlemlenebilmektedir. Nokta aynı zamanda diğer kompozisyon öğeleri ile aynı alanda kullanıldığında onlarla etkileşime girip yeni anlatımlara olanak verir. Noktaların tek olarak ya da etkileşime girerek oluşturdukları kompozisyonlar, büyüklük küçüklük farkları, ışık ve renk değişiklikleri, yan yana gelişlerindeki aralık ve sıralanış farkları zengin görsel etkiler elde edilmesinde olanak sağlamaktadır (Parlak, 2006: 75).

1.1.5.2. Çizgi

Çizgi seri şekilde uzanan birçok noktanın yan yana gelmesi ile oluşmaktadır. Geometrik olarak enine uzun bir yapıya sahipken herhangi bir genişliğe sahip değildir. Çizgi iki nokta arasındaki birleşme uzantısı ya da hareket ettirilen bir noktanın izi-yolu olarak da tanımlanabilir. Grafik tasarımda çizgiler çok farklı genişliklerde var olabilirler. Aynı zamanda kalem, fırça, mouse ya da dijital kodlarla da oluşturulabilirler. Düz ya da kıvrımlı hatlara sahip oldukları gibi devamlı ya da kesik kesik ilerleyebilirler. Birçok çizginin yan yana gelmesi düzlemleri oluşturur. (Lupton ve Phillips, 2008: 16)

Çizgi yüzeylerin kesişmesi ya da noktaların birleşmesiyle oluşabilir. En ya da derinlik barındırmazlar. Çizgiler hareketi, durağanlığı, hızı doğrudan ifade edebilir. Çizgilerin arka arkaya sıklıkla birbirini takip edmesi ya da iç içe girmesiyle dokular oluşabilir. Her çizginin kendine ait biçimsel değeri vardır. Çizgiler alanı böler, ya da sınırlayabilir, sembol ya da kontur oluşturabilir, yön yaratabilir ya da ton oluşturabilir (Arıkan, 2008: 11).

Bunlarla birlikte çizgiler bir objenin dikkat çekmesi, iki objenin arasında ayırma işlevi, zaman zaman da mesaj iletiminde öge olarak kullanılırlar (Ketenci ve Bilgili, 2006: 281)

Karakter olarak çizgiler uzandıkları doğrultu açısından farklılıklar gösterebilirler. Örnek olarak;

Yatay çizgi; sükunet ve durgunluk, statik bir ifade,

Düşey çizgi; keskinlik ve saygınlık,

Eğik çizgi; yüzyde bir hareket ve canlılık,

Koyu ve kalın düz çizgiler; çarpıcılık,

Zig-zag çizgiler; seri bir hareket ve heyecan,

Diyagonal çizgi; canlılık,

Kıvrımlı çizgi; Zarafet ‘in ifade edilmesinde kullanılabilen karakterlere sahiptir (Parlak, 2006: 76).

1.1.5.3. Ton

Tasarımda bir renk şiddetinin koyuluk ya da açıklık derecesi ton değeri olarak adlandırılabilir. Tasarımda yüzeyleri üzerinde en çok gözlemlenen tonlar grinin çeşitlemeleri ve siyahtır. Gri tonlar genellikle görsel imgenin yarım ton reproduksiyon tekniği ile tramlanması yöntemiyle elde edilmektedir. Ton ve çizgi; tasarım dakontrast oluşturan elemanlardır (Parlak, 2006: 76). Ton değerleri yüzeylerin ve biçimlerin açıklık ve koyulukları derecelerini de tanımlar ve birkaç farklı şekilde elde edilebilmektedir. Ana renklerle gri karışımından veya zıt renklerle ana renklerin karışımından ton değerleri elde edilebilmektedir. Ton değerleri bir tasarımda vurguyu arttırmak, ilgi odağı oluşturmak hacim vermek amacıyla kullanılabilir. Ton değerleri sadece yüzeylerle alakalı değildir. Çizgi gibi diğer tasarım elemanlarının da ton değeri olabilir (Arıkan, 2008: 12).

1.1.5.4. Renk

Renkler ışığın iletimi sayesinde yansır ve izleyici üzerinde kişisel ve genellenebilir duygular oluştururlar. Yapılan araştırmalarda sıcak renklerin insan üzerinde uyarıcı, soğuk renklerin gevşetici ve dinlendirici bir etkisi olduğu genellenebilir duygulara örnek oluşturabilir. Renklere duyulan tepkiler üzerinde renklerin dalga boyutları da etkili olabilmektedir. Renk üç farklı açıdan değerlendirilebilmektedir.

- Rengin ismi (Renk Özü): En temel rengi betimler.
- Rengin Şiddeti (Parlaklık): Renk parlaklığı ile ilişkilendirilebilir. Yoğunluk arttıkça renk parlaklığı da artmaktadır.
- Rengin açıklığı veya koyuluğu, ton (Doygunluk): Bir rengin açıklık ya da koyuluğudur.

Renk bir tasarımda verdiği mesaj açısından en çok dikkat edilmesi gereken tasarım unsurları arasındadır. Tasarımcı renk seçiminde şu dört unsuru dikkate almalıdır.

1. Rengin kültürel çağırışı,
2. Hedef kitlenin renk tercihi,

3. Firma ya da ürünün karakter ve kişiliği,
4. Tasarımda yaklaşım biçmi

Renk ögesi tasarımda vurguyu arttırma özelliğine sahiptir. Bir tasarımın etkileyici olması da vermek istediği mesajı vurgulama kuvvetine bağlıdır. (Parlak, 2006: 76). Renk kavramı duygu durumu hakkında bize ipuçları verir, bize tasarımda gerçekliği gösterir. Renkler kavramlar ile aklımızda bir yer edinebilirler. Kasvetli, üzücü ya da ihtişamlı kelimelerinin aklımızda oluşturdukları kavramlar aynı zamanda aklımızda otomatik olarak bir renk tonunu uyandırır. Tasarımcılar rengi tasarımlarında vurgu yapmak için ya da kamufle etmek için kullanırlar. Renk tasarımda bilgileri birbirinden ayırır ya da birbirine bağlar, bilinmesi ve görülmesi gerekeni ortaya çıkarırken kalanları gizleyebilir (Lupton ve Phillips, 2008: 71).

İllüstrasyonu oluşturan her unsur belli bir renk armonisine sahiptir. İllüstrasyonun temelinde varolan mesaj iletme kaygısı sırasında renk bütünlüğünün kullanılması illüstrasyon tekniğini kullanmak isteyen her birey için öğrenilmesi gereken başlıca unsurdur. Renk, kompozisyona kattığı uyum ve denge estetiği dışında fikrin vurgulanması ve iletilmek istenen mesajın desteklenmesi konusunda önem arz etmektedir (Kara, 2011: 109-110).

Harun Parlak'ın çalışmasında yer verdiği üzere; “Yapılan bir araştırma dört renkli dergi ilanlarının izlenme oranının %38, iki renkli ilanları izlenme oranının ise %20 arttığını göstermiştir. Başka bir çalışmada ise siyah beyaz bir ilanın çok renkli olarak basıldığında %50 oranında daha fazla izlendiği ortaya çıkmıştır. Bir tasarımda istenilen doğru atmosferi yaratmada en önemli araç renktir.” (Parlak, 2006: 78).

1.1.5.5. Doku

Doku yüzey üzerinde kendini tekrar eden belli bir forma sahip biçimler olarak tanımlanır. Çevremizde bulunan yüzeylere bakarak dokuyu daha kolay anlayabilir ve örneklerini görebiliriz (Lupton ve Phillips, 2008: 16).

Doku, bir yüzey değerlendirmesidir. Benzer özellikteki parçaların oluşturduğu ya da aynı karakterlerin devam ettirildiği bir bütündür. Etrafta yer olan birçok nesnenin kendine ait bir dokusunun var olması ile birlikte farklı özelliklere sahip yüzeylerin bir araya gelmesiyle de farklı dokusal alanlar ortaya çıkabilir. İllüstrasyon üzerinde dokusal

alan ile oluşturulan bir strüktürel yapı istenen nesnenin ya da olayın daha net algılanmasına hizmet edebilmektedir (Kara, 2011: 112)

Dokular tasarımcılar tarafından oluşturulabileceği gibi hazır dokulu yüzeyler de tasarımda kullanılabilir (Ketenci ve Bilgili, 2006: 282)

1.1.5.6. Biçim

İki noktanın birleşmesiyle oluşan alanlar biçimleri var ederler. Yani belli sınırları olan düzlemler biçimleri oluştururlar. Doğada var olan her her cisim belli bir biçime sahiptir (Lupton ve Phillips, 2008: 16)

Biçim tasarımda temel ögeyi oluşturan unsurlardandır. Tasarımda biçim iki farklı açıdan ele alınabilir. Birincisi geometrik ve birbirini takip eden biçimler, ikincisi ise tamamen serbest görünüme sahip biçimler. Biçimler aynı anda yuvarlak, sivri, keskin, yumuşak niteliklere sahip olabilirler. Birden fazla çiginin birbiri ile girdiği etkileşim ya da tek bir çizginin dönüş ve kıvrımlarla kendi ile kesişmesi ile oluşan yüzeyler biçimi oluştururlar. Kompozisyon elemanlarının büyük bir kısmında olduğu gibi biçimler de tasarım içerisinde belli mesaj iletme görevini üstlenmişlerdir. Genel olarak yorumlanacak olursa biçimler;

1. Dörtgen biçimler: Açık, kesin, emin ve belirgin bir ifade taşır.
2. Dar açılı ve çapraz biçimler: Daha dinamik bir etki taşır.
3. Geometrik eğilimli biçimler: Süreklilik ifadesi güçlüdür.
4. Serbest biçimler: Yüzeylerin sürekliliğini kütsel bütünlüğü ve biçim yumuşaklığını vurgular (Parlak, 2006: 79).

Biçimler kendi içinde farklılıklar da gösterebilmektedir. Biçimlerin bir kısmı geometrik özellikler taşırken diğer kısmı daha serbest halde bulunabilir. Tasarımcının görevi tasarım kurallarını da göz önünde bulundurarak iki boyutlu yüzeyler üzerinde bağlantılar kurmak çizgi, renk, doku, hareket gibi temel tasarım elemanlarıyla biçimler oluşturmaktır (Tepecik, 2002: 36).

1.1.5.7. Ölçü

Ölçü, tasarımın ve tasarımcının kullanmak zorunda olduğu, hem objektif hem subjektif alanda en etkili tasarım öğelerindendir. Objektif alanda değerlendirilecek

olursa ölçü bize kullanılan materyalin ya da tasarımda kullanılan biçimin sunuşu ve gerçekte olması gereken halinin karşılaştırılması durumunda yardımcı olur. Subjektif olarak ölçü aklımızda boyutları ile yer edinen bir objenin diğer objelerle arasındaki ilişkiyi anlamamıza ve ona göre diğer objelerin boyutları hakkında fikir üretmemize yardımcı olur (Lupton ve Phillips, 2008: 16).

1.1.5.8. Yön

Tasarımda kullanılan nesnelerin yapısal özellikleri hareketleri algıda yön unsurunu oluşturmaktadır. Tasarımda kullanılan bir figür ya da güçlü bir çizgi hareketi oluşturur. Tasarımda bulunan biçimlerin kompozisyonundaki yerleri de yönü belirler. Biçimlerin sağda olması sağ doğrultuda, solda olması sol doğrultuda yön verir. Yön unsurunu doğru konumlandırma için yapılan araştırmalar (testler) bulunmaktadır. Yapılan testlerin sonuçları değerlendirildiğinde katılımcıların %65 'i soldan sağa doğru konumlandırmayı daha kolay algıladıklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte tasarım için seçilen konu da başlıbaşına bir yön duygusu yaratabilmektedir (Arıkan, 2008: 16).

1.1.5.9. Boyut

Var olanın biçimlendirilmesi aynı zamanda aynı olguya boyut kazandırılması anlamına gelmektedir. Doğadaki tüm nesneler belli bir boyutsal anlamda bir bütünlük ilişkisi içerisindedirler. Boyut kendi içerisinde belirleyici unsurlar taşır. Bunlar kalınlık, derinlik, uzunluk ve genişlik olarak sıralanabilir. Biçimlerin farklı boyutlarda kullanıldığında izleyiciler üzerinde farklı etkiler bırakmasının sebebi ölçü ile ilişkilendirilebilir. Birbirine uygun olması açısından boyutların birbirine yakın olması olumlu bir etki yaratırken birbirinden boyut olarak çok farklı olan formlar zıtlık etkisi yaratır (Parlak, 2006: 80).

1.1.5.10. Yüzey

Yüzey kavramı genişliği ve uzunluğu geniş olan düzlemlere verilen isimdir. Tasarım genel olarak dört köşe ile sınırlandırılmış iki boyutlu alanlar üzerine yapılmaktadır. Hareket eden bir çizginin bıraktığı iz bir yüzey oluşturabilir. Biçimin sınırları dahilinde kalan kısım yüzeyi oluşturur. Yüzey zemin ile paralel doğrultuda ilerlemek zorunda değildir. Tavanlar, duvarlar, zemin yerler, pencereler yüeylere örnek

olarak verilebilir. Yüzeyler dokulu ya da durağan, soluk ya da keskin, opak ya da transparan özelliklere sahip olabilirler. (Lupton ve Phillips, 2008: 16).

Yüzeylerde genişlik ve uzunluktan bahsedilebiliyorken derinlikten bahsedilmesi mümkün değildir. Bir yüzeyin yatay ve dikey kenarları, tasarımın ilk dört çizgisidir. Bunlar, kompozisyonun yer alacağı alanı belirler. Görsel unsurlar, kenar çizgileriyle aynı yönde yerleştirildiklerinde düzenli ve durağan, karşıt yönde yerleştirildiklerinde dinamik ve enerjik bir yapı oluştururlar (Parlak, 2006: 80).

1.1.6. İllüstrasyon Sanatında Uygulama Teknikleri

İllüstrasyon zaman ilerledikçe kendine yeni alanlarda ve tekniklerde yer edinmiştir. Zaman geçtikçe olanakların artması, eski teknikleri unutturmasa da illüstrasyon alanında sanatçıların kendilerini daha kolay ifade edebilmeleri adına yeni teknikler türemesine yardımcı olmuştur. İllüstrasyondaki yöntem farklılıkları manuel ve dijital olarak da değişiklikler göstermeye başlamıştır.

İllüstrasyon sanatında uygulama tekniklerini şu şekilde sıralayabiliriz;

1.1.6.1. Kurşun Kalem ve Kuruboya Teknikleri

En çok kullanılan çizim aracı kurşun kalemdir. Kurşun kalemi oluşturan grafit madeni 1560 yılında bulunmuş ve 1640 yılında avrupada sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. İlk kurşun kalem Jacques Conte tarafından üretilmiştir. Teknik açılardan mükemmelleştirilen kurşun kalem ressam ve tasarımcılar arasında sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde de çok farklı çeşitli kalitede ve sertlikte kurşun kalem üretilmektedir. Genel olarak 2 grupta sınıflandırılırsa;

Yüksek kaliteli kurşun kalemler: B harfi ile sınıflandırılan kalemlerdir. Yumuşak uca sahiptirler. Teknik çizim yapmak için üretilen ve H harfi ile gösterilen sert kalemlere derecelenirler.

Okullarda kullanılmaya uygun kalemler: Bu kalemler 1' den 4'e kadar numaralandırılırlar. Çizim için en uygun olanları 1 ve 2 numaralı kalemlerdir.

Kurşun kalem ile çizim ya da tasarım yapacak olanlar için ideal bir karakalem takımı şu şekilde olmalıdır; genel kullanım ve taramalar için 2 numara, koyu siyah ve ara tonları verebilmek için 2B, 4B ve 8B (Parramon, 1999: 31).

Kuruboya tekniği de kurşun kalem tekniği ile benzerlikler göstermektedir. Kuruboya tekniğinde her zaman boyamaya açık tonlardan başlanmalıdır. Bunun sebebi açık tonların üzerinden aynı rengin geçilmesi ile zemindeki tonun koyulaştırılabilmesi fakat koyulaştırılan bir rengin tekrar açılabilmesinin bir yolu olmamasıdır. Kuruboya çalışmalarında aynı zamanda kendi içerisinde zengin renk dizileri kullanılması şartı ile yüzey ve gölgelerde etkili sonuçlar elde edilebilmektedir. Kuruboya ile boyanan yeşil bir alanda yeşilin tonları dışında kullanılan sarı, açık mavi ve kahverengi gibi tonlar çalışmayı daha etkileyici bir hale getirebilir. Ayrıntı gerektiren çalışmalarda ince grenli ve düzgün yüzeyli kağıtlar tercih edilmelidir. Kuruboya yapı olarak eskize elverişli değildir. Eskizi yapılmış ve illüstratörlü edilecek görseller için daha çok tercih edilebilir. Silinme, yayılma ve bulaşmayı önlemek ve çalışmayı sabitlemek için vernik kullanılabilir (Becer, 2005: 212-213).

Resim 1.10: Agata Marszalek, El Malpensante



Kaynak: <https://www.behance.net/gallery/25401143/El-Malpensante>, 2016.

1.1.6.2. Keçeli Kalem ve Marker Teknikleri

Markerlar en yeni resimleme tekniklerinden biridir. 1960’larda bir Japon buluşu olarak ortaya çıkmıştır. İçinde mürekkep haznesi görevi yapan bir tampon bulunan keçe uçlu bir kalem türüdür. Delikli polyesterden yapılmış bu keçe uçtaki sayısız delikçikten akan mürekkep ise boya maddesi ve alkol benzeri bir madde olan ksilen karışımından elde edilmektedir. Markerlar geniş alanları kolaylıkla boyayacak yapıya sahiptirler (Parramon, 1999: 44).

Yapı olarak incelendiğinde hem çizim yapabilme hem de boyayabilme özelliklerine sahiptir. Çizim yapıldığında kurşun kalem etkisi boyama yapıldığında

fırça etkisi verebilmektedir. Tasarım alanlarında eskiz aşamalarında kullanıma uygundur. 0.5 mm den 10 mm'ye kadar çizgi kalınlığına sahip uçları mevcuttur. Kalemelerin olumsuz yanı ise boyanın karışımında bulunan alkolün uçucu olmasından dolayı kalemin içindeki boyanın özelliğini çabuk yitirmesidir (Tepecik, 2002 :40).

Hızlı çalışmaya elverişli oldukları için özellikle reklam sektöründe (storyboard çizimleri) ve moda sektöründe (silüet ve kıyafet çizimleri) yaygın olarak kullanılmaktadırlar. Yapı olarak bu tür kalemelerin uçları cam elyafı ya da keçeden imal edilmektedir. Çabuk kuruma özelliikleri başka boyalar ile sentezlenmeleri için olanak sağlamaktadır. Kuruboya, guaj, toz pastel gibi malzemeler eşliğinde kullanılabilirler. Marker ve keçelikalem teknikleri su kabı ve fırça gerektirmez. Aynı zamanda bu teknik için özel olarak üretilen yarı saydam marker kağıtları daha başarılı sonuç alınması yönünde tercih edilmesi gereken bir malzemedir. Keçeli kalemeler suyaslı ve alkol esaslı olmak üzere iki kategoride üretilirken marker tekniğinde en çok tercih edileni kesik uçlu tiplerdir (Becer, 2005: 215).

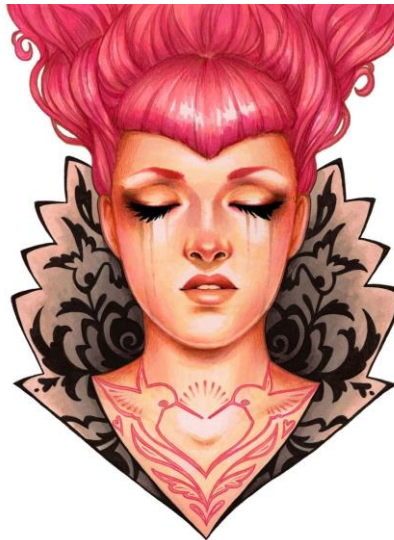
“ Küçük bir marker seti şu renklerden oluşmalıdır;

Temel Renkler: Vermillion, Chrome Orange, Lemon Yellow, Yellow Green, Forest Green, Prussian Blue, Light Blue, Ultramarine, Violet, Burn Sienna, Pink ve Black.

Tamamlayıcı Renkler: Pale Sepia, Sepia, Sand, Crimson, Pale Blue, Process Blue, Lavender, Pale Olive, Olive, Aqua, Pale Yellow ve Sanguine.

Siyah – Beyaz çalışmalarda kullanılmak üzere soğuk grilerden oluşan bir dizi de bu sete eklenebilir” (Becer, 2005: 215).

Resim 1.11: Glenn Arthur, Marker Tekniği



Kaynak: <http://glennarthurart.blogspot.com.tr/2012/12/waste-not-want-not-practice-makes.html>, 2016.

1.1.6.3. Mürekkeple Çizim Teknikleri

Mürekkeple çizim tekniklerinin uygulanması sırasında fırça ve rapido sıklıkla kullanılan araçlardır. Bunlar genellikle teknik çizimlerde kullanılan kalemlerdir. Özellikle mühendislik ve mimarlık gibi teknik ayrıntı gerektiren çizimlerde kullanımları oldukça yaygındır. Fakat tasarım ve sanat ağırlıklı alanlarda da sıklıkla tercih edilebilmektedir. Genellikle siyah renkli olmalarına karşın farklı renklerde mürekkep kullanımı için de uygundur. Rapidolar için kullanılan mürekkepler özel olarak üretilmektedir. 0.1 mm ile 1.2 mm arasında uç kalınlığına sahiptirler. Rapidoların uç kısımları çok ince ve kırılgan olduğu için tıkanmaları söz konusu olabilmektedir. Rapidoların kullanımı kolay olsa da hassasiyet gerektirmektedir. Rapido dışında kullanılan daha farklı teknik çizim kalemleri de mevcuttur. Grafos ve tarama uçlu kalemler bunlardan birkaçıdır. Grafos kalemleri daha çok tipografik tasarımlarda kullanılmaktadırlar. Türkiye’de bu kalemin benzerine divit ya da kesik uçlu kalem denilmektedir. Bu kalemler için uluslararası standartlarda üretilen uç sistemleri vardır. N-O-R-S-Z olarak sınıflandırılan bu uç sistemlerinin hepsi farklı işlevlere sahiptirler (Tepecik, 2002 : 41).

Lavi çalışmaları mürekkeple ve suluboya tekniği ile yapılan çizimler sınıfına girmektedir. Tek renk mürekkep desen çalışmaları siyah, mavi, yeşil, kırmızı, veya tercih edilen herhangi başka bir renk olabilir. Tasarımın sanatsal özelliklerini ortaya çıkarmak için güzel bir tekniktir ve kullanımı kolaydır. Ancak hata yapıldığında düzeltme ya da geri dönme durumu söz konusu değildir. Kalem ya da fırça teknikleri kullanılarak yapılabilmektedirler (Türker, 2011: 322).

Resim 1.12: Sophie Franz, Bear



Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/111323422017638051/>, 2016.

1.1.6.4. Suluboya ve Anilin Boya Teknikleri

Suluboya tekniği renklerin daha saydam ve canlı bir anlatımla aktarılabilmesi özelliği ile çokça tercih edilen ve kullanılan bir tekniktir. Suluboya tekniğinde boyamaya açık tonlardan başlanmalıdır çünkü suluboyanın renk örtücü özelliği yoktur. Suluboya, koyu bir ton ile boyamaya başlandığında altındaki tonu örtecek kadar kuvvetli bir kıvama sahip değildir. Beya rengin bu teknikte kullanımının tercih edilmemesi nedeni ile beyaz rengin kullanılacağı bölgelere boyama yapılmaz ve kağıdın beyaz kısmından renk olarak faydalanılır. Renk tonları istenilen bölgelere katmanlar halinde sürülerek güçlendirilir ya da koyulaştırılır. Bu yüzden sabır ve titizlik isteyen bir tekniktir Suluboya kağıdının seçimi de teknik için önemli bir ayrıntıdır. Kalitesi yüksek bir suluboya kağıdının mat ve emici olma özelliği tekniğin rahatça kullanımı açısından önemlidir. Kağıt yüzeyindeki doku yüzeyi renk ve ton geçişleri için kolaylık sağlamaktadır. Parlak yüzeye sahip kağıt kullanımı fırça izlerini belli edeceği için tercih edilmemelidir. Bununla birlikte suluboya ya da anilin teknikleri su ile temas eden ve kullanılan teknikler oldukları için kağıdın buruşmasına sebebiyet verebilmektedirler. Bunun önüne geçebilmek için kullanılan kağıdın ıslatılarak gerilmesi gerekmektedir. Sonrasında buruşmayı önlemek için ıslatılan kağıt bir tahta ya da sunta tabaka üzerine serilmeli ve dört kenarından bantlanıp sabitlenerek kurmaya bırakılmalıdır. Kuruduktan sonra kağıt bıçak ile kesilerek çıkarılmalıdır. Fırça olarak da anilin ve suluboya tekniği için samur fırçalar tercih edilmelidir. Suluboya ve anilin boya ile yapılan illüstrasyonlarda; maskeleme sıvıları (latex, kauçuk çözeltisi vb.) ve maskeleme filmlerinden de yararlanılır. (Becer, 2005: 216). Bununla birlikte suluboyaya ilk adımın Lavi olduğu söylenebilir. Lavi tek renk suluboya tekniğine verilen isimdir. Bu renk genelde siyah ya da mavi olur. Goya, Delacroix, Monet, Van Gogh ve Picasso gibi çok ünlü sanatçılar lavi türünde eserler vermişlerdir. Lavinin ilk adım olmasının sebebi renk uyumu ya da karışımlarına gerek olmamasıdır (Parramon, 1999: 44).

Resim 1.13: Olga Flerova, Winter Bird



Kaynak: <https://tr.pinterest.com/olgaflerova/my-watercolors/>, 2016.

1.1.6.5. Guaj ve Tempera Teknikleri

Guaj boya, boya pigmenti içerisine reçine esaslı zatk ve su ilave edilmesi ile elde edilir. Hem kapatıcı hem de şeffaf özelliklere sahiptir. Her türlü tekniğe uygun bir yapıya sahiptir (Tepecik, 2002 : 48).

Guaj boya yoğun bir kıvama sahiptir. Su ile eritilerek inceltilebilme ya da kuruyunca su ile çözülebilmeye özelliklerine sahiptir. Örtücü bir boya olmasına karşın inceltildikçe yani karışımındaki su oranı arttırıldıkça suluboya gibi saydam etkiler vermeye başlar. Guaj ya da tempera ile homojen bir renk yüzeyi oluşturmak için boya kıvamının iyi ayarlanması gerekir. Birinci boya katı, yatay fırça hareketleri ile sürüldükten sonra kurumaya bırakılır. Daha sonra ilk boyama yönüne dik açı oluşturacak biçimde ikinci kat sürülür. Bu işlem istenilen homojen renk tabakası elde edilene kadar sürdürülmelidir. Bileşimindeki zatk oranı suluboyadan fazla olan guaj ve tempera; kağıt, karton, cam, bez, plastik gibi yüzeylere fırça, sünger, spatula ya da pistole ile uygulanabilir (Becer, 2005: 217).

Antik çağlardan beri bilinen ve özellikle orta çağda çok kullanılmış olan bu tekniklerdeki resimler su veya yapıştırıcı ile (detramp) ya da yumurta ile (klasik tempera) yapılmıştır. Temperanın yapımında yumurta ya bütünü ile ya da sadece sarısı ayrılarak kullanılmaktadır. Eski zamanlarda her ressam tempera tekniği için kendi karışımını oluşturmaktaydı. Tempera doğru oranda karışım yapıldığında yağlıboya niteliğinde kaliteli neticeler verebilmektedir. Tempera tekniğinin yağlıboya ve suluboya

teknikleri arasında yer aldığı söylenebilmektedir. Günümüzde tempera tekniği çok fazla tercih edilmemektedir (Bigalı, 1984: 573).

Resim 1.14: Ralph Parker, Boat House At Caddo Lake



Kaynak: <https://ralphparker.wordpress.com/2012/04/27/4177/>, 2016.

1.1.6.6. Akrilik Boya Teknikleri

Akrilik boyalar guaj, sulu ve yağlı boya özelliklerini kendi bünyesinde barındıran plastik özlü bir boyadır. Kullanımı kolaydır ve çabuk kuruyan bir yapıya sahiptir. Başka tekniklerle kullanıma uygundur. Zeminde kullanılan akrilik boya üzerine başka boyalarla düzenlemeler yapılabilir. Ancak akrilik çalışmalardan sonra fırçaların hemen yıkanması gerekmektedir çünkü kuruduktan sonra çözülme özelliği yoktur. Hata yapıldığında düzeltmek mümkün değildir. Akrilik boyayı silmek ya da açmak mümkün değildir (Tepecik, 2002 : 49).

İllüstratörler tarafından en çok tercih edilen tekniklerden biri olan akrilik boya tekniği (polimer emülsiyon) diğer su bazlı boyama tekniklerine göre bazı üstünlüklere sahiptir. Çabuk kuruması ve kuruduktan sonra sudan etkilenmemesi bu özelliklerden birkaçıdır. Kullanım çeşitlemeleri de suluboya gibi saydam, guaj boya gibi örtücü ve yağlıboya gibi kalın tabakalı şekillerde olabilmektedir. Fakat inceltme işlemi suluboyada olduğu gibi su ile değil polimer adı verilen bağlayıcı maddelerle yapılmaktadır. Akrilik boyalar; fırça, spatula ya da doğrudan doğruya tüpten, her türlü

yağsız yüzeye uygulanabilmesi ile birlikte pistole ile püskürtme tekniğine de uyumlu bir boyadır. (Becer, 2005: 218).

Resim 1.15: Tran Nguyen, Akrilik Boya Tekniği



Kaynak: <http://www.mymodernmet.com/profiles/blogs/tran-nguyen-new-acrylic-colored-pencil-paintings>, 2016.

1.1.6.7. Püskürtme (Airbrush) Teknikleri

İllüstrasyon çalışmalarında kullanılan bir başka teknik püskürtme tekniğidir. Kullanım tekniği diğer boya tekniklerinden daha farklıdır. Sıvı ya da sonradan inceltilmiş boyaların hava kompresörleri ya da sıkıştırılmış hava tüpleri ile kalem ya da tabanca biçimlerine yakın formlardaki araçların içine dökülmesi ile iki ya da üç boyutlu yüzeyler üzerine uygulanır. Tabanca ya da kalem formuna yakın araçların verilecek ayrıntı ya da biçime göre değişkenlik gösteren uç kalınlıkları ve numaralı bulunmaktadır. Tabanca ya da kalemler genellikle cam ya da metal depoludur. Küçük yüzeyler ya da ince ayrıntıların resimlenmesinde kullanılan uç kalınlığı 0.15mm iken büyük yüzeylerde uç kalınlığı 0.30 mm ile 0.50 mm arasında değişkenlik göstermektedir. Bununla birlikte püskürtülen boya miktarı tabanca ya da kalem üzerindeki düğme üzerinden ayarlanabilmektedir. Püskürtmenin uygulanacağı yüzey ise düz, kalın ve boya emici özellikleri sahip olmalıdır. Çalışmalarda püskürtülen yüzeylere biçim verebilmek için çoğunlukla şablonlar ya da maskeleme malzemeleri kullanılmaktadır. Suluboyada tercih edilen dokulu ve grenli kağıtlar airbrush tekniğinde sağlıklı sonuçlar veremeyebilirler. Maske ve şablonlar tekniğin uygulanacağı yüzey

üzerinde sabitlenmelidir. Saydam selefön tabakaları ya da yüzeye fırça ile sürülebilen sıvılar da maskeleye işleminde kullanılabilir. Çalışma sırasında hava basıncıyla püskürtülen boya zerreciklerinin geniş bir alana yayılmasını önlemek için; püskürtme yüzeyinin etrafına, üzerinde hava akımı oluşturan bir vantilatörün ve bacanın bulunduğu saydam bir koruyucu yerleştirilmelidir. Mürekkep, suluboya, anilin, guaj, tempera, akrilik ve yağlıboya inceltmek ve süzgeçten geçirmek koşuluyla, püskürtmede kullanılabilir. Ayrıca, püskürtme amacıyla, ince pigmentli ve tortusuz boyalar da üretilmektedir (Becer, 2005: 218). Ayrıca airbrush grafik tasarım alanında yapılan çalışmalarda sıklıkla tercih edilir. Bu kalemlerin daha büyük boyutlardaki çeşitlemeleri araba ve mobilya boyama işlerinde de kullanılmaktadır. Fırça ile geniş zeminlerin boyanması sırasında istenilen sonucun elde edilmemesi durumunda kullanılan airbrush ayrıntı gerektiren üç boyutlu maketlerin boyanmasında da son derece etkilidir (Tepecik, 2002 :51).

Resim 1.16: Airbrush Tekniği



Kaynak: <http://www.airbrushtutor.com/tutorials/step-by-step/119-realistic-lion-by-haasje>, 2016.

1.1.6.8. Dijital İllüstrasyon

Bilgisayar illüstrasyonu veya dijital illüstrasyon, tamamen dijital araçların bünyesi altında yapılan ve tablet, mouse gibi sanatçının kontrolü altında olan ve kendi hünerini kullandığı bazı yönlendirici cihazlar kullanarak oluşturulan görsellerdir.

Sanatçının bir bilgisayar kullanarak yarattığı matematiksel modeller olan “Bilgisayarca oluşturulan Sanat” (CG art)‘tan ayrılır. Dijital illüstrasyon için kullanılan iki ana araç bitmap ve vektördür. Bitmap programların en ünlüleri, Photoshop, Painter ve Paintshop Pro’dur. Vektör programların en ünlüleri ise Freehand ve Illustrator’dır. İlerleyen zaman ve dijital medyanın gelişmesiyle beraber daha birçok program ve araç geliştirilip sanatçıların kullanımına sunulmuştur (Wikipedia, 2016).

Günümüzde teknolojinin de ilerlemesi ile beraber grafiğe olan ilgi gittikçe artmakta, bu durum da yeni tekniklerin oluşmasına olanak tanımaktadır. Bu gelişim geçmişin izlerine bağlı kalarak günümüze uyarlanmaktadır. Bu doğrultuda, kendi alanında geliştirilmiş programlar sayesinde ve bu programları destekleyen araçların da kullanımı ile çizimler, projeler ya da görsel sanatlarla ilgili akla gelen düşünceleri yaratım sürecine dönüştürüp hayata geçirebilmek için imkanlar sunulmaktadır. Dijital boyama tekniği hızla yükselen bir sanat formudur. Suluboya, guaj boya ve daha birçok teknik ve renk, boya gibi tekniği destekleyici öğeler dijital ortama aktarılmış bir şekilde programlar ile tasarımcıya sunulmaktadır. Bu durumda kullanılan yazılım da sanal bir tual ve boya kutusuna dönüşmektedir. Bu şekilde yapılan resimler de geleneksel teknikler kullanılarak yapılmış eserlerde görülen etkileri verebilir ve geleneksel tekniğin kullandığı bütün araçlarda dijital ortamda faydalanabilir. Aynı zamanda dijital boyama bazı açılardan farklılıklar gösterir. Dijital sanatta sanatçı bilgisayarda dijital resim oluşturmak için boyama teknikleri kullanır. Dijital boyama programları çeşitli fırça ve boya etkileri ile fiziksel ortam kullanımını da göz önünde bulundurarak başka teknikleri taklit edebilir ya da aynı teknikte farklı yaratımlarda bulunabilir. Dijital tekniğe, geleneksel sanatta kullanılan yağlar, akrilik, pastel, karakalem ve airbrushta kullanılan birçok farklı tarzda fırça ve çizim aletleri tasarım programlarına dahil edilmiştir. En gerçekçeki efektler ve her tarzda boya teknikleri dijital ortamda sağlanabilmektedir. Hatta bu dijital ortamlarda kişisel doku ve brush (fırça)lar da üretilebilmektedir. Corel Painter, Adobe Photoshop, ArtRage, GIMP, Krita ve OpenCanvas programları dijital resimleme yapan sanatçılara, ressamlar için gerekli fiziksel koşulları sağlama niteliğindeki çizim ve tasarım programlarından birkaçıdır. Bu dijital çizim programlarında fırça sayısı ve renk seçenekleri de daha zengindir. Bunlarla birlikte dijital boyama aynı zamanda kullanım alanlarında da kolaylıklar sağlamaktadır. Bir ressamın yanında taşınması gereken tual, boya ve destekleyici malzemeler dijital sanatçı

için bir bilgisayarın içerisinde ve taşınması da uygulama alanı da çok daha rahat ve ergonomiktir (Ateş, 2013).

Resim 1.17: Semih Oduncu, Goddess of Goldfishes and Pearls



Kaynak: [https://www.behance.net/gallery/28418893/Goddess-of-Goldfishes-and-Pearls-\(Little-Mermaid, 2016](https://www.behance.net/gallery/28418893/Goddess-of-Goldfishes-and-Pearls-(Little-Mermaid, 2016)

1.2. İLLÜSTRASYON YAPIMINDA İZLENMESİ GEREKEN YÖNTEMLER

İllüstrasyon tasarımıyla sağlıklı sonuç alabilmek ve istenileni elde edebilmek için diğer bütün başarıya ulaşmış tasarım ürünlerinde olduğu gibi belli bir sistem izlenmelidir. İzlenecek olan sistem, sadece tasarımın düzenli bir doğrultuda ilerlemesini sağlamayacak aynı zamanda mesajı alıcıya iletme konusunda en net sonucu verecektir.

Genelde bir tasarım probleminin çözümünde beş aşama vardır. Problemin tanımı, bilgi toplama, yaratıcılık ve buluş süreci, çözüm bulma, uygulama. Bu aşamaların uygulanma süreci çalışma için biçilen süreye göre uzayabilir ya da kısalabilir. Tasarım bütün bu sistemli bütün dışında zaman zaman raslantısal ve sezgisel özellikler de gösterebilir (Parlak, 2006: 88). Bu adımların her biri tasarıma dair düşünce gerektirir. Tasarım her yüksek oranda yaratıcılık isteyen bir alandır ve bu yaratıcılık süreci tasarımcıyı pratik bir çözüme yönlendirmelidir. Bir tasarım yaratıcı olmasının

yanısıra ekonomik ve işlevsel de olmalıdır. Belirtilen adımların tasarım sürecinde atlanmadan izlenmesi yapıcı ve yenilikçi çözümler üretilmesine yardımcı olur ve alışılmışın dışında düşünceler için tasarımcıyı cesaretlendirir (Ambrose ve Harris, 2013: 11).

1.2.1. Problemin Tanımı

Tasarım probleminin çözümünde yapılması gereken ilk çözümleme problemin tanımlamaktır. Bu tanımlama için tasarımcının kendine bazı sorular sorması ve belirlediği sonuçlara göre ilerlemesi gerekmektedir. “Tasarım hangi kitleyi hedeflemektedir? Ulaşılmak istenen nedir? Tasarımın amacı nedir? İletilmek istenen mesaj nedir?” gibi sorular problemi tanımlamak için yardımcı olacaktır. Seçilen bu sorular dışında soru kalıpları çoğaltılabilir. Tasarımda amaç önemli bir kuramı açıklamak ya da herhangi bir konuda insanları bilgilendirmek olabilir. Hedef kitlenin büyüklüğüne karar vermek tasarımda alınacak diğer kararlar konusunda yardımcı olur. Mesaj iletmede seçilecek olan yöntemin de amaca hizmet etmesi gerekmektedir. Sadece kişisel istekler doğrultusunda yöntem belirlenmesi doğru değildir. Örneğin çok geniş kitlelere ulaştırılmak istenen bir mesaj için sadece afiş tasarımı yeterli olmayacaktır. O yüzden sadece afiş yapılmak istendiği için yapılmamalıdır (Parlak, 2006: 88-89).

1.2.2. Bilgi Toplama

Yapılacak olan tasarım için atılacak ilk adım tasarıma dair bilgi toplama ile mümkün olabilir. Bilgi toplama sürecinde tasarımın hizmet ettiği amaca benzer, başka bir tasarımcı tarafından üretilen çözümler incelenebilir. Söz konusu problem karşısında daha önce yapılan araştırmalar incelenir ve çözüme faydası olabilecek ayrıntılar belirlenebilir. Fakat hiçbir zaman daha önce çözümlenmiş bir tasarıma çok benzeyen bir üslup kullanılmamalıdır (Becer, 2005: 42).

Bilgi toplama evresi detaylı istatistik rakamlar hedef kitlenin boyutları ve yapısı gibi niceliksel ya da kitlenin ihtiyaçlarına odaklı hayat tarzı hakkında bizi aydınlatan niteliksel bilgiler içerebilir (Ambrose ve Harris, 2013: 18).

1.2.3. Yaratıcılık ve Buluş

“Yaratıcılık, eleştirel bakmak yeni önermelerde bulunmaktır. Daha önce aralarında ilişki kurulmamış nesneler ya da düşünceler arasında ilişki kurulmasıdır. Alışılmışın, bilinenin dışında, farklı, yeni, özgün olmak, problemi görmek, farklı çözüm yollarından giderek yeni sonuçlar oluşturmaktır” (Parlak, 2006: 93).

Yaratıcı kişi bir problemin çözümünde farklı olabilmek ve benzerlerinden ayrılabilme adına algı ve sezgiye dayalı birikimlerinden faydalanır. Bu çözüm sırasında uygulama kısmında dahi olsa sahip olduğu farklı bakış açısı ile alışılmadık ve benzerlerinden ayrılan bir sonuç ortaya koymak için uğraşır. Benzer versiyonlardaki çözümlemelerden bu şekilde ayrılır ve kendine özgü yaklaşımı ile eşsiz bir çözüm olanağı sağlamış olur. Yaratıcı kişi tasarım sırasında her daim seçenek sayısını fazla tutarak sonuca ulaşmada kusursuzu arar. Yani taslak yapımında az sayıda taslak ile ortalama bir çözüm üretmek yerine taslak sayısını artırıp iyi bir sonuç için çalışır. Her zaman arayış içerisinde olmak ve bulunan sonuç için bir kesinlik var etmemek yaratıcı kişinin belirleyici özelliklerindendir. Sanatçı kesin bir yargı ile gelişime kapalı olmak yerine her daim algısı açık ve yenilikleri tasarımına empoze etme yeteneğine ve bilincine sahip olmalıdır.

1.2.4. Çözüm Bulma

Problemin çözümüne yönelik araştırmaların sonuçlanması ve bu araştırmaların bir karara bağlanması tasarım çözümleme yolunda bir sonraki evreyi oluşturmaktadır. Bu evrede konu hakkındaki araştırmalar sonlandırılır. Çözüm için yapılan araştırmalar sonucunda ortaya çıkan olasılıklar değerlendirilmeli ve uygulama evresine geçiş yapılmalıdır (Parlak, 2006: 99-100). Bununla birlikte çözüm bulma evresi birkaç farklı teknik ile gerçekleştirilebilmektedir. Beyin fırtınası, fikir eskizleri, mevcut tasarımın uygulanması bu tekniklerin bir kısmıdır. Çözüm bulma evresinde tasarımcı istediği sanat akımı ve paradigmayı seçme konusunda özgürdür. Yani tasarıma modern, soyut yapısalcı ya da yapısökümcü bir yorum getirebilir (Ambrose ve Harris, 2013: 20).

1.2.5. Uygulama

Tasarımda çözüme yönelik son evre uygulama evresidir. Bu evrede bulunan çözüm karar verilen teknikler ile hayata geçirilir.

Tasarımda problemi çözmek ve en doğru iletişim yolunu kurmak için yapılan tasarım hedef kitle tarafından anlaşılmaz ise problemin çözümlenmiş olduğu ne yazık ki söylenemez (Parlak, 2006: 100-101).





İKİNCİ BÖLÜM
FOTOĞRAF VE İŞLEVLERİ

2.1. FOTOĞRAF

2.1.1. Fotoğraf Nedir?

Fotoğraf sanatının temelleri çok eskilere dayanmasına karşın ışıkla kalıcı görseller yaratma işlemi için belirli bir tanımlama geliştirilmemişti. Fotoğraf kültürünün ortaya çıkışının öncülerinden sayılan Joseph Nicephore Niepce, görsellerine “heliograf” demektedir. William Henry Fox ise kendi çalışmalarına fotojenik çizimler adını vermişti. Sir John Herschel “fotoğrafçılık” kelimesini, fotoğrafçılığın İngiltere ve Fransa’da topluma ve bilime tanıtıldığı yıl olan 1839 ‘da kullanmıştır. Bu kelime Yunancada ışık ve çizim kelimelerinin birleşiminden oluşturulmuştur. Herschel bununla birlikte günümüzde hala güncel olarak kullanılan ve ilk kez Fox Talbot’un yaptığı işlem olarak bilinen negatif ve pozitif kelimelerini de kullanmıştır (Präkel, 2012: 88).

Etimolojik olarak fotoğraf (photographe) kelimesi ışık anlamına gelen “Photos” kelimesi ile “graphie” kelimesinin birleşmesinden meydana gelmektedir. Aynı zamanda fotoğraf, çeşitli alet ve malzeme kullanmak suretiyle bir konunun hayalini çeşitli ameliyatlardan geçirmek suretiyle özel bir satıh üzerine zapt etmek demektir (Eryılmaz, 1983: 1).

Levend Kılıç’a göre fotoğraf; “Fotoğraf, tekniği açısından fizik ve kimya bilimleri ile ilgilidir. Bir yüzey üzerinde optik yardımı ile oluşturulması fizik bilimi ile, bu görüntüyü çeşitli kimyasal maddeler kullanarak bir yüzeye kaydedilmesi ve sabitlenmesi de kimya bilimi ile ilgilidir” (Kılıç, 2002: 13)

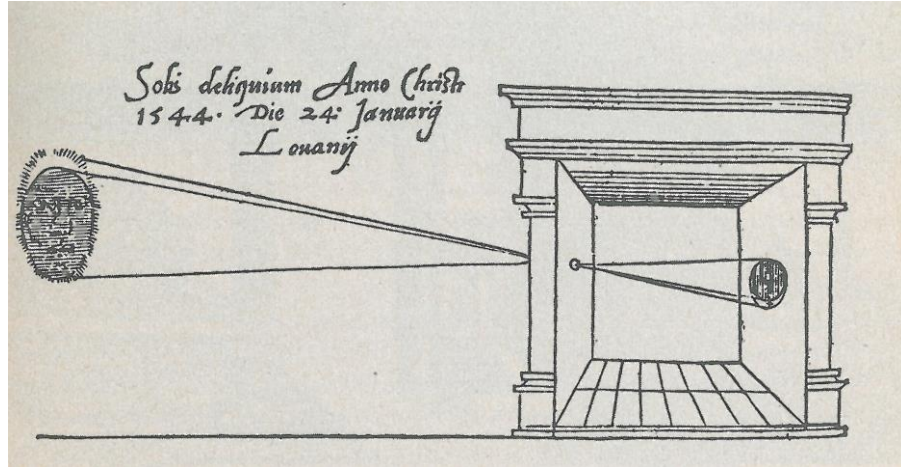
Yukarıda görüldüğü üzere fotoğraf için; “herhangi bir obje ya da görüntünün ışığın yardımıyla ve belli araçlar kullanarak, belirli bir yüzeye aktarımıdır” tanımı yapılabilir.

2.1.2. Fotoğraf Tekniğinin Tarihçesi

Fotoğraf tekniği günümüzde varolduğu hale gelebilmek için tarihin belirli dönemlerinde çok ciddi aşamalar kaydetmiştir. Zamanın ilerlemesiyle fotoğraf tarihine kaydedilen bu aşamalar ve sahip olunan bilgi birikimi üzerine yenilerinin eklenmesi ile fotoğraf makinesi günümüzdeki halini almıştır. Bu aşamaların başlangıcı olarak Camera

Obscura örnek olarak verilebilir. Camera Obscura'nın tanımı ve işlevine Levend Kılıç'ın Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi kitabında yer verilmiştir. Kitaptaki tanımlamalara göre; güneşli bir günde, dört tarafı kapalı ve karanlık bir kutunun ya da odanın duvarının tam orta noktasına iğne yardımı ile bir delik açıp açılan deliğin tam karşısına da beyaz bir kağıt konulduğunda iğne deliğinden giren güneş ışığının beyaz kağıda yansıdığı ve iğne deliğinin karşısında bulunan bütün nesne ve objelerin beyaz yüzey üzerine ters biçimde aktardığı gözlemlenmektedir. Beyaz kağıt yüzeyinin üzerindeki bu görüntü bir nesnenin başka bir yüzey üzerindeki hayali görüntüsü olarak tanımlanmaktadır. Doğada düz olarak ilerleyen ışık dalgaları nesnelerle karşılaştıklarında onların içinden değil alt ve üst noktalarından yansıyarak ilerlerler. Aynı şekilde ışık dalgaları saydam olmayan ve ışık geçirmeyen yüzeylerle karşılaştıklarında yansımakta ve yön değiştirmektedirler. Fakat etki edilen yüzey üzerinde bir delik olması durumunda alt ve üst yönlerden yansıyan ışık dalgaları yüzeydeki delikte birleşirler. Alt ve üst noktalardan geçerken yüzeydeki delikten geçmek için birleşen ışık dalgaları delikten geçtikten sonra tekrar ayrılıp ve karşı yüzeye yansımaya devam ederler. Bu sisteme sahip basit aygıtların geneline Camera Obscura adı verilmektedir (Kılıç, 2012: 52-53).

Resim 2.1: Karanlık Kutunun Yayınlanmış İlk Çizimi 1544 Rainer - Gemma -Frisius



Kaynak: https://prezi.com/1fluj_abvwsv/camera-obscura-pinhole-cameras/, 2016.

Günümüz koşullarında düşünüldüğünde 16. yy da fotoğraf makinesi kimsenin aklına gelmeyecek bir icat idi. Ama yakın dönemde Camera Obscura bulunmuş ve 16. yy da döneme yön veren resim uygulamalarına yardımcı olarak kullanılmaya başlanmıştı. Fakat kendine ait bir tanımlaması yoktu. Camera Obscura adı 17. yy. da

kullanılmaya başlanacak, fakat fotoğrafın oluşması için gereken kimyasalların keşfi 18. yy da gerçekleşecekti. Bu yüzden 17. yy ve 18.yy arası dönem fotoğrafın gelişim gösterdiği dönem olarak sınıflandırılabilir (Dora, 2003: 56-57).

Camera Obscura tarihi yunan filozofu Aristoteles'e kadar uzanır. Aristoteles (İ.Ö. 348 – 322) kaleme aldığı Problemler (Problemata) adlı eserinde karanlık kutunun işlevine ve bu konudaki şüphelerine yer vermiştir. Eserde ışık ile ilgili kuralları ve karanlık kutu mantığını anlatan bölümler bulunmaktadır. Aristoteles eserde özellikle güneş ışığının kare bir delikten geçtikten sonra daire şeklinde bir görüntü oluşturmada üzerinde durmuştur. Fakat karanlık kutunun nasıl çalıştığını açıklayan ilk kişi İbnü'l Heysem'dir. X. yy'da optik ve ışıkla yaptığı çalışmalarla karanlık kutunun (camera obscura) nasıl çalıştığını açıklamıştır. (Kılıç, 2012: 53 - 55).

1420'li yıllarda mimar, heykeltıraş ve matematikçi Filippo Brunelleschi daha önce camera obscura ile ilgili yapılan araştırmalardan yola çıkarak, büyük bir karanlık oda içinde oluşan görüntünün çizimi ile perspektifi doğru olarak kullanma konusunda çalışmalar yapmıştır. Bu kutuda oluşan görüntünün daha kaliteli olması için yapılan çalışmalarda Girolamo Cardano'nun etkisi büyüktür. Cardano, camera obscura'nın önüne ilk kez optik tapan kişidir. Bu şekilde Cardano dışbükey bir mercek kullanarak parlak ve net bir görüntü oluşabileceğini de kanıtlamıştır (Kanburoğlu, 2004:22-23).

Marshall McLuhan, Eric Barnouw'dan aktararak, camera obscuranın kullanımı için şunları söyler; "1600'lere gelindiğinde, birçok ülkedeki ressamlar perspektif sorunlarını çözmek için bu aygıtı kullanıyordu. Bazı sanatçılar imgenin üç boyutluluğuyla uğraşmak yerine, camera obscuranın gelişmesi ile iki boyutlu gerçeklik üzerinde çalışmayı daha kolay buluyordu". Camera Obscura'ya adını veren ve teknik anlamada bu konuda ilerleme kaydeden bir başka kişi de Johannes Kepler olmuştur. Kepler aynalarla yansımanın fizik ve matematik kurallarını bulmuş ve 1620 yılında bir araziye kurduğu ve ışık almaması için tercih ettiği siyah renkli bir çadırda Camera Obscura sistemini uygulamış ve aynalara yansıyan görüntüyü bir kağıt üzerine düşürerek görüntülerin çizimlerini yaparak kaydetmiştir (Dora, 2003: 60).

8.yy'da Cabir İbni Hayyam gümüş nitratın karardığını keşfetmiş fakat bu kararmanın 1727'ye dek neden kaynaklandığı tam olarak anlaşılamamıştır. (Eryılmaz, 1983: 1). 1727'lerde Johann Henrich Schultz, gümüş nitratın kararmasına ışığın neden

olduğunu açıklamıştır. Kimyasal maddelerle örtülü bir kağıdın üzerine bir kalıp koymuş ve bunu günlerce güneşte bırakmıştır. Bu işlem sonunda kağıt üzerinde görüntüler oluştuğunu saptamıştır. Aradan uzun bir süre geçtikten sonra İngiliz Thomas Wedgwood ve Humphry Davy 1800 yılında Shultz'un saptadığı yöntemi izleyerek bununla birlikte makine de kullanarak görüntü elde etmeyi başarmışlardır. Ancak bu görüntüler uzun süreli değildi ve ışıpta kararıyorlardı (İmer, 1977: 12).

İlk kez ışığı kullanarak yani pozlama yoluyla bir nesnenin bir nesnenin görüntüsünü yüzeye aktaran kişi Tom Wedgwood'dur. Wedgwood Gümüş nitrat alaşımı sürülmüş olan kağıt ya da parşömen üzerine, düz bir nesne (madeni para, anahtar ya da yaprak) koydu. Yüzey üzerine düşen güneş ışığı, gümüş nitrat sürülmüş yüzeyi karartarak nesneyi silüet olarak ortaya çıkardı. Fakat nesnenin görüntüsü yüzeye aktarılsa da belli bir süre sonra bu görüntü kararıyordu. Silüet sabitleştirilemiyordu ve güçlü bir ışığa tutulduğunda kararıp yok oluyordu. Wedgwood, yüzey üzerine kimyasal yoldan görüntü kaydetmeyi başarmıştır. Ancak kalıcı olmasını sağlayamamıştır (Kılıç, 2002: 18)

İlk devamlı görüntü Fransız Nicephore Niepce tarafından saptanmış ve fotoğraf sanatının gelişimine dair ilk adım atılmıştır. Niepce 1826'da penceresinden çektiği resmi kağıda geçirebilmek için, sekiz saat güneşte bekletmek zorunda kalmıştır. (İmer, 1977: 12-13).

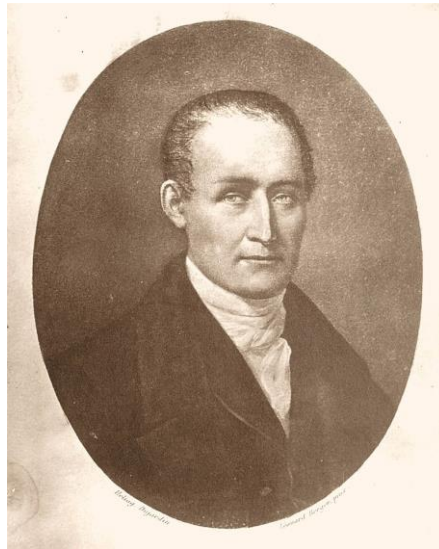
Resim 2.2: Thomas Wedgwood (1771-1805)



Kaynak: [https://en.wikipedia.org/wiki/Thomas_Wedgwood_\(photographer\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Thomas_Wedgwood_(photographer)), 2016.

Niepce o dönemlerde yaygın olan taş baskı tekniği ile ilgilenmiştir. Fakat taş baskı konusunda becerisi yüksek olmadığı için ortaya çıkardığı çalışmaların piyasası olmuyordu. Bu yüzden el ile resmetme tekniği yerine yeni resimleme arayışlarına girmiştir. Niepce uzun çalışmalar ardından taş baskı tekniğinde iki temel yenilik üzerinde çalıştı. Birincisi taşın üzerine çizim yapmadan desenleri ve resimleri aktarmak; ikincisi de yüzey olarak taş yerine daha hafif bir malzeme kullanmak idi. Niepce'in kardeşi ve oğlu ile başladığı bu arayışın altında, taşbaskı tekniğinde kullanılan taş ya da metal kalıp üzerinde bulunan desenleri ışık ile aktarabilme düşüncesi yatıyordu. Bunu başarabilmek için öncelikle kullanacağı yüzeyin ışığa duyarlı hale getirilmesi gerektiğini de biliyordu. Bu yüzden gümüş tuzları ile ışığa duyarlı hale getirilmiş yüzeyler üzerinde denemeler yapmaya başlamıştır. Bunun için taşbaskı için kullanılan taşın yüzeyini gümüş klorür ile kaplamıştır. Vernik ile saydam hale getirilmiş olan gravür yüzeyini, ışığa duyarlı hale getirilmiş olan taşın yüzeyine güneş ışığını kullanarak pozlamıştır. Niepce'in kullandığı bu teknik aslında Wedgwood'un kullandığı teknikten farklı değildi. Niepce, bilinen bu tekniği mekanik bir çoğaltma aracı haline getirmiştir. Taş baskıda kullanılan taş yerine, ışığa duyarlı hale getirilmiş levhaları kullanmayı düşünmüş ve uygulamıştır. Bu şekilde taş baskı alanında yeni bir döneme girilmiş, fotoğraf alanında ise gelişmeye dair büyük bir adım atılmıştır (Kılıç, 2012: 55).

Resim 2.3: Joseph Nicéphore Niépce



Kaynak: https://en.wikipedia.org/wiki/Nic%C3%A9phore_Ni%C3%A9pce, 2016.

Fotoğraf alanında asıl gelişme Niepce'in bu tekniği taş baskının ötesine taşıyabileceği düşüncesi ile gerçekleşmiştir. Wedgwood un bu tekniğini camera obscura ile birleştirme konusunda arayışlara girmiştir. Karanlık kutuda görüntünün ortaya çıktığı yüzeye duyarlı bir levha yerleştirerek gördüğü şeyleri kaydetme konusunda çalışmalar yapmaya başlamıştır (Kılıç, 2012: 71).

1815'te Niepce duyarlı yüzeyi karanlık odada pozlandırma düşüncesini geliştirmiştir. 1816'da ise bu düşünce doğrultusunda yaptığı çalışmalardan sonuç almaya başlamıştır. Pozlandırıldığı görüntülerde koyu bölümleri açık, açık bölümleri de koyu olarak yüzey üzerine kaydetmeyi başarmıştır. Bu şekilde Niepce ilk defa karanlık kutu kullanarak görüntü kaydetmiştir. Kullanılan bu yöntem daha sonra fotoğrafçılıkta sıkça kullanılacak olan negatif görüntü tekniğini ortaya çıkarmıştır. Niepce bu çalışmalarından sonra, 1826 yılında fotoğraf makinesini kullanarak tarihte bilinen ilk fotoğraf olarak evinin ahırını resmetmiştir (Kılıç, 2002: 18-19).

Resim 2.4: Tarihte Bilinen İlk Fotoğraf - Joseph Nicéphore Niépce



Kaynak: https://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:View_from_the_Window_at_Le_Gras,_Joseph_Nic%C3%A9phore_Ni%C3%A9pce.jpg, 2016.

Niepce'nin son yıllarda kendisi ile çalışan Louis Jacques Mande Daguerre, 1835 yılında bir raslantı sonucu, önemli bir buluş yapmıştır. Gümüş iyodürle kaplanmış metal bir levha üzerinde bir görüntü elde edebilmek amacı ile çalışmaları sırasında, bir

sonuç elde edememenin verdiği öfke ile üzerinde çalışma yaptığı levhayı kimyasallarla dolu olan bir dolaba yerleştirmiştir. Bir süre sonra dolabın kapağını açtığında ise levhanın üzerinde, üzerinde çalışma yaptığı objenin silüetinin parlak bir şekilde belirmiş olduğunu gözlemlemiştir. Bunun sebebini araştırdıktan sonra dolaptaki cıva şişesinden yükselen cıva buharının etkili olduğunu keşfetmiştir (Eryılmaz, 1983: 2).

Resim 2.5: Louis Jacques Mande Daguerre



Kaynak: <https://django-daguerre.readthedocs.org/en/latest/>, 2016.

Daguerre doğrudan doğruya pozitif görüntü elde etmeyi başarmıştı. Fotoğraf alanında atılan bu önemli adım sonrasında elde edilen resimler uzun bir süre “Daguerreotype” ismiyle anılacaktır (İmer, 1977: 12-13).

“Daguerreotype”ın yöntemi şu şekildeydi: Üzerine gümüş sürülmüş ve yüzeyi düzleştirilerek parlatılmış bakır bir levha, içinde iyot partekülleri bulunan bir kabın üstüne kapatılır, kabın içinde buharlaşan iyod, bakır levha üzerindeki gümüş ile birleşerek ışığa karşı duyarlı gümüş iyodu meydana getirir. Bu levha fotoğraf makinesi ile yirmi dakika pozlanır. Pozlama sırasında gümüş iyod üzerine gelen ışıklar, ışık alan yerlerdeki gümüş yoğunluğunu azaltır. Daguerre daha sonra pozlanmış levhayı, altından ocakla ısıtılan cıva dolu bir kabın üzerine yanı cıva buharına tutar. Cıva buharı, ışık alan yerlerdeki gümüşü, ışıktan etkilenme oranına göre yavaşça azaltır ve pozitif görüntü ortaya çıkar. Daha sonra levha sodyum hiposülfite konularak pozlanmamış (değişmemiş) gümüş tuzları levha

üzerinden temizlenir. Böylece konunun az ışık alan yerleri karanlık gözüktür. Bu banyodan sonra, levha yıkanır ve kurutulur. Görüntünün ortaya çıktığı levha yüzeyi en küçük sürtünmeyle bozulacak derecede hassas olduğu için önüne cam konularak korunur” (Kılıç, 2002: 20-21).

Bu teknikle fotoğraf tekniği her ne kadar geliştirilse de teknik alandaki ortaya çıkan zorluklar eleştiri konusu olmuştur. Buna örnek olarak kullanılan teknikle sadece tek fotoğraf çekilmesi ve yeni fotoğraf için aynı işlemin tekrarlanması gerektiği, gümüş kaplı levha üzerinde bulunduğundan levhanın da ayna işlevi gibi karşısındaki görüntüyü yansıtması nedeniyle görüntünün algılanışında meydana gelen sıkıntılar, pozlama süresinin uzun olması ve doğayı renkli yerine tek renk olarak algılaması bu sorunlardan birkaçını oluşturmaktadır (Kılıç, 2002: 21).

İlk Daguerreotype fotoğraf tekniği için yaklaşık olarak 4000 saniye poz verilmesi gerekiyordu. Bu sistem sonraki zamanlarda geliştirilince bu süre 80 saniyeye düşmüştür. Sonrasında nihayet 1839 yılında İngiliz Fox Talbot, Daguerre ‘nin buluşlarını geliştirerek devamlı ve sabit görüntüyü meydana getirmiş, aynı zamanda bu hayali kağıt üzerine geçirerek ilk fotoğrafı meydana getirmiştir (Eryılmaz, 1983: 2-3).

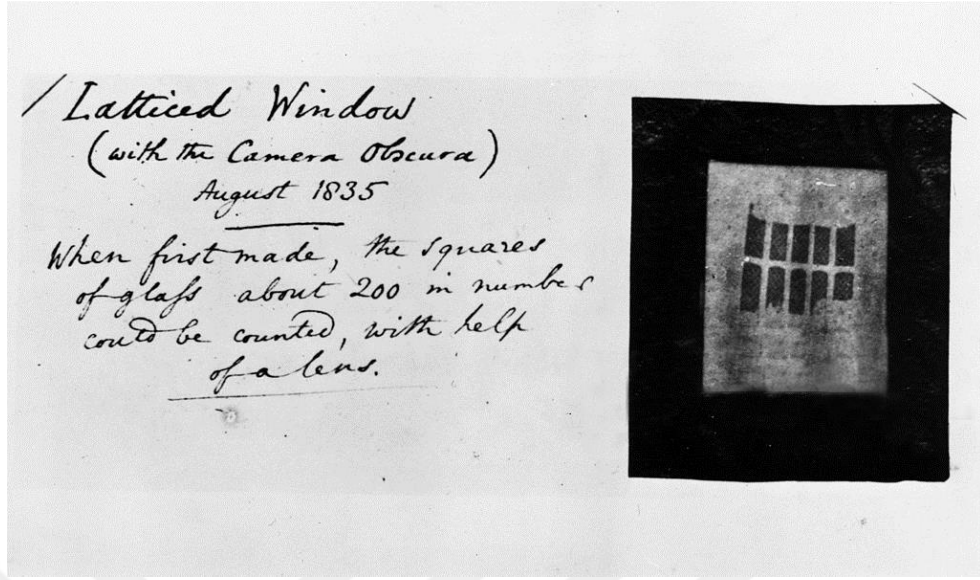
Resim 2.6: Daguerreotype Tekniği İle Çekilmiş Fotoğraf “Temple Bulvarı”



Kaynak: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/archive/d/d3/20111118132524!Boulevard_du_Temple_by_Daguerre.jpg, 2016.

Niepce ve Daguerre'nin çalışmaları sonucunda ortaya çıkan fotoğraf, metal levhalar üzerinde gerçekleştiriliyordu. Metal levhaların yüzey olarak kullanılması önemli bir engel oluşturuyordu. Ayrıca söz konusu levhaların maliyeti de çok yüksek idi. Çekim işlemi sırasında kullanılan karanlık kutular yani fotoğraf makineleri de çok ağır ve hantal idi. Bu alanda fotoğrafçılığa yön vererek daha geniş kitlelere yayılmasına yardımcı olan kişi İngiliz bilim adamı William Henry Fox Talbot'dur. Talbot Niepce ve Daguerre'nin bulduğu yöntemlere sadık kalma kaydı ile bu tekniği geliştirme yollarını aramış, karanlık kutunun sağladığı doğal görüntüyü kağıt üzerine sabitleme üzerine çalışma ve araştırmalara başlamıştır. Bu çalışmalar sonucunda Talbot 1835'te ilk sonucu elde etmiştir. Fotoğraf alanında Talbot'un iki büyük başarısından söz etmek mümkündür. Birincisi kağıt üzerinde negatif görüntü elde etmektir. İkincisi ise negatif görüntüyü kullanarak sayısız pozitif elde etmektir. Talbot'un geliştirdiği bu yöntemle fotoğraf artık bir çoğaltım aracı olmuştur. Bu yöntem ile Daguerre'in kullandığı tekniğin eksikleri giderilmiş, artık fotoğraflar tek ve biricik değil, çoğaltıma uygun ve daha kullanışlı hale getirilmiştir. Talbot görüntüyü sabitlemek için de önceleri sıcak tuzlu suyu, daha sonra arkadaşı olan bilim adamı Sir John F. W. Herschel'in önerisi ile sodyum hiposülfitten oluşan sabitleme banyosunu kullanmıştır. Talbot ilk dönemlerde ışığa duyarlı kimyasal kağıdı güneşe tutarak görüntü elde etmekteydi. Bu teknik ile görüntü pozlama sırasında ortaya çıkıyordu. Talbot'un yeni keşfi ile fotoğraf makinesi içinde pozlanan kağıt karanlıkta duracak ve kağıdın pozlanan gizli görüntüsü (latent image) kimyasal süreç sonunda görülebilir olacaktı. Talbot bu yöntemle, Yunanca kahos (güzel) ve typos (izlenim) sözcüklerinden oluşan Kalotip (Calotype) adını verdi. Fotoğraf alanında önemli bir başka gelişme de renkli döneme geçiş olarak adlandırılan gelişmedir. Daguerre'in 1827 'de, Niepce'nin 1851'de bu konuda yaptıkları araştırma ve deneyler başarısızlıkla sonuçlanmış olsa da, İngiliz fizikçi James Clerk Maxwell ışığın kırmızı, yeşil ve mavi olmak üzere üç temel renkten oluştuğu ilkesinden yola çıkmış ve 1861'de ilk renkli fotoğrafı üretmiştir (Kılıç, 2002: 23-24).

Resim 2.7: İlk Negatif Görüntü “Window” 1835, William Henry Fox Talbot



Kaynak: http://www.gettyimages.com/galleries/photographers/william_henry_fox_talbot,2016

Fotoğrafın ortaya çıktığı 1840 yılı insanlık tarihinde önemli bir dönemi simgeler. 1800’lü yılları baştan sona kapsayan bu dönem Sanayi Devrimi olarak adlandırılır. İnsanlık tarihi açısından bu dönem temel bir değişim dönemidir. Fotoğraf ve sinema bu dönemin çocuklarıdır. (Kılıç, 2012: 15)

2.1.3. Fotoğraf Makinesi ve Öğelerinin İncelenmesi

Fotoğraf sanatı, zaman ilerledikçe ve teknoloji geliştikçe teknik alanda ilerlemiş ve uygulama aracı olarak gelişim göstermiştir. Fakat genel bir tanımlama yapılacak olursa herhangi bir görüntüyü emülsiyonlu bir düzey üzerinde sabitleştirmeye yarayan bir araçtır (İmer, 1977: 22).

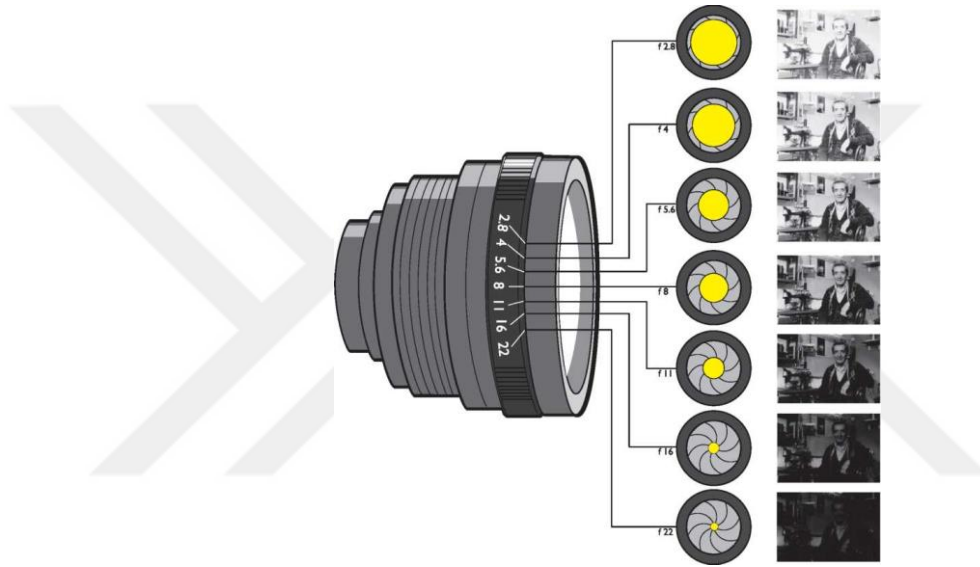
Fotoğraf makinesi insan gözüne benzer, yanları ve arkası ışık geçirmeyen, buna karşın önünde saydam ve ışık geçiren bir mercek sistemi (objektif) olan bir aygıttır (Kılıç, 2012: 39).

Çevremizdeki her nesnenin görülebilmesi için o nesnenin üzerinde ışık olması gerekir. Işık sadece nesnelerin görünmesi konusunda değil renklerinin belirginleşmesi konusunda da etkilidir. Fotoğrafi çekilen bir konunun, fotoğrafta ortaya çıkacak olan ton değerinin belirleyicisi ışıktır (Kılıç, 2002: 61).

2.1.3.1. Diyafram Sistemi

Fotoğraf çekerken kullanılan ışığa karşı duyarlı filmin, yeterli bir kararma için belirli miktarda ışığın etkisinde kalması gerekir. Belirli miktardan fazla ışık aldığı zaman, objektiften içeri giren ışığı azaltmak, az ışık aldığı zaman da tam tersine ışığı arttırmak gerekir. Fotoğraf makinesinde film duyarkatı üzerindeki ışık miktarının ayarlandığı bölüm diyaframı oluşturur (Kanburoğlu, 2005: 21).

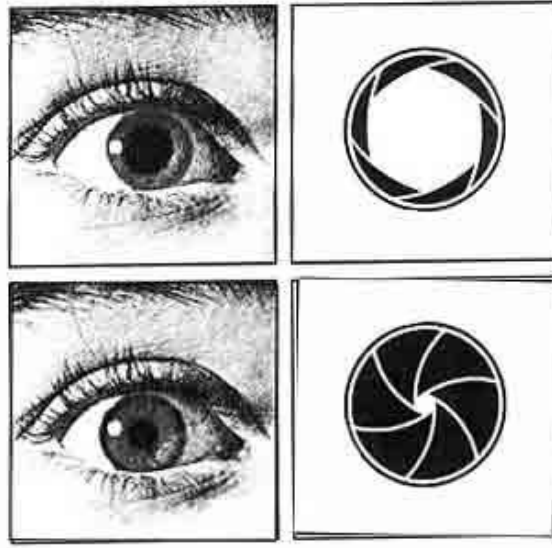
Resim 2.8: Diyafram Sistemi



Kaynak: <http://forum.birkarefotograf.com/fotografcilikla-ilgili-temel-bilgiler/1172-fotografcilikta-diyafram-sistemi.html>, 2016.

Diyafram, insan gözündeki göz bebeği ile benzerlik gösterir. Göz bebeği dairesel olarak büyüyüp küçülen açıklığıyla retinanın üstüne düşen ışığın miktarını kontrol eder. Az ışıklı bir konuya bakıldığında göz bebeği dairesel olarak açılır, çok ışıklı bir konuya bakıldığında ise küçülür. Fotoğraf makinesinin objektifinden girerek filme ulaşan ışığı da göz bebeğine benzeyen diyafram sistemi miktar olarak kontrol eder (Kılıç, 2002: 62).

Resim 2.9: Diyaframın İnsan Gözü İle Benzerliği



Kaynak: <http://www.delinetciler.org/fotografcilik-dersleri/154706-fotografcilikta-diyafram-nedir.html>, 2016.

Fotoğraf makinesinde otomatik ve manuel olmak üzere iki farklı diyafram ayarı vardır. Eğer kullanılan fotoğraf makinesi otomatik değilse diyafram ayarı objektifin üstündeki f sayılarıyla numaralandırılmış bir halka ile yapılır. Tipik sıralama; f2, 2.8, 4, 5.6, 8, 11, 16 ve 22 olarak belirlenmiştir. Herhangi bir diyafram değerinden önceki diyafram değerine geçmek diyafram açıklığını büyütür ve içeri daha fazla ışık girmesine olanak tanır (Hedgecoe, 1996: 20).

Diyaframın objektif içerisinden geçen ışık miktarının ayarlanması dışında başka görevleri de vardır. Diyafram aynı zamanda net alan derinliği belirleme amacı ile kullanılmaktadır. Net alan derinliği ön plandaki en net nokta ile arka plandaki en net nokta arasındaki uzaklık olarak tanımlanabilir. Diyafram kısıldıkça fotoğraftaki alan derinliği artarken diyafram açıldığında yani rakamsal olarak küçüldüğünde alan derinliği azalır (Ak, 2009: 36).

Fotoğraf çekerken diyafram seçimi, vurgu yapılacak yeri seçme konusunda seçenekler sunar (Hedgecoe, 1996: 29).

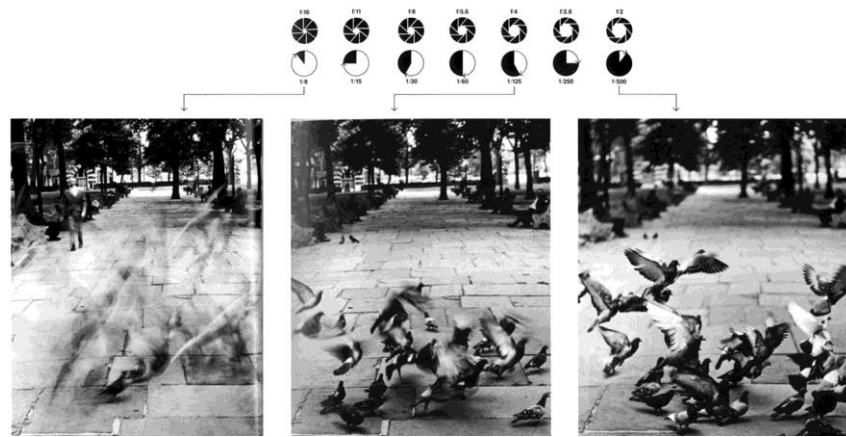
2.1.3.2. Obtüratör Sistemi – Hızı (Örtücü Hızı)

İyi bir fotoğraf çekebilmek için gerekli miktarda ışığın belirli bir süre ile filme ulaşması gerekmektedir. Objektiften geçen ışığın miktarını ayarlamak diyaframın, aynı

ışığın film yüzeyinde kalma süresinin kontrol etme özelliği obtüratöre aittir. Fotoğrafın ilk yıllarında pozlama süreleri dakikalar hatta saatler aldığı için obtüratör bir önem oluşturmamaktaydı. Zamanla objektifler daha geniş diyafram açıklıklarında, filmler ise daha yüksek asalarda üretilmeye başlanmıştır. Bu durum da obtüratöre ihtiyaç duyulmasına neden olmuştur. Özellikle hareketli konuların fotoğraflanmasında bu sistemler önemli görevler üstlenmiştir (Kanburoğlu, 2005: 21).

Obtüratör açıkken ve uzun süreli pozlama yapıyorken fotoğraf makinesinin hareket ettirilmesi görüntüde bozulmalara titremelere yol açar. Fotoğraf makinesinin hareket etmesiyle oluşabilecek, istenmeyen bozulmalardan kaçınmak için enstantene değerinin yüksek tutulması gerekmektedir. Uzun süreli pozlamalarda tripod kullanımı görüntüde titreme ve fotoğraf makinesinin istemsiz hareket ettirilmesinden kaynaklanan bozulmaları engeller. Tripod olmaması durumunda, el ile uzun pozlama gerektiren çekimlerde ise genel kural objektifin odak uzaklığına denk bir enstantene değeri seçilmesidir. Bu kuralın nedenlerinden biri uzunlaştıkça ağırlaşması, diğeri ise makinedeki en küçük hareketin objektifin uç noktası uzaklaştıkça daha fazla kaymaya zemin oluşturmasıdır (Hedgecoe, 1996: 30).

Resim 2.10: Etkin Obtüratör Kullanımı İle Çekilen Fotoğraf Örnekleri



Kaynak: <http://www.zeleka.com/blank.php?path=content/printable.php&contentid=3520>, 2016

Örtücünün açık kalma süresi saniyenin belli birimleri ile numaralandırılmıştır. Bunlar ondalık, yüzdelik ve bindelik birimlerdir. Belli rakamlarla gösterilen bu birimler aynı zamanda evrensel nitelikte kabul görmüştür. Örtücü hızları, diyafram değerleri gibi birbirinin katları olarak büyür ve küçülür. Örtücü değerleri ya da örtücü hızları sırası ile

şöyledir: B, T, 1, 1/2, 1/4, 1/8, 1/15, 1/30, 1/60, 1/125, 1/250, 1/500, 1/1000, 1/2000, 1/4000 (Kılıç, 2002: 66).

Obtüratörler kendi alanlarından gelişmişlikleri göz önünde bulundurulduğunda, çeşitlilik sunarlar. Bu çeşitlilik saniyeden, saniyenin 1/1000 – 1/4000'ine kadar değişkenlik gösteren aralıklardadır. Hareket olmayan statik ve az ışık alan kompozisyonları fotoğraflamak için bazı aygıtlarda uzun süreli açıklık (poz) mekanizması vardır. Obtüratör, düğmeye basılı kalınan süre içerisinde açık kalır. Son olarak seçilen açıklığa göre gerekli hızı kendi ayarlayabilen elektronik obtüratörler vardır (Boubat, 1974: 38).

2.1.3.3. Netleme Sistemi

Her mercek kendi odak uzaklığında belli bir netlik oluşturur. Her merceğin netlik elde edebilmek için ihtiyaç duyduğu odak uzaklığı birbirinden farklıdır. Levend Kılıç “Fotoğrafa Başlarken” adlı kitabında netleme sisteminin daha iyi anlaşılabilmesi adına şöyle bir örnek vermiştir;

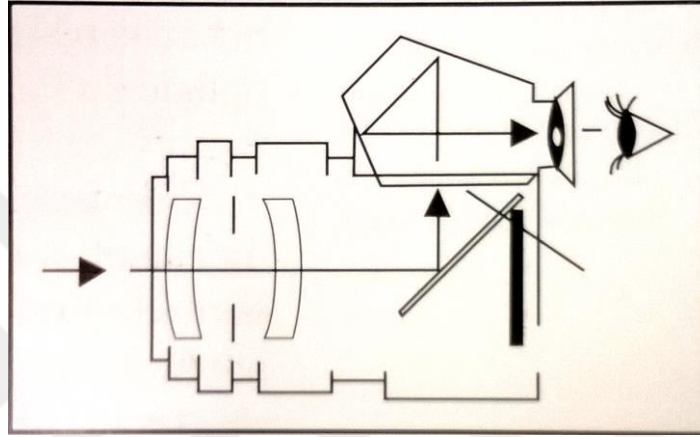
“İlköğretim çağında cetvellerimizin kenarındaki plastik merceği, güneşin geldiği yönde bir kağıt üzerine tutarak, güneşin kağıdın üzerine nokta şeklinde yansımaları sağlar ve merceği bu şekilde hiç kıpırdatmadan tutarak kağıdın üzerine yansıyan noktadan duman çıkarırdık. Bu basit oyunu bir de şöyle düşünelim: Güneşten gelen ışınlar mercekten geçerek kağıdın üzerine ulaşır. Ve kağıdın üzerinde daire şeklinde bir ışık halesi görülür. Elimizdeki merceği, kağıdın üstünde ve güneş yönünde, aşağı yukarı hareket ettirdiğimizde bu yuvarlak halenin büyüyen küçüldüğünü ve belli bir yerde ise keskinleştiğini görürüz. Büyüyüp küçülen hale şeklindeki ışık, kağıdın üzerindeki güneşin görüntüsüdür. Merceği aşağı yukarı hareket ettirerek elde edilen keskin görüntü ise güneşin kağıt üzerindeki net görüntüsüdür. Kağıt ile mercek arasındaki uzaklık ise odak uzaklığıdır” (Kılıç, 2002: 76).

2.1.3.3.1. Refleks Netleme Sistemi

Fotoğrafçılığın gelişim gösterdiği ilk yıllarda netleme sistemleri buzlu camların belli sistemde kullanılması ile oluşturuluyordu. Körük sistemi ile makine gövdesine bağlı olan objektif ileri geri hareketlerle buzlu cam üzerinde fotoğraflanmak istenen nesnenin görüntüsünün netliği ayarlanabiliyordu. Bu şekilde kompozisyon ile makine arasındaki uzaklık belirlenmiş oluyordu. Pozlama ise buzlu cam kaldırıldıktan sonra onun yerine film konulması ile yapılabiliyordu. Fakat bu işlem fazla zaman alıyordu.

Zaman ilerledikçe uzun süren bu pozlama sisteminde süreyi daha ekonomik kullanabilme adına değişiklikler yapılmaya başlanmıştır. Öncelikle kompozisyon görüntüsünün üzerine düşürüldüğü buzlu camın yeri değiştirilmiştir. Buzlu cam makinenin arkasından alınarak makinenin üstüne konulmuş, objektiften gelen görüntü 45 derecelik bir ayna aracılığıyla buzlu cama yansıtılmıştır. Bu şekilde refleks netleme sistemi oluşturulmuştur (Kılıç, 2002: 77).

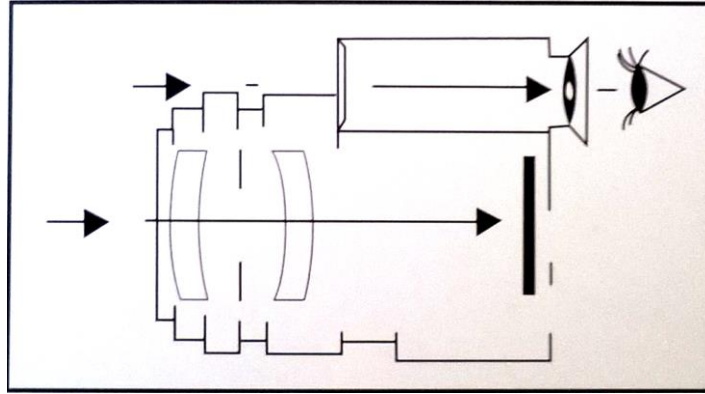
Resim 2.11: Refleks Netleme Sistemi



Kaynak: Levend Kılıç, Fotoğrafa Başlarken, s.77, 2002.

2.1.3.3.2. Telemetre Netleme Sistemi

Telemetre sisteminde netleme ayarı, üst üste bindirilmiş iki görüntünün, objektifin tek bir görüntü oluşuncaya kadar ileri geri hareket ettirilmesi sistemine dayanmaktadır. Bakaçtaki görüntünün çift olması fotoğraflanmak istenen kompozisyon ile fotoğraf makinesi arasındaki uzaklığın da doğru olmadığı anlamına gelmektedir. Bu çift görüntü ancak mesafenin doğru ayarlanması ile tek bir görüntü haline gelip netlik kazanır (Kılıç, 2002: 78-79).

Resim 2.12: Refleks Netleme Sistemi

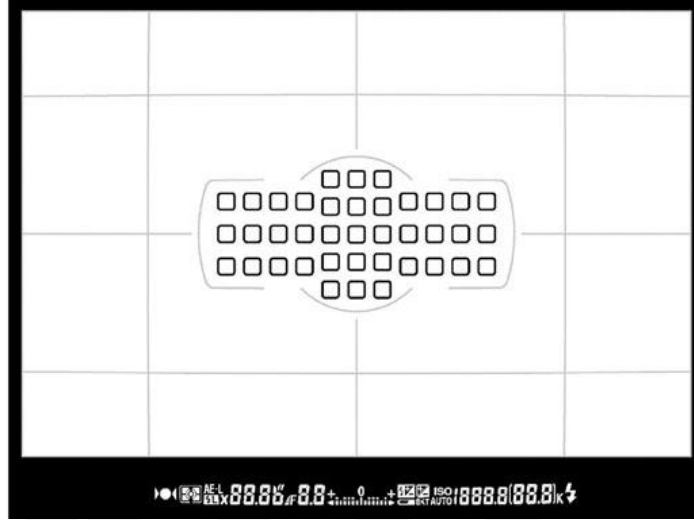
Kaynak: Levend Kılıç, Fotoğrafa Başlarken, s.79, 2002.

2.1.3.3.3. Otomatik Netleme Sistemi

Otomatik netleme sistemleri daha önce küçük boyutlardaki cep makinelerinde yaygın olarak kullanılan bir sistemken günümüzde daha yaygın bir şekilde refleks sistemdeki makinelerde de sıkça kullanılmaya başlanmıştır. Otomatik netleme sistemleri özellikle 35 mm. makinelerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Otomatik netleme sistemleri kendi içinde iki şekilde sınıflandırılabilir. Aktif ve pasif sistemler. Aktif sistemler bazı elektronik araçlarda görülen uzaktan kumanda sistemine benzer şekilde kızılötesi verici ve alıcısından oluşmaktadır. Telemetre bakaç sistemi aktif sistemlerin çalışma altyapısını oluşturmaktadır. Sistem şu şekilde çalışmaktadır; fotoğraflanacak kompozisyona ya da konuya bakacın içerisinden kızılötesi sinyal gönderilir. Net bir görüntü elde etmek istenilen kompozisyona çarpan sinyal bakaca geri döner. Bu şekilde kompozisyon ve sistem ve makine arasındaki uzaklıklar belirlenmiş olur ve netlik sistemi başarı ile amacına ulaşır. Sistemin “aktif” olarak isimlendirilmesinin nedeni makine ile konu arasındaki sinyal gidiş gelişleridir. Aktif sistemlerin, flaş gibi yansıtıcı ışıkla ve sonar ses dalgalarıyla çalışanları da vardır. Pasif sistemler ise yapı olarak telemetre netleme sistemine benzerler. Aralarındaki fark bakaçla yerleştirilmiş olan iki tane ışığa duyarlı hücredir. Sistem şu şekilde çalışmaktadır. İki bakaç penceresinden gelen görüntü ışığa duyarlı hücrelere yansır. Objektifin netleme sisteminin ışığa duyarlı hücrelerden kompozisyona dair yansıtılan bilgileri alması ile makine ile görüntü arasında net görüntü elde edilebilmesi için istenen uzaklık belirlenir. Görüntü her iki hücrede aynı olduğunda makine konunun netliğini

ayarlamış olur. Sistem pasiftir çünkü makineden konuya hiçbir sinyal gitmez, konudan makineye gelen ışıkla sistem çalışır” (Kılıç, 2002: 78-79-80).

Resim 2.13: Otomatik Netleme Sistemi



Kaynak: <http://fotografbilgimerkezi.com/otomatik-netleme-noktaları/>, 2016.

Doç. Dr. Özer Kanburoğlu ise “Yeni Başlayanlar İçin Fotoğraf” adlı eserinde netleme sistemlerini manuel ve otomatik olmak üzere iki farklı gruba ayırmıştır. Adı geçen eserde manuel yani elle netleme sistemi eski nesil olarak adlandırılmaktadır. Bu sistemdeki objektifleri kullanırken vizör kullanılması gerekmektedir. Netlik yapılabilmesi için vizörden söz konusu fotoğraf kompozisyonuna bakılırken objektifte bulunan netleme bileziğinin çevrilmesi yeterlidir. Bu çevirme sırasında vizördeki görüntünün net görünmesi manuel ayarın doğru yapıldığı anlamına gelmektedir. Otomatik netleme sisteminde ise netleme için üç farklı sistem söz konusudur. Bunlar kontrastı karşılaştırma, kızılötesi ışıyla tarama ve ses dalgalarıyla ölçümdür. Otomatik netleme sistemlerindeki en büyük tehlike netlenen yerin yanlış okunmasıdır. (Kanburoğlu, 2005: 29-30).

2.1.3.4. Işık Ölçümü (Pozometre)

Fotoğraflanacak olan konunun ya da objenin ışığını ölçmeye yarayan alete ışıkölçer ya da fotoelektronik hücre denir. Işık kaynağına göre yönetildiğinde (güneş ya da lamba) yüzeye gelen ışığı verir. Konuya göre yönetildiğinde ise (ki en çok bu şekilde karşımıza çıkar) konudan yansıyan ışığı seçer. Işıkölçerler, fotoğraf makinesinden ya

bağımsızdırlar ya da fotoğraf makinelerin içlerine eklenmiş şekilde bulunurlar. Bu durumda objektiften gelen ışığı da büyük bir duyarlılıkla ölçerler. Portre fotoğraflarında pozometre ölçümü yüz üzerinde tutulmalıdır (Boubat, 1974: 45).

Işığın yoğunluğu aynı zamanda ışığın şiddetidir. Pozometre denilen ışık ölçer alet ile söz konusu ışığın şiddeti ölçülür. Bu ölçüm hem doğal doğal hem de suni ışık kaynaklarındaki ışığın şiddetinin tespit edilmesi ve kalitesi yüksek ve doğru bir fotoğraf ortaya çıkarabilmek için yapılır (Ak, 2009: 44).

Resim 2.14: Pozometre Çeşitleri



Kaynak: <http://fotografbilgimerkezi.com/neden-el-pozometreflasmetresi-kullanmaliyiz/diger-modeller/>, 2016.

Pozometre doğru pozlama yapılabilmesi açısından büyük önem taşır. Pozometreyi doğru kullanabilmek için de diyafram ve örtücü değerlerinin ışık durumuna uygun olarak belirlenmesi gerekmektedir. Işığa duyarlılığı düşük olan filmlerin kullanıldığı dönemde fotoğrafçılar ışık dengesini göz kararı belirlemişlerdir. Ancak uzun yıllar fotoğraf çeken bir fotoğrafçı doğru ışık değerlerini kazandığı tecrübeler ile belirleyebilir. Fakat bu durum renkli fotoğraflar için geçerli değildir. Işıkolçerler, ışığa duyarlı bir hücrenin ışıktan etkilenmesi sistemine göre çalışır. Işıktan etkilenen hücre, kullanılan filmin duyarlılığına göre (ISO değeri) ölçülen ışık durumunda diyafram açıklığı ve örtücü hızı olarak pozlama değerlerini verir. Işık ölçüm sisteminde iki farklı ışık ölçülür. Düşen ışığın ölçümü ve yansıyan ışık ölçümü. Aydınlatma kaynağından konuya gelen ışığın ölçümü düşen ışık ölçümü iken, konudan fotoğraf makinesine yansıyan ışığın ölçümü yansıyan ışık ölçümüdür. Fotoğrafçıların

çok yaygın olarak kullandıkları refleks fotoğraf makinelerinin içinde ışıkölçer sistemi mevcuttur. Bu şekilde objektifin içinden geçerek filmi pozlayacak ışık ölçülür (Kılıç, 2002: 72-73).

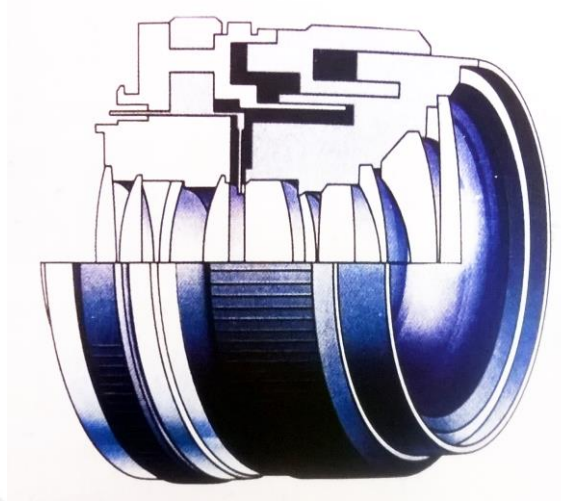
2.1.3.5. Objektif Çeşitleri

Fotoğraf makinesinin önünde bulunan ve fotoğraflanmak istenen konu ya da durumun tüm noktalarının film duyarkatı üzerinde düşmesini sağlayan mercekler grubu objektif grubu olarak sınıflandırılmaktadır. Karmaşık bir yapıya sahip olan objektifler, fotoğrafı çekilecek olan konunun bütün ayrıntılarını duyarkata yansıtmakla görevlidir. Objektifler kullandıkları makinelerin yapısına göre değişiklik gösterebilirler. Objektifler odak uzaklıkları en geniş diyafram açıklıkları ile tanımlanırlar. En karmaşık hataları en çok telafi edilmeye çalışılmış objektifler 14-16 elemanlı zoom objektifleridir (Kanburoğlu, 2005: 41).

Objektiflerde birden fazla mercek kullanılmaktadır. Birden fazla mercek kullanılmasının amacı da fotoğrafı oluşturan konudaki olası kusurları en aza indirmektir. Objektif tasarımı yapılırken objektifin temel özellikleri göz önünde bulundurulmalıdır. Bu özellikler; odak uzaklığı, diyafram açıklığı, bakış açısı, seçme gücü, en yakın netleme uzaklığı, büyüklüğü ve diğer özellikler. Objektif seçiminde önemli nokta, fotoğraf çekimi için seçilen objektifin içindeki merceklerin ışık kırılma oranıdır. Çünkü kırılma oranı, merceğin ışık geçirme gücünü gösterir. Bu yüzden mercekler - kullanılacakları alanlar göz önünde bulundurularak - kırılma ve ayırma gücü yüksek ya da düşük olan camdan yapılır. Bütün objektiflerin oluşturduğu görüntü yuvarlaktır ve görüntünün en net noktası ortasıdır. Fotoğraf makinesinin gövdesi tek başına sadece karanlık oda sistemini oluşturan bir kutucuk görevindedir. Bu gövde kullanılarak farklı boyutlarda, yakınlık ve uzaklıklarda fotoğraflar elde edilmek istendiğinde farklı odak uzaklıklarındaki objektiflerin kullanılması gerekmektedir. Objektif sistemi insanın görme sistemi ile benzerlikler gösterir. İnsan ayrıntısını görmek istediği nesneye daha çok yaklaşırken, aynı nesneyi daha geniş açıdan görmek istediğinde ondan uzaklaşır. Objektiflerde ise mantık altyapısı yaklaşım uzaklaşma ile aynı olsa da bu yaklaşma ve uzaklaşmaları ayarlamak sadece odak uzaklıklarını değiştirerek de mümkün olabilmektedir. Objektifler normal, geniş açılı, tele ve zoom

objektifler olarak sınıflandırılabilir. Her objektif sisteminin kendine özgü özellikleri, yararlı durumları ve sakıncaları vardır (Kılıç, 2002: 98).

Resim 2.15: Bir Objektifin Yapısı



Kaynak: Özer Kanburoğlu, Yeni Başlayanlar İçin Fotoğraf, 2005.

2.1.3.5.1. Normal Objektifler

Normal objektiflerin en önemli özelliği sağladığı perspektifin gözün algıladığı perspektife çok yakın olmasıdır. Fotoğrafçı bu objektif sayesinde gördüğü objeyi ya da konuyu gördüğüne yakın bir perspektifle fotoğraflayabilmektedir. Bu şekilde objenin obje fotoğraflanmak istendiği gibi filme aktarılmış olur. Film formatlarına göre normal objektiflerin odak uzaklıkları değişkenlik gösterir (Kanburoğlu, 2005: 41).

“35 mm. format için standart objektif 50 ya da 55 mm’dir. SLR satın alırken bu odak uzaklığındaki objektifler fotoğraf makinesinin fiyatına dahildir. Çektikleri görüntüler, aşağı yukarı çıplak gözle görülenin aynısı olduğu için standart objektif diye bilinirler. Standart objektifler manzara ya da yarım boy portreler gibi genel amaçlı fotoğraflar için mükemmeldir. Yine de yakın çekim bir yüz resmi için standart objektif kullanmayın; çünkü konuya çok yaklaşmanız gerekeceğinden makine engelleyici bir unsur olacaktır. Standart objektifler genelde en hızlı objektiflerdir ve maksimum diyafram açıklıkları geniştir (f1.4 gibi). Bu yüzden standart objektifler SLR netleme ekranında çok parlak bir görüntü oluştururlar” (Hedger, 1996: 26-27).

Levend Kılıç normal objektifler hakkında bilinenlerin aksine, bu objektiflerin insan gözüne sanıldığı kadar benzemediğini, insan gözünün 120 derecelik bir açı ile normal objektiflerin ise 50 derecelik bir açı ile gördüğünü ileri sürmektedir. Levend Kılıç'a göre normal objektifle çekilen bir negatif görüntü, büyütüldüğünde ortaya çıkan fotoğrafın bakış açısı insan gözünün görüş açısına yakındır. Bununla birlikte aynı kitapta normal objektiflerin en çok tercih edilen ve teknik olarak ayarlanmış bir objektif türü olduğuna, keskin, net ve kaliteli bir görüntü sunduklarına, diğer objektiflere göre fiyatlarının daha uygun olduğuna da değinilmiştir (Kılıç, 2002: 99).

Edouard Boubat ise normal açılı objektiflerin üstünlüklerini, sakıncalarını ve elde edilen etkilerini inceleyerek kendi eserinde bunlara yer vermiştir. Boubat'a göre normal açılı objektiflerin üstünlükleri; manzara, yapı, topluluk, tek kişi ya da portre fotoğrafçılığı için en geçerli objektif olduğu, kısa ve uzun odaklı objektiflerin üstünlük ve sakıncalarını her iki objektif sisteminin özellik ve kusurlarını yumuşatarak kendisinde toplamış olması, perspektifleri bozmama özellikleri ve son olarak da dar bir alan derinliği vermeleridir. Boubat aynı zamanda normal odaklı objektiflerin sakıncasının yok denecek kadar az olduğunu düşünmektedir. Uzun odaklı objektiflerden ayrı olarak, konuyu çerçevesinden soyutlamanın daha zor olduğunu belirterek, kısa odaklı objektiflerin aksine fotoğrafı çekilecek konu ya da objenin ardında bozuk kaçış doğruları bırakmadığına da değinmektedir. Normal objektiflerle, ışık, poz süresi ve diyafram açıklığı ile oynayarak birçok etki elde edilebileceğini, bulanık plandan soyutlanmış belirgin bir yüz, ya da tam tersi, belirgin bir zemin üzerinde belli belirsiz bir yüz fotoğrafı elde edilebileceğini de belirtmiştir. (Boubat, 1974: 82-83).

2.1.3.5.2. Geniş Açılı Objektifler

Geniş açılı objektiflerin özelliği, konuyu normal gözün algılayabildiği alandan daha geniş bir kareden görebilmesidir. Normal bir göz bir konuyu ya da durumu 46-48 derece olarak algılarken geniş açılı objektifler 60-65 dereceden görüntü algılar. Geniş açılı objektifler 24 mm. x 36 mm. film formatı için, 35mm. - 24 mm. – 20 mm. – 15 mm. gibi odak uzaklığına sahiptirler. Aynı zamanda bu tür objektifler alan derinliğini en fazla veren objektiflerdir. Geniş açılı objektifler her ne kadar geniş alanlar için kullanışlı olsa da beraberinde getirdiği bazı problemler de vardır. Köşe kararması, distorsiyon optik tasarımdan kaynaklanan kusurlardan birkaçıdır. Geniş açılı objektifler yakında

bulunan fotoğraf konusunu abartarak büyütürken, objektifin uzağındaki konu ve durumlarda görüntünün küçük algılanmasınasebep olurlar. Ancak bu durum geniş açılı objektiflerin konuyu insan gözünün algıladığından farklı algılaması sebebi ile fotoğraf atmosferinin değişmesine ve fotoğrafın daha çok ilgi görmesine engel değildir (Kanburoğlu, 2005: 43).

Resim 2.16: Geniş Açılı Objektif İle Çekilen Bir Fotoğraf



Kaynak: <https://blog.fotografium.com/canon-kullanicilari-icin-genis-aci-incelemeleri/>, 2016.

Odak uaklığı kullanılan film boyutunun köşegen uzunluğundan az olan objektifler geniş açılı objektiflerdir. Geniş objektiflerin görüş açısı, normal objektiflerden daha fazladır. Fotoğrafi çekilmek istenen konu ya da kompozisyona daha geniş açıdan bakar. Geniş açılı objektifler bir kareye normal objektiflerden daha çok şey sığdırırlar. Normal objektiflerde geniş kompozisyon alanlarını film karesine sığdırmak için konudan uzaklaşmak gerekirken geniş açılı objektiflerde uzaklaşmaya gerek kalmadan çok daha yakından net bir görüntü elde edilebilir. Bunun neden geniş açılı objektiflerin normal uzaklıklarda daha geniş alanı fotoğraflayabilmesidir. Geniş açılı objektiflerin genel öelliği geniş bir çerçeve içerisinde fotoğraflanan konunun kapsadığı objeleri boyut olarak küçültmesidir. Alan derinliğinin yüksek olması gibi özeeliklerin yanında, bu objektifler için yapılacak birkaç olumsuz eleştiri de vardır. Bunlardan bir

tanesi optik özelliği nedeniyle düz çizgileri görüntü alanına doğru eğmesidir. Bir bina fotoğrafı örnek olarak verilirse, fotoğraflanan binanın objektife yakın bölümünün daha büyük ve yaymış bir görüntü oluşturduğu görülür. Portre fotoğraflarında ise kişinin objektife daha yakın olan burnu ya da eelei çok büyük, objektife uzak olan kısımları ise çok küçük olarak görünecektir. İnsan gözü bu tür hataları görme sistemi içerisinde kendiliğinden çözer. Bu hatanın önüne geçebilmek için fotoğrafın konusunu oluşturan duruma ya da objeye çok yaklaşılmaması gerekmektedir (Kılıç, 2002: 100).

Geniş açılı objektifler, manzara, geniş panoramik görüntü içeren konular, gökyüzü ve kalabalık sahne fotoğrafları için idealdir. Bunlar dışında geniş açılı objektiflerin portre çekimlerinde kullanılmaması gerektiği belirtilmektedir (Hedger, 1996: 27).

Kısa odaklı objektifler çok geniş alan derinliği verirken, netleştirmeyi belirgin bir şekilde kolaylaştırırlar. Bu özellik ile, yüz ya da vücut kullanılarak bir konu aktarımında anlatımın özgünlük ve hareket kazanmasını sağlarlar. Kısa odaklı objektifler takıldığı fotoğraf makinesi gövdesi göz önünde bulundurulduğunda doğru tutulmadığı varsayıldığında perspektifleri bozarlar. Konuya çok yaklaşıldığında deformasyonlar meydana gelirken uzaklaştırıldığında ana konunun dekorda ya da diğer kompozisyon elemanları arasında kaybolması söz konusudur. Kısa odaklı objektifler vurgu konusunda etkili olarak kullanılabilir. (Bouba, 1974: 82-83).

2.1.3.5.3. Teleobjektifler (Dar Açılı Objektifler)

Fotoğraf makinesini konuya yaklaştırmaya gerek kalmaksızın büyük görüntü elde etmemizi sağlayan objektifler tele objektiflerdir. Tele objektif ile çekilen bir görüntü ile normal objektif ile çekilen bir görüntüyü farkı belirtmek için şöyle bir örnek verilebilir. Normal odak uzaklıklı 35mm. ya da 50 mm. bir makine ile uzak mesafedeki bir bina fotoğraflanmak istendiğinde bu görüntüye sadece bina değil, ağaç gökyüzü gibi etrafındaki diğer öğeler de dahil olacaktır. Fakat fotoğrafın konusunu söz konusu binanın balkonundaki bir bitki oluşturuyor ise kullanılan objektif uygun olmadığı için bitki ya bulanık ya da çok küçük çıkacaktır. Bunu engellemek ve balkondaki bitkiyi odak alarak daha büyük ve net bir görüntü elde etmek için büyük odak uzaklıklı tele objektif kullanılmalıdır. Örneğin 90 mm. odak uzaklığı bir tele objektif kullanıldığında fotoğrafın konusunu oluşturan balkondaki bitki fotoğrafı elde edilebilecektir. Teknik

olarak tele objektifler doğrudan doğruya büyük bir odak uzaklığı elde etmek için kullanılmaktadır. Bununla birlikte tele objektifler ağır ve hantal bir yapıya sahiptirler, 35mm. lik küçük boy fotoğraf makineleri örnek olarak verilirse bu tür objektiflerin kullanımı zorlaşmaktadır. Bu yüzden biri önde diğeri arkada olmak üzere iki ayrı objektifle oluşan ve ayrı kullanılan objektifler üretilmiştir. (İmer, 1977: 59).

“35 mm. film kullanan makinelerin en önemli sorunlarından biri, filmin görüntü alanının küçük olmasıdır. 24x36 mm.’lik görüntü alanı içinde normal objektifle çekilen bir nesnenin görüntüsü çok küçük ortaya çıkar. Roll filmlerin geliştirilmesindeki temel neden budur. Sınırı belli olsun görüntü alanı içinde büyük görüntü elde etmek için uzun odak uzaklıklı objektif kullanmak gerekir. Normal objektifi kullanarak, film karesini dolduran bir portre çekmek için makineyle konuya 60-70 cm. yaklaşmak gerekir. Oysa uzun odaklıklı bir objektifle aynı büyüklükteki bir fotoğraf 1-5 m. uzaktan çekilebilir” (Kılıç, 2002: 103)

Teleobjektifler, 75 mm ile 1200 mm arasındadır. 90 ile 250 mm arasındaki objektif en kullanışlı objektiftir. Fakat teleobjektif seçiminde 250 mm’lik bir objektifin ağır olduğu, fotoğraf çekimi sırasında objektifin ağırlığı nedeniyle elin titremesi sırasında fotoğraflanmak istenen görüntünün bozulmaması için hızlı enstantene kullanılması gerektiği unutulmamalıdır. Teleobjektifler özellikle vahşi hayvan ve doğa fotoğrafları gibi yakından çekimleri zor olan ya da mümkün olmayan fotoğraflamaları yapmak için kullanıma çok uygundur. Portre fotoğrafları için de birçok fotoğraf sanatçısı 35 mm’lik makinelerde yüzün bütününe gösteren portre çekimleri için 90 mm’lik objektifleri tercih etmektedir (Hedgecoe, 1996: 27).

Özer Kanburoğlu’na göre dar açılı objektifler konuya yaklaşma ihtiyacı duyulmadan konu düzlemini fotoğraf makinesine yaklaştıran, odak uzaklığı olarak normal objektiften daha büyü olan objektiflerdir. Kullanılan film formatına göre, normal objektiften odak uzaklığı büyük olan her objektif dar açılı (tele) objektiftir. Dar açılı objektif sistemlerinde biri önde ve diğeri arkada olmak üzere iki adet optik vardır. Teleobjektiflerin önemli başka bir özelliği de ara planları üst üste bindirebilmesidir (Kanburoğlu, 2005: 43).

Edouard Boubat içerisinde teleobjektiflerin bulunduğu uzun odaklı objektif sınıfını “Fotoğraf Sanatı” adlı kitabında değerlendirmiştir. Boubat’a göre uzun odaklı objektiflerde yüz iyice yakınlaştırılabilir çünkü konudan ya da portresi fotoğraflanacak

insandan uzak durarak büyük plan portre fotoğraflayabilme olanağı sağlamaktadırlar. Fotoğraflarda çok az alan derinliği vermektedirler. Bu durum fotoğraflarda arka planın hatta zaman zaman ön planın flu çıkmasına sebebiyet vermektedir. Netlik ayarları konusunda hassas davranılması gerekmektedir. Kapalı ya da az ışık alan yerlerde tripod kullanımı gereklidir. Boubat'ın söz konusu eserinde oranların doğru olmasına karşın perspektif ve derinliği ezmelerine de değinilmiştir. Uzun odaklı objektifler vurgu konusunda etkili olarak kullanılabilmektedir (Boubat, 1974: 82-83).

Resim 2.17: Dar Açılı Objektif İle Çekilen Bir Fotoğraf



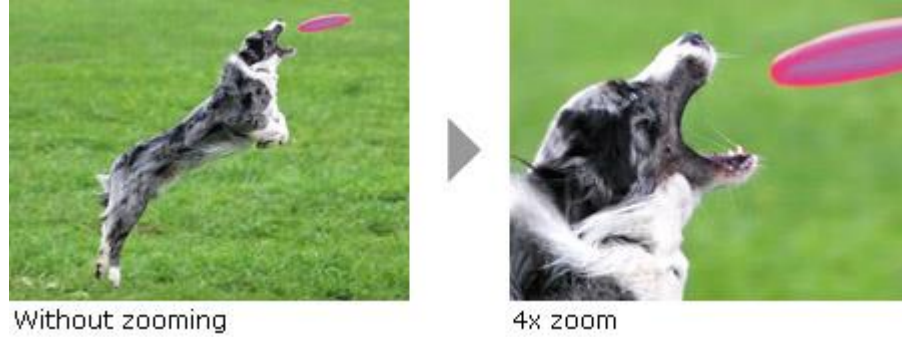
Kaynak:[https://tr.wikipedia.org/wiki/Teleobjektif_\(foto%C4%9Fraf%C3%A7%C4%B1%C4%B1k\)#/media/File:Tele_Objektif.jpg](https://tr.wikipedia.org/wiki/Teleobjektif_(foto%C4%9Fraf%C3%A7%C4%B1%C4%B1k)#/media/File:Tele_Objektif.jpg), 2016.

2.1.3.5.4. Zoom Objektifler

Teleobjektiflerde mevcut merceklerden kalın ve ince kenarlı olanların arasındaki mesafenin değiştirilmesi odak uzaklığının da değişmesine sebebiyet verir. Aynı zamanda odak uzaklığındaki bu değişim söz konusu ince ve kalın kenarlı objektiflerin değişim imkanlarına da bağlıdır. Bu teknikten yararlanılabilmesi için Zoom Objektifler tasarlanmıştır. Zoom objektiflerin üzerinde bulunan halkanın sağa veya sola çevrilmesi kompozisyona olan uzaklığı ya da yakınlığı belirlemektedir. Bu durum ise konuya hiç yaklaşımadan istenilen uzaklıktan kompozisyona yaklaşma olanağı sağlar. Zoom objektifler genellikle profesyonel fotoğrafçılar ve gazetelerin foto

muhabirleri tarafından tercih edilmektedirler. Zoom objektifler günümüzde neredeyse bütün alıcı sinema kameralarında kullanılmaktadır (Eryılmaz, 1983: 31-32).

Resim 2.18: Zoom Objektif İle Çekilen Bir Fotoğraf



Kaynak: http://test.zoom.co.jp/img/products_img_en/q3hd/zoom_img.jpg, 2016.

Zoom objektifler sağladıkları avantajlar yanında birtakım olumsuz sayılabilecek etkilerde de bulunabilmektedirler. Hedgecoe 'ya göre; 35 ile 90mm arasında zoom yapabilen sabit objektifli makineler kullanım imkanları açısından daha avantajlıdır. Çünkü zoom objektifler, minimum ve maksimum değerleri arasındaki odak uzaklıklarında, tıpkı o odak uzaklığına sahip sabit odaklı objektifler gibi işlev görürler fakat buna rağmen sabit odak uzaklıklı objektiflerin optik kalitesi zoom objektiflerden daha iyidir. Zoom objektiflerin sabit odaklı objektiflere göre daha ağır olması da dezavantaj oluşturabilmektedir (Hedgecoe, 1996: 27).

Fotoğraf çekimi sırasında çekilen konuya göre normal, geniş açılı ya da tele objektiflerin değiştirilmesi gerekebilir. Çünkü konunun ana temasını oluşturan odak noktaları birbirinden farklı olabilir. İşte bu durum zoom objektiflerinin sahip olduğu özellikler sınıfındadır. Zoom objektif terimi aynı zamanda değişebilir odak uzaklıklı objektif ile aynı anlama gelmektedir. Objektif üzerindeki bilezik hareket ettirildiğinde odak uzaklığı değişir ve böylece fotoğraf çekimi sırasında ana fikir isteğe bağlı olarak değişkenlik gösterebilir. Zoom objektifin bir avantajı ise yanında başka objektif taşınmasına gerek duyulmamasıdır. Tek bir objektif ile konuya farklı açılardan ve alışılmadık perspektiflerden yaklaşma konusunda kolaylıklar sağlar. Zoom objektifler ile aynı zamanda konu ile makine arasındaki uzaklık değişmese de yakınlaşıp uzaklaşma özelliği sayesinde düzenlemede ortaya çıkacak olası bozukluklar ya da kenar boşlukları düzenlenebilir. Zoom objektifler belirtilen özelliklere sahip olmalarına karşın sabit odaklı objektifler daha çok tercih edilebilmektedir. Bunun sebebi; zoom

objektiflerin sabit odak uzaklıklı bir objektife göre daha çok, daha fazla sayıda mercekten oluşması, bu nedenle zoom objektifin sabir objektiflerde olduğu gibi mercekten giren ışığın giren ışığın kayba ve bozulmaya uğramadan görüntüye dönüşebilmesi güçtür. Bir zoom objektifinin 50 mm. odak uzaklığında verdiği görüntünün kalitesi ile 50 mm. sabit odak uzaklıklı objektifin verdiği kalite aynı değildir. Sabit odak uzaklıklı objektifin fotoğraf üzerindeki kalitesi her türlü ışık koşulunda daha yüksektir (Kılıç, 2002: 104).

2.1.3.6. Filtreler

Filtreler, ışığı süzme işlevi gören, objektife takılan, jelatin, cam ya da plastik yüzeylere verilen isimdir. Filtreler, objektifin önünde bulunan yivli bölüme vidalanarak takılırlar. Filtreler genellikle dijital fotoğraf makinelerinde tercih edilmezler. Çünkü bütün filtre ayarları ya da beyaz dengesi otomatik menüden seçilebilmektedir (Ak, 2009: 49)

Filtre, fotoğraf çekiminde ışığın emülsiyona olan etkisini düzenlemek ve uygun negatiflerin elde edilmesi için kullanılır. Doğa tonlarında doğal “ton” elde etme olanağı sağlar. Filtreler iki amaç için kullanılır. Birincisi kontrast elde etmek, ikincisi de çekilen fotoğraflarda düzenleme yapmaktır (İmer, 1977: 42).

Yeni bir objektif alındığında, objektifin ön elemanlarının korunabilmesi için koruyucu özelliği olan UV ya da Skylight filtre mutlaka objektife takılmalıdır. Bu şekilde hem objektif korunmuş olur, hem de zararlı UV ışınlarının filme yansımaları önlenmiş olur. Filtreler sadece objektif koruma amacı ile değil, aynı zamanda fotoğrafta yaratıcı etkiler bırakabilmek için de kullanılabilir (Kanburoğlu, 2005: 61).

2.1.3.6.1. Siyah Beyaz Fotoğraflarda Kullanılan Filtreler ve Etkileri

Siyah beyaz filtreler özellikle kontrast yani renk tonları arasında karşıtlık yaratmak için kullanılırlar. Ayrıca yüksek yerlerde çekilmesi olası fotoğraflarda ultraviyole ışınların etkisini aaltıp çekilen fotoğrafta renk dengesini sağlamak siyah beyaz filtreler ile mümkündür. Bu filtrelerin kullanımı fotoğraf tekniği hakkında ayrıntılı bilgi gerektirmektedir. (Boubat, 1974: 66).

Semra Güler Ak, Fotoğrafın Kısa Tarihi adlı tezinde siyah beyaz filtreleri kontrast ve düzeltme filtreleri olmak üzere iki farklı grupta incelemiştir. Kontrast

filtreler (sarı, turuncu, kırmızı), kendine yakın renkteki bileşenleri fazla, karşıt renkteki bileşenleri az geçirmesi ya da geçirmemesi nedeni ile açık renkleri daha açık, koyu renkleri ise daha koyu yansıtmaktadırlar. Düzeltme kategorisindeki filtreler ise; farklı ışık kaynakları kompozisyona dahil olduklarında düzenleme için kullanılmaktadırlar (Ak, 2009: 50).

Siyah beyaz filtrelerin asıl görevi, filmin duyarlılığında meydana gelen aksakların düzenlenmesi olarak tanımlanabilir. Buna örnek olarak manzara fotoğrafı verilebilir. Pankromatik filmlerle fotoğraf çekildiğinde yeşiller olduğundan koyu görünürken, diğer yeşil detaylar belirsizleşir (Kanburoğlu, 2004:107).

2.1.3.6.2. Renkli Fotoğraflarda Kullanılan Filtreler ve Etkileri

Siyah beyaz fotoğraflarda olduğu gibi renkli fotoğraflarda da filtre kullanımına ihtiyaç duyulabilmektedir. Fakat renkli filtre kullanımlarının, siyah beyaz fotoğraflarda kullanılan filtrelerden daha komplike sistematığe sahip olmaları durumu, bu filtrelerin daha profesyonel kullanıcılara tavsiye edilmelerine sebebiyet vermektedir. Renkli fotoğraf filtrelerinin seçenek yelpazesi de çok geniştir (Boubat, 1974: 71).

Renk filtrelerinin tamamı düzeltme filtresi olarak tanımlanmaktadır. Işık dengeleme için kullanılan filtreler ise bu konuda duyulan ihtiyaç sonucunda ortaya çıkmıştır (Ak, 2009: 51).

2.1.3.6.3. Özel Filtreler

Skylight ve U.V., polarizasyon filtreleri, yoğunluk filtreleri ve efektif filtreler olarak sıralanabilirler. Skylight ve U.V. filtreler mor ötesi ışınların filmi etkilemesini önlerken objektifin de darbe ve toza karşı dayanıklılığını artırır (Kanburoğlu, 2004:106). Polarizasyon filtreleri, kompozisyonda bulunan ve yansıma özelliği olan objelerden yansıyan ışığın neden olduğu renk doyumsuzluğunu ve netlik sorunlarını önlemek için tercih edilmektedir (Kanburoğlu, 2004:110). Yoğunluk filtreleri renklerden ışığın şiddetini ve yoğunluğunu ayarlamak için tercih edilirler. Efektif filtreler ise elde edilmek istenen çeşitli renk ve görsel etkiler için tercih edilmektedirler (Ak, 2009: 52).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

**İLLÜSTRASYON VE FOTOĞRAF KULLANIMININ ŞEHİRLERİN TANITIM
ÜRÜNLERİ ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRILMASI (ESKİŞEHİR ÖRNEĞİNDE
ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GÖRÜŞLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ)**

3.1. KENT TANITIMLARI VE MARKALAŞMA

Kent ya da şehir; insanların var olan çevresel şartları kendine daha uyumlu hale getirmesi ve etkin olduğu bu düzenleme çerçevesinde değiştirdiği çevreye hakim olması durumu olarak tanımlanabilir. Kentleşen alanların çoğunda insanlar tarım dışı işlerle daha çok sanayi odaklı alanlarda çalışma suretiyle hayatlarını sürdürmektedirler. Kentler aynı zamanda kendilerine özgü demografik, ekonomik ve sosyolojik özellikler de taşımaktadırlar. (Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, 1997: 984).

Prof. Dr. Ruşen Keleş'e göre kent; içerisinde yaşayan insanların büyük bir çoğunluğunun meslek olarak ticaret, sanayi, yönetim ve bu alanlara verilen hizmet alanları ile alakalı mesleklerde çalıştığı, söz konusu yerleşim yerlerinde insanların hayatlarını rahatlıkla sürdürebilecekleri, eğlence, sağlık merkezleri vb. temel gereksinimleri karşılayabilecekleri alanların var olduğu, toplumsal alanda devamlı gelişme gösteren ve birlikte yaşamın getirdiği bütünleşme derecesinin yüksek olduğu yerleşim yerleri olarak tanımlanmıştır (Altıntaş ve Eliri, 2012: 63).

Her kentin kendine ait bir sistemi, düzeni, ahengi vardır. Hatta kentleri geçici sanat olarak sınıflandırmak da mümkündür. Kentin diğer sanat dallarından farkı, ölçeğinin daha büyük olması ve uzun zaman içerisinde algılanabilir olmasıdır. Fakat kent, diğer sanat dallarında kullanılan kontrol ve sınırlılıklara sahip değildir. Diğer sanatlar sekteye uğrayabilir, kesilebilir ya da vazgeçilebilir. Kent ise her ışıık ve havada görünür. Aynı zamanda kent her daim kendi içerisinde beklenilenden fazlasını barındırmaktadır. Hiç bir şey bu olgu içerisinde tek başına deneyimlenmez. Şehrin her zaman çevresi ile bir bağı bir iletişimi bulunmaktadır. Her kentli kentin bazı kısımları ile uzun bir ilişki içerisine girmiştir ve kentli için bu kent imgesi hatıra ve anlamlarla yüklüdür. Sanat olarak nitelendirilen kent içerisinde her insan aktif birer oyuncu gibidir. Aynı zamanda aklımızda kalan, içerisinde bulunduğumuz bu sahnenin bütünü yerine, iletişimde bulunduğumuz parçalarıdır. Kent içerisinde algımıza etki eden her türlü dış etmen aklımızda yer eder ve bu durum aklımızdaki kent imgesini oluşturur(Lynch, 2015: 1-2).

Her kent kendine ait bir kimlik taşır. İçerisinde barındırdığı tarihi ve kültürel mekanlar, insanlar hatta yiyecek içecek alışkanlıkları bile bu kimliğin oluşması konusunda yardımcı görev görmektedir. Fakat küreselleşmenin ortaya çıkardığı

olumsuzluklardan bir tanesi de söz konusu şehir kimliklerini sentezleyip toplumların ekonomik, toplumsal, siyasal ve kültürel yaşamlarını birbirlerine benzer hale getirmesi durumudur. Küreselleşme ile birlikte kentler arasındaki sınırlar daha silik bir hal almış ve eski önemini yitirmeye yüz tutmuştur (Keleş, 2006: 55)

Şehirlerimiz tarihsel değeri olan eski yapılar, eserler ve anıtlar yönünden zengin bir ülkedir. Bu nedenle şehirleri küreselleşmenin getirdiği olumsuzluklardan, bilinçiz yapılanmanın tarihi değer taşıyan bu mekanları ve eserleri tahrip etmesinden korumak adına yasal düzenlemeler de yapılmıştır (Keleş, 2006: 738)

Söz konusu yasaların ve alınan önlemlerin dışında şehir kimliklerini yaşatmak ve kültür tahribatını önlemek için iletişim ve reklam alanlarına da belirli görevler düşmektedir. Kitle iletişim araçları ile kentlerin doğru bir şekilde tanıtımı ve kent içerisinde var olan alanların gerçeğe uygun iletimi kent kimliğinin korunması ve yaygınlaşması alanında önemli bir yere sahiptir.

Kentlerin sağlıklı gelişebilmesi aynı zamanda tarihi ve kültürel mirasının korunması ve süreç içerisinde modern hayata adapte edilmesi sırasında kültürel deformasyondan korunmasına bağlıdır. Tarihsel ve kültürel miras; geçmiş ve gelecek arasında köprü kuran, aidiyet duygusunu geliştirerek kimlik sorununu çözen, yenilenemeyen sınırlı kaynak niteliğindeki değerlerimizdendir (Kiper, 2004: 14). Bu yüzden şehir tanıtımlarını yapan tasarımcılara bazı görevler düşmektedir.

Kitle iletişiminde verilmek istenen mesajın alıcıya sağlıklı bir şekilde ulaşabilmesi için kullanılan tüm öğeler, tasarım biçimlerinin gelişim tarihi, toplumların ekonomi-politik tarihinden bağımsız değildir. Grafik tasarımın kitle iletişim aracı olarak kullanımı ve gelişimi 19.yy sonu ve 20. yy başları olarak tarihlendirilebilir. Son dönemlerde tanıtımlar için kullanılan araç gereçlerin teknolojik açıdan gelişimi, iletişimde seri üretimler gözlemlenerek anlaşılabilmektedir. Üretimin daha kolay olması ve daha geniş kitlelere iletilebilmesi bunun kanıtı olarak nitelendirilebilir (Ketenci ve Bilgili, 2006: 20) Söz konusu iletişim ve reklam alanlarındaki bu gelişmeler tasarımın kendisinde de gözlemlenebilmektedir. Fotoğrafın icadından önce illüstrasyon kullanımının yaygın olması, fotoğraf makinesinin icadından sonra fotoğrafın reklam ve tanıtım sektöründe kullanımının yaygınlaşması durumu tanıtımların teknoloji ile paralel çizgide ilerlediğinin kanıtı olarak gösterilebilir. Günümüzde ise gelişen grafik tasarım

ve fotoğraf alanları tanıtım ürünleri açısından seçenek yelpazesini genişletmekte ve farklı alternatifler sunmaktadır.

Şehir tanıtımları son zamanlarda hayatımızın her alanına nüfuz etmiş durumdadır. Her gün okunulan gazeteler, girilen herhangi bir site hatta telefon mesajları ile gelen tanıtımlara maruz kalınmaktadır. Bu reklamların fazlalığının bireylerin beyninde bir karmaşa yarattığı da bir gerçektir. Yapılan bu tanıtımların fazlalığı aynı zamananda bireyler imgelem ve gerçek arasında gidip gelmektedir. Bu durumda asıl sorulması gereken bu gerçek ile imgelem arasındaki belirsizliktir. George Peninou'ya göre bunun nedeni reklamın bilgi kaynağı değil, arzu nesnesi yaratan ve nesnenin arkasına gizlenen bir amaç olmasıdır. Ticari, sosyal ya da politik amaçlara hizmet eden reklamın reklamın asıl amacı ikna etmektir. Yani reklam bireyleri söz konusu arzu nesnesini almaya eyleten ve davranış değişikliğine yönlendiren bir işleve sahiptir. Bu yüzden reklam bir ürün sunuşunda bireylerin ürün özelliklerini öğrenebilmeleri için mantıklarına seslenmekle birlikte, semboller aracılığıyla düşlerine seslenerek duygusal iletiler de aktarmaktadır. Reklam kişilerde duygusal tepkiler ortaya çıkarmakla da yükümlüdür. Bu yüzden tüketicilerin duygularına etkileyici hatta şaşırtıcı iletilerle seslenir (Küçükerdoğan ve Zeybek, 2015: 31).

Şehirlerin reklam alanında kendilerine yer edinebilmeleri ve kendilerine dair şaşırtıcı ve efektif mesajlar verebilmeleri varlıklarını sürdürebilmeleri açısından hayati önem taşımaktadır. Bu bağlamda kentler, geçmişlerini yani tarihi kimliklerini, sosyal ve ekonomik durumlarını, kültürlerini, iklim ve coğrafi özelliklerini tanıtım ürünlerine yansıtarak farklı bir imaj yaratmaktadırlar. Şehirleşmenin olumsuz getirilerinden biri olan kimliksizleşmenin önüne geçilebilmesinin tek yolu kentin kendi özelliklerine sadık kalarak tanıtım ortamlarında varlık göstermesidir (Demir, 2012: 116).

Bir tanıtım ürünü, tanıttığı yer ya da nesne üzerinde farklılaştırma ve değer katma gibi etkilere sahiptir. Bu etkiler sonucunda reklam ile etkileşime giren bireyin zihninde güçlü ve olumlu bir imaj yaratımı gerçekleşmektedir. Fakat unutulmamalıdır ki imaj oluşturma tümüyle kullanılan göstergeler aracılığıyla yaratılan çağırışlarla ortaya çıktığında soyut özellikler taşır, bu nedenle zihinde iz bırakması ve beklenen doğrultuda çağırışım yaratması kolay değildir.

Reklamın işlevine, önemine ve kentlerin devamlılığı için tanıtım potansiyeline bakılması durumunda doğru bir kent tanıtımının nasıl yapılması gerektiği sorusu asıl sorulması gereken sorudur. Doç. Dr. Rengin Küçükerdoğan’a göre kentlerin kimliğini oluşturan imgelerin farklı, özgün ve yaratıcı olarak tanıtımlarda kullanılmaları, yani insanların aklında kendine yer edinmesi gerekmektedir (Küçükerdoğan, 2009: 91).

Bülent Erkmen ise şehir tanıtımı ve bir şehrin markalaşması için alanında sağlıklı bir sonuca ulaşılabilmesi için izlenebilecek yolu Arredamento Dekorasyon dergisinde 7 adımda sıralamıştır.

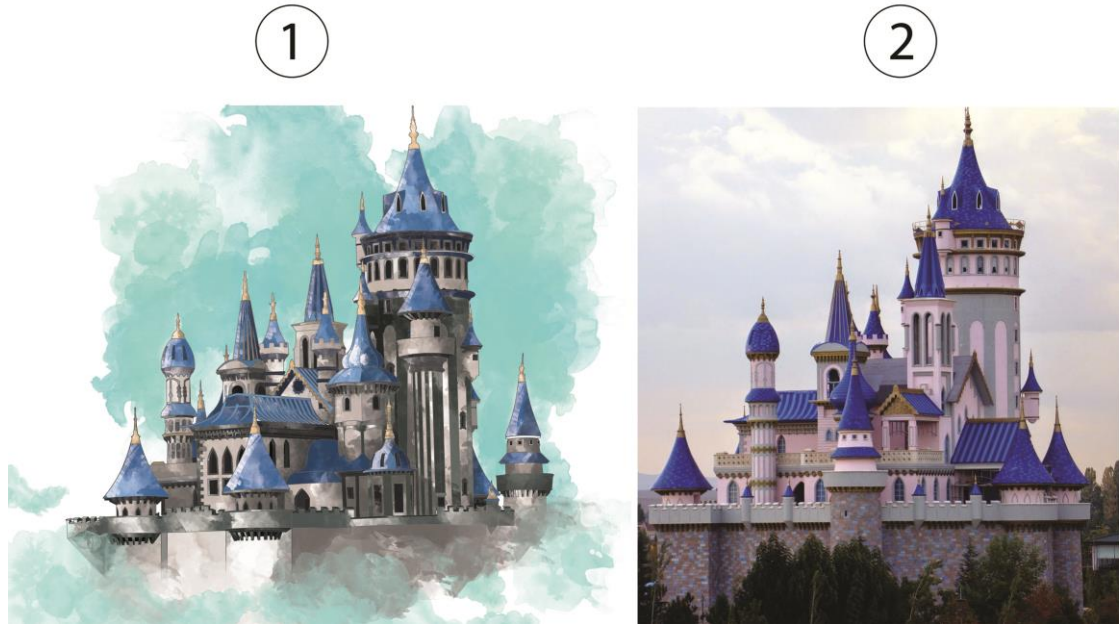
- Erkmen’e göre öncelikle doğru tasarım yapabilmek için doğru bilgi edinilmelidir. Doğru bir bilgi birikimi ile doğru bir tanıtım yapmak mümkündür.
- İkinci adım olarak söz konusu şehir tarif edilmelidir.
- Şehir için yapılacak her şey şehir kimliğine uygun tasarlanmalı ve bu özellikleri ön plana çıkaracak özellikler taşınmalıdır.
- Bir şehri tanıtmak için oluşturulacak kimlikte, tanıtılacak olan şehrin coğrafi, mimari, kültürel, folklorik, tarihsel ya da ekonomik özellikleri göz önünde bulundurularak o şehre ait semboller üretilmelidir.
- Tanıtılacak kentin diğer kentlerden farkı ortaya konulmalıdır. Diğer şehirlerde bulunmayan kente ait özellikler vurgulanmalıdır.
- Kent sadece estetik yönüyle değil, göze hoş gelmeyen ama şehir kimliğini belirleyici bir yol üstlenmiş özellikleriyle de ele alınmalıdır. İtalyan rehber Napoli sokaklarında gezdirdiği turistlere balkonlardan, pencerelerden sarkan ve sokakları kaplayan çamaşırları göstererek “işte bunlar Napoli’nin bayraklarıdır” derken böyle bir bilince sahip olmanın keyfini çıkarmaktadır.
- Şehire uygulanan her şey saptanan kimliğe uygun olmalıdır. Şehrin kültürünü oluşturan her türlü öğe modernize edilmeli ve aslından kopmadan uygulanmalıdır (Erkmen, 1990: 126-127).

3.2. BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde araştırma yapılan görüşme formları analiz edilmiş, varyasyonları incelenmiş ve elde edilen bulgular ile sonuç elde edilmiştir.

Araştırma için, Sakarya Üniversitesinde öğrenim gören Mimarlık, İnşaat Mühendisliği, Resim, Görsel İletişim Tasarımı ve İletişim Tasarımı ve Medya bölümleri 1., 2., 3. ve 4. sınıf öğrencilerine örnek şehir olarak seçilen Eskişehir ve Eskişehir’de bulunan Sazova Parkı, Seyit Battal Gazi Külliyesi ve Odunpazarı Evleri’ nin fotoğraf ve illüstrasyon kullanılmış görselleri gösterilerek görüşmeler yapılmıştır. Görüşme yapılan öğrencilerden 1 ve 2 olarak isimlendirilen görsellere bakarak soruları cevaplamaları istenmiştir. Görüşme formu 5 adet soru ve 5 adet yorum alanı olarak düzenlenmiştir. Araştırma için seçilen bölümlerden Mimarlık ve İnşaat Mühendisliği bölümlerinin tanıtımlarda kullanılan kent imgelerini teknik nitelikte ele aldığı, Resim ve Görsel İletişim Tasarımı bölümlerinin estetik nitelikte ele aldığı, Görsel İletişim ve Medya bölümünün ise görsellerin iletişim kurma yönündeki becerisi alanındaki niteliğiyle ele aldığı ve cevapladığı varsayılmıştır.

Resim 3.1: Görüşme Formunda Kullanılan İllüstrasyon ve Fotoğraf Görselleri



Tablo 3.1: Sakarya Üniversitesi Mimarlık, İnşaat Mühendisliği, Resim, Görsel İletişim Tasarımı, İletişim Tasarımı ve Medya bölümleri 1., 2., 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin 1. Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
Valid	İLLÜSTRASYON	212	84,8	84,8	84,8
	FOTOĞRAF	38	15,2	15,2	100,0
	Total	250	100,0	100,0	

Tablo incelendiğinde 1. soru olan “**Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisinin şehir tanıtım ürünlerinde kullanımı daha olumlu bir etki yaratır?**” sorusuna 212 öğrencinin illüstrasyon, 38 öğrencinin fotoğraf yanıtını verdiği görülmektedir. Tabloda incelendiğinde anket yapılan öğrencilerin %84,8 ‘inin illüstrasyon, %15,2’sinin fotoğraf cevabını verdiğini görülmektedir. Soruya verilen cevaplar göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin çoğunluğunun illüstrasyon yanıtını verdiği görülmektedir. Buna göre görüşme yapılan öğrencilerin büyük bir yüzdesinin şehir tanıtımlarında illüstrasyon kullanımının insanlarda daha olumlu bir etki yaratacağı konusunda hemfikir oldukları sonucuna varılmaktadır.

Tablo 3.2: Sakarya Üniversitesi Mimarlık, İnşaat Mühendisliği, Resim, Görsel İletişim Tasarımı, İletişim Tasarımı ve Medya bölümleri 1., 2., 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin 2. Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	103	41,2	41,2	41,2
	FOTOĞRAF	147	58,8	58,8	100,0
	Total	250	100,0	100,0	

Tablo incelendiğinde “**Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi tanıtılan şehir hakkında verilmek istenen bilgi açısından daha uygun bir görseldir?**” sorusuna 103 öğrencinin illüstrasyon, 147 öğrencinin fotoğraf yanıtını verdiği görülmektedir. Tablo, anket yapılan öğrencilerin %41,2 ‘sinin illüstrasyon,

%58,8'sinin fotoğraf cevabını verdiğini göstermektedir. Soruya verilen cevaplar göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin çoğunluğunun fotoğraf yanıtını verdiğini görülmektedir. Buna göre görüşme yapılan öğrencilerin büyük bir yüzdesinin şehir tanıtılırken şehir hakkında verilmek istenen bilgi açısından fotoğraf kullanılan görselin daha uygun nitelik taşıdığı konusunda hemfikir oldukları sonucuna varılmaktadır.

Tablo 3.3: Sakarya Üniversitesi Mimarlık, İnşaat Mühendisliği, Resim, Görsel İletişim Tasarımı, İletişim Tasarımı ve Medya bölümleri 1., 2., 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin 3. Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid İLLÜSTRASYON	229	91,6	91,6	91,6
FOTOĞRAF	21	8,4	8,4	100,0
Total	250	100,0	100,0	

Tablo incelendiğinde **“Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi estetik açıdan şehir tanıtımlarına daha uygun bir görseldir?”** sorusuna 229 öğrencinin illüstrasyon, 21 öğrencinin fotoğraf yanıtını verdiğini görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda öğrencilerin %91,6 ‘sının illüstrasyon, %8,4’ünün fotoğraf cevabını verdiğini göstermektedir. Soruya verilen cevaplar göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin çoğunluğunun illüstrasyon yanıtını verdiğini görülmektedir. Buna göre görüşme yapılan öğrencilerin büyük bir yüzdesinin şehir tanıtımlarında illüstrasyon kullanımının estetik açıdan daha uygun olduğu fikrine sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 3.4: Sakarya Üniversitesi Mimarlık, İnşaat Mühendisliği, Resim, Görsel İletişim Tasarımı, İletişim Tasarımı ve Medya bölümleri 1., 2., 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin 4. Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	220	88,0	88,0	88,0
	FOTOĞRAF	30	12,0	12,0	100,0
	Total	250	100,0	100,0	

Tablo incelendiğinde “**Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi Eskişehir’deki Sazova Parkı’nda bulunan Mavi Şato’yu görme isteği uyandırma konusunda daha etkilidir ?**” sorusuna 220 öğrencinin illüstrasyon, 30 öğrencinin fotoğraf yanıtını verdiği görülmektedir. Bu durum anket yapılan öğrencilerin %88 ‘inin illüstrasyon, %12’sinin fotoğraf cevabını verdiğini göstermektedir. Soruya verilen cevaplar göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin çoğunluğunun illüstrasyon yanıtını verdiği görülmektedir. Buna göre görüşme yapılan öğrencilerin büyük bir yüzdesinin illüstrasyon kullanılan görselin Eskişehir’deki Sazova Parkı’nda bulunan Mavi Şato’yu görme isteği uyandırma konusunda daha etkili olduğu konusunda aynı fikre sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 3.5: Sakarya Üniversitesi Mimarlık, İnşaat Mühendisliği, Resim, Görsel İletişim Tasarımı, İletişim Tasarımı ve Medya bölümleri 1., 2., 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin 5. Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	202	80,8	80,8	80,8
	FOTOĞRAF	48	19,2	19,2	100,0
	Total	250	100,0	100,0	

Tablo incelendiğinde 5. soru olan “**Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi turistik açıdan daha dikkat çekici ve tanıtım konusunda daha verimli olacak niteliktedir?**” sorusuna 202 öğrencinin illüstrasyon, 48 öğrencinin fotoğraf yanıtını verdiği görülmektedir. Bu durum anket yapılan öğrencilerin %80,8 ‘inin illüstrasyon, %19,2’sinin fotoğraf cevabını verdiğini göstermektedir. Soruya verilen cevaplar göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin çoğunluğunun illüstrasyon yanıtını verdiğini görülmektedir. Buna göre görüşme yapılan öğrencilerin büyük bir yüzdesinin illüstrasyon kullanılan görselin turistik açıdan daha dikkat çekici ve tanıtım konusunda daha verimli olacak nitelikte olduğunu düşündükleri sonucuna varılmaktadır.

Görüşme yapılan bölümler yukarıda belirtilen tablolarda görüldüğü üzere, şehir tanıtımında fotoğraf ve illüstrasyon kullanımı hakkında ortak bir kanıya sahiptirler. Fakat her bölümde sorulara verilen cevap yüzdeleri değişmektedir.

3.2.1. Bölümlerin Görüşme Formundaki Sorulara Verdikleri Cevapların Değerlendirilmesi

Verilen cevapların bölüm bazında incelenmesi, şehir tanıtımlarında fotoğraf ve illüstrasyon kullanımının karşılaştırılmasının öğrenci görüşleri alınarak değerlendirilmesinde okudukları bölümünlerin etkisinin anlaşılabilmesi konusunda önem taşımaktadır. Seçenekler altına açılan açıklama alanları okunup değerlendirilmiş ve belli anahtar kelimeler seçilip değerlendirilmiştir.

Öğrenciler ile yapılan görüşmelerde yapılan açıklamaları değerlendirebilmek için öncelikle yapılan açıklamalar okunmuş ve açıklamalar içerisinden en çok kullanılan kelimeler analiz edilmiştir. Aralarından kullanım sıklıklarına göre en çok kullanılanlar ile anahtar kelimeler oluşturulmuştur.

Çoğunlukla kullanılan kelimeler göz önünde bulundurularak oluşturulan anahtar kelimeler “dikkat çekici, merak uyandıran, sanatsal, etkileyici, göz alıcı, estetik, öznel, masalsı, sıradışı, özgün, amaca uygun, gerçekçi, teknik, doğal, açıklayıcı, detaylı” terimleridir. Bu terimler dışında eş anlamlı kullanılan kelimeler de belirtilen terimlerin kapsamı içerisinde değerlendirilmiştir. Bir görüşme formunun açıklama kısmında “gerçeküstü” veya “hayal dünyası” gibi terimler, verilen cevaplar değerlendirildiğinde “masalsı” olarak kategorilendirilmiş ve bu terimin kapsamında değerlendirilmiştir.

3.2.1.1. Resim Bölümü

Tablo 3.6: Resim Bölümü Öğrencilerinin Birinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	43	86,0	86,0	86,0
	FOTOĞRAF	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisinin şehir tanıtım ürünlerinde kullanımı daha olumlu bir etki yaratır?” sorusuna Resim Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 43 (% 86) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 7 (% 14) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 43 öğrenciden 13’ünün cevaplarında “dikkat çekici”, 13’ünün “merak uyandıran”, 9’unun “etkileyici”, 5’inin “estetik” ve 3’ünün “göz alıcı” terimlerini kullandıkları tespit edilmiştir. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 7 öğrenciden 6’inin “gerçekçi”, 1 öğrencinin “teknik” terimlerini kullandıkları tespit edilmiştir. Resim bölümünün birinci soruya verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde tasarımda illüstrasyon kullanımının daha etkin ve olumlu bir sonuç elde edilmesi açısından önemli olduğu çıkarımı yapılabilmektedir. Veriler incelendiğinde illüstrasyon kullanılan görselin tanıtım ürünlerinde kullanımının daha olumlu bir etki bırakacağı konusunda resim bölümü öğrencilerinin büyük bir çoğunluğunun hemfikir olduğu çıkarımında bulunabiliriz. Verilen cevaplarda kullanılan anahtar kelimeler incelendiğinde illüstrasyon kullanılan görsel daha dikkat çekici bulunmuştur.

Tablo 3.7: Resim Bölümü Öğrencilerinin İkinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	23	46,0	46,0	46,0
	FOTOĞRAF	27	54,0	54,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi tanıtılan şehir hakkında verilmek istenen bilgi açısından daha uygun bir görseldir?” sorusuna Resim Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 23 (% 46) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 27 (% 54) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 27 öğrenciden 23’si “daha gerçekçi”, 4 öğrenci “daha net bilgi vermesi” terimlerini kullanmışlardır. İllüstrasyon seçeneğini işaretleyen 23 öğrenciden 10’u “özel”, 4’ü “estetik”, 5’i “etkileyici”, 4’ü “dikkat çekici” terimlerini kullanmıştır. Resim bölümünün ikinci soruya verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde tasarımda fotoğraf kullanımının tanıtılan şehir hakkında verilmek istenen bilgi açısından daha uygun olduğu sonucuna varılmaktadır. Verilen cevaplar doğrultusunda öğrencilerin “doğru bilgi verme” misyonunu çoğunlukla “gerçekçi olma” durumu ile ilintilendirdikleri ortaya çıkmaktadır. Verilen cevaplardan öğrencilerin şehir hakkında verilmek istenen bilginin gerçek görüntü ile sağlanabileceğini düşündükleri çıkarımı yapılmaktadır.

Tablo 3.8: Resim Bölümü Öğrencilerinin Üçüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	45	90,0	90,0	90,0
	FOTOĞRAF	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi estetik açıdan şehir tanıtımlarına daha uygun bir görseldir?” sorusuna Resim Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 45 (% 90) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 5 (% 10) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. İllüstrasyon seçeneğini işaretleyen 45 öğrenciden 16’sı “estetik”, 11’i “dikkat çekici”, 11’u “özgün”, 5’i “sanatsal”, 2 si “merak uyandıran” terimlerini verdikleri cevaplarda kullanmışlardır. Fotoğraf seçeneğini işaretleyen 5 öğrenciden 4’ü “gerçekçi”, 1’i “modern” terimlerini verdikleri cevaplarda kullanmıştır. Resim bölümünün üçüncü soruya verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde tasarımda illüstrasyon kullanımının estetik açıdan şehir tanıtımlarına daha uygun bir görsel olduğu konusunda öğrencilerin hemfikir oldukları çıkarımı yapılabilmektedir. Yapılan açıklamalarda illüstrasyon kullanımı fotoğraf kullanımına göre daha estetik bulunmuştur.

Tablo 3.9: Resim Bölümü Öğrencilerinin Dördüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid İLLÜSTRASYON	44	88,0	88,0	88,0
FOTOĞRAF	6	12,0	12,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi Eskişehir’deki Sazova Parkı’nda bulunan Mavi Şato’yu görme isteği uyandırma konusunda daha etkilidir?” sorusuna Resim Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 44 (% 88) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 6 (%12) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. İllüstrasyon seçeneğini işaretleyen 44 öğrenciden 15’i “masalsı” terimini, 10’u “dikkat çekici” terimini, 6’sı “merak uyandıran” terimini, 5’i “estetik” terimini, 4’ü “sıradışı” terimini, 4’ü “etkileyici” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini işaretleyen 6 öğrencinin tamamı “gerçekçi” terimini kullanmıştır. Resim bölümünün dördüncü soruya verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde tasarımda illüstrasyon kullanımının Eskişehir’deki Sazova

Parkı'nda bulunan Mavi Şato'yu görme isteği uyandırma konusunda daha etkili olduğu konusunda öğrencilerin aynı düşüncede olduğu sonucuna varılmaktadır. Yapılan açıklamalarda illüstrasyon seçeneğini tercih eden öğrenciler bu kullanımı daha masalsı bulduklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 3.10: Resim Bölümü Öğrencilerinin Beşinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid İLLÜSTRASYON	35	70,0	70,0	70,0
FOTOĞRAF	15	30,0	30,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi turistik açıdan daha dikkat çekici ve tanıtım konusunda daha verimli olacak niteliktedir?” sorusuna Resim Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 35 (% 70) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 15 (% 30) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. İllüstrasyon seçeneğini işaretleyen 35 öğrenciden 13’ü “amaca uygun olma” terimini, 7’si “dikkat çekici” terimini, 7’si “estetik”, 4’ü “merak uyandıran”, 4’ü “özgün” terimlerini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 15 öğrenciden 6’sı “gerçekçi”, 6’sı “etkili” ve 3’ü “açıklayıcı” terimlerini kullanmıştır. Resim bölümünün beşinci soruya verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde tasarımda illüstrasyon kullanımının turistik açıdan daha dikkat çekici ve tanıtım konusunda daha verimli olacak nitelikte olduğu konusunda öğrencilerin çoğunun ortak düşüncede buluştukları sonucuna varılmaktadır. Öğrenciler verdiği cevaplara dair yaptıkları açıklamalarda illüstrasyon kullanımının tanıtım amacına daha uygun olduğuna dair değerlendirmeler yapılmıştır.

3.2.1.2. Mimarlık Bölümü

Tablo 3.11: Mimarlık Bölümü Öğrencilerinin Birinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	46	92,0	92,0	92,0
	FOTOĞRAF	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisinin şehir tanıtım ürünlerinde kullanımı daha olumlu bir etki yaratır?” sorusuna Mimarlık Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 46 (% 92) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 4 (% 8) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 46 öğrenciden 13’ü “özgün”, 10’u “estetik”, 8’i “dikkat çekici”, 6’sı “masalsı”, 5’i “etkileyici” ve 4’ü “merak uyandıran” terimlerini kullanmışlardır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 4 öğrenciden 3’ü “gerçekçi” terimini kullanırken 1 öğrenci “doğal” terimini kullanmıştır. Soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde mimarlık bölümü öğrencilerinin şehir tanıtım ürünlerinde illüstrasyon kullanımının daha olumlu bir etki yaratacağı konusunda ortak bir fikre sahip olduğu çıkarımı yapılmaktadır. Yapılan açıklamalar değerlendirildiğinde ise, sıklıkla kullanılan “özgün” kavramı, illüstrasyonun daha öznel ve tekrarlanamayan özelliğinin şehir tanıtımlarında kullanımının daha olumlu bir etki yaratacağı konusunda. Sonrasında sıklıkla kullanılan diğer kavramlar da illüstrasyon kullanımını destekler niteliktedir.

Tablo 3.12: Mimarlık Bölümü Öğrencilerinin İkinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	25	50,0	50,0	50,0
	FOTOĞRAF	25	50,0	50,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi tanıtılan şehir hakkında verilmek istenen bilgi açısından daha uygun bir görseldir?” sorusuna Mimarlık Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 25 (% 50) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 25 (% 50) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 25 öğrenciden 12’si “amaca uygun”, 8’i “öznel”, 5’i “etkileyici” terimlerini kullanmışlardır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 25 öğrenciden 20’si “gerçekçi”, 3’ü “detaylı”, 2’si “açıklayıcı” terimlerini kullanmıştır. İkinci maddeye olan katılımlar değerlendirildiğinde mimarlık bölümü öğrencilerinin yarısının fotoğraf ve diğer yarısının illüstrasyon seçeneğini tercih ettikleri görülmektedir. Kullanılan görselin, tanıtılan şehir hakkında verilmek istenen bilgi açısından daha uygun olma durumu hem fotoğraf hem de illüstrasyon seçeneğine olan katılımlar eşit orandadır. Açıklamalar değerlendirildiğinde ise, illüstrasyon seçeneğini işaretleyen öğrencilerin illüstrasyon kullanılan görselin tanıtım amacına daha uygun olduğu görüşünde oldukları sonucuna varılırken, fotoğraf seçeneğini işaretleyen öğrencilerin fotoğraf kullanılan görselin daha gerçekçi ve açıklayıcı olduğu düşüncesinde oldukları çıkarımı yapılmaktadır.

Tablo 3.13: Mimarlık Bölümü Öğrencilerinin Üçüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	49	98,0	98,0	98,0
	FOTOĞRAF	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi estetik açıdan şehir tanıtımlarına daha uygun bir görseldir?” sorusuna Mimarlık Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 49 (% 98) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 1 (% 2) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 49 öğrenciden 18’i “estetik”, 10’u “dikkat çekici”, 8’i “sanatsal”, 8’i “öznel”, 5’i “masalsı” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini işaretleyen 1 öğrenci “doğal” terimini kullanmıştır. Üçüncü soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde mimarlık bölümü öğrencilerinin neredeyse tamamının illüstrasyon kullanılan görselin estetik açıdan şehir tanıtımlarına daha uygun bir görsel olduğu konusunda hemfikir oldukları sonucuna varılmaktadır. Maddeye dair yapılan açıklamalar değerlendirildiğinde ise öğrencilerin illüstrasyon kullanılan görseli daha estetik buldukları sonucuna varılmaktadır.

Tablo 3.14: Mimarlık Bölümü Öğrencilerinin Dördüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	47	94,0	94,0	94,0
	FOTOĞRAF	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi Eskişehir’deki Sazova Parkı’nda bulunan Mavi Şato’yu görme isteği uyandırma konusunda daha etkilidir?” sorusuna Mimarlık Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 47 (% 94) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 3 (% 6) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 47 öğrenciden 13’ü “estetik”, 12’si “masalsı”, 9’i “dikkat çekici”, 8’i “etkileyici”, 5’i “amaca uygun” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 3 öğrenci “gerçekçi” terimini kullanmıştır. Dördüncü soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde mimarlık bölümü öğrencilerinin illüstrasyon kullanılan görselin Eskişehir’deki Sazova Parkı’nda bulunan Mavi Şato’yu görme isteği uyandırma konusunda daha etkili olduğu konusunda hemfikir oldukları sonucuna varılmaktadır. Mimarlık bölümü öğrencilerin neredeyse tamamının illüstrasyon seçeneğini tercih ettiği görülmektedir. Maddeye dair yapılan açıklamalar değerlendirildiğinde ise öğrencilerin illüstrasyon kullanılan görseli daha estetik buldukları çıkarımı yapılabilmektedir.

Tablo 3.15: Mimarlık Bölümü Öğrencilerinin Beşinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid İLLÜSTRASYON	40	80,0	80,0	80,0
FOTOĞRAF	10	20,0	20,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi turistik açıdan daha dikkat çekici ve tanıtım konusunda daha verimli olacak niteliktedir?” sorusuna Mimarlık Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 40 (% 80) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 10 (% 20) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 40 öğrenciden 11’i “özgün”, 10’u dikkat “çekici”, 8’i “estetik”, 6’sı “etkileyici”, 5’i “sanatsal” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 10 öğrenciden 8’i “gerçekçi” terimini, 2’si “etkileyici”

terimini kullanmıştır. Beşinci soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde mimarlık bölümü öğrencilerinin illüstrasyon kullanılan görselin turistik açıdan daha dikkat çekici ve tanıtım konusunda daha verimli olacak nitelikte olduğu konusunda hemfikir oldukları sonucuna varılmaktadır. Yapılan açıklamalar değerlendirildiğinde ise illüstrasyon seçeneğini tercih eden öğrencilerin illüstrasyon kullanılan tasarımı daha özgün ve sıradışı buldukları çıkarımı yapılmaktadır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden öğrencilerin ise tanıtım konusunda daha verimli olabilmenin tanıtım ürünlerinde reel görüntü kullanarak mümkün olabileceği konusunda hemfikir oldukları gözlemlenmiştir.

3.2.1.3. İnşaat Mühendisliği Bölüm

Tablo 3.16: İnşaat Mühendisliği Bölümü Öğrencilerinin Birinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid İLLÜSTRASYON	34	68,0	68,0	68,0
FOTOĞRAF	16	32,0	32,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “**Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisinin şehir tanıtım ürünlerinde kullanımı daha olumlu bir etki yaratır?**” sorusuna İnşaat Mühendisliği Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 34 (% 68) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 16 (% 32) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 34 öğrenciden 8’i “dikkat çekici”, 6’sı “estetik”, 6’sı “sanatsal”, 5’i “merak uyandıran”, 5’i “öznel”, 2’si “masalsı” ve 2’si “etkileyici” terimlerini kullanmışlardır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 16 öğrenciden 13’ü “gerçekçi”, 3’ü “açıklayıcı” terimlerini kullanmıştır. Birinci soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde İnşaat Mühendisliği Bölümü öğrencilerinin şehir tanıtım ürünlerinde illüstrasyon kullanımının daha olumlu bir etki yaratacağı konusunda ortak bir fikre sahip olduğu çıkarımı yapılmaktadır. Yapılan açıklamalara bakıldığında ise illüstrasyon seçeneğini tercih eden öğrencilerin illüstrasyon kullanılan tasarımı daha

dikkat çekici buldukları sonucuna varılmaktadır. “Dikkat çekici” teriminden sonra en çok “estetik”, “sanatsal” terimleri kullanılmıştır.

Tablo 3.17: İnşaat Mühendisliği Bölümü Öğrencilerinin İkinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	19	38,0	38,0	38,0
	FOTOĞRAF	31	62,0	62,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi tanıtılan şehir hakkında verilmek istenen bilgi açısından daha uygun bir görseldir?” sorusuna İnşaat Mühendisliği Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 19 (% 32) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 31 (% 62) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. İllüstrasyon seçeneğini tercih eden 19 öğrencinin 9’u “merak uyandıran”, 7’si “amaca uygun olma”, 3’ü “öznel” terimlerini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 31 öğrencinin 21’i “gerçekçi”, 10’u “açıklayıcı” terimlerini kullanmıştır. İkinci soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde İnşaat Mühendisliği Bölümü öğrencilerinin, fotoğraf kullanılan görselin tanıtılan şehir hakkında verilmek istenen bilgi açısından daha uygun olduğu konusunda hemfikir oldukları sonucuna varılmaktadır. Yapılan açıklamalara bakıldığında fotoğraf yanıtı veren öğrencilerin çoğunun “gerçekçi” ya da “açıklayıcı” yanıtlarını verdikleri görülmektedir.

Tablo 3.18: İnşaat Mühendisliği Bölümü Öğrencilerinin Üçüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	42	84,0	84,0	84,0
	FOTOĞRAF	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi estetik açıdan şehir tanıtımlarına daha uygun bir görseldir?” sorusuna İnşaat Mühendisliği Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 42 (% 84) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 8 (% 16) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. İllüstrasyon seçeneğini işaretleyen 42 öğrenciden 23’ü “estetik”, 8’i “özgün”, 5’i “sanatsal”, 4’ü “dikkat çekici”, 2’si “masalsı” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 8 öğrencinin 6’sı “gerçekçi”, 2’si “etkileyici” terimlerini kullanmıştır. Üçüncü soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde İnşaat Mühendisliği Bölümü öğrencilerinin çoğunluğunun illüstrasyon kullanılan görselin (estetik açıdan) şehir tanıtımlarına daha uygun bir görsel olduğu konusunda hemfikir oldukları görülmektedir. Maddeye dair yapılan açıklamalarda öğrencilerin illüstrasyon kullanılan görselin daha estetik bulunduğu sonucuna varılmaktadır. Çünkü “estetik” ve “sanatsal” terimleri sıklıkla kullanılmıştır.

Tablo 3.19: İnşaat Mühendisliği Bölümü Öğrencilerinin Dördüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid İLLÜSTRASYON	40	80,0	80,0	80,0
FOTOĞRAF	10	20,0	20,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi Eskişehir’deki Sazova Parkı’nda bulunan Mavi Şato’yu görme isteği uyandırma konusunda daha etkilidir?” sorusuna İnşaat Mühendisliği Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 40 (% 80) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 10 (% 20) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 40 öğrenciden 14’ü “merak uyandırıcı”, 11’i “masalsı”, 7’si “dikkat çekici”, 5’i “estetik”, 3’ü “sanatsal” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 10 öğrencinin 4’ü “gerçekçi”, 3’ü “açıklayıcı”, 3’ü “doğal” terimini kullanmıştır. Dördüncü soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde İnşaat Mühendisliği Bölümü öğrencilerinin

illüstrasyon kullanılan görselin Eskişehir’deki Sazova Parkı’nda bulunan Mavi Şato’yu görme isteği uyandırma konusunda daha etkili olduğu konusunda hemfikir oldukları sonucuna varılmaktadır. Öğrencilerin açıklamaları değerlendirildiğinde illüstrasyon kullanılan görseli daha merak uyandırıcı ve masalsi buldukları sonucuna varılmaktadır.

Tablo 3.20: İnşaat Mühendisliği Bölümü Öğrencilerinin Beşinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid İLLÜSTRASYON	40	80,0	80,0	80,0
FOTOĞRAF	10	20,0	20,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi turistik açıdan daha dikkat çekici ve tanıtım konusunda daha verimli olacak niteliktedir?” sorusuna İnşaat Mühendisliği Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 40 (% 80) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 10 (% 20) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 40 öğrenciden 17’si “merak uyandıran”, 10’u “estetik”, 8’i “dikkat çekici”, 5’i “amaca uygun olma” terimlerini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 10 öğrencinin 6’sı “gerçekçi”, 3’ü “amaca uygun olma”, 1’i “estetik” terimini kullanmıştır. Beşinci soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde İnşaat Mühendisliği Bölümü öğrencilerinin illüstrasyon kullanılan görselin turistik açıdan daha dikkat çekici ve tanıtım konusunda daha verimli olacak nitelikte olduğu konusunda hemfikir oldukları sonucuna varılmaktadır. Yapılan açıklamalar ve sıklıkla kullanılan terimler değerlendirildiğinde ise illüstrasyon seçeneğini tercih eden öğrencilerin illüstrasyon kullanılan tasarımın daha estetik ve daha merak uyandıran nitelikte olduğu konusunda hemfikir oldukları gözlemlenmiştir. Fotoğraf seçeneğini tercih eden öğrenciler bu kullanımın daha gerçekçi ve amaca uygun olduğu konusunda hemfikirdirler.

3.2.1.4. Görsel İletişim Tasarımı Bölümü

Tablo 3.21: Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Öğrencilerinin Birinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	46	92,0	92,0	92,0
	FOTOĞRAF	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisinin şehir tanıtım ürünlerinde kullanımı daha olumlu bir etki yaratır?” sorusuna Görsel İletişim Tasarımı Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 46 (% 92) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 4 (% 8) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 46 öğrenciden 17’si “dikkat çekici”, 9’u “etkileyici”, 8’i “estetik”, 6’sı “sanatsal”, 3’ü “merak uyandıran” ve 3’ü “masalsı” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 4 öğrencinin 3’ü “gerçekçi” ve 1’i “doğal” terimini kullanmıştır. Birinci soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde Görsel İletişim Tasarımı Bölümü öğrencilerinin şehir tanıtım ürünlerinde illüstrasyon kullanımının daha olumlu bir etki yaratacağı konusunda ortak bir fikre sahip olduğu çıkarımı yapılmaktadır. Yapılan açıklamalara bakıldığında ise illüstrasyon seçeneğini tercih eden öğrencilerin illüstrasyon kullanılan tasarımı daha dikkat çekici ve etkileyici olarak değerlendirdikleri sonucuna varılmaktadır.

Tablo 3.22: Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Öğrencilerinin İkinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	26	52,0	52,0	52,0
	FOTOĞRAF	24	48,0	48,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi tanıtılan şehir hakkında verilmek istenen bilgi açısından daha uygun bir görseldir?” sorusuna Görsel İletişim Tasarımı Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 26 (% 52) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 24 (% 48) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. İllüstrasyon seçeneğini tercih eden 26 öğrencinin 10’u “merak uyandıran”, 8’i “amaca uygun”, 4’ü “etkileyici”, 4’ü “özgün” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 24 öğrencinin 20’si “gerçekçi”, 4’ü “açıklayıcı” terimini kullanmıştır. İkinci Soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde Görsel İletişim Tasarımı Bölümü öğrencilerinin diğer bölümlerden farklı olarak, fotoğraf kullanılan görselin tanıtılan şehir hakkında verilmek istenen bilgi açısından daha uygun olduğu konusunda hemfikir oldukları sonucuna varılmaktadır.

Tablo 3.23: Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Öğrencilerinin Üçüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid İLLÜSTRASYON	48	96,0	96,0	96,0
FOTOĞRAF	2	4,0	4,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi estetik açıdan şehir tanıtımlarına daha uygun bir görseldir?” sorusuna Görsel İletişim Tasarımı Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 48 (% 96) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 2 (% 4) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. İllüstrasyon seçeneğini işaretleyen 48 öğrenciden 20’si “estetik”, 10’u “etkileyici”, 6’sı “dikkat çekici”, 5’i “amaca uygun”, 4’ü “özel”, 3’ü “sanatsal” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 2 öğrenciden 1’i “etkileyici”, 1’i “gerçekçi” terimini kullanmıştır. Üçüncü soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde Görsel İletişim Tasarımı Bölümü öğrencilerinin çoğunluğunun illüstrasyon kullanılan görselin (estetik açıdan) şehir tanıtımlarına daha uygun bir görsel

olduğu konusunda hemfikir oldukları görülmektedir. Yapılan açıklamalarda öğrenciler illüstrasyon kullanılan görselin daha estetik ve etkileyici olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 3.24: Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Öğrencilerinin Dördüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	44	88,0	88,0	88,0
	FOTOĞRAF	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi Eskişehir’deki Sazova Parkı’nda bulunan Mavi Şato’yu görme isteği uyandırma konusunda daha etkilidir?” sorusuna Görsel İletişim Tasarımı Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 44 (% 88) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 6 (% 12) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 44 öğrencinin 19’u “merak uyandıran”, 12’si “masalsı”, 9’u “etkileyici”, 2’si “amaca uygun”, 2’si “estetik” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 6 öğrencinin 4’ü “gerçekçi”, 2’si “açıklayıcı” terimini kullanmıştır. Dördüncü soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde Görsel İletişim Tasarımı Bölümü öğrencilerinin illüstrasyon kullanılan görselin Eskişehir’deki Sazova Parkı’nda bulunan Mavi Şato’yu görme isteği uyandırma konusunda daha etkili olduğu konusunda hemfikir oldukları sonucuna varılmaktadır. Öğrenciler açıklama bölümünde illüstrasyon kullanılan görselin daha merak uyandıran nitelikte olduğuna dair yorumlar yapmışlardır.

Tablo 3.25: Görsel İletişim Tasarımı Bölümü Öğrencilerinin Beşinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	46	92,0	92,0	92,0
	FOTOĞRAF	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “**Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi turistik açıdan daha dikkat çekici ve tanıtım konusunda daha verimli olacak niteliktedir?**” sorusuna Görsel İletişim Tasarımı Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 40 (% 80) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 10 (% 20) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 40 öğrenciden 18’i “dikkat çekici”, 16’sı “merak uyandıran”, 7’si “etkileyici”, 3’ü estetik, 2’si “özgün” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 4 öğrenciden 3’ü “gerçekçi”, 1’i “açıklayıcı” terimini kullanmıştır. Beşinci soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde Görsel İletişim Tasarımı Bölümü öğrencilerinin illüstrasyon kullanılan görselin turistik açıdan daha dikkat çekici ve tanıtım konusunda daha verimli olacak nitelikte olduğu konusunda hemfikir oldukları sonucuna varılmaktadır. Yapılan açıklamalar ve sıklıkla kullanılan terimler değerlendirildiğinde ise illüstrasyon seçeneğini tercih eden öğrencilerin illüstrasyon kullanılan tasarımın daha dikkat çekici buldukları sonucuna varılmaktadır.

3.2.1.5. İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü

Tablo 3.26: İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü Öğrencilerinin Birinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	43	86,0	86,0	86,0
	FOTOĞRAF	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisinin şehir tanıtım ürünlerinde kullanımı daha olumlu bir etki yaratır?” sorusuna İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 43 (% 86) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 7 (% 14) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 43 öğrenciden 13’ü “dikkat çeken”, 11’i “merak uyandırıcı”, 8’i “estetik”, 5’i “özgün”, 4’ü “masalsı”, 2’si “sanatsal” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 7 öğrencinin 5’i “gerçekçi”, 2’si “açıklayıcı” terimini kullanmıştır. Birinci soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü öğrencilerinin şehir tanıtım ürünlerinde illüstrasyon kullanımının daha olumlu bir etki yaratacağı konusunda ortak bir düşünceye sahip olduğu sonucuna varılmaktadır. Yapılan açıklamalara ve açıklamalarda kullanılan terimlere bakıldığında ise öğrencilerin illüstrasyon kullanılan görselin daha merak uyandıran nitelikte olduğu düşüncesinde oldukları sonucuna varılmaktadır.

Tablo 3.27: İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü Öğrencilerinin İkinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	10	20,0	20,0	20,0
	FOTOĞRAF	40	80,0	80,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi tanıtılan şehir hakkında verilmek istenen bilgi açısından daha uygun bir görseldir?” sorusuna, İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 10 (% 20) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 40 (% 80) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. İllüstrasyon seçeneğini tercih eden 10 öğrencinin 6’sı “merak uyandıran”, 3’ü “amaca uygun” ve 1’i “etkileyici” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 40 öğrencinin 31’i “gerçekçi” ve 9’u “açıklayıcı” terimlerini kullanmıştır. İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü öğrencilerinin ikinci Soruya verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, fotoğraf seçeneğinin tercih oranının diğer bölümlere göre çok daha yüksek olduğu görülmektedir. Fotoğraf seçeneğini tercih eden öğrenciler fotoğraf kullanılan görselin daha gerçekçi olduğu bilgisini açıklama kısmında aktarmışlardır. İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü öğrencilerine göre fotoğraf kullanılan görsel tanıtılan şehir hakkında verilmek istenen bilgi açısından daha uygun bir görseldir.

Tablo 3.28: İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü Öğrencilerinin Üçüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	İLLÜSTRASYON	45	90,0	90,0	90,0
	FOTOĞRAF	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi estetik açıdan şehir tanıtımlarına daha uygun bir görseldir?” sorusuna İletişim Tasarımı ve Medya öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 45 (% 90) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 5 (% 10) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. İllüstrasyon seçeneğini işaretleyen 45 öğrenciden 23’ü “estetik”, 9’u “dikkat çekici”, 7’si “özgün”, 5’i “sanatsal”, 1’i “etkileyici” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 5 öğrencinin tümü “gerçekçi” terimini kullanmıştır. Üçüncü soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü öğrencilerinin çoğunluğunun illüstrasyon kullanılan görselin (estetik açıdan) şehir tanıtımlarına daha uygun bir görsel olduğu konusunda hemfikir oldukları görülmektedir. Yapılan açıklamalarda öğrenciler illüstrasyon kullanılan görselin daha dikkat çekici ve özgün olduğuna dair yorumlar yapılmıştır.

Tablo 3.29: İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü Öğrencilerinin Dördüncü Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid İLLÜSTRASYON	45	90,0	90,0	90,0
FOTOĞRAF	5	10,0	10,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi Eskişehir’deki Sazova Parkı’nda bulunan Mavi Şato’yu görme isteği uyandırma konusunda daha etkilidir?” sorusuna İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 45 (% 90) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 5 (% 10) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 45 öğrencinin 22’si “merak uyandıran”, 7’si “etkileyici”, 6’sı “dikkat çekici”, 5’i estetik, 5’i “masalsı” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 5 öğrencinin tümü “gerçekçi” terimini kullanmıştır. Dördüncü Soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü öğrencilerinin illüstrasyon kullanılan görselin Eskişehir’deki Sazova Parkı’nda bulunan Mavi Şato’yu görme isteği

uyandırma konusunda daha etkili olduğu konusunda hemfikir oldukları sonucuna varılmaktadır. Öğrenciler açıklama bölümünde illüstrasyon kullanılan görselin daha merak uyandıran ve etkileyici olduğunu niteleyen terimler ve cümleler kullanılmıştır.

Tablo 3.30: İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü Öğrencilerinin Beşinci Soruya Verdikleri Yanıtların Ortalaması

S5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid İLLÜSTRASYON	41	82,0	82,0	82,0
FOTOĞRAF	9	18,0	18,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Yukarıda görülen tabloda “Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi turistik açıdan daha dikkat çekici ve tanıtım konusunda daha verimli olacak niteliktedir?” sorusuna İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü öğrencilerinin verdiği cevapların değerleri görülmektedir. Soruya 41 (% 82) öğrenci illüstrasyon yanıtını vermişken 9 (% 18) öğrenci fotoğraf seçeneğini işaretlemiştir. Açıklamalar için açılan alanlardaki cevaplar değerlendirildiğinde illüstrasyon seçeneğini tercih eden 41 öğrencinin 15’i “dikkat çekici”, 10’u “merak uyandıran”, 9’u “estetik”, 7’si “etkileyici” terimini kullanmıştır. Fotoğraf seçeneğini tercih eden 9 öğrencinin 4’ü “gerçekçi”, 3’ü “doğal”, 2’si “açıklayıcı” terimlerini kullanmıştır. Beşinci soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde İletişim Tasarımı ve Medya Bölümü öğrencilerinin illüstrasyon kullanılan görselin turistik açıdan daha dikkat çekici ve tanıtım konusunda daha verimli olacak nitelikte olduğu konusunda hemfikir oldukları sonucuna varılmaktadır. Yapılan açıklamalar ve açıklamarda sıklıkla kullanılan terimler değerlendirildiğinde ise illüstrasyon seçeneğini tercih eden öğrencilerin tasarımda illüstrasyon kullanımını daha dikkat çekici ve estetik buldukları gözlemlenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Şehir tanıtımlarındaki sorunların çözümünde öğrenci görüşlerini ve farkındalık durumlarının değerlendirilmesi, daha işlevsel ve verimli tanıtım ürünleri ortaya koyulabilmesi amacı ile yapılan “İllüstrasyon ve Fotoğraf Kullanımının Şehirlerin Tanıtım Ürünleri Üzerinden Karşılaştırılması (Eskişehir Örneğinde Üniversite Öğrencilerinin Görüşlerinin Değerlendirilmesi)” konulu araştırmanın değerlendirmeleri aşağıdaki gibidir.

Görüşmeye katılan öğrencilerin genel olarak illüstrasyon kullanılan görseli tercih ettikleri görülmüştür. Açıklamalarında kullandıkları terimler göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin illüstrasyon tekniğini daha ilgi çekici, masalsı, estetik ve şehir tanıtımına uygun buldukları sonucuna varılmıştır.

Öğrencilerin fotoğraf seçeneğine olan katılımları değerlendirildiğinde açıklama kısmında belirtilen tercih sebepleri genel olarak fotoğrafın daha gerçekçi olması yönündedir. Fakat unutulmamalıdır ki reklam bilgi kaynağı değildir. Reklam bir arzu nesnesi yaratan ve bunun arkasına gizlenen bir amaçtır. Ticari, sosyal ya da politik nitelikli de olsa reklamın temel amacı insanları inandırmak, ikna etmektir. Yani reklam bireyleri tanıtılan ürünü almaya yönlendiren ve bireylerin davranış ve fikirlerini etkin bir değiştirebilme gücüne sahip bir olgudur. Reklam insanların dikkatlerini çekebilmek için ve ürünün özelliklerini aktarabilmek için mantığa ve semboller aracılığı ile düşlerine seslenerek duygusal iletiler aktarırlar (Küçükerdoğan ve Zeybek, 2015: 31). Yapılan açıklamalarda öğrencilerin kullandıkları masalsı, estetik, özgün gibi kavramlar illüstrasyonun öğrencilerin düşlerine, amaca uygun, dikkat çekici ve açıklayıcı gibi terimler ise mantıklarına yakın bulduklarını göstermektedir.

Üniversitenin ilgili bölümleri arasında verilen cevap yoğunluklarının benzerlik gösterdiği sonucuna varılmıştır. Sakarya Üniversitesinde öğrenim gören Mimarlık, İnşaat Mühendisliği, Resim, Görsel İletişim Tasarımı, İletişim Tasarımı ve Medya bölümleri 1., 2., 3. ve 4. sınıf öğrencileri illüstrasyonu tanıtım ürünlerinde kullanıma daha uygun bulmuştur.

Tanıtılmak istenen herhangi bir bölge, soyut düşünce ya da materyal, eğer kaliteli sonuçlar elde edilmesi amaçlanıyorsa, yapılan tanıtımların etkisinin uzun süreli olması bekleniyorsa ve hedef kitle için tasarlanan tasarım ürünlerinden olumlu sonuçlar

alınmak isteniyorsa, ürünler için grafiksel alanda kendine yer açacak profesyonellikte düzenlemeler yapılmalı ve ürünler sıradan kalıpların içerisinde sunulmamalıdır.

İllüstrasyonda kullanılan renk, gerçek dışı biçimlendirme, doku vb. tasarım unsurları öğrencilerin dikkatini fotoğraftan daha çok çekmiştir. Öğrencilerin büyük bir yüzdesinin farklı bölümlerde ve sınıflarda olmalarına rağmen açıklamalarında benzer terimlere yer vermeleri bu durumun kanıtıdır.

Görüşme formları sonucunda elde edilen veriler değerlendirildiğinde illüstrasyon tekniği kullanılan görsel düzenleme estetik açıdan fotoğrafa oranla daha fazla tercih edilmiştir. Aynı zamanda insanlarda merak uyandırması, tanıtım amacına daha uygun bulunması, daha öznel etkileri olması (kullanılan renkler, biçimde aşırı olmayan deformasyonlar) illüstrasyon tekniğine fotoğraf tekniğine oranla daha fazla tercih edilmesinin sebepleri arasındadır. Görüşmelerde öğrencilerin büyük bir çoğunluğu hayal gücünün tasarımda kullanımı sebebi ile illüstrasyonu tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bu durumda illüstrasyonun tanıtım ürünlerinde kullanımının fotoğraf tekniğine oranla daha etkili olduğu söylenebilir. Bununla birlikte fotoğrafın gerçekleri olduğu gibi yansıtması ve insanlara bölgeyi ya da mekanı fotoğraf sanatçısının bakış açısı ile (herhangi bir deformasyon olmadan) aktarması fotoğraf tekniğinin tercih edilme sebepleri arasındadır. Görüşme yapılan öğrencilerin bir kısmı seyahat edecekleri bölge hakkında hayal kırıklığına uğramamak için tanıtım ürünlerinde fotoğraf kullanımının daha doğru bir teknik olduğunu belirtmişlerdir. Tanıtım ürünlerinde kullanılmak üzere resimlenecek olan bölgenin özelliklerine sadık kalarak yapılan bir illüstrasyon çalışması ile hem ilgi çeken bir tanıtım ürünü oluşturulabilir hem de insanlara gerçek olmayan bilgi vermekten kaçınılmış olunur. Aynı zamanda tanıtım ürünleri ile iletilen mesajın alıcılarda gidilecek yerin araştırılması konusunda merak uyandırması sonucunda insanların seyahat etmeyi düşündükleri bölgeyi araştırması daha sağlıklı sonuçlar elde edilmesi açısından önemlidir.

Öneriler

Tüm bulgular değerlendirildiğinde elde edilen bilgiler doğrultusunda şu önerilerde bulunulabilir;

1. Şehirlerin tanıtımlarından önce kendi alanlarında yetkin sanatçılar tarafından resimlenecek şehri tanımak ve özelliklerini daha net algılayabilmek ve bu doğrultuda daha sağlıklı aktarabilmek için araştırma yapılması önerilir.
2. Yapılan araştırmalar doğrultusunda resimlemeler tanıtım ürünlerine tasarım ilkeleri dikkate alınarak, doğru bir düzenleme ile uygulanmalıdır.
3. İnsanlar tanıtımın doğrudan bilgi vermek olmadığı konusunda bilinçlendirilmelidir.
4. Tanıtım yapılacak olan şehir stilize edilip o şekilde resmedileceği için şehir hakkında verilecek bilgilerin ve insan algısının zedelenmemesi adına profesyoneller ile işbirliği yapılmalıdır.
5. Şehrin tanıtılmak ve markalaştırılmak istenilen bölgeleri resimleme tekniği (illüstrasyon) ile tanıtım ürünlerinde kullanılmalıdır.



EKLER

Ek 1. Anket Soruları

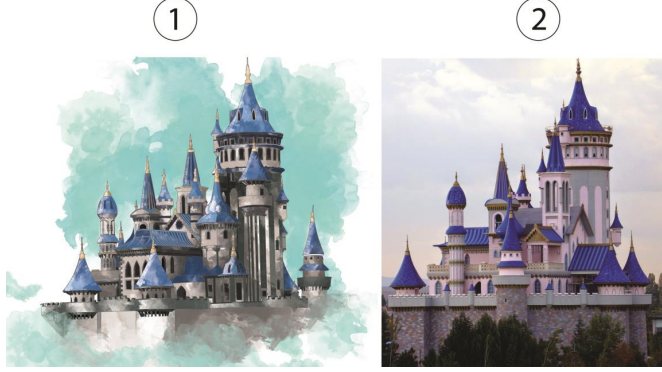
İsim:

Soyisim:

Yaş:

Bölüm:

Sınıf:



1) Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisinin şehir tanıtım ürünlerinde kullanımı daha olumlu bir etki yaratır?

a)1

b)2

Cevabınızın gerekçesini açıklayınız.

.....

2) Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi tanıtılan şehir hakkında verilmek istenen bilgi açısından daha uygun bir görseldir?

a)1

b)2

Cevabınızın gerekçesini açıklayınız.

.....

3) Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi estetik açıdan şehir tanıtımlarında kullanıma daha uygundur?

a)1

b)2

Cevabınızın gerekçesini açıklayınız.

.....

4) Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi Eskişehir'deki Sazova Parkı'nda bulunan Mavi Şato'yu görme isteği uyandırma konusunda daha etkilidir?

a)1

b)2

Cevabınızın gerekçesini açıklayınız.

.....

5) Anket konusunu oluşturan iki görselden hangisi turistik açıdan daha dikkat çekici ve tanıtım konusunda verimli niteliktedir?

a)1

b)2

Cevabınızın gerekçesini açıklayınız.

.....

Ek 2. İllüstrasyon Uygulamaları

Ek 2.1. Eskişehir Sazova Parkı Kristof Kolomb'un Gemisi



Ek 2.2. Eskişehir Sazova Parkı Masal Şatosu

Ek 2.3. Eskişehir Tarihi Odunpazarı Evleri**Ek 2.4. Eskişehir Seyit Battal Gazi Külliyesi**

KAYNAKÇA

- ABDULGANİ, Arıkan, (2008), **Grafik Tasarımda Görsel Algı**, Eğitim Akademi Yayınları, Konya.
- AK, Semra Güler, (2009), Fotoğrafın Kısa Tarihi, Temel Fotoğraf Bilgileri ve Tanıtım Fotoğrafçılığı, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ALTINTAŞ, Osman, ELİRİ, İsa, (2012), “Birey Toplum İlişkisinde Kent Kültürü, Kamusal Alan ve Onda Şekillenen Sanat Olgusu”, **İdil Sanat ve Dil Dergisi**, Sayı: 5, Konya, ss.63-67.
- AMBROSE, Gavin, HARRIS Paul, (2013), **Grafik Tasarımda Tasarım Fikri**, A. Güliden T. – Melike T. (Çev.), Literatür Yayınları, İstanbul.
- ATEŞ, Nuray Büşra, (2013), “Digital Art, İllustration (Dijital Boyama Sanatı) Nedir?”, <http://grafikpatikasi.blogspot.com.tr/2013/04/digital-painting-art-dijital-boyama.html> (14.04.2013)
- BECER, Emre, (2005), **İletişim ve Grafik Tasarım**, Dost Kitabevi, Ankara.
- BİGALI, Şeref, (1984), **Resim Sanatı**, Şafak Matbaası, Ankara.
- BOUBAT, Edouard, (1974), **Fotoğraf Sanatı**, M.Nejat Ö. (Çev.), İnkılap Kitabevi, İstanbul.
- ÇAM, A. Tekin, (2012) **İllustration – İllüstrasyon**, Alternatif Yayıncılık, İstanbul.
- DAĞ, Elif Songür, (2013), “İllüstrasyonun Altın Çağı” , **Grafik Tasarım Dergisi**, Yıl: 2013, Sayı: 54, İstanbul, ss.46-50.
- DEMİR, Hüseyin, (2012), “Mersin’de Kentsel Kimlik Göstergeleri Olarak Kullanılan Logolara İlişkin Bir Değerlendirme”, **Atatürk Üniversitesi Sanat Dergisi**, Yıl: 2012, Sayı: 22, Erzurum, ss.115-122.

- DORA, Serkan, (2003), **Büyüyen Fotoğraf Küçülen Sosyoloji**, Babil Yayınevi, İstanbul
- ERKMEN, Bülent, (1990), “Şehir Kimliği ve Şehir Mobilyası Üzerine”, **Arredamento Dekorasyon Dergisi**, Yıl: 1990, Sayı: 17, İstanbul, ss. 126-127.
- ERYILMAZ, Sümer, (1983), **Genel Fotoğrafçılık**, İnkılap ve Aka Kitabevleri, İstanbul.
- ERZEN, J.N. (1997), “İllüstrasyon” **Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi**, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, c.II, İstanbul, ss.841-842.
- GOMBRICH, E.H., (1986), **Sanatın Öyküsü**, Remzi Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- GÜRSÖZLÜ, Suat, (2006), “Reklam Sektöründe İllüstrasyon Ve Fotoğraf Kullanımının, Tasarım Çözümlerinde Gereklikliği Ve Nedenleri” Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- HEDGECOE, John, (1996), **Her Yönüyle Fotoğraf Sanatı**, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- HİDAYETOĞLU, Tuna Ferit, (2008), “Güzel Sanatlar Fakülteleri Lisans Programlarında Yer Alan İllüstrasyon Derslerinin Eleştirisel Bir İncelemesi” Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- İMER, Ümit, (1977), **Her Yönüyle Modern Fotoğraf Sanatı**, Geçit Kitabevi, İstanbul.
- KANBUROĞLU, Özer, (2004), **A’dan Z’ye Fotoğraf**, Say Yayınları, Ankara.
- KANBUROĞLU, Özer, (2005), **Yeni Başlayanlar İçin Fotoğraf**, İ.Ü.İletişim Fakültesi Yayını, İstanbul.
- KARA, Cem, (2004), “Günümüz İllüstrasyon Sanatı”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- KARA, Cem, (2011), “İllüstrasyona Giriş: Beş Temel Biçimsel Unsur”, **IFAS Uluslararası Sanat Sempozyumu Bildiriler Kitabı**, Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, 1. Baskı, 20-22 Ekim 2011, Konya, ss.109
- KELEŞ, Ruşen, (2006), **Kentleşme Politikası**, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.

- KEŞ, Yusuf, (2001), “Görsel İletişimde İllüstrasyonun Kullanım Alanlarına Kuramsal Bir Yaklaşım”, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- KETENCİ, H. Fehmi, BİLGİLİ, Can, (2006), **Yongaların 10.000 Yıllık Gizemli Dansı - Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, Beta Yayınları, İstanbul.
- KILIÇ, Levend, (2002), **Fotoğrafa Başlarken**, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- KILIÇ, Levend, (2012), **Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi**, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- KİPER, Perihan, (2004), “Küreselleşme Sürecinde Kentlerimize Giren Tüketim Mekanları ve Yitirilen Kent Kimlikleri”, **Planlama Dergisi**, Sayı: 4, Ankara, ss.14
- KÜÇÜKERDOĞAN, Rengin, (2009), “Algı Her Şeydir: Pazarlama İletişimi ve Marka Sembolleri”, **The Brand Age Dergisi**, Yıl:2009, Sayı: 1, İstanbul, ss.90-92.
- KÜÇÜKERDOĞAN, Rengin, ZEYBEK, Işıl, (2015), “Görmek, Algılamak ve İkna Etmek”, **Grafik Tasarım Dergisi**, Yıl:2015, Sayı: 65, İstanbul, ss.30-37.
- LUPTON, Ellen, PHILLIPS, Jennifer Cole, (2008), **Graphic Design The New Basics**, Princenton Architecture Press, Newyork.
- LYNCH, Kevin, (2015), **Kent İmgesi**, İrem B. (Çev.), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul: s.1
- PARLAK, Harun, (2006), **Temel Grafik Tasarım Bilgisi**, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- PARRAMON, Jose M., (1999), **Çizim ve Resim Sanatı**, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- PRÄKEL, David, (2012), **Görsel Fotoğrafçılık Sözlüğü**, Literatür Yayınları, İstanbul.
- TEK, Özgür, (2000), “Bilimsel Görüntüleme Tarihi”, **Bilim ve Teknik Dergisi**, Yıl:2000, Sayı:389, Ankara.

TEPECİK, Adnan, (2002), **Grafik Sanatlar: Tarih – Tasarım – Teknoloji**, Detay Yayınları, Ankara.

TUNA, Serdar, (1997), “İlkokuma ve Yazma Öğretiminde İllüstrasyondan Faydalanma” Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

TÜRKER, Kemal, (2011), **Sanatsal Çizgi**, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.

UÇAR, T. Fikret, (2004), **Görsel İletişim ve Grafik Tasarım**, İnkılap Yayınevi, İstanbul.

WIGAN, Mark, (2012), **Görsel İllüstrasyon Sözlüğü**, Literatür Kitabevi, İstanbul.

WİKİPEDİ, (2013), “Dijital İllüstrasyon”,
https://tr.wikipedia.org/wiki/Dijital_ill%C3%BCstrasyon (14 Mart 2016).

DİZİN

-A-

Afiş 20
Airbrush vii, xii, 39, 40
Ambalaj xii, 20, 21
Art Nouveau xii, 14, 15
Arts and Crafts 14, 15

102, 103, 104, 105, 113, 114, 115,
116

İllüstrasyon ii, iii, v, vii, ix, xii, xiii, 1, 2,
8, 9, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20,
24, 25, 26, 29, 32, 39, 40, 42, 80, 86,
87, 88, 94, 95, 98, 102, 103, 105, 110,
113, 114, 116

-B-

Bauhaus 14
Biçim vii, 30

-J-

Joseph Nicéphore Niépce xii, 51, 52

-Ç-

Çizgi vii, 27, 28, 116

-K-

Kentleşme 114
Kimlik 113

-D-

Dijital vii, 40, 41, 113, 116
Diyafram viii, xii, 57, 58

-L-

Louis Jacques Mande Daguerre ..xii, 52,
53

-E-

Elmas Sutra xii, 12, 13
Eskişehir..ii, iii, iv, ix, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 80,
83, 87, 92, 95, 99, 103, 105, 109, 110,
111, 112

-M-

Mesaj 43

-F-

Fotoğraf...ii, iii, v, viii, xii, xiii, 2, 6, 47,
52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 63, 65,
66, 68, 69, 70, 71, 72, 80, 85, 86, 87,
88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97,
98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105,
113, 114, 115

-O-

Objektif.. viii, xiii, 26, 30, 65, 68, 71, 72
Obtüratör viii, xii, 58, 59

-G-

Grafik ..i, iv, v, 19, 27, 77, 113, 115, 116
Guaj vii, 37

-Ö-

Ölçü vii, 30

-R-

Reklam....iv, v, vii, xii, 1, 14, 16, 19, 20,
21, 78, 105, 114
Renk vii, 28, 29, 36, 74

-İ-

İletişim iv, ix, x, xi, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 19,
80, 81, 82, 83, 97, 98, 99, 100, 101,

-S-

Sanat 8, 18, 19, 41, 76, 113, 114
Sistem 62

-Ş-

Şehir 3, 78, 79, 105, 114

-T-

Tanıtım ii, iii, v, 1, 2, 105, 106, 107, 113
Tasarım . iv, v, vii, 19, 25, 26, 31, 34, 42,
43, 113, 114, 115, 116
Teknik vii, xii, 23, 24, 32, 69, 115

Thomas Wedgwood xii, 50

-Y-

Yayın vii, 22
Yön vii, 31

-Z-

Zoom viii, xiii, 71, 72

