

TASARIMDA BOŞLUK

Kavram olarak boşluk, doğrudan yokluk anlamına gelmemektedir. Çevremizde inşa ettiğimiz ve doğal olarak yer alan her nesne boşluk sağladığı arka plan üzerinde varlık kazanır. Grafik tasarım alanını da kapsayan boşluk, içerik ve biçim arasındaki ikili bağın oluşturulmasını sağlayan önemli bir kavramdır. Boşluk, tasarımcının harekete geçeceği zemini teşkil etmektedir. Kimi tasarımda boşluk geniş bir alana yayılarak varlık bulurken, kimi tasarımlarda da boşluğun yüzeyin büyük bir bölümünü kapsadığı gözlemlenebilir. Boşluğun görsel hiyerarşiye bağlı olarak yapılandırılması, tasarıma anlam yükleyen bir işlemdir. Bu bakımdan boşluk tasarımın temelini teşkil etmektedir. Tasarım sürecinde boşluğun önemi asla göz ardı edilmemelidir. Boşluk ter türlü tasarımda temel öğelerden biridir.

YAŞAMDA BOŞLUK ALGISI

Boşluk, varlığı ve var olanı belirleyen alandır. Bu yönüyle boşluk, yokluk değildir. Boşluk, varlık alanını temsil eden sonsuzluğun kendisidir. Bu sonsuzluk, evrenin zemin oluşturduğu mekândır. Canlının var olabilmesi için gereken zemin/boşluk; atmosferik, mevsimsel, su ve oksijene dayalı bir alt zemin ve boşluk içermelidir. Canlı ve cansız varlıkların üzerinde yükseldiği ve var olduğu esas zemin boşluğun ta kendisidir. Zaman ve mekân olarak sonsuz bir boşlukta yer alan bizler, bizi kapsayan boşluğun ve sonsuzluğun içerisinde bir varlık kazanmaktayız. Tıpkı dünyamızı çevreleyen evren gibi, tasarım da boşluğa bağlı olarak belirli bir düzen içermektedir.

TASARIM VE BOŞLUK İLİŞKİSİ

Boşluk algısı, tüm sanat ve tasarım disiplinleri açısından da ortak bir paydadır. Bir heykeltıraş, bir ressam ya da bir grafik tasarımcı için yaratıcı düşünme ve üretmenin temelinde var olan bir kavramdır. Görsel sanatları kapsayan boşluk algısı, pek çok bilimsel alanda olduğu gibi müzik alanı açısından da önemli bir kavramdır. Müziğin ritmi ve boşluk arasında ikili bir ilişki vardır ve bu birliktelik, boşluk ve tasarım arasında da ikili bir anlam katmanları oluşturulur. Tasarımcı; grafik ürünleri kapsayan boşluğu grafik öğelerle yapılandırırken, aynı zamanda boşluğu da bir grafik öğe olarak tasarlamakla yükümlüdür. Boşlukla var olan her tasarım fikri, aynı zamanda boşluğun tasarlanacağı bir yüzeye ihtiyaç duymaktadır. Tasarımda boşluk; sınırlarla tanımlanan tasarım yüzeyindeki her bir görsel öğe kadar, tüm tasarım yüzeyi ve aynı zamanda tasarım ürünün yer aldığı mekânı kapsayan bir kavramdır. Tasarımın temel taşıyıcısı ve yapısal bir parçası olarak boşluk kavramı tasarımcının bilgi, anlam ve mesaja yönelik öznel anlatım dilini yansıtmaktadır. Boşluk, etkili bir tasarım ve mesajın temel dayanaklarından biridir. Boşluğun tasarlanması, tasarım düşüncesinin doğru bir şekilde ifade edilmesi açısından önemlidir. Tasarım açısından her bir kavram ve görsel öğe, boşluk kavramı açısından değer taşır. Boşluk anlayışı, görsel öğelere değer katan bir etkide mesajın anlamını güçlendirir. Tasarıma göre değişkenlik gösterebilen boşluk algısı, tasarımcının içerikle kurduğu ilişkide gizlidir. Boşluk, görsel hiyerarşi açısından iyi organize olmuş yüzey/yüzeyler bütünüdür. Boşluk, içerik ve biçim arasındaki doğru etkileşimi yansıtır. Bu sayede grafik ürüne nitelik kazandıran boşluk, tasarımın görsel iletişimdeki olumlu etkisini güçlendirir. Boşluğun tasarlanmasıyla oluşturulan mekânda, vurgu açısından güçlü ve bütünsel bir algılamının egemenliği sağlanmış olur. Boşluğu Tasarlamak Boşluk, tasarımın olanaklarına göre değişkenlik gösterebilen bir kavramdır. Bu yönüyle boşluk, tasarımcının tasarım problemine nasıl bir perspektiften baktığıyla ilgilidir. Bazı tasarımlarda büyük bir alanı kapsayan boş alanlar, grafik öğelerin etkisini toparlayıcı ve anlamı destekleyici bir etkiye sahip iken bazı tasarımlarda ise boşluğun giderek aza indirgenmesi ya da yok edilmesiyle tasarıma farklı anlamlar yüklenebilmektedir. Tasarımdaki boşluk anlayışı, tasarımda yer verilen tüm görsel öğeler arasındaki hiyerarşinin, belirlenen sistem dâhilinde organize edilmesine bağlıdır. Bu doğrultuda görsel iletişim açısından mesajın iletilmesini sağlayan şey, tasarımla sağlanan boşluk anlayışı ve boşluk algısıdır. Her tasarım boşluğun değerlendirildiği bir süreci kapsamaktadır. Bir tasarımda yer alacak görsel öğeler arasındaki orantısal ilişkiler, boşluk sayesinde sağlanır. Boşluğun bir tasarımdaki hiyerarşi bazı tasarımlarda tüm tasarım yüzeyine hâkim bir etkide iken, bazı tasarımlarda ise yok denilebilecek kadar azdır. Tasarım anlayışındaki bu değişkenliğe neden olan şey, boşluğun tasarlanma yöntemidir. Boşluk tasarımın en temel birimidir. Her tasarım ürünü tasarlanacak bir boşluğa ihtiyaç duyar. Tasarımda boşluk, içeriğin belirlediği bir kavramdır ve içeriğin belirlediği bir biçim diline yansıtılır. Tasarımın sınırları, boşluğun tasarlanması etkileyen temel bir unsurdur. Boşluğun tasarlanması, tasarımın boş yüzeyinin doğru bir biçimde yapılandırılmasıdır. Bu yapılandırma, mesajın etkisini güçlendiren bir etkide tasarıma öznel bir bakış ve öznel bir kimlik kazandırır. Bu yönüyle

tasarım yüzeyi, boşluğa dikkat edilerek yapılandırılır. Tasarımdaki Boşluğun Anlama Etkisi Bir tasarımı kapsayan tüm yüzeyler, boşluk açısından tasarlanır. Tasarım problemine yönelik yüzey yapılandırılırken boşluğu aza indirmek ya da tamamen yok etmek, tasarımcının o anki yaratıcı düşünme yöntemine göre değişkenlik gösterebilen bir anlayıştır. Boşluk, sadece tasarımın boş yüzeyi değildir. Aksine boşluk, tasarımda tasarlanan bir boşluktur. Boşluk, tasarlanan her bir grafik öğeye özne kimlik kazandırır. Başarılı bir tasarım, boşluk algısı açısından iyi değerlendirilmiş bir yüzey ya da yüzeyler bütünüdür. Tasarımda iyi organize edilmiş boş yüzeyler, grafik öğelerin vurgusunu güçlendirir. Boşluk anlayışı, her bir tasarım ürününün bir diğeriyle olan farklılığında belirleyici rol oynamaktadır. Her bir grafik öğe kadar boşluğunda kendine ait bir tasarım dili vardır. Tasarım sürecinde değerlendirilen boşluk anlayışı, tasarımın hedefine hizmet etmektedir. Boş yüzeyler varlığı ile tasarımı etkilediği gibi, yokluğuyla da tasarımda bir anlamı ifade edebilir. Tasarımda boşluk, tasarımcının hayal gücüne bağlı olarak iletmek istediği mesaja göre farklılık gösterebilir. Tasarımcının düş dünyasından izler taşıyan boş yüzeyler, tasarımların içeriğiyle bağ kuran bir etkide grafik öğelerin anlamını zenginleştirmektedir. Grafik öğeler arasındaki ilişkiye bağlı olarak görsel hiyerarşinin sağlanmasına neden olan şey, tasarımdaki boşluk anlayışıdır. Boşluk anlayışı, izleyici bakışını yönlendiren bir etkide görsel mesajın algılanmasını etkilemektedir. Her başarılı bir grafik üründe, iyi kurgulanmış bir boşluk vardır. Herhangi bir fotoğraftaki renk tonunun boşluk açısından bir değer taşıması gibi bir tasarımda yer verilen renk öğesi de, boşluk anlayışı ve boşluk algısı açısından değer taşımaktadır. Boşluk, tasarımda sadece renk kullanılmadan boş bırakılmış olan yüzey ya da yüzeyler değildir. Tasarımdaki boşluk algısı tasarımcının, tasarım yüzeyindeki grafik öğeler arasında dengeli bir ilişkiye yönelik orantının sağlanmasında belirleyici bir öğedir. Grafik ürüne yönelik her bir tasarım yüzeyini kapsayan boşluk, kitap tasarımı açısından da önemli bir öğedir. Bir kitap tasarımı açısından karşılıklı iki sayfada kaç görsel öğeye yer verileceği, boşluğun tasarlanması açısından değer taşımaktadır.

TASARIMDA ÖN-ARKA PLAN İLİŞKİSİ

Katmanlı yapıya sahip olan canlı ve cansız varlıklar, ön-arka plan ilişkisi açısından değer taşımaktadır. Ön-arka plan ilişkisi, varlıklar arasındaki ilişkileri belirlemede de temel bir etkidir. Görsel dünyadaki canlı ve cansız varlıkların oluşturduğu sıra/düzen ilişkisi bizlere, ön-arka plan ilişkisine bağlı olan bir algılamayı zorunlu kılmaktadır. Sanat ve tasarım disiplinleri açısından da önemli bir kavram olan ön-arka plan ilişkisi, tasarım fikrine ışık tutmaktadır. Ön-arka plan ilişkisinin tasarım yüzeyindeki varlığı, grafik ögeye öznel bir kimlik kazandırabilir. Tasarımın olanaklarına göre değişkenlik gösteren ön-arka planlar, tek veya birden fazla grafik ögeyi kapsayabilir. Bu noktada grafik ögeler arasında ön-arka plan ilişkisinin var olduğu bir yüzey, tasarımın kapsadığı mesajı dolaylı ya da dolaysız yoldan etkilemektedir.

ÖN-ARKA PLAN İLİŞKİSİNİN YAŞAMDAKİ ETKİNLİĞİ

Duyusal etkileşime yönelik önemli bir kavram olan ön-arka plan ilişkisi, yaşantılarımızda aktif bir rol üstlenmektedir. Günlük yaşamın her kesiti, içinde ön-arka plan ilişkisinin olduğu bir süreç kapsamaktadır. Ön-arka plan ilişkisi iletişime yönelik düşünce ve davranış biçimimizi etkilemektedir. Görsel dünyanın katmanlı olan hiyerarşik yapısıyla algılanan ön-arka planlar, yaşamın ayrılmaz bir parçasıdır. Bir kavram olarak ön-arka planın belleğimizdeki varlığı düşüncelerimize, beden dilimize ve hareketlerimize yansımaktadır. İnsanın düşünme ve eylemde bulunma yetisini etkileyebilen ön-arka plan ilişkisi bilimsel veri niteliği taşıyan bir fikirde aktif ya da pasif rol üstlenebilir. Felsefe ve psikolojiye yönelik düşünürlerin de algı dünyasını etkileyen ön-arka plan kavramı, sanat ve tasarım disiplinleri açısından da önemli bir yapı elemanıdır. Algı dünyamızı etkileyen ön-arka plan ilişkisinin yaşamdaki etkinliği, görsel iletişime katkı sağlamaktadır. Tek bir mimari yapı kadar, birden çok mimari yapı arasındaki sıra/düzen ilişkisini kapsamaktadır. Toplumsal yaşama yönelik şehir planlaması açısından değer taşımaktadır. Yaşadığımız mekânlardaki her bir nesneyi bir diğeriyle ilişkilendirerek düzenlemeler yapmamızı etkilemektedir. Ön-arka plan ilişkisi, görsel dünya görüntüsünün her kesitini kapsamaktadır. Görsel dünya görüntüsü, ön-arka plan ilişkisine yönelik algımızı yanıltabilir. Bu da bizlere, varlıkların kapsayan katmanlara yönelik hatalı varsayımlarda bulunmamıza neden olabilir.

ÖN-ARKA PLAN İLİŞKİSİNİN TASARIMDAKİ ETKİNLİĞİ

Bir tasarım yüzeyi tek bir katmandan oluşacağı gibi, iki veya çok sayıda katmandan oluşabilmektedir. Katmanlı yüzeye yönelik yapılacak görsel araştırmalar yaratıcılığın gelişmesine neden olacağı gibi yüzey değerlendirmeyi ilgilendiren doku, ritim, simetri/asimetri, yön, orantı, görsel hiyerarşi ve vurgu gibi kavramların yüzey değerlendirme bilincindeki etkinliğini kavratarak, görsel hiyerarşiye yönelik deneyim kazanmayı sağlayacaktır. Katmanlı yapıya yönelik yapılacak görsel araştırmalar, tasarım fikrine yönelik ve biçim arasında doğru saptamalarda bulunmayı da etkileyecektir. Herhangi bir tasarım fikrine yönelik ön-arka plan ilişkileriyle sağlanan katmanlar, grafik ögelere nitelik kazandıracaktır. Katmanlar, vurgunun belirlenmesinde etken olabilir. Tasarım yüzeyindeki tek bir grafik öge, bir veya birden çok katmanlı yapı içerebilir. Kavramlar, tasarımda sadece teknik ve estetik değer taşıma hedefinde değildir. Tasarımda bütünsel bir algılamayı destekleyen katmanlar, tasarım sürecinde pasif ya da aktif rol üstlenebilir. Tasarımda iyi örgütlenmiş katmanlar, izleyici algılarını yönetebilir. Tasarımda Tek Katmanlı Yüzey Tek katmanlı yüzey; arka plan olarak tanımlanan bir zemin üzerinde, bir veya birden fazla grafik ögenin aynı düzlemde algılandığı bir tasarımdır. Tek katmanlı yüzey açısından bir tasarım düzleminde kaç grafik ögenin yer alacağı tasarımcının, içerikle kurduğu ilişkiye göre farklılık göstermektedir. Bu tasarım anlayışına göre; tasarım düzlemindeki tek veya çok sayıdaki grafik ögeler, kendi içinde ön-arka plan ilişkisine yönelik katmanlı bir yapı içermemektedir. Tek katmanlı yüzey açısından grafik öge/ögelere bulunduğu yüzey ön plan, tasarım düzleminin zemini ise arka plandır. Tasarımın ön planında algılanan grafik ögeler arasındaki görsel hiyerarşi, mesajı etkin kılacak şekilde orantılanmalıdır. Tek katmanlı yüzey açısından tasarım sürecinde değerlendirilen her bir ögenin mesaj yönelik değer taşıması gerekmektedir. İçinde katman bulunmayan bir tasarım sergilendiği veya yer aldığı mekânla değerlendirilen tek katmanlı bir yüzey içerebilmektedir. Bir grafik öge kendi içinde katmanlı yapıya sahip olabilir. Tek katmanlı yüzey, simetrik veya asimetrik bir düzen içerebilir. Tasarımdaki tek katman, tasarımcının duygu ve düşüncelerini yansıtan bir yüzeydir. Tasarımda İki Katmanlı Yüzey İki katmanlı yüzey; arka plan olarak tanımlanan bir zemin üzerinde, iki veya çok sayıdaki grafik öge arasındaki ilişkilere bağlı

olarak iki katmanın yer aldığı bir tasarımdır. Bu tasarım anlayışına göre, iki grafik öge birbirinin önünde veya arkasında kalacak biçimde konumlanmaktadır. Artık en üstte kalan grafik ögenin ön plan olarak işlev gördüğü tasarım, yine tek katmanlı tasarımda olduğu gibi dolaylı veya dolaysız yoldan mesaja yönelik bir değer taşımaktadır. İki katmanlı yüzey açısından bir tasarımda tek bir grafik öge ön planda yer alacağı gibi, iki veya çok sayıdaki grafik öge de aynı ön planda yer alacak şekilde de tasarlanabilir. Görme sistemimiz gördüğümüz bir görüntüyü algılamaya yönelik farklı varsayımlarda bulunabilmektedir. Bu varsayımlar tasarımdaki iki katmanlı yüzeyi olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilir. Tasarımda Çok Katmanlı Yüzey Çok katmanlı yüzey; arka plan olarak tanımlanan bir zemin üzerinde, birden fazla grafik öge arasındaki ilişkiye bağlı olarak çok sayıda katmanın yer aldığı bir tasarımdır. Bu tasarım anlayışına göre grafik ögeler arasındaki ön-arka planlar, bazı ögelerin pasif, bazı ögelerin ise aktif konumda algılanmasına neden olmaktadır. Çok katmanlı yüzeyin tasarımdaki etkinliği, grafik ögelerin önem sırasına göre dizilişini etkilemektedir. Tasarımdaki katmanlar bazı ögelere vurgu yapılırken, bazı ögeleri ise geri planda algılatacaktır. Tasarımdaki orantı sayesinde sağlanan bu görsel hiyerarşi, mesajın etkisini güçlendirmeye yönelik izleyen algısını yönetebilmektedir. Çok katmanlı yüzey açısından her bir grafik öge, tasarım yüzeyinde bir kez yer alacağı gibi, tekrara bağlı olarak çok sayıda da yer alabilir. Ancak çok katmanlı yapıya bağlı olarak grafik ögelerin birbiriyle ilişkilendirildiği tasarım, görsel hiyerarşiye yönelik başarı kriteri taşımaktadır. Grafik Tasarımda Katmanlı Yüzey ve Anlam İlişkisi Tasarımcının görsel fikrine ışık tutacak her türden grafik öge, tasarımda anlam katmanları oluşturabilir. Tasarımcının görsel dilini zenginleştiren katmanlar, tasarıma öznel bir kimlik kazandıracaktır. Bir grafik tasarımcının algısı, tasarladığı her yüzeyi görsel iletişimle ilişkilendirmeye alışıktır. Tasarımdaki katmanlar, esas öge veya yardımcı öge olarak görsel mesaja hizmet etmektedir. Tek, iki ya da çok katmanlı yüzeye yönelik tasarımdaki katmanı belirleyen şey, grafik ögelerin kendi içinde oluşturduğu katmanlardır. Bir veya birden fazla katmanlı yüzeye sahip olan tasarımın biçim dili, içeriğe bazen direkt bazen de dolaylı yoldan göndermede bulunabilir. Bu noktada tasarımdaki katmanlar, görsel probleme yönelik denklemi çözmeye yardımcı olan, tasarımın soyut olan kavramlarından biridir.

TASARIMDA AÇIK VE KAPALI KOMPOZİSYON

Yazılı ve sözlü iletişime yönelik duygu ve düşüncenin aktarım şeklini belirleyen kompozisyon, görsel iletişim açısından da önemli bir kavramdır. Tasarımın biçim dilini oluşturan bu kavram, tasarımcının duygu ve düşüncelerinin aktarım şeklini belirlemektedir. Bir grafik kompozisyonda yer alacak görsel öğeler arasında uyumlu birlikteliğin sağlanması gerekmektedir. Tasarımın sınırlı yüzeyine göre değişkenlik gösteren bir yapıda olabilen kompozisyon, “açık kompozisyon” ve “kapalı kompozisyon” olarak iki farklı biçimde sınıflandırılmaktadır. Grafik kompozisyon, görsel öge/öğelerin tasarımı kapsayan sınırlarla olan ilişkisine göre değişkenlik göstermektedir. Bu açıdan bir tasarımın açık veya kapalı kompozisyon şeklinde ifade edilmesine neden olan şey, tasarım yüzeyindeki görsel öğeler arasındaki orantı ve görsel hiyerarşiyle sağlanan yapısal ilişkisidir.

BİR KAVRAM OLARAK KOMPOZİSYON VE GÖRSEL DÜNYA

Görsel dünyanın bazı kesitleri, bir kavram olarak açık veya kapalı kompozisyon şeklinde tanımlayabileceğimiz görüntüler içermektedir. Bu bakış açısına göre; görsel dünyanın herhangi bir kesitine açık veya kapalı kompozisyon şeklinde yüklemde bulunmamıza neden olan şey, varlıklar arasındaki ilişkiyi kapsayan hiyerarşik düzendir. Görsel dünya görüntüsüne yönelik belirlenen bir kadrajda, eğer dokulu bir yüzey varsa, bu dokulu yüzeyin algımızdaki etkinliği, bizlere bu fotoğrafın açık kompozisyon açısından değer taşıyabileceğini gösterebilir. Görsel dünya görüntüsünü bazen açık bazen de kapalı kompozisyonu örnekleyecek şekilde görmek, ancak sınırlarla tanımlanan bir bakış yönüne göre algılanabilir. Görmeyi kapsayan açık ve kapalı kompozisyon, tasarım öğretileri ışığında görsel dünya görüntüsüne anlam yüklemektir. Açık ve kapalı kompozisyon, görsel dünyaya bakış açımıza göre değişkenlik gösteren bir algılanma içermektedir. Günlük yaşamda sıklıkla karşılaştığımız tasarım ürünleri, açık veya kapalı kompozisyon açısından değer taşımaktadır.

TASARIMDA KOMPOZİSYON

Tasarım fikrini kapsayan kompozisyon; yerleştirme, düzenleme, yapılandırma veya kurgulama sözcüklerini karşılayan bir kavramdır. Genel bir ifade ile kompozisyon; içeriği kapsayan görsel öge/öğeleri, tasarım yüzeyiyle ilişkilendirecek bir şekilde düzenlemektir. Bu yönüyle “tasarım” ve “kompozisyon” birbirini karşılayan iki terim gibidir. Kompozisyonda orantı ve görsel hiyerarşinin etkinliği vardır. Bir tasarımın aynı zamanda açık veya kapalı kompozisyon olarak nitelendirilmesine neden olan şey, tasarım yüzeyini çevreleyen sınırlardır. Her tasarım kompozisyon, her kompozisyon tasarım açısından değer taşımaktadır. Kompozisyon üretmenin başlangıcı yaratıcı fikirdir. Kompozisyon görme ile düşünme arasındaki diyalektiğin kendisidir. Bir tasarım fikrini kapsayan açık veya kapalı kompozisyon, tasarımcının belirleyeceği bir anlayıştır. Açık veya kapalı kompozisyon, hedeflenen mesaja yönelik anlam taşımalıdır. Açık ve kapalı kompozisyonun oluşturulmasında; denge, orantı ve görsel hiyerarşi, görsel devamlılık, bütünlük ve vurgu gibi tasarım ilkelerinin etkinliği vardır. Kompozisyon, biçim ve içerik arasındaki etkileşimin ürünüdür. İçerik, açık veya kapalı kompozisyonun belirlenmesinde etken olabilir. Tasarımdaki parça/bütün ilişkisi, kompozisyona yönelik değer taşımaktadır. Kompozisyonda; düzen, birlik, bütün, bağlantı, biçim, görsel dil gibi sözcüklerin etkinliği vardır. Temel Tasarımda Açık Kompozisyon Açık kompozisyon ile sağlanacak iyi bir görsel etki, tasarımcının beceri kabiliyetinin yansımasıdır. Başarılı bir açık kompozisyonu sağlayan prensip, görsel öğelerin yenilik içeren biçim dili ile organize olmasıdır. Görsel öğelerin bir araya gelme şekli, yüzeyin açık kompozisyonu örneklemesinde aktif veya pasif etken olacaktır. Açık kompozisyon, doğası gereği bazı görsel öğelerin belirsizlik içermesine neden olmaktadır. İçinde mesaj barındıran açık kompozisyonun doğruluğu, tasarım sürecinin her aşamasında sorgulanır. Bu sorgulara göre farklı yapısal olasılıklar değerlendirilir ve gerekirse orantı ve hiyerarşik düzen yeniden tasarlanır. Tasarım yüzeyinin sınırlarıyla ilişki hâlinde olan görsel öge kesitleri, tanımlı veya tanımsız bir biçimi ifade edebilir. Açık kompozisyon kriteri taşıyan görsel araştırmalar ile amaç, hedeflenen görsel etkiye yönelik dengeli bir kadrajın oluşturulmasıdır. Bir açık kompozisyon, içinde gizem barındırabilir. Bu gizem, hedeflenen görsel etkiye göre değişkenlik gösterebilir. Temel Tasarımda Kapalı Kompozisyon Bir tasarımdaki görsel öğelerin tümü, sınırlarla tanımlanan tasarım yüzeyin içinde kalacak şekilde yapılandırılmışsa, bu tasarım kapalı kompozisyon açısından değer taşımaktadır. Kapalı kompozisyon açısından sınırlı bir yüzeyi yapılandırmak, bilinçli bir örgütlenme gerektirir. Görsel öğelerin sınırlarla belirlenen iki boyutlu bir yüzeydeki etkinliği, kapalı kompozisyonun vurgusunu güçlendirmede rol oynayacaktır. Görsel öğelerden bazılarının etrafındaki sınırlar açık kompozisyon açısından değer taşısa

bile, kapalı kompozisyonu örnekleyebilir. Kapalı kompozisyon, içinde sınırlarla tanımlanmış olan ve açık kompozisyon değeri taşıyan görsel öğeler barındırabilir. Kapalı kompozisyonun iki boyutlu yüzeydeki etkinliği, tasarımcıdan tasarımcıya değişkenlik gösteren bir anlayışta, sonsuz biçim dilini örnekleyebilir. Yapılacak her türlü biçimsel yapı, farklı kavramlarla ilişkilendirileceği gibi görsel öğeleri kapsayan biçimsel tavır, iletilmek istenen mesajın vurgusunu belirleyecektir. Tasarımda Açık Kompozisyon ve Anlam İlişkisi Herhangi bir açık kompozisyona yönelik tasarımcıya yol gösteren, öncelikle zihnin imgelerdir. Bu imgelerin kompozisyondaki somut şekli, tasarımcının içerikle kurduğu ilişkiyi belirleyecektir. Açık kompozisyonu örnekleyecek pek çok grafik ürün vardır. Sonsuz bir görüntüden kesit alınmış gibi algılanan açık kompozisyon, tasarımda mesajı etkin kılmak için başvurulan bir yöntemdir. Kapalı kompozisyon, tasarımcının bir yüzeydeki etkinliğini temelden etkilemektedir. Orantı ve hiyerarşik düzenle sağlanabilen vurgu ve açık kompozisyon arasında ikili bir ilişki vardır. İçinde mesaj barındıran açık kompozisyonun doğruluğu, tasarım sürecinin her aşamasında sorgulanır. Bu sorgulara göre farklı yapısal olasılıklar yeniden değerlendirilir ve gerekirse orantı ve hiyerarşik düzen yeniden tasarlanır. Bu değişkenlik, tasarımcının ikna olduğu an son bulur. Tasarımda Kapalı Kompozisyon ve Anlam İlişkisi İçeriğin belirlediği kapsam, tasarımcıyı bazen açık bazen de kapalı kompozisyona yönlendirebilir. Tasarımcının tasarım sürecinde aldığı kararlara göre değişkenlik gösterebilen bu anlayış, mesajın vurgusunu farklı biçimlerde etkileyen bir yapıda görsel iletişime değer katmaktadır. Biçimsel organizasyonun açık veya kapalı şekli, hedeflenen mesajın başarı kriterini belirler. Açık bir kompozisyonda olduğu gibi, kapalı kompozisyonu oluşturan bileşenler de, farklı miktarlarda anlamı destekleme hedefindedir. Bir kapalı kompozisyonun anlamla olan doğru ilişkisi, mesajın etkisini güçlendirecektir. Başarılı bir kapalı kompozisyon, etkileyici biçim dili ve içerik arasındaki dengeli yaklaşımda gizlidir. Bazen anlam, bir veya birden çok görsel öğenin tasarım yüzeyinden dışarı doğru taşacak şekilde konumlandırılmasıyla etkili olurken bazen de anlam, tüm görsel öğelerin tasarımın sınırları içinde kalmasıyla sağlanır. Bir grafik kompozisyonun tasarım sürecinde, dört temel kavramın etkinliği vardır. Bunlar; içerik, biçim, mesaj ve hedef kitledir.

TASARIMDA PERSPEKTİF

Resim sanatında gerçeğin olduğu gibi aktarılmasında kullanılacak bir yöntem olarak keşfedilen perspektif sanatçının araştırma çabaları sonucu doğan bir yeniliktir. Perspektif bilgisine sahip olmak gerçeklik ve iki boyuttaki yanılısama arasındaki ilişki üzerine köprü kurmak gibi düşünülebilir. Perspektif bugün için de aynı tanımlamaya sahip, temel bir biçimlendirme yöntemi olsa da, salt gerçek görünümü aktarmada kullanılan bir yöntem olmanın ötesinde aynı zamanda günümüz eserlerinde sezgisel bir derinlik, boşluk veya mekân algısının yaratılmasında kullanılması gereken bir yönetime ve kullanılan bir kavrama da evrilmiştir.

PERSPEKTİF

Bir teknik terim olarak kullanılan ‘perspektif’ kelimesi ise sanat ve tasarım alanında, iki boyutlu düzlem üzerinde üç boyutlu görünüm ya da derinlik etkisi yaratma yöntemidir. Bir başka deyiş ile perspektif ya da ‘perspektif çizim’ veya ‘perspektif görünüm’ belirli bir bakış açısından alınan görüntünün iki boyutlu düzlem üzerine aktarılan üç boyut etkisindeki gerçekçi yansımasıdır. Perspektif çizim uygulamalarında nesnelere arasındaki mesafe ilişkisi ya da kişinin bakış açısından onun nesneyle arasındaki ilişki; yakında olanların büyük, arka plandakiler ise giderek daha da küçülmesi şeklindedir. Bu yöntemle kazanılan derinlik etkisi, sanat ve tasarım çalışmalarında gerçeklik algısının oluşturulmasında aranan başlıca unsurlardan biridir. Derinlik etkisini oluşturan çizgisel ve renk perspektifi şeklinde iki farklı perspektif yöntemi bulunur. Çizgisel perspektif çizgilerin sonsuz bir noktada birleşmesi mantığı üzerine kurulu olup, nesnelere arasındaki oran-orantı, büyüklük, konum gibi ilişkileri düzenler. Renk perspektifinde ise izleyene yakın olan nesnelere daha belirgin ayrıntılara ve kuvvetli renklere sahipken, arka planda yer alan ve giderek uzaklaşan nesnelere ise daha yüzeysel ve solgun renklere sahiptirler. Çalışmalarda rengin bu şekilde bilinçli kullanımı ile kompozisyon içinde ön-arka plan ilişkisi kurulur. Diğer bir deyiş ile bir perspektif görünüm veya derinlik etkisi yaratılır. Çizgisel (Doğrusal) Perspektif Demir yolu çizgilerinin uzaktaki bir noktada birleşmesi örneğinden de anlaşıldığı üzere çizgi ve alanlardan meydana gelmiş olan doğadaki bütün nesnelere kafamızda tasarladığımızdan farklı duruş ve bakış durumumuza göre türlü görünümlere bürünürler. Perspektif işte nesnelere meydana getiren bu çizgi ve alanların değişmesinden ve bu değişikliklerin resim kâğıdı üzerinde gerçeğe uygun olarak nasıl çizileceğinden söz eder. Çizgisel perspektif yönteminde nesnelere konumu ve görünümünde, izleyenin bakış açısına göre belirlenen ilk yardımcı çizim unsuru ufuk çizgisi ’ (ya da göz çizgisi) olacaktır. Bu yatay çizginin konumu yine izleyenin duruşuna göre değişiklik gösterebilir. Nesnelere eğer ufuk çizgisinin üstünde yer alıyorsa alt yüzleri, eğer ufuk çizgisinin altında yer alıyorsa üst yüzleri görülecektir. Bununla birlikte eğer tam ufuk çizgisi üstünde yer alıyorsa da ne üst yüzleri ne de alt yüzleri görülebilecektir. Ufuk çizgisi elemanı ile birlikte kullanılan diğer yardımcı elemanlar ise kaçış noktası ve kaçış çizgileridir. Kaçış noktası, demiryolu örneğinde de verilen ve giderek daralıp ufuk çizgisi üzerinde birleşen paralel çizgilerin birleştiği noktadır. Ufuk çizgisi üzerinde gözün tam karşı noktasında belirlenen bu noktaya çizim dilinde ‘esas nokta’ adı da verilir. Nesne çiziminde bize paralel olarak görünen kenarlarının belirlenmesinde ise kaçma noktası ile birleştirilen yardımcı çizgilere de ‘kaçış çizgileri’ adı verilmektedir. Bir veya birden fazla kaçış noktasının kullanımıyla gerçekleştirilen üç farklı perspektif çizim yöntemi bulunmaktadır. Tek kaçış noktalı perspektif çizimlerine ‘paralel perspektif’ adı da verilir. Nesnenin birbirine paralel olan iki kenarının uç noktalarından çıkan kaçış çizgilerinin ufuk çizgisi üzerinde yer alan tek bir noktada, kaçma noktasında birleştirilmesi ile oluşturulur. Paralel perspektifte nesnenin bir yüzü direkt olarak bize doğru bakmaktadır. Çift kaçış noktalı perspektif yöntemine ise aynı zamanda ‘açısal’ ya da ‘çapraz perspektif’ de denilmektedir. Bu yöntemle nesneden çıkan kaçış çizgileri ufuk çizgisi üzerinde iki farklı kaçış noktasında birleşir. Nesneye ait bir kenarın bizim tarafımıza doğru baktığı yöntemle birbirine dik olan iki farklı yüzey görülebilir. Üç kaçış noktalı perspektife diğer taraftan ‘eğik perspektif’ adı da verilmektedir. Üç kaçışlı perspektif yönteminde nesneye ait hiçbir kenar dik açı yapacak bir şekilde konumlanmamaktadır. Renk (Hava-Atmosferik) Perspektif Renk perspektifi, atmosferik perspektif ya da hava perspektifi adı verdiğimiz bu yöntem; nesnenin gözden uzaklaştıkça renklerinde yaşanan soluklaşma veya detaylarındaki netliğin ya da ayrıntının azalması mantığına dayanmaktadır. Baktığımız noktadan uzaklaştıkça nesnelere fiziksel özelliklerinde yaşanan bu değişim, nesne ile izleyen arasında daha fazla boşluğun, diğer bir deyiş ile daha fazla hava hacminin ya da atmosferin girmesiyle açıklanmaktadır. Gölgeler Perspektif Belirli bir ışık kaynağından gelen

aydınlatma ile resimlemelerde nesnelere hacimsel etkilerini oluşturacak gölge kullanımları söz konusu olur. Nesne ve ışık kaynağının konumuna göre farklı boy ve yönlerde gölgeler, diğer bir deyiş ile nesnelere ait farklı gölge perspektifleri oluşabilmektedir. Güneş (doğal ışık kaynağı) ile nesnelere arasındaki mesafe çok fazla olduğundan bu ışık kaynağıyla paralel gölgelerin oluştuğu söylenebilir. Işınlar, yapay ışık kaynağında ise doğal ışık kaynağının tersine bir merkezden dışarıya doğru genişleyerek (radyal olarak) yayılırlar.

PERSPEKTİFİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Çizim ile ilgili alanlarda derinlik etkisi geliştirmek için ele alınmış olan perspektifin ilk kullanıma başlaması Rönesans Dönemi'yle eşleştirilmektedir. Genel kanı matematiksel perspektifin Floransa'da Brunelleschi tarafından icat edildiği ve Leon Battista Alberti tarafından da betimlendiği şeklindedir. Alberti'ye göre perspektif Mimar Filippo (Brunelleschi) ile arkadaşı heykeltıraş Donatello tarafından bulunmuştu. 15. yüzyılda yaşayan Floransalı heykeltıraş Lorenzo Ghiberti perspektifi bir bilim terimi olmanın yanında bir sanat terimine dönüştüren ilk kişiydi. Matematikçi olarak yetişen bir ressam olan Piero della Francesca ise perspektif üzerine yazan ilk sanatçı olmuştu. Öte yandan mimar Brunelleschi daha ileri giderek matematiksel perspektifi doğrudan mimari mekânın (Floransa Katedrali'nin meydanı ve Palazzo dei Signori) düzenlemesi için kullanmıştı. Rönesans Dönemi'nin devamında gelen barok dönemin çoklu bakış açısı, esnek ve katılıktan uzak yaklaşımı, Rönesans perspektifinde çevrenin görünümünü tek bir bakış açısından ele alma, kesin, net ve tanımlı her yerde aynı olan uygulama biçimine karşıt olarak biçimlenecektir. 20. yüzyıla gelindiğinde ise modernist akımlar ile birlikte Rönesans'ın merkezî perspektife göre düzenlenmiş resim anlayışından tamamıyla uzaklaştığı görülmektedir. Modern resim ve sonrasında sanatçı daha kişisel yaklaşımlarla mekân veya boşluk algısı oluşturmaya, perspektifi bu amaç için bir araç olarak kullanmaya başlamıştır.

TASARIMDA PERSPEKTİF VE DERİNLİK UYGULAMALARI

Grafik tasarımcı da görsel sanatların birçok alanında olduğu gibi temanın yeterince doğru bir şekilde iletilmesini sağlamak için birtakım kurgular yapar. Bu amaçla akla gelen ilk yöntemlerden bir tanesi elbette ki; mesajı öne çıkartacak olan bir sıralama, yani hiyerarşinin kullanılmasıdır. Grafik tasarım alanında da hiyerarşiyi sağlamak için perspektif yöntemlerinden yararlanılır. Tasarım öğelerinin bir sıralama içinde izleyene sunulması, aktarılmak istenen bilginin daha verimli bir şekilde algılanmasını sağlayacağı kesindir. Bir tasarımda olmazsa olmaz hiyerarşi kuralı; dikkatin en önemli öğeden en az olana doğru devam ettirilmesini sağlamaktır. Bir grafik tasarım içinde hiyerarşinin verimli bir şekilde kullanılması, tasarımın başarısını etkileyen en önemli unsurlardan biri olup, yoğun imge dünyası içinde bilginin net bir biçimde aktarılmasını sağlayarak, tasarımın işlevsel görevini de yerine getirmesini kolaylaştıracaktır. Bir grafik tasarıma derinlik etkisi kazandırmak ya da izleyenin ilgisini çekecek bir sunum hazırlamak için, sezgisel bir anlatımla da olsa gerçeklik algısını yansıtmak gerekebilir. Bir başka ifade ile ortaya çıkartılan gerçekçilik ya da hacim duygusu ile izleyende tasarımın aslında iki boyutlu bir alan içinde sınırlı kalmadığı etkisi uyandırılabilir. Gerçeklik yanılsamasının bu şekilde tasarım içinde yer alması izleyen için ilginç veya dikkat çekici bir durumdur. Diğer taraftan perspektif görünümüm ile oluşturulacak etki aynı zamanda da izleyenin tasarım içerisindeki göz akışını kontrol eden, onu yönlendiren bilinçli bir tasarım öğesidir. Zıtlıkların kullanımı derinlik hissini oluşturmada bir başka önemli kuraldır. İstenilen öğelerin odak noktasına alınması veya ön plana çıkartılmasında, etkili veya dengeli bir kompozisyon oluşturmada, baskın öğelerin çekimlik öğelerle bir arada, bir düzen için kullanılması gerekmektedir. Tüm elemanların aynı etkiyi devam ettirdiği bir tasarımda dengeden, derinlikten bahsedilemeyeceği gibi, çok sesli ya da zayıf bir görünüm ile karmaşanın ortaya çıkması da pek olasıdır.

TASARIMDA KOLAJ

Modernist sanatçılar, sanat formları üzerine deneyselliği dile getirerek yeni biçimsel arayışlara ve anlatımlara yönelmişlerdir. Bu durum geçmişten kopuşu göstererek yepyeni bir devrimin önünü açan gelişmelerin arka arkaya gelmesini sağlamıştır. Bu yaklaşım, sanat ve tasarım alanında yeni anlayışların ortaya çıkmasını sağlayan temel bir dayanak oluşturmuştur. Kolaj mantığında yapılan üretim, yani birbirinden farklı parçalarla, bir araya getirmelerle yeni bir bütün oluşturma sanatçının yeni rolünün en önemli ifade biçimlerinden biri olduğu söylenebilir. Modernist sanatçı, kolaj yöntemini hızlı ve sayısız alternatif üretime olanağı sağlaması hem duraklatıcı hem de düşündürücü kompozisyonlarda etkili olması ve sanatın yeni tanımının en uygun anlatım yöntemi olması nedeniyle öncelikle kullanmak istemiş ve geliştirmiştir.

KOLAJ

Sanatçı, çevresindeki dünyayı tanımlama çabasındayken kendi yapısına uygun olan en iyi anlatım ya da üretim aracını, yani ifade biçimini belirlemek, çoğu zaman da keşfetmek durumundadır. Sanat alanındaki bu araştırmacı yaklaşımın ve değişimin en belirgin ve en dinamik örneklerinden biri elbette ki kolaj uygulamalarıdır. Kolaj yöntemiyle yapılan uygulamalar ilk kez 20. yüzyıl başında sanatta yaşanan devrim ve avangart sanat bakış açısıyla ele alınmış olup, sonrasında tercih edilir bir yöntem olarak bir ifade biçimine dönüşmüştür. Kolaj, sanat ve tasarım alanında ise birbirinden farklı parçaları bir araya getirip, bu farklı parçalardan da bam başka bir bütün ortaya çıkartmayı sağlayan bir tekniği ifade etmektedir. Kolaj tekniği hemen çevremizde yer alan ve kolaj malzemesi olarak kullanılacak her türlü elemanla rahatlıkla uygulanabilir. Bu elemanlar kimi zaman gazete veya dergi sayfalarından kesilip (decoupage-dekupaj) ya da yırtılarak alınan parçalar (dechirage), kumaşlar ya da çeşitli kâğıtlar iken, kimi zaman bir heykeltıraş için atık malzemeler ya da hazır nesnelere (asamblaj), bir fotoğraf sanatçısı için birkaç fotoğraftan yapılan alıntılar ya da bir yönetmen için farklı filmlerden sahneler olabilir (montaj). Kolaj toplama, birleştirme ve yeni bir görünüm ortaya çıkarma üzerine kurulu, resim, fotoğraf, sinema, mimarlık, müzik, edebiyat gibi farklı disiplinlerde kullanılan, biçimlendirmeye dair ortak bir kavramdır. Montaj, Fotomontaj, Asamblaj Asamblaj çevremizde yer alan nesnelere oluşturulan üç boyutlu kompozisyonları ifade etmek için kullanılan bir terimdir. Sanatsal malzemelerin tuval üzerinde bir araya getirme şeklinde evrilecek yöntemin öncesinde gerçekleştirilen ilk önemli asamblaj çalışması Picasso'nun "Gitar" adlı çalışması olduğu ifade edilebilir. Montaj, Sanayi Devrimi ile birlikte hayatımıza giren ve farklı parçaların bir işlev için bir araya getirilmesi ile özetlenebilecek yaygın bir terimdir. Fotomontaj ise bu terimin bir uzantısı olarak; bir veya birden fazla fotografik elemanı kesip yapıştırarak, yeniden düzenleyerek ya da üst üste bindirerek yeni bir görünüm üretme olarak ifade edilebilir.

KOLAJ YÖNTEMİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Kolaj mantığında ilk örneklerin Bizans ve Rus ikonalarında olduğu gibi dekoratif amaçlı kullanıldığı anlaşılmaktadır. Kolaj yöntemi aslında modern sanatların geleneğe karşı tavrını en etkin biçimde dile getiren yöntemlerden biri olarak karşımıza daha belirgin bir şekilde çıkmaktadır. Kolaj Yönteminin Ortaya Çıkışı ve Kübizim Kübizim ile birlikte gelişen yeni görme biçimi, Batı resminde beş yüz yıl boyunca geçerli olmuş tek odaklı perspektife dayalı algı anlayışını kıran kübist resim; bütünlüğü bozan, parçalara ayıran ve bu parçalı hâle gelen formları üst üste bindirip optik kaydırma yaratacak biçimde istifleyerek (örtme sistemi) resmin kendi bütününe yeniden kurma prensibine dayanır (tümevarım). Bu tespitten yola çıkılarak kolaj tekniğinin kübist sanatçılar için en uygun uygulama biçimi olduğu söylenebilir. Kolajın, Braque ve Picassonun çevresinde yer alan çeşitli hazır nesnelere kendisini, kullanılmış kâğıtları ve boyalı kâğıt parçalarını birer resim elemanı olarak kullanmaya başlamasıyla gerçekleştiği söylenebilir. Picasso'nun "Bambu Sandalyeli Natürmort" ile Braque'ın "Meyve Tabağı ve Bardak" çalışmaları bilinen ilk modern kolaj çalışmaları arasında gösterilmektedir. Picasso ve Braque'ın öncülüğünde gerçekleştirilen kübist kolajlar yeni bir estetik anlayışın kapılarını aralamış, sonrasında gelecek olan yenilikleri tetikleyici bir değişim sağlamıştır. Özellikle sanatçı için çevrenin olduğu gibi betimlenmesi zorunluluğu ortadan kaldırıp, resmedene fazlasıyla özgür bir ortam sunmaya başlamıştır. Kolaj Yönteminin Gelişimi: Dadaizm, Sürrealizm ve Konstrüktivizm Dadaist sanatçı Duchamp'ın devraldığı hazır nesne (ready-made) hamlesi sanatta anlatımsal temsil sisteminden kavramsal – düşünsel sürece geçişin hamlesidir. Bu yenilikçi akımın temsilcileri gerçeği yansıtmasındaki kusursuz başarıyla hızlıca popülerleşen fotoğrafı kullanarak, fotomontaj yöntemini

keşfetmişler ve çeşitlendirmişlerdir. Düzene karşı tavırları, alaycı, kışkırtıcı, hicvedici anlatımlarıyla oluşturdukları görsel dil, başlı başına bir iletişim aracına dönüşerek, grafik tasarım için sonrasında temel esin kaynaklardan birini ortaya çıkarmıştır. Fotomontaj yöntemini sanatsal ürünlerde kullanmaya başlayan ve aslında bir grafik tasarımcı olan John Heartfield, yoğun biçimde atık malzemeler kullanan Kurt Schwitters, foto-kolajı keşfeden Raul Haousman ve bu yöntemi sıklıkla kullanan Hannah Höch, Dadaist akım içinde üretim yapan başlıca önemli sanatçılar arasındadır. Gerçek doğa yerine insanın yarattığı metropolleri esrarengiz doğa olarak deneyimleyen gerçeküstücüler, kolaj ve fotomontajlarla özne-nesne arasındaki gerilimli dengeyi kurabilmek için nesneyi öznelleştirip kendi gerçekliğinden kopararak ölü doğa resimlemelerinde yeniden kurmuşlardır. En ünlü sürrealistlerden Max Ernst'ın eserlerinde bilinçaltı etkisi uyandıran görseller ile hayal unsuru nesnelerin oluşturduğu kompozisyonlar dikkati çeker. Konstruktizm, devrim sonrası toplumun bilinçlenmesi, cesaretlendirilmesi adına yapılan tasarım ve sanat anlayışıyla birlikte işlevsel bir sanattır. Konstruktivist akım içinde kolaj tekniğini ya da mantığını kullanarak çalışmalar üreten sanatçı ve tasarımcılara örnek; El Lissitzky, Aleksandr Rodchenko, Moholy Nagy, Herbert Bayer, Jan Tschichold gibi isimler gösterilebilir. Temel formlar, çarpıcı renkler, tipografi ve ayrıca fotoğraf ögesini kullanarak dikkat çekici çalışmalar gerçekleştirmişlerdir. Pop Art ve Kolaj 50'lerden sonra yaşanan tüketim çılgınlığına tepki olarak ve aynı zamanda 2. Dünya Savaşı sonrası yaşanan yıkımın da toplum üzerindeki etkilerini azaltmakla yakından ilgilenen sanatçılar Pop Art akımının doğuşuna sebep olmuştur. Kolaj, Pop Art sanatçıları için tıpkı Dada'da olduğu gibi sanatı aslında bir başkaldırı aracı olarak kullanmak ve tüketim nesnelerini çoğaltarak değersizleştirerek bir iletişim aracına dönüştürmede en ideal uygulama yöntemi olmuştur. Andy Warhol, Richard Hamilton ve Robert Rauschenberg akımın en önemli temsilcileri olup kolaj yöntemini çalışmalarına taşıyan sanatçılar arasındadır.

TASARIMDA KOLAJ UYGULAMALARI

Modern sanatlar ile birlikte sanatçının toplumu yönlendirmeye arzusu ve bunun doğal bir sonucu olarak gelişen görsel iletişim yaklaşımlarının günümüz grafik tasarımının temellerini attığı söylenebilir. Bu dönemle birlikte yaşanan en büyük değişim grafik tasarımın temel öğelerinden biri olan illüstrasyon kullanımındaki gerçekçilik arayışlarının yerini kavramların görsel anlatımı, tasarımcının kişisel yaklaşım ve fikirlerinin de kompozisyonda dahil edilmesi almaya başlamasıdır. Grafik Tasarımda 1950 Sonrası ve Kolaj Yöntemi Kolaj tekniği, uluslararası düzeyde dikkat çeken Polonya afişlerinin özgün tavrına en çok uyan uygulama biçimi olarak öne çıkmaktaydı. Bu yöntemde tasarımlarında belirgin bir biçimde yer veren Polonyalı afiş tasarımcısı Roman Ciesiewicz, kolajı şok etkisi yaratacak sonuçlar elde etmek için fotomontaj yöntemleriyle birlikte geliştirerek kullanma başarı gösterdiği belirtilebilir. 60'lardan sonra Alman sanatçılar fotoğrafı temel alarak, kolaj ve montaj teknikleri ile farklı unsurları birleştirip kavramsal anlamda şaşırtıcı sonuçlar ortaya çıkartan bir başka yenilikçi söylemi ortaya çıkarmışlardır. Foto-grafik dönem olarak adlandırılacak ve 80'lere kadar etkisini sürdüren dönemin en önemli temsilcilerinden biri Günther Kieser diğeri Holger Matthies'dir. 60'ların sonlarında ortaya çıkan en yenilikçi stüdyolardan biri de Frankfurt "Grafik ve Foto" grubudur. Günter Rambow, Gerhard Lienemeyer ve Micheal van de Sand'ın oluşturduğu bu tasarım grubu, çalışmalarında fotoğrafa, montaj ve pistole gibi tekniklerle müdahale ederek, olağan bir görüntüden olağanüstü görüntüler yaratmıştır. Polonyalı afiş tasarımcısı Henryk Tomaszewski'nin tasarım yaklaşımıyla, Fransız dışavurumcu tavrının birleşiminden meydana gelen Grapus'un tasarım özellikleri grafitti ile kolajın birlikte yer aldığı bir görsel anlatım biçimi olarak özetlenebilir. 80'lerde postmodernist akımların etkilerini tasarımlarında net bir biçimde izlediğimiz April Greiman ise, fotoğrafçı Jayme Odgers ile birlikte gerçekleştirdiği çalışmalarında yoğun kolaj öğelerini sezgisel biçimde kurgulanmış, ancak bu kompozisyonlarda karmaşadan daha çok yeni bir düzen anlayışını oluşturacak görüntüyü ortaya koymayı başarmıştır. Takip eden dönemde Retro Tasarım Hareketi'nin kurucusu, Paula Scher'in, Punk hareketinden etkilenen Neville Broady'nin ve Hollanda'daki postmodernist akımın temsilcileri Anthon Beeke ve Gert Dumbar gibi tasarımcıların çalışmalarında kolaj ve montaj yaklaşımının uzantıları gözlemlenebilmektedir. Türk grafik sanatının gelişiminde (60'lardan sonra) kolaj yöntemini biçimlendirme anlayışı olarak kullanan ve kişisel bir anlatım diline dönüştüren tasarımcılar arasında ise Yurdaer Altıntaş, Mengü Ertel ve Sait Maden öne çıkmaktadır. Dijital Kolaj ve Günümüz 20. yüzyılın sonlarına doğru bilgisayar teknolojisinin sanatçı ve tasarımcıların kullanımına sunulmasıyla kolaj yönteminin olanakları genişlemiştir. Geleneksel kolajda olduğu gibi bilgisayar desteğiyle gerçekleştirilen kolaj çalışmalarında da temel amaç, çeşitli kaynaklardan elde edilen görüntülerin bir araya getirilip düzenlenmesiyle sanatsal yaratımlar ortaya çıkarmaktır. Dijital kolaj çalışmalarının sağladığı en büyük yenilik öncelikle sayısız ve sonucun ne noktaya varacağını bilemediğimiz olasılıkların hızlıca üretilebilir olmasıdır. Hatta başlangıçta elektronik etkilerin hissedildiği teknik olanaksızlıklar giderek çözümlenmiş, günümüzde geleneksel yöntemlerle oluşturulacak tesadüfi etkiler dahi dijital olanaklarla yaratılabilir olmaya başlamıştır. Özellikle reklamcılık alanında ilgi çekmek amaçlı olarak sıklıkla başvurulan foto manipülasyon yöntemi aslında bir çeşit dijital kolaj uygulaması olarak da görülebilir. Hatta CGI (Computer-generated imagery), bilgisayar destekli görüntü oluşturma yöntemi olarak nitelendirilebilecek, gerçek görüntünün

tamamıyla bilgisayar ortamında üretimiyle meydana getirilmesi de günümüzde çeşitli formların bir araya getirilme mantığının yani kolaj mantığının dijital alanda ulaştığı uygulama olanaklarını ve çeşitliliğini de gösterir niteliktedir.

TASARIMDA İMGE

Sanatsal üretimlerle ortaya çıkartılan eserin gerçekliğe ait bilimsel bilgiler ile öznel duyuların, gerçekliğe ait kişisel algıların ve deneyimlerin tümünün bir sentezi olduğu kabul edilebilir. Sanatın dinamik yönünü gösteren özellik de sanatçılara ait duyuların bu üretilere dahil edilmesi ve izleyeninde kendi bakış açısından yapıtı yorumlaması sonucu sonsuz çeşitleme olanağının kazanılmış olmasıdır. Bir sanat eserini oluşturan formlar çoğu zaman izleyende çeşitli duyuları harekete geçiren birer tetikleyici konumundadırlar. Sanat eserini oluşturan kişi ya da izleyen aslında bu süreç içinde tetikleyiciler sayesinde kendi gerçeklik anlayışlarını ya da yansımalarını yaşamakta ve yansıtmaktadırlar.

İMGE VE İMGELEM

İmge, Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğünde “Zihinde tasarlanan ve gerçekleşmesi özlenen şey, hayal, hülya” olarak ifade edilmektedir. Duyu organlarının dıştan algıladığı bir nesnenin bilince yansıyan benzeri, hayal, imaj, duyularla algılanan, bir uyaran söz konusu olmaksızın bilinçte beliren nesne ve olaylar, şeklinde detaylandırılmaktadır. İmgeyi; kişinin daha önce deneyimlediği, bildiği bir nesne ya da durumu zihninde yeniden canlandırdığında beliren görüntüsü ya da yansıması olarak anlamlandırmak gerekir. Kişinin daha önce edindiği anı, nesneyi veya figürü zihninde tekrar canlandırma sürecine ise “imgeleme”, “imajinasyon” gibi adlar verilmektedir. “İmgelem” de imgeler arasında kurulan ilişkiyi anlatan bir eylemdir. İmge ve Yansıma (Mimesis) Kuramı Sanat, bir benzetme, taklit olarak yorumlanmaktadır. Yani gerçekliğin yansıması olarak görülmüştür. Sanatın ne olduğunu incelerken hep yansıma kuramına başvurulmuştur. Yansıma kuramı; doğru bilginin, nesnel gerçekliğinin insan beynindeki yansıması olduğunu saptayan bilgi kuramıdır. Platon ve Aristoteles ile temellendirilen ve Marksist Diyalektik yöntemiyle gelişerek sanatla birlikte tüm alanlara yayılan Yansıma Kuramı, Hançerlioğlu’na göre ayrıca “İmge Kuramı” olarak da anılabilmektedir. Sanatı gerçek dünyasının bir yansıması olarak gören Platon’a göre; nesneye ait imge sanatçı tarafından yeniden biçimlendirilmek üzere kullanılırsa bu kopyanın kopyası olacağı için gerçeklikten uzaklaşılır. Aristoteles’te ise Platon’dan farklı olarak duyular önem kazanmaktadır. Bu noktada sanatçı, artık onu için kendi duygularını da katarak çevresini yansıtan bir konumdadır. Sanatçı ile toplumcu gerçeklik arasında bir ilişki oluşturan Marksist Estetik, sanatı bilgiyi de taşıyan bir iletişim aracı olarak kabul etmiştir. İmgeden Simge ve Sembol Geçiş Görsel imgeler duyular yoluyla ilk edindiğimiz verilerdir. Çevremizi ilk gördüğümüz anda, gözler yoluyla beynimize iletilen sinyaller sonucu oluşan görüntüleri ifade eder. Bu görüntülere “Retinal İmgeler” adı da verilir. İmgelerden kimileri daha sonra hatırlanmak üzere bellek depolarına gider. Bunlar da bellek imgeleridir. İmgeler kavramlarla gelişip, değişebilir. Düşünme salt kavramlarla gerçekleşmez; imgelem de düşünmede etkindir. Aslıyla ilişkisi kesin ya da belirli olmayan imgelerin sezdirme ve esinlendirme yetisi güçlüdür. Yeni algılarla eski imgelerin hatırlanmasına çağrışım denir. Görsel bir imge, imgelem sonucu yeni imgelere dönüşebilir. İmgelem, görsel algılamayı yönlendirebilir. İmgelem, burada imgelerin yeniden canlanmasını sağlayabilir. Ancak, insanın imgelem gücü ne kadar kuvvetli olursa olsun, hiçbir zaman görmediği şeylerin imgesinin ortaya çıkmasını sağlayamaz. Görsel algılama olmadığı sürece, bir imgelem ve imgesellikten bahsedemeyiz. İnsan akli bir nesne ya da durumu algılayıp, kavramada soyutlama yetisini devreye sokmaktadır. Bu soyutlama bilinç düzeyindeki bir soyutlamadan çok bellekte depolama yapma ile ilgili bir yetidir. Sanatsal imgeler de bu depolanmış imgelerin, öznel yaklaşımlarla birleştirilerek kullanılması, bir başka deyiş ile sanatçının yaratma eylemini devreye sokmasıyla ortaya çıkarıldığı söylenebilir. Geçmişten günümüze sanatkarlar duygu ve düşüncelerini anlatırken çeşitli işaretler kullanmışlardır. Bunu yaparken de doğrudan bir anlatım yerine göstergeyi kullanarak yan anlamlar üretmişlerdir. Bir başka gösterge çeşidi olarak “Simge” ise toplum ya da kültürlere göre değişiklik gösterebilecek, herhangi bir anlamı işaret eden görüntü ya da im olarak özetlenebilir. Sembol ise çoğu zaman simge sözcüğü ile karıştırılan bir ifade olup aslında simgenin tarif ettiği şeye göre daha geniş anlamları içinde barındıran anlatımlardır.

SANATSAL İMGELERİN GELİŞİMİ

İmgeye dair ilk örnekler ilkel insanın mağara duvarlarına ya da kayalara resmettikleri betimlemelerde görülür. Bu resimlerin çoğunlukla ruhani bir arayış içinde koruyucu birer araç olarak kullanıldığı varsayılmaktadır. Arkaik Döneme ulaşıldığında ise özellikle Mezopotamya topluluklarında günümüz alfabetinin temellerini oluşturan ve temsil ettiği nesneyi ve durumu çağrıştıran ya da kendince

soyutlayan piktogram (benzetilmek istenen nesnenin ikonsal görünümü) ve ideogram (soyut fikirlere ait imgeler) oluşumları imge başlığında dikkatimizi çekmektedir. Bir diğer arkaik kültür olan Mısır'da ise ruhun imgede ve imge sayesinde yasayacağına inanılır. Doğaya öykünmez. Katı kurallarla bellekten çalışılır. Yunan sanatına ait imgeler incelendiğinde de Mısır'dan farklı olarak doğaya daha yakın bir gözle yaklaşmak istedikleri görülmüştür. Devam eden süreçte İmparatorluk, Din ve Güç Kullanımı gibi faktörünün de etkisiyle imge kullanımı ve etkisinin özellikle Erken Dönem Hristiyan Sanatı ve Bizans Sanatı'yla birlikte önemli bir noktaya ulaştığı görülmektedir. Çoğunlukla Dinsel kimlikler ve Otoriter kişilikler olmakla birlikte dini konuların sıklıkla işlendiği ikonalarda imgeler sembolik tasvirlerle işlenmiş ve benzeri kompozisyonlar şeklinde çoğaltılmışlardır. İkonolazm sonrası yeni ikonalarda resmedilen kişinin nasıl görüldüğünden çok nasıl görünmesi gerektiği bir standart hâle gelmeye başlamıştır. Bu dönem ile başlayan ve uzunca bir süreyi kapsayan Ortaçağ Sanatı'nda imgeler çoğunlukla kutsal öğretileri ileten unsurlar olarak karşımıza çıkmıştır. Rönesans ile birlikte imge yeniden insan ve onun çevresinin gerçekliğine odaklanmıştır. Barok dönem, Rönesans ile başlayan yenilenmeyi daha farklı boyutlara taşıyarak, hacimsel etkilerdeki durağanlık yerini ışık – gölge, abartı gibi unsurlarla harekete ve dinamizme bırakmıştır. 1800'lerin hemen başlarına gelindiğinde, aristokratik düzen anlayışına karşı Romantizm Akımı'nın belirmeye başladığı görülür. Bu akımda sanatçıların duygu ve hayal gücünün kullanımını ön plana çıkaran tavırları sanatsal imgenin biçimlendirilmesinde önemli gelişim basamaklarından birini ortaya koymuştur. 19. yüzyıl ile birlikte keşfedilen Fotoğraf herhangi bir konu, nesne ya da figüre ait temsilin birçok kişi tarafından ulaşılabilir olmasını sağlayan en önemli imge çoğaltma yöntemi olarak karşımıza çıkar. Fotoğrafın kullanılmaya başlaması sanatsal imgenin betimleme zorunluğu ortadan kaldıracak önemli bir devrimin, düşünce biçimindeki değişimin kaynağı olmuştur. Sanatta "temsilin" temel problem olarak ele alınması 19. yüzyıl sonu-20. yüzyıl başı itibarıyla başlayan dönem ve sonrasında devam eden Modern Sanat akımları ile olmuştur. Bu dönem ile birlikte doğanın taklit edilmesinden, tasvirten uzaklaşarak, sanatsal imgelere içerik, anlam, süreç ve kişisel yaklaşım gibi kavramlar dahil edilmiştir.

İMGELERİN ÜRETİLMESİ

W. J. T. Mitchell, 1986 yılında kaleme aldığı "İkonoloji: İmge, Metin, İdeoloji" kitabında imgenin tanımını yapmakla birlikte imgeyi geniş kapsamlı ele alarak "İmge Soyağacı" başlığında bir sınıflandırma da oluşturmuştur. Bu "imge soyağacı"nın her dalı bir disiplinle ilişkilidir. Grafik imge, Görsel imge ya da Sanatsal İmgenin yorumlanmasında imgenin kendisinin ne olduğu ve farklı kişi, toplum ya da kültürlerde nasıl algılandığı ile birlikte üretim sürecinin de ne şekilde yürütüldüğü ayrıca önem taşımaktadır. Sanatsal bir üretimin temelinde duyularımız ve duyularımızı yorumlama yetimiz yani algılamamız dolayısıyla tüm bunlar üzerinden de sezgilerimizi kullanabilmek yatmaktadır. Sanatçının çevresiyle kurduğu ilişkiyi ve bu ilişkinin verilerini yaratma süreci içinde biçimlendirme faaliyetiyle ortaya koyar. Biçimlendirmeye birlikte ele alınabilecek soyutlama yetisi ise kişinin düşünme ve hayal kurma eyleminin bir sonucu olarak ortaya çıkan içgüdüsel tavırda doğaya alternatif olanı geliştirme çabasıdır.

TASARIMDA İMGENİN KULLANILMASI

Çoğu zaman aktarılmak istenen mesaj ya da duyguyu dikkat çekici bir unsur olarak gösteren imge kullanımı diğer tasarım elemanları ile birlikte çalışmanın görsel kimliğini belirlemeye yardımcı olur. İmgeler aktarılmak istenen bir mesaj ya da fikri metinden daha hızlı ve çağrışımlara sebep olacak şekilde genişletici bir perspektifte sunma potansiyeline sahiptirler. Çeşitli Teknik, Yöntem ve Uygulamalar Grafik tasarımda biçimlendirme etkinliği olarak kullanılan imge üretim tekniklerinden birisi illüstrasyon, diğeri ise fotoğraftır. Hangi üretim tekniğinin kullanılacağı konusunda; imge yoluyla anlatmak istenen duygu ve düşüncenin hangi teknikle daha çok destekleyeceği, tekniğin izleyen üzerinde bırakacağı etki hesaba katılarak bir karar verilir. Her çoğaltma ya da basım tekniğinin imgenin biçimi üzerinde kendi üretim sınırlılıkları dahilinde çeşitlemeye sebep olacağı unutulmamalıdır. Geleneksel yöntemlerdeki tesadüfiliği sonucu yeniliğin kapılarını açabilecek denemeler, dijital ortam için kısıtlı bir durum olsa da, dijital ortamda hızlı ve sayısız alternatif üretme olasılığının bulunması bu alanın da imge üretiminde yaygın olarak kullanılması sağlamaktadır. Manipülasyonlar çeşitliliği arttıran unsurlar olarak tercih edilir olmuştur. Son yıllarda reklam prodüksiyonlarında sıklıkla kullanılmaya başlayan CGI (Computer Generated Imagery) teknolojisi de bu etkilerin en açık bir biçimde görülebileceği bir teknolojik uygulama ve yeni bir trend olarak göze çarpmaktadır. Yazı elemanlarının; okunmaya dair işlevinin yanında, görsel bir anlamı ifade edecek biçimde yeni bir imge haline dönüştürülmesi de sıklıkla başvurulan bir uygulama yöntemidir. Bu yönteme "Tipogram" adı verilir. İmgeye ait yan almaların kullanılması sıklıkla karşılaşılan bir başka imge üretim yöntemidir. "Sinek dok, Metafor ve Metonim, bir şeyin bir başka bir şeyi akla getirmek için kullanıldığı farklı dilbilimsel araçları ifade eder. Benzetme, Analoji ve Paradigma imgenin üretilmesinde yararlanılan diğer yöntemler arasındadır. Görsel tasarım ile uğraşan kişiler benzetme ve analogileri yönlendirme amaçlı kullandıkları görülmektedir. Tasarımcı çalışmasında paradigmaları kullanarak göstermek istediği bir imgeye yer verecekse eğer; bu durumda imgenin izleyici tarafından kabul edilecek bir anlamı çağrıştırıyor olması gerekmektedir. Bu imge üretim yöntemleri dışında

imgenin anlamını güçlendirecek tasarım uygulamaları birçok teknik, anlam ve yaklaşımlarla çeşitlendirilebilir.

TASARIMDA METAFOR

Günümüz sanatçısı için temel problem; deneyimlerin, kişisel yaklaşımların, ele alınanın nasıl tasvir edileceği değil aslında betimlemelerin nasıl bir görünümü ortaya çıkartacağı, anlatacağıdır. İçeriğin ne olduğunu ortaya çıkarmak, görünüm ile ilgili sorgulamalara zemin hazırlamak için sanatsal çalışmalarda çoğunlukla metaforik anlatımlardan yararlanıldığı görülmektedir. Bu durumun bir bakıma doğadan yola çıkılarak yapılan önceki tasvir alışkanlıklarına getirilen yenilikçi bir alternatif olduğu ortadadır. Sanatsal ifadelerde metaforlar oluşturmak, içeriğin anlamını genişletici, öznelleştirici biçimde imgeleri yeniden ele almak yaratıcı ve özgün biçimde düşünme ediminin ilk basamaklarından birini oluşturur.

METAFOR

Metafor, kısaca anlatılmak istenen durumu bir başka gösterge ile aralarında bağ kurmak yoluyla açıklamak, ifade etmek şeklinde tanımlanabilir. Kelimenin kökeni Yunanca “Metaphora”ya dayanır ve “transfër, başkalaşım” manalarını taşımaktadır. Metaforun temelini benzetme eylemi oluşturur. Ancak buradaki benzetme; benzerlik ilişkisi kurulan iki farklı ögenin bir araya getirilmesiyle daha büyük bir anlamın oluşmasına ihtiyacına, bir başka deyişle anlatılmak istenen durum ya da kavramın başka türlü anlaşılamayacak yönlerini anlatma ihtiyacına cevap vermektedir. Metaforun Türleri ve Özellikleri Dilbilim ile ilgili çalışmalarda metafor kullanımını çeşitli alt türlere ayrılabilen, yakın tanımlamalarla olan ilişkisine değinilmektedir. Soyut – Somut Metafor, Kavramsal Metafor, Mutlak Metafor, Kapalı Metafor, Ölü Metafor, Karma Metafor, Karışık Metafor, Genişletilmiş Metafor, Kök Metafor, Batık Metafor, Terapötik Metafor, Basit, Sıkı, Gevşek veya Kompleks Metafor, Görsel Metafor ve Metanomi ile Sinekdok sıklıkla karşılaşılan alt başlıklar arasındadır. Ölü metaforlar; dil içinde yer emiş ve nereden geldiği zamanla unutulmuş anlatımları içerir. Metafor eğer “gibi, yani, mesela, adeta ve benzeri” edatlar ile anlamlandırılıyorsa bu durum kapalı metaforun karşısı; açık metafora örnek bir durumdur. Kapalı metaforlarda çağırışım ön plandadır. Karma metafor da iki veya daha fazla benzetilme durumunun söz konusu ya da iç içe olduğu durumları ifade eder. Soyut ve somut metaforlar ise; benzetme durumunun deneyimlenebilme ya da diğeri bir deyiş ile maddi bir durum olarak algılanabilir olması ile ilgili bir ayrımı ortaya koymaktadır. G. Lakoff ve M. Johnson’a ait Çağdaş Metafor Teorisi (Kavramsal Metafor Kuramı) ise metaforların salt sanatsal bir eylem olmadığı, algı ve davranışlar üzerinde etkili bilişsel söylemler de olduğu ve sözel ifadelerin kavramsal metaforları yansıttığı ifade edilmektedir. Bu teorilerinde metaforları bilişsel bir dil etkinliği olarak üç grupta incelemektedir: Ontolojik, Konumsal ve Yapısal Metaforlar. Benzetme yapmak ile metafor kullanımını iç içe geçmiş tanımlardandır. Zaman zaman karıştırılırlar. Ancak metafor kullanımını daha ziyade karmaşık veya anlaşılması zor durumların ifade edilmesinde başvurulan bir yöntemdir. Metafor kullanımını veya metafor oluşumu üç temel özellik ile özetlenebilmektedir; Birincisi, sözcüklerin ve ifadelerin birbirlerinin yerine kullanılarak anlamsal olarak birinin diğeriye taşınmasıdır. İkincisi, metaforik bir anlatıda birbirlerini tanımlamak için kullanılan kelimelerden birisi özgün anlamında kullanılırken, diğeri bilinen yaygın anlamından uzaklaşmaktadır. Üçüncü özellik ise, anlam aktarmaları gerçekleşirken kullanılan analogi yöntemidir. Metafor kullanımında yakın diğeri tanımlamalar arasında; Metonimi ve Sinekdok bulunur. Metonimide metafordan farklı olarak referans olma durumu ortaya çıkar. “Sidekdok” metonimiye ait özel bir durum olup parçanın bütün yerine geçtiği durumlar için yapılan bir tanımlamadır. Görsel Metafor Metafor kullanımını sadece sözel ya da yazılı değil görsel uygulamalarda da kendini göstermektedir. Görsel Metafor aslında; bütünüyle başka bir takım kavram, durum ya da düşünceleri aktarmaya yarayan sembolik anlatımları ifade etmektedir. Birbirinden farklı obje ve deneyimleri harmanlayarak yeni bir görüş ortaya çıkaran sanatçı için metaforların sonsuz seçenek sunan önemli bir araç, olduğu söylenebilir.

METAFORUN TEMELLERİ VE GELİŞİMİ

Metafor kavramının temelleri Platon’a kadar dayanan, kendi düşünce sistemlerini geliştirmiş filozoflarca atılmış ve geliştirilmiştir. Metafor kavramına ait ana hatların oluşturulduğu ve kavramın şüpheci, negatif biçimde ikincil planda ele alındığı dönemlerle bu dönemim temsilcileri “Geleneksel Metafor Yaklaşımları” olarak bilinen anlayışları ortaya atmışlardır. Bu dönemler; Antik Dönem, Klasik (Hellenistik) Dönem, Ortaçağ ve Modern Dönem olup, önemli temsilcileri arasında; Platon, Aristoteles, Cicero, Quintilian, Agustinus, Thomas Aquinas, ve Thomas Hobbes gibi isimler yer almaktadır. Geleneksel metafor yaklaşımlarına karşı çıkan önemli düşünürler arasında; Friedrich

Nietzsche, Jacques Derrida, Ivor Armstrong Richards, Max Black gibi isimler bulunmaktadır. “Çağdaş Metafor Kuramı” bu düşünceler üzerine kurulmuş, George Lakoff ve Mark Johnson’ın çalışmaları (“Metaphors We Live By” [1980]-“Yaşadığımız Metaforlar” isimli kitap) sonucunda neticelendirilmiş bir teoridir. Metafor kavramının geleneksel tanımlamalarına yani eleştirel biçimdeki yaklaşımlara karşı geliştirilen düşüncelerde Nietzsche önemli bir isim olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanatta Metaforun Gelişimi Geleneksel sanat örneklerinden çağdaş sanatta, reklamlardan karikatürlere ya da illüstrasyonlara kadar geniş bir üretim alanında karşılaşmamız mümkündür. Bu bakımdan imgenin metaforik anlatımında sayısız çeşitleme olanağı olmalıdır. Benzetme kaygısı, abartma, ironi yapma (birbiriyle çelişen görüntülerden bir kompozisyon yapma, çağrışımlara sebep olma), alegori (simgesel bir bağ kurma) ve sembolik anlatımlar görsel metafor üretmek çeşitli alt başlıklar olarak örneklendirilebilir. Antik çağlarda yaşam, yaşam sonrası ve ruhani hayata dair önemli figür ve konuların temsillerini simgesel biçimde tek tipçi, katı kurallara dayandırarak anlatması kabul gören bir tutumdur. Yunan Sanatına gelindiğinde bu durum her şeyden önce insana indirgenmiş ve düşüncede gerçekliğe ait görünümün idealleştirilmesi anlayışından yola çıkılarak doğaya yakınlaşma sonuçlarını doğurmuştur. Rönesans akımı da bu düşüncenin yeniden canlandırılması arzularının üstüne kurulu, gerçekliğin yansıtılmasındaki kararlılığı göstermesi açısından önemlidir. 19. yüzyılda yaşanan bu sanatsal düşüme biçimleri ya da dönemler arasında; Romantizm, Realizm, Empresyonizm ve Sembolizm akımları önemlidir. Bu dönemlerle birlikte doğaya dönük tasvir yerini bireysel ifadeler ve göndermelere imkân veren bir dönüşüme dolayısıyla daha simgesel ve metaforik anlatımlara bırakacaktır. Modern sanatlar ile birlikte sanatçının ele aldığı konu ve kavramların ne olduğu, nasıl yorumladığı, izleyen üzerinde uyandırdığı sonuçların dolayısıyla sanatsal üretimlerin aslında neyi temsil ettiği sorusu böylece daha çok sorulmaya başlanmıştır. Günümüz sanat anlayışında ise çeşitli sanatsal üretim kaygılarının veya kişisel yaklaşımların iç içe geçtiği, tekil ya da baskın bir yöntemin benimsenmesinden çok, farklı bakış açılarının kabul edilebilir olduğu ya da aynı havuzda içinde değerlendirildiği karma bir süreci yaşamaktadır. Sanatsal ifadelerle anlatılmak istenen ya da problem olarak ele alınan kavramın aslında nasıl metaforlaştırıldığı kavramsal sanatla birlikte tüm çağdaş sanat akımlarında hâkim anlayış olarak dikkati çekmektedir.

TASARIMDA METAFORUN KULLANIMI

Günümüzde kavramsal anlatımları hedefleyen metafor kullanımlarına, tasarım alanında özellikle reklam uygulamalarında, afiş tasarımlarında ve bir grafik tasarım ögesi olarak editoryal ya da kavramsal illüstrasyon çalışmalarında rastlamaktayız. Her iki alanda da temel amaç; öncelikle izleyicinin dikkatini çekmek ve sonrasında daha da önemlisi hedefteki kişileri, tanıtımı yapılan ürün ya da anlaşılması istenen durum karşısında yeni anlamlar, manalar üretecek ve sonunda bir algı üretilecek sürecin içine dahil etme çabası yatmaktadır. Reklam tasarımında görsel imge ve metafor kullanımları çok daha geniş bir içeriğin basit ve hızlı bir biçimde aktarabilmesinin olanak tanıdığı, anlamın daha kolay kavranmasını sağladığı gibi görselin yüklendiği yan anlamların da çeşitli çağrışımlara aynı anda izin vermesi bakımından ayrı bir önemi bulunmaktadır. Reklamlardaki kodlanmış dünya, çözümlenmeler gerektiren ve böylece bizi içene alan, sonunda da çevremize ait algılarımızı yönlendiren bir konumdadır. Görsel metaforlarda; yan yana koyma, birleştirme ve yerine koyma eylemleri doğrultusunda bağlantı kurma, benzerlik yaratma ve zıtlıklar oluşturma gibi sonuçlar elde edildiği görülebilmektedir. Diğer taraftan görsel metaforlar kullanımının sıklıkla görüldüğü bir başka alan gazete, dergi veya çeşitli çevrimiçi blog yazılarının oluşturduğu yayıncılık sektörüdür. Özellikle sosyal konuların anlamlandırılmasındaki karmaşık yapı illüstrasyonun sınırsız görsel çözümlenmeler getirebilme özelliğinden yararlanılarak çözülür. Bununla birlikte afişlerde fotoğraf ögesinin yeni kurgular oluşturacak biçimde de ele alındığı örnekler de mevcuttur. Bu noktada önemli olan; aktarılmak istenen mesajın ne olduğu ve bu mesajın aktarılma biçimindeki fikirsellik yaklaşımın kendisidir. Bugün özellikle sosyal içerikli konulara ait mesajların iletilmesinde düz anlam, yani herkesçe ilk bakışta kolaylıkla anlaşılabilir ifadeler yerine, göndermeler içeren bir başka deyiş ile metaforik anlatımlara sahip afişlerin yaygın olarak tercih edildiği görülmektedir. Bu durumun başlıca sebebi; içinde bulunduğumuz kalabalık imgeler dünyası içinden ayrılmak ve dolayısıyla akılda kalıcı olmaktır.

TASARIMDA PİKTOGRAM, İŞARET, SEMBOL

Başladığı günden bu yana çizim yoluyla gerçekleştirdiği şekilleri ve bu şekillerin değişen, gelişen formlarını sosyal yaşamın bir gereği olarak birbirleriyle olan iletişimlerini kuvvetlendirmek veya kişisel düşlerini ifade etmek için kullanmıştır. Doğaya alternatif olarak üretilen tasvirlerdeki yorum, soyutlama, sadeleştirme kaygıları en başından beri kullanılan bir yeti olduğu görülmektedir. Bugün kullanmakta olduğumuz çeşitli işaret sistemleri, piktogramlar veya semboller hızlı ve yoğun biçimde akan yaşantımız içinde karmaşık anlamları basite indirgeyen, bizleri yönlendiren ve dolayısıyla hayatımızı kolaylaştıran kullanımlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Bu durumun artık yoğun biçimde kullandığımız işaret, piktogram veya sembollerini vazgeçilemez bir iletişim kaynağına dönüştürdüğü ortadadır.

PİKTOGRAM, İŞARET, SEMBOL

Piktogram, bir nesne, figür ya da olayı daha geniş kitlelerce ortak bir manada anlaşılır kılmaya yarayan sistematik grafik anlatım biçimleridir (Stilize tavrındaki görsel anlatımlar). Kitlesel iletişimde anlamın net olarak kavranmasını amaçlayan bu özellik neticesinde piktogramlar günümüzde yaygın olarak havalimanları, alışveriş merkezleri, okullar, hastaneler ve çeşitli sportif-kültürel etkinlikler gibi kamuya açık alanlar ile elektronik makina ve araçların kullanım kılavuzlarında kullanılmaktadırlar. Özbay, Görsel Anlatım Şekillerine ait ders notlarında, kullanılacak alan ya da alanların tipine bağlı olarak yönlendirici sistemlerin tasarımı (piktogram ve benzeri), estetik, artistik bir yapıya sahip olmalı ve bilimsel açıdan öğretici, bilgilendirici nitelik taşımalıdır, der. Piktogram kavramı ile iç içe geçen ve bir kavram ya da düşünceyi ifade eden görüntülere İdeogram adı da verilir. İdeogramlar; sözcüğün, ifadenin yerine geçen, yazısız anlatımlardır. Piktogramdan farklı olarak arka plandaki duygu düşünceyi, daha çok soyut olanın ön plana çıktığı görsel işaretlerdir. Bununla birlikte eğer bir dilde hece ya da sese gönderme yapan görüntüler (fonogram) yerine direkt kelime bir görüntü ile anlatılıyorsa bu durum da yine ideogram konusu içinde değerlendirilebilir. Ancak bu tür kullanımlara daha ziyade “Logogram” adı verilmektedir (Örn: Mısır Hiyeroglifleri ya da Çin Alfabeti gibi). İşaret ise genel olarak tek başına eksik anlamlar içeren, ancak bir iletişim yöntemi içinde destekleyici rolüyle beliren, başka bir şeyi göstermek ve dikkat çekmek için kullanılan temsildir. Görsel işaretler de görsellik yoluyla bilgi aktarımını sağlayan araçlardır. Charles Sanders Peirce’ e ait Gösterge Teorisi’nde anlam ve işaret arasındaki ilişki ya da diğer bir deyiş ile gösterilen ile gösteren arasındaki ilişki üç farklı grupta incelenmektedir; Sembolik, Simgesel ve Dizinli işaretler. Diğer taraftan Bir kavramı, nesne veya figüre ait soyut anlamları görsel yola ifade eden, anlamlarını somutlaştıran ya da bir başka tanımlamayla kavram ya da soyut düşünceler yerine kullanılan görsel işaretleri, “sembol” olarak adlandırabiliriz. Sembollerin soyut kavramları anlatmada, gerçek nesnelere kullanılmaktan çok soyut kullanım veya yeni bir form belirlemeye yönelmek, kavramın daha net algılanmasını ve kişileştirilmesini sağlayan bir özellik olarak tercih edildiği söylenebilir. Sembol ile işaret arasındaki ayrım; Sembolle anlatılmak istenen kavram kapsayıcı bir yönü temsil eder. Göstergebilim (Semiyotik) Göstergeleri, işaretleri, sembollerini sistematik biçimde ele alıp inceleyen bilim dalı Göstergebilim veya Semiyotik olarak adlandırılmaktadır. Kelimenin kökeni “işaret etme, gösterme” anlamına gelen kelimeye dayanmaktadır. Dört temel alanda çözümlemeci bir anlayışla incelenmektedir; Sentaktik, Semantik, Pragmatik ve Sigmantik.

PİKTOGRAM, İŞARET VE SEMBOLLERİN GELİŞİMİ

Görsel iletişimin temelleri modern insanın atası olarak bilinen, toplayıcı ve avcı rolündeki “Cro-Magnon” (M.Ö. 43.000 – 45.000) insanına kadar dayanmaktadır. Tarih öncesi dönemin yani yazının bulunuşundan önceki dönemin diğer önemli örnekleri ise hem bir iletişim şekli hem de dini ritüellerin bir parçası olarak mağara duvarlarına (Örn.; Lascaux Mağarası [Fransa] M.Ö. 17.000, Altamira [İspanya] M.Ö. 36.000 – ilk örnekler), yapılmış stilize tavrındaki hayvan ve insan figürleri olduğu bilinmektedir. Kemik ve tahta parçaları üzerine kazılmış, hiyeroglif ve piktografik özellikler gösteren basit formların birleşimiyle oluşmuş ilk yazılar olduğunu görürüz. Yazı sistemlerinin gelişmesi ile yerleşik düzene geçişle birlikte yakından ilişki bulunmaktadır. Çünkü bu durumun bir getirisi olarak toplumsal yönetim ve ticari unsurların kontrolü, kayda geçirilmesi gibi ihtiyaçlar, yazı ve çeşitli sembollerin hayata geçirilmesini tetikleyen unsurlardan olmuşlardır. Günümüz yazı sisteminin temelini oluşturacak olan Fenikeliler bu yazı sistemlerini çivi yazısının hece yapısından dönüştürerek, ünsüz ses değerlerine sahip (fonetik) 22 sembol oluşturacaklardır. Ticaretin Akdeniz kültürlerinde

gelişmesi ile özellikle taş işçiliği (Stonemason) ve kuyumculuk (Goldsmith) gibi alanlarda yazı sisteminin yanında üreticisini temsil eden işaretlere de ayrıca rastlanmaktadır (M.Ö. 800'ler). Orta çağ belirmeye başlayan bir başka simge kullanım da soylu ailelere ait armalar olduğu görülmektedir. Ortak Dil Çalışmaları 19. yüzyıldan itibaren nüfus artışı ve hareketlilik iletişim olanaklarının çoğalmasını sağlamış ve böylece simgesel iletişime dair gereksinimler giderek artmıştır. Hemen bu dönemlerde ortak bir dil geliştirme girişimleri dikkatimizi çeker. Bayrak Semaforu, Mors Alfabeti ilk örneklerdendir. Bununla birlikte otomobilin popülerliğinin artması ve uluslararası ilişkilerin hızlıca çoğalması sayesinde gelişen karayolu taşımacılığında trafik güvenliğini artırmak için yasak, tehlike veya bilgi gibi durumların işaretler yoluyla aktarılması için de ortak bir dil geliştirme çabaları artmıştır. AIGA (The Professional Association for Design)'nın 1981'de Amerika Ulaştırma Bakanlığı için geliştirdiği 50 piktogramdan oluşan set önemli örneklerdendir. Ortak dil geliştirme çabalarıyla ilgili diğer bazı önemli çalışmalar ise şu şekildedir; İzotip, Semantografi, Locos. Diğer taraftan Olt Aicher tarafından tasarlanan ve 1972 Münih Olimpiyat Oyunlarına ait olan piktogram dizisi kendisinden sonraki tasarımcılar için örnek niteliğindeki kusursuz çalışmalardandır. Günümüzdeki simgesel anlatımın en özgür sistemlerden birinin de dijital ortamda sıklıkla kullanılan ikon ve emojiler olduğu söylenebilir. Bugün, yoğun bilgi paylaşımına tanıklık eden bir dönemden geçtiğimiz ortadadır. Bu durumda bilginin tasnif edilerek daha da anlaşılır bir biçimde aktarılması doğal bir gerekliliktir. Bu nedenle işaret sistemleri ile birlikte görsel iletişimde “bilgi mimarlığı” ve dolayısıyla “infografik” (Bilgilendirme Tasarımı) kavramları altındaki çalışmalar dikkatimizi çekmeye başlamıştır. Diğer İşaret Sistemleri İşaretlere dair tarihsel gelişim süreci içinde görsel iletişim alanının dışında değerlendirebileceğimiz, engelliler için özel olarak geliştirilmiş iletişim sistemleri de bulunmaktadır. Braille Alfabeti ve Parmak Alfabeleri gibi.

PİKTOGRAM, İŞARET, SEMBOL ÖZELLİKLERİ VE TASARIMLA İLİŞKİSİ

Piktogram, işaret ve sembollerin bizde uyandıracığı psikolojik etki temel amaç olarak değerlendirilmelidir. Piktogram, işaret ya da sembol alanında yönlendirme amacıyla yapılan tasarımların öncelikle anlaşılır olması gerekmektedir. Dolayısıyla tasarımcı için işlevselliğin ne derece önemli olduğu ortadadır. Ancak hemen bunun yanında, çevremizi saran görsel karmaşa içinde, dikkat çekici bir etki bırakma ya da farklılaşma gereksinimleri de günümüz dünyasında tasarımcı için göz ardı edilmemesi gereken unsurların başında gelir. Diğer taraftan piktogram, işaret ya da semboller her şeyden önce sözel ya da yazılı anlatımlardan çok daha fazla bilgiyi içinde barındırabilen ya da gösterebilen, bu bilgileri hızlı ve etkili bir biçimde aktarabilen özelliğe sahip, görsel iletişim öğeleridir. Piktogram, işaret ve sembollerin anlaşılır olma gibi işlevsel özelliğinin yanısıra, yalın ya da stilize bir anlatıma sahip olma gibi yapısal bir yaklaşımları olduğu da görülmektedir. Tasarımlarda aranan bu stilizasyon kaygısı gözün kısa sürede tespit edip, algılamanın hızlıca gerçekleşmesi ile yakından ilgilidir. Tasarımcının başarısı bu sadeleştirme çabasında da yatmaktadır. Tasarımcı bu noktada görsel bir farklılık için ne sadelik unsurundan taviz vermeli ne de salt sadelik adına sıradanlaşacak bir tutum sergilemelidir. Aradaki dengeyi iyi tutturmalıdır.

TASARIMDA İÇERİK VE BİÇİM İLİŞKİSİ

İçerik ve biçim ilişkisi, beden ve ruh gibi bir birlikteliği çağırır. Bu birlikteliğin tasarımcı algısındaki etkinliği, tasarım ürününe kimlik kazandırır. İyi bir tasarım fikri içerik, biçim ve anlam arasındaki ilişkinin sorgulandığı bir süreci kapsar. Tasarımın anlam ve görsel iletişime yönelik başarılı bir nitelik taşıması, içerik ve biçim arasındaki tutarlı ilişkinin korunmasıyla sağlanır. Tasarım fikrini olgunlaştıran içerik, biçimsel yapının varlığını belirlemede etkin rol oynar. Tasarım sürecinin ilk adımını oluşturan içerik, üretilecek tasarımın nasıl bir biçim diline sahip olması gerektiği yönünde tasarımcıya yol gösterir. Bir tasarım fikri açısından içeriğin biçime, biçimin içeriğe rehberlik ettiği söylenebilir. Bu rehberlik, tasarımcının görsel anlatım dilini temelden etkileyerek pek çok kavram ve görsel öğeyi tasarımla ilişkilendirmesine neden olur.

İÇERİK VE ALGI

İçerik, yaşamın farklı kesitlerine yansıyan bir yapıda pek çok kavramla ilişki içindedir. Düşünce yapımızı etkileyen içerik, iletişimi güçlendirir. İçeriğin algı sürecimizdeki etkinliği planlarımıza, kararlarımıza, stratejilerimize ve hedeflerimize yansımaktadır. Duyusal etkileşimi etkileyen içerik, duygu ve düşüncenin aktarılma şeklini belirlemektedir. İçeriğin algımızdaki varlığı yaşamsal döngüde hedef, amaç, biçim ve iletişimle ilişki içindedir. İletişime yönelik yapılan her tür içerik ile amaç, yazılı veya görsel anlatıma yönelik bir düşünceyi aktarmaktır. Yaşamın doğasında barındırdığı teknolojik değişimler, içerik kavramına olan gereksinimin artmasına neden olmuştur. Artık sosyal, kültürel, bilimsel ve sanatsal pek çok veri içerikle ilişki hâlinindedir. İçerik, günlük yaşama yönelik yapılan aktivitelerimizi ve kararlarımız temelden etkilemektedir. Tasarımın içeriği de kapsam ve biçimsel yapının belirlenmesinde temel etkindir.

İÇERİK VE TASARIM

Bir tasarım fikrinin dayandığı temel içeriktir. İçerik, biçimsel yapının belirlenmesine sebeptir. Tasarımcının içeriğe bakış açısı, kuramsal ve uygulamalı bir araştırma sürecini kapsayabilir. İçeriğe yönelik ne kadar anahtar kelime belirleneceği, tasarımcının nasıl bir yaratıcı fikir ve görsel mesaj hedeflediğine bağlı olarak değişkenlik gösterecektir. Tasarıma yön veren anahtar kelimeler ve grafik öğeler birbiriyle dayanışma içindedir. İçerik ve tasarım arasındaki bağlantıları tespit etmeye yönelik kapsamlı bir araştırma yapmak, çok yönlü bir bakış açısı ile farklı bilgi kaynaklarına ulaşmaktan geçer. İçerik, tasarımcıyı düşünmeye sevk eden bir olgudur. İçerik, sözel ve görsel bilgiyi kapsayabilir. Tasarımcının içeriğe yaklaşım biçimi, bilinçli bir saptama ve bakış açısı gerektirir. Tasarım fikrinin var olma şeklini belirleyen içeriktir. İçerik, imge üretimine yönelik tasarımcının zihinsel sürecini ve algı dünyasını etkiler. İçerikle ilişkilendirilen kavram ve anahtar kelimeler grafik ürünün biçimsel yaklaşımı etkileyecektir. İçerikten yoksun bir tasarım, görsel iletişim açısından değer taşımaz. Bir tasarım sürecinde biçimin niteliğini belirleyen unsur içeriktir. İçerik tasarım sürecinin her aşamasında eşzamanlı olarak grafik öğelerle ilişkilendirilir. Tasarım aracılığıyla hedeflenen iyi bir mesaj, içeriğin doğru temeller üzerinde ifade edilmesiyle sağlanır. Her tasarım fikri içeriğe ihtiyaç duyar. İçerik, tasarım aracılığıyla hedeflenen bilgiyi işaret eden ve bu yönde grafik öğelerin anlamını güçlendiren bir kavramdır. Tasarımcı, içerik sayesinde görsel bir sistem geliştirdiği tasarım yüzeyinde anlam katmanları oluşturur. Vurgu açısından elde edilen sonuç, mesajın etkisini güçlendirir. Dolayısıyla içerik, bir tasarımla iletilmek istenen mesaja nitelik kazandırır. Bu sayede izleyici algısı hedeflenen mesaja yönlendirilmiş olur. İçerik, tasarımcı zihnini geliştiren ve eğiten bir kavramdır. Tasarımcının hayal dünyasını genişleten içerik, etkili bir görsel fikir ve mesajın belirlenmesindeki temel dayanaktır. Tasarımcının bilgi birikimi, entelektüel yapısı ve teknik becerisi; içeriğin nasıl sorgulanması gerektiğini etkiler. İçerik ve Biçim Biçim bir tasarımda içeriğe ait fikir ve mesajın nasıl organize edileceğidir. Biçim, tasarımdaki düzenleme demektir. Bir tasarım ürününde içerik, anlam, öz, tema gibi görünmeyen düşüncedir. İçeriğin aktarılmasında kullanılan her türden tasarım öğesi, farklı biçim anlayışları içerisinde şekillenerek alıcıya ulaşır. Biçim kavramı, grafik tasarım alanında da grafik ürüne yüklenen anlamı derinden etkileyerek, mesajın görsel iletişimdeki etkisini güçlendirir. Bu yüzden, içerik ve onu gösteren biçim arasında dengeli bir birliktelik sağlanmalıdır. Bir problemin çözüm sürecinde, içeriğe yönelik yapılan sorgulama, biçimin karakterini belirler. Biçim içerikle işlev kazanır ve her içerik biçime ihtiyaç duyar. İçeriği yansıtacak kavram ve anahtar kelimelere yoğunlaşmak, biçimin belirlenmesini sağlar. Biçim, içeriği doğru yansıtıp yansıtmadığı yönünde risk taşıyabilir. Bir tasarım sürecinde biçime düşen görev, içerikle dengeli bir ilişki kurmaktır. Yaratıcı

fikrin temelinde/merkezinde içerik yer alır. İçerik ifade edilecek bir biçime ihtiyaç duyar. Anlam taşıyanı olarak iyi bir mesaj barındırması gereken biçim, tasarımın varlığını belirler. Bir tasarım ise mutlak bir hedef kitleyi kapsar. Yaratıcı fikir aşamaları arasında doğru ilişkiler kurmak, bir grafik tasarımcının yaptığı işte iyi olmasını sağlar. Bu sayede her bir görsel dil, başarı kriteri taşır. İçerik ve biçim, tasarım sürecinin temel öğeleridir. Bu öğeler mesajın aktarılma görevini üstlenir. Grafik tasarım gibi uygulamalı bir disiplin açısından da mesajı doğru bir şekilde hedef kitleye ulaştırın şey, içerik ve biçim arasındaki dengeli birlikteliktir. Tasarımcının içerik ve biçim ilişkisi pergelin iki ucu gibidir. Bir uç daima merkezde yer alırken, diğer uç değişik açılarda arayış içerisinde olabilir. İçerikten kopuk bir tasarım anlayışında tasarımın biçimlendirilmesi, hedeften sapmaya ve tasarımın mesajının kaybolmasına neden olacaktır. Bu yüzden içerik ve biçim arasında tutarlı bir birliktelik olmalıdır. İçerik ve biçimin tasarımcı algısındaki etkinliği, bir tasarım probleminin nasıl sorgulanacağını temelden etkilemektedir. İçerik ve Biçimde Anlam Üretme Tasarımcıyı daima düşünmeye sevk eden içerik ve biçim arasında bağlantılara sadık kalarak çözüm üretmektir. Tasarımın bir fikri ifade etmesi, içerik ve biçimin anlamla ilişkilendirilmesinde gizlidir. Tasarımla sağlanan anlam, içerik ve biçimin etkin olduğu bir süreç ürünüdür. Anlama ilişkin, içerik ve biçim arasındaki ilişki tutarlı ve bağlantılı olmalı ve bu noktada hedeflenen mesajı yansıtmalıdır. Başarılı bir grafik ürün, başarılı bir anlamın temsilidir. Bir tasarımda içerik biçim, biçim ise anlam arar. İçerik, biçim ve anlam; grafik ürüne özne bir kimlik kazandırma hedefi taşımalıdır. Bir grafik ürün açısından içerik, biçim ve anlam birlikteliği tutarlı bir ilişki içermelidir. Anlam, biçim temeline dayanır. Bu dayanak, iletilmek istenen mesaja iletişimsel bir nitelik kazandırır. Anlam, içerik ve biçim arasındaki etkileşim süreciyle şekillenir. İçerik ve biçim arasındaki ilişki anlamla dengelenmelidir. İçerik ve biçim arasındaki uyumlu birliktelik, anlamın görsel iletişimdeki başarı kriterini yükseltir. Bir tasarım fikrine yüklenen anlam katmanı, içerik ve biçim arasındaki bağlantıları bulma çabasıdır. İçerik, biçim ve anlam grafik tasarımın temel kavramlarından biridir. Bir tasarımın kalitesi, iyi bir içerik ve iyi bir biçimle sağlanacak olan anlamın kalitesine bağlıdır. Her tasarım düşüncesi içerikle ilişkilenen bir biçim ve bu biçimle ifade edilen bir anlam barındırmalıdır. İmgeler, anlam yüklemesinde bulunacak tasarım öğeleridir. İçerik ve biçim tasarımcıyı anlama sevk eder. İçeriğine yüklemde bulunacak sonsuz sayıda imge üretilebilir. Bir tasarım sürecinin başlangıcında, tasarımla hedeflenecek anlam belirlenmelidir.

TASARIMDA SOYUTLAMA

Soyutlama, görünür dünyadaki gerçeklikten istenilen kademedeki uzaklaşmak, gerçeği kırarak nesnel görüntüsünü bozmak ve görünen gerçekliğe öznel müdahalelerle yeni anlamlar yüklemektir. Soyutlama herhangi bir nesne veya figürü gerçekliğinden ayırmak, uzaklaştırmak, tecrit etmek olarak da tanımlanabilir. Bu noktada tasarımcının gerçek dünyayı yorumlayarak kendi anlatım dilini kurması söz konusudur. Soyutlama, gerçek dünyanın yeniden yorumlanması veya görünür gerçekliğin yeniden üretimidir. Sanat ve tasarımın her alanında kullanılan bir teknik ve tavır olan soyutlama, bildiğimiz bir nesnel gerçeklikten hareket eder. Bilinen ve görünür olan gerçeklik, soyutlamayla birlikte tasarımcının elinde öze ilişkin anlam arama veya anlam yükleme demektir.

GÖRSEL DÜNYA VE SOYUTLAMA

Soyutlama görsel algıyı kapsayan bir kavramdır. Görsel dünyaya baktığımızda, görsel alanımıza giren hemen her şeyde soyutlamayla bağlantılar görebiliriz. Canlı ve cansız varlıkları kapsayan soyutlama, temelde doğada kendiliğinden var olan organik şekil ve formların algımızda bıraktığı izlenimlerle ilgilidir. Soyutlama, önce zihinde başlayan sonra tasarımla sonuçlanan bir süreci kapsamaktadır. Soyutlamanın göreceli bir kavram olduğunu düşündüğümüzde; görsel dünya izleniminden hareketle tasarlanmış olan her şey, bir soyutlama ürünüdür. Gerçek bir görüntüden hareket eden tasarımcı gerçeklik ve soyutlama arasındaki dengeyi iyi kurmalıdır. Soyutlama, bakış açısına göre görsel dünyaya yüklenen anlamdır.

TASARIM ÖGESİ OLARAK SOYUTLAMA VE SOYUT

Soyutlama, doğa izlenimine yönelik bir düşüncenin biçimlendirilmesidir. Soyut ise, doğayla ilişkisi kesilmiş bir düşüncenin biçimidir. Soyutlama doğal dünya gerçekliğiyle bağı olan, soyut ise doğal dünya gerçekliğiyle bağı olmayandır. Soyutlama ve soyut, bir düşünce ve anlama dair tasarımcıyı düşünmeye sevk eden olgulardır. Görsel dünya izlenimine yönelik duygu ve düşüncenin aktarım şeklini belirleyen soyutlama anlam ve üslupla ilgilidir. Soyutlama fiziksel gözün gördüğüyle ilgili, soyut ise beynin düşündüğüyle ilgilidir. Soyutlama madde halindeki bir varlığa yönelik düşünceyi, soyut ise madde olmayan bir kavrama yönelik düşünceyi kapsar. Soyutlama dış dünyayı, soyut ise iç dünyayı referans alır. Bu açıdan soyutlama dış dünyaya dönük, soyut ise iç dünyaya dönüktür. Soyutlama doğada karşılığı olan, soyut ise doğada karşılığı olmayandır. Bu yüzden soyutlamanın doğadan kopmuş şekli soyuttur. Soyutlama doğal dünyada gerçekliği var olan, soyut ise doğal dünyada gerçekliği var olmayandır. Soyutlama nesneyle ilişkili, soyut ise nesneyle ilişkisi olmayandır. Bu açıdan temeli nesneye dayanan soyutlama, temeli nesneye dayanmayan soyut nitelik taşır. Bir görsel fikrin soyut olması için nesneye olan ilişkisi kesilmelidir. Soyutlamanın en üst aşaması, gerçekliği referans almayan soyuttur. Bu yüzden soyutlama soyuta açılan bir pencereye gibidir. Düşünme ve görmenin deneyimi olan soyutlama ve soyut, bilginin inşası ve üretimini kapsar. Soyut ve tasarım arasındaki ilişki, kavramların tasarımcı zihninde oluşturduğu izlenimine yönelik sınırsız bir görsel anlatımı ifade edebilir. Soyutlama ve soyut; bilgi, hayal gücü ve yaratıcılık ekseninde yol alır.

İLETİŞİM ÖGESİ OLARAK SOYUTLAMA

Tarih öncesi çağlarda ilk insanların mağara tasvirleri, doğal dünyanın görüntüsünden hareketle tasarlanmış soyutlamalardır. Görsel iletişimin temeliyle ilişkilendirilen bu resimlemeler, sanat ve tasarım disiplinlerine yönelik soyutlamanın ilk örnekleridir. İlkel toplumlarda iletişimsel bir değer taşıyan soyutlamalar, insanlık tarihinin gelişim sürecinde değerini korumuştur. Soyutlama, yüzyıllardır resim, heykel, grafik gibi pek çok uygulamalı alana yönelik yaratıcı düşünmenin temelini teşkil etmektedir. Soyutlama, Mısır ve Mezopotamya bölgesinde kökeni resme dayanan yazının gelişim süreci ile önemli bir konuma yükselmiştir. Eski Mısır Hiyerogliflerdeki figür soyutlamaları da iletişimsel bir amaç taşımıştır. Hiyeroglif, Mısırlıların yazı sistemidir. Hiyerogliflerde yer alan fonem (ses birim) adı verilen resimler, insanların duygu ve düşüncelerini ifade etme aracına dönüşmüştür. Papirüslerde, tabletlerde, Çin kültüründe var olan piktogramlarda, Doğu ve İslam sanatları içerisinde yer alan minyatürlerde ve pek çok eski kültüre ait yazının gelişim sürecinde soyutlama örnekleri bulunmaktadır.

SANATÇI ALGISINDA SOYUTLAMA VE SOYUT

Sanatçının soyutlaması, dışavurumcu bir anlayışı benimsemesinden kaynaklanır. Sanatçının anlamı bozmadan ve anlama yönelik çağrışımları göz ardı etmeden soyutlama yapması esere başarı kazandırır. Soyutlamada gerçekliği yorumlamak, sanatçının algı dünyasında öze ilişkin bir gaye taşımaktadır.

Soyutlamanın öze ilişkin bir amaç taşıması, Empresyonizm (İzlenimcilik) akımı temeline dayandığı gerçeğidir. İzlenimcilik akımının deneyimlenen bir görüntünün özünü aktarma çabası, soyutlamanın da bu bakışla ilişkilendirilmesidir. “Paul Cézanne, doğa ve resim arasındaki ikili bağdan ayrılmayı hiç düşünmezken, diğer bir taraftan “soyut” denilen yeni bir sanat fikrine yol açmıştır. Soyut sanatın gelişim süreci, modern sanat akımlarıyla ilişkili içindedir. Empresyonizmle başlayan serüvende Kübizm, Süprematizm, Konstrüktivizm ve De Stijl gibi sanat akımlarının soyut anlayışı, görsel ifadeye yeni görme deneyimleri kazandırmıştır. Yaşanılan çağ, soyutlamaya yüklenen anlamı başkalaştırmıştır. Bu bakış, soyutlamanın var ettiği soyut bir anlayış temeline dayanmıştır. Sanatçının soyutlamaya bakış açısı, üretilen anlamın niteliğini temelden etkilemektedir. Süprematizmin öncüsü olan Malevich’in geometri ve soyutlama kavramına bakışı, sanat tarihinde yeni bir dönemi başlatmıştır. Yaratıcı fikre yönelik keskin bir sınır ile soyutun somuta veya somutun soyuta daha baskın olduğunu düşünmek hatalı bir yaklaşımdır. Üretilen her bir imge somut nitelik taşıyacağı gibi, soyut bir nitelikte taşıyabilir. Sanatçının kompozisyona ilişkin soyut bir anlayışı benimsemesi, kavramlara farklı açılardan bakmak ve bu sayede yeni anlamlara dikkat çekmeyi amaçlamasıyla ilgilidir. Vincent Van Gogh, Pablo Picasso, Vassily Kandinsky, Kazimir Malevich, Piet Mondrian, Jackson Pollock ve Op Art’ın yanısıra içeren sanatçılarından Victor Vasarely, Jeffrey Steele, Frank Stella ve Bridget Riley gibi pek çok sanatçı eseri soyut temelde izleyicisini yeni görsel dil serüvenleriyle buluşturmuştur. Soyutlama doğadan koptuğu anda soyut bir nitelik taşır. Soyutlama ve soyut, görsel alana yönelik öznenin temsilidir. Bu temsil, bir görsel dünya nesnesine yönelik olacağı gibi, bir nesne olmaksızın da düşüncenin şeklini belirleyebilir.

GRAFİK TASARIMDA SOYUTLAMA VE SOYUT

Grafik tasarımı kapsayan soyutlama ve soyut düşünme, 19. yüzyıl sonlarında yaşanan Endüstri devrimi ve 20. yüzyılın modern sanatın akımlarının gelişim süreciyle yakından ilişkilidir. Endüstriyel üretimin gereksiz detaylardan arındırılmak üzere sadeleştirilme kaygısı, grafik tasarımı soyutlama ve soyut anlayış temeline dayandırmıştır. Soyutlama ve soyut bakış, grafik tasarımıyla sürekli ilişki içindedir. Bunun nedeni, her bir grafik ürünün biçim dilini belirleyecek içerik ve yaratıcı fikrin soyutlama ve soyut düşünce temeline şekillenmesidir. Tasarımcı soyutlama ve soyut ile ilgili bir bakış sergilerken, tasarım yüzeyinde birbiriyle etkileşim halinde olacak grafik öğelerin her birine özne bir kimlik kazandırma hedefindedir. Yaratıcı fikri ifade edecek her bir grafik öğe, her koşulda soyutlama ve soyut düşünceye ihtiyaç duymaktadır. İçerikle ilişkilendirilen her bir nesne tasarım yüzeyinde soyutlanmış bir imgeye dönüştüğü gibi; tasarımda nesne olmaksızın da bir soyut tavır sergilebilir. Tasarımın ne derece soyutlama içerdiği ya da neden soyut olduğu, tasarımcının içerikle kurduğu ilişkide nasıl bir biçimsel anlayışı hedeflediğine bağlıdır. Bir tasarım tamamen soyut olacağı gibi, soyut ve somutu içinde barındırabilir. “Art And Grafts” (Sanat ve El Sanatları) hareketi, doğanın tasarımla ilişkilendirildiği bir dönemi başlatmıştır. I. Dünya Savaşı yıllarında politik bir söylemi ifade etmesi amacıyla insan figürü soyutlamalarına yer verilmiştir. Rus Konstrüktivizminin grafik anlayışında ise her türlü politik söylem, soyut bir temelde geometrik şekillerle ifade edilmiştir. I. Dünya Savaşı ardından giderek ivme kazanan teknolojik yenilikler, üretilen her bir endüstriyel ürünün grafik tasarım açısından sorgulanmasına neden olmuştur. Soyutlama ve soyut, dönemin grafik tasarım anlayışına bağlı olarak üretilen her bir tasarımın biçim diline yansımıştır. Soyutlama ve soyutun grafik tasarımdaki etkinliğine yönelik unutulmaması gereken şey, ne soyutlamanın soyuttan ne de soyutun soyutlamadan daha değerli olduğudur. Bir tasarımda sadece soyutlamaya yer verileceği gibi, tasarım tamamen soyut bir anlayış temeline de inşa edilebilir. Aynı zamanda bir tasarım, içinde soyutlama ve soyutu aynı anda da barındırabilir. Bir tasarım ögesi olarak soyutlama ve soyut, tasarımın anlamını güçlendirerek, mesajın etkili bir biçimde hedef kitleye aktarılmasına katkı sağlar. Bir tasarımın soyutlama ve soyut içermesi, tasarımcının içerikle kurduğu ilişkiye bağlıdır. Bir tasarımın içeriği, kompozisyonda yer alacak soyutlama ve soyutun karakterini belirlemede önemli bir etkidir.

TASARIMDA KADRAJ

Doğadaki görünümün yansımaları ya da alternatifini dengeli bir bütün içinde aktarabilmek, biçimlendirmeye ilgili en temel amaçlar arasında yer alır. Burada ifade edilen bütün ise sanatçının kurguladığı esere ait kompozisyonun aslında tam kendisidir. Kompozisyon her şeyden önce sınırlı bir alan içinde kurgulanmak durumundadır. Aynı kompozisyona ait görüntünün farklı çerçevelerle sınırlandırılması sayesinde ortaya çıkan görüntünün her seferinde değişeceği ve yeni yeni anlamları da doğurabileceği bir gerçektir. Aslında bu durum sanatçı ya da tasarımcının kendisine ait bakış açısını, yine kendi belirlediği bir pencereden aktarma işlemi, yani görüneni kadraja alma eyleminden başka bir şey değildir. Kadrajın belirlenmesinde bir başka deyişle sanatçı ya da tasarımcının görüntüyü seçmesinde estetik ve işlevsel kaygılar birlikte rol oynamaktadır.

KADRAJ

Kadraj, görsel sanatların birçok alanında kompozisyona ait öğelerin kurgulanarak sınırları belirli olan bir alan içine yerleştirilmiş biçimi, kadraj alma da; dış alanda devam eden görüntü etkisi içinden belirli bir alanı seçme olarak tanımlanabilir. Kadraja almada öncelikle görme eylemi ve sonrasında görülenden de anlamlı bir bölüm seçme ya da oluşturma işlemleri yer alır. Sanat ve tasarımda kadraj oluşturma, görme eyleminin bilgi ile harmanlanmış halidir. Görme ile seçilen, çerçeve içine alınan görüntü, algılanma yoluyla belirlenmiş olarak bir mekâna dönüştürülür. Sanat ve tasarımda gerçeğin temsiline dayalı her bir çalışma aslında görüntünün bir çerçeveleme alanı içinde belirlenmiş yorumudur. Çerçevenilmiş olan alanın dışı, çalışmanın içeriğine dair izleyiciyi daha geniş düşünmeye iten bir unsur olduğu ortadadır. Sınırlı bir alan içinde çalışma teknik anlamda da değerlendirildiğinde; görüntü, biçim ya da forma ait ortak bir kurgunun bir parçası olarak incelenmelidir. Kadraj da yüzey veya mekana dair kurgu çalışmalarında boşluk, derinlik, hacim gibi diğer unsurlar birlikte devreye giren teknik bir unsur olarak görülebilir. Kompozisyon ve Kadraj Kompozisyon kurma, müzikten görsel sanatların tüm alanlarına kadar geniş bir yelpazede kullanılan “bir araya getirme” eylemi olarak tanımlanmaktadır. Ancak bu bir araya getirme işleminde gelişigüzel değil, anlamlı ve alternatifleri içerecek bir bütünlük oluşturma özelliği başlıca şart olarak aranmaktadır. Soyut veya somut olması fark etmeksizin, herhangi bir kompozisyon içinde bağımsız olarak ele alınan herhangi bir figür genel dengeyi bozacaktır. Kompozisyon Kapalı ve Açık olmak üzere başlıca iki çeşide sahiptir. Tasarıma ait öğelerin öncesinde belirlenen kadrajın sınırları içinden çıkmaması, önemli öğelerin daha çok merkeze taşıma anlayışının hakim olması “Kapalı Kompozisyon” örneklerini ifade etmektedir. Kadrajın dışına çıkma eğilimindeki düzen anlayışları ise “Açık Kompozisyon” çalışmalarını göstermektedir. Düzen çalışmalarında sınırlı alanın yönlendirdiği imkanlar dahilinde elbette ki eşitliğin hakim olduğu simetrik ya da vurgunun öne çıktığı asimetrik düzenleme anlayışları öncelikle dikkat çeken kavramlardır. Her iki yaklaşımın biçim-içerik ilişkisi bakımından tercih edileceği durumlar bulunmaktadır. Bununla birlikte hakim bir öğenin öne çıkması, odak noktası olarak belirginleştirilmesi ve bu amaç doğrultusunda bir düzenleme yapılması, biçim ve içerik ilişkisinde mesajın öne çıkması açısından belirleyici bir faktör olarak yaygın biçimde kullanıldığı görülmektedir. Sanat veya tasarım çalışmalarında, tasarım öğelerinin bilinçli bir şekilde, önem sırasına göre, kadraj dikkate alınarak yerleştirilmesi, gözün bu alan içinde rahatlıkla dolaşmasını ve içeriğe dair bilginin de kolaylıkla aktarılmasını sağlamaktadır. Gözlerimiz, resimdeki yüzeyler üzerinde atlama ve gezinmelerle, resmin bütününe kavrar. Sanat ve tasarımda en temel kompozisyon kurgularından biri gerçeklik ve onun yansıtılması üzerindeki ideal oranlar üstüne geliştirilmiş olan “Altın Oran” kuralıdır. Özellikle fotoğraf alanında da sıklıkla kullanılan bu kompozisyon kuralı “1/3 Kuralı” olarak da ifade edilmektedir. Kompozisyon ve Kadraj ilişkisinde bir başka önemli yaklaşım, çerçevenilmiş alan içindeki boş alanlarla görsel elemanların kurguda nasıl bir dengeye sahip olacağı ile ilgilidir. Boş alanları kullanımı ya da farklı bir deyişle bilinçli olarak boş alanların kurgulanması, anlamı ortaya çıkartacak olan görsel unsurların daha net biçimde algılanmasını, seçilmesini sağlayan yöntemlerden biri olduğu unutulmamalıdır. Kompozisyon oluşturma ve kadraj ilişkisinde bir başka dikkate değer ya da zaman zaman zorunluluk olarak ele alınabilecek bir yaklaşım ise sınırlı alanın dış dünyada da devam ettiği yanılsamasının kullanılmasıdır.

SANAT TARİHİNDE KADRAJ YAKLAŞIMLARI

Rönesans dönemde sıklıkla kullanılan tek kaçışlı perspektif anlayışı nedeniyle kompozisyonlar merkezi ağırlıkta, primidal (üçlü) bir yapıda, arkada yatan geometrik bir düzende oluşturulmuştur.

Rönesans'ın bu kapalı kompozisyon anlayışı Barok sanat ile kırılmaya başlanmış ve görsel elemanların belirli kısımları nihayetinde kadrajın dışına çıkmaya başlamıştır. Rönesans sanatçısı Leonardo De Vinnçi'nin çalışmalarında kadrajı belirleyen kompozisyonlar içinde altın orana ait logaritmik sarmallar (altın dikdörtgen ve Fibonacci Spirali) dikkati çeker. "Mona Lisa" adlı eseri bu durumu örneklendiren önemli çalışmalardan biridir. Barok dönem sanatçısı Rubens'in "Lanetlilerin Düşüşü" adlı eseri açık kompozisyonun hakim olduğu bir çalışma olup, çalışmada insan figürlerinin düşüşü, düşme durumuna ait hareket, çalışmanın alt ve üst kısmındaki figürlerin bir kısmının kadraj dışına çıkartılması şeklinde tasvir edildiği anlaşılmaktadır. Yine bir başka Barok dönem sanatçısı Vermeer'in çalışmalarında fotoğrafın habercisi olan Camera Obscura'yı kullandığı tahmin edilmektedir. Bu araç Vermeer'in çalışmalarında ışık ve perspektif etkilerin yakalanmasıyla birlikte doğrudan kadraj konusuna da odaklanmamızı sağlar. Nihayet ilerleyen süreçte, Nicéphore Niépce'nin 1826 yılında yaptığı görüntü aktarımı sayesinde kendisinden sonra gelecek olan bir dizi gelişmenin kapısını aralamış ve daha da önemlisi betimleme ile ilgili anlayışları tümüyle etkileyecek bir devinime yol açmıştır. Fotoğrafın keşfi daha sonra sinemanın da ortaya çıkışını tetikleyecektir. 19.yüzyılın hemen başından itibaren hızla gerçekleşen teknolojik yenilikler kompozisyon ve dolayısıyla kadraj da geleneksel yapısını, biçim ve içerik ilişkisine hizmet edecek deneysel yaklaşımlara bırakmaya başlamıştır. Modern döneme doğru fotoğrafın resim üzerindeki algılarımızı değiştirmeye başlaması, kuralların sanatçıdan sanatçıya göre farklılaşmasını ve bunun sonucunda birçok değişik sesin ortaya çıkmasını da beraberinde getirecektir. 20 yüzyıl ortalarına gelindiğinde Amerika'da filizlenen Soyut Dışavurumculuk Akımı ile bu akımın biçimcilik ve duyumların baskın olarak kullanımına bir tepki olarak doğan, Minimalizm akımı, geleneksel anlayıştan kopmayı belirgin hale getireceklerdir. Bu gelişimlerin doğal sonucu olarak kavramsal sanat, enstalasyon ve arazi sanatı gibi post modernist akımlara doğru izlenecek olan yolda kadrajın anlamını genişlemeye ve sanat alanında kadraj ile eş anlamlı kullanılabilir "mekan" kavramının ortaya çıkması sağlanmıştır.

TASARIMDA KADRAJ UYGULAMALARI

Farklı bir çok sanat ve tasarım alanında olduğu gibi, görsel iletişim alanında da bir grafik tasarımcı ister yayın ister reklam alanlarındaki tasarım ürünleri olsun her bir tasarım çalışmasında kadrajı temel ilkelerden biri olarak kullanmaktadır. Sinema ve fotoğraf alanlarında olduğu gibi grafik tasarım alanında da kadraj, estetik kurguyu belli eden bir unsur olmanın yanında daha da önemlisi odak noktanın yerini konumlandıran temel bir özelliği temsil etmektedir. Fotoğrafçının kadraj içindeki anlamı pekiştirmek için çekmiş olduğu fotoğraf alanından kırpma yapması ya da farklı bir ifadeyle fotoğraf alanı içinden yeniden bir alan seçmesinde olduğu gibi, tasarımcı da tasarım alanı içinde benzer bir düzenleme anlayışı geliştirir. Görsel iletişimde tasarımcının bilgiyi doğru bir biçimde aktarması için bilinçli bir düzen oluşturması ve izleyeni yönlendirmesi öncelikli kaygılardan biri olmalıdır. Gözün tasarım alanı içinde istenilen şekilde dolaşabilmesi "Görsel Hiyerarşi" ile mümkün olur. Tasarım alanında eşit seslere sahip görsel elemanlar bazen monotonluğa ve algı hatalarına sebep olabilir. İşte, kadraj her şeyden önce bu monotonluğu kırmak ve bilinçli bir düzen oluşturmak için kullanılan bir seçme işlemi, sınırlandırıcı bir unsurdur. Grafik tasarımda kadrajı belli eden kullanımlardan biri yayıncılık alanında sıklıkla duyduğumuz "kenar boşluğu" (Marj) kullanımınıdır. Kenar boşluklarının dar veya geniş biçimde kullanılması içeriğin daha çok vurgulanması ya da dışarıda devam eden bir etki gibi farklı hisler uyandırması için bilinçli olarak tercih edilebilir. Alanın dışında da devam eden bir etkiyi uyandıran durum daha çok "Taşma" olarak tanımlanır. Ayrıca bu gibi tasarımlarda belirli bir kenar boşluğunu ifade edecek şekilde, tasarımın kenarlarına logo ve tipografik elemanlar yerleştirmek, aslında kadrajı gösteren, onu destekleyen elemanlar olarak dikkatimizi çeker. Bazen "kısmi" ya da "yarım" taşma şeklindeki görüntülerin kadraj içinde kullanıldığı da görülmektedir. Tasarımda kadraj ve etkili kompozisyon kurma ilişkisindeki önemli kullanımlardan biri de "beyaz boşluk" olarak bilinen tasarımdaki dolu alanlara karşıt negatif alanların bırakılmasıdır. Kadraj; geleneksel olarak posterlerde, sayfa tasarımlarında, ilan ya da benzeri tasarımlarda, boyutuyla kendiliğinden ortaya çıkan kapaklarda, iki boyutlu tüm basılı grafik ürünlerinde tasarımı belirleyen, biçimi gösteren sınırlardır. Bugün ise dijital çağın getirileriyle ekranlar ve çeşitli kullanıcı arayüzlerin (UI design) bizzat kendisi tasarım alanı haline gelmiş yani kadrajın karşılığına dönüşmüşlerdir. Örnek Kadraj Çalışmaları Kadraj; tasarımda anlamı ve işlevsel kurguları destekleyen önemli bir unsur olarak karşımıza çıktığı ortadadır. Hiyerarşik düzende kadraj ile ilişkili olmak kaydıyla tasarım alanındaki boşluklardan yararlandığı gibi, tasarımı oluşturan tüm öğelerin kendi içindeki zıtlıklarından da yararlanılmaktadır. Tasarımda beyaz boşluklar belirgin bir faktör olarak öne çıkmakla birlikte, tasarım alanı içine yerleştirilen tüm elemanlar dağınık bir etki yaratmaktan çok gözün tasarım alanı içinde dolaşmasına olanak tanımaktadır. Ekranların kağıt yerine geçmeye başladığı günümüz yaşantısında grafik tasarım uygulamalarının yanına "kullanıcı arayüz tasarımı" uygulamaları da eklenmeye başlamıştır. Bugün ekranın tümü bizzat kadraj olarak değerlendirilebileceği için kadrajın stabil yapısı bir nevi değişime uğrayıp kullanıcı ile etkileşim içindeki "değişken kadraj" algısını ortaya çıkmıştır.

TASARIMDA OLASILIK

Yaşam içerisinde karşılaştığımız ve bir tercih yapmak zorunda kaldığımız pek çok durum ve olay karşısında farkında olarak veya olmayarak bir olasılık sonucunda karar veririz. Olasılık kavramı “ihtimal” ve “tahmin” kelimeleriyle yakından ilişkilidir. Hava durumunu, tahlil sonuçlarında bir hastalığın seyrini veya en basit olarak yapacağımız bir alışverişin ne kadar tutacağını tahmin etmemizde hep bir olasılık hesabı vardır. Olasılık her tür kararımızı etkileyen bir kavram olarak günlük yaşamda yer edinmektedir. Olasılık kavramı günlük yaşamın her aşamasında bulunduğu gibi sanat ve tasarım disiplinlerinin temelinde de yer almaktadır. Olasılık hesabı tasarım sürecini ve sonucunu etkileyen önemli bir faktördür. Olasılık tasarımın görünmez bir ilkesi olarak daima tasarım sürecine yansımaktadır.

OLASILIĞIN YAŞAMDAKİ YERİ VE ÖNEMİ

Olasılık, kişiden kişiye değişkenlik gösteren göreceli bir özellik içerir. Bir mesafenin uzunluğunu, hava durumunu ya da bir arabanın hızını, iş yerine ne kadar sürede gideceğimiz ve benzeri tahmin ederken hep bir olasılık içerisinde hareket ederiz. Sonucu net gözükmeyen pek çok durum olasılıkla açıklanmaya çalışılır. Olasılık sayısal bir hesaplama dayanmaktadır. Matematiksel düşünme biçimi olasılık için çok önemlidir. Olasılık, herhangi bir karar aşamasında en doğru tercihi yapmamızda bize yardımcı olan bir kavramdır. Yaşamın hemen her alanında olasılıkla sıkı bir ilişki içerisinde bulunuruz. Olasılık, bilinçli ya da bilinçsiz şekilde içgüdüsel olarak yaptığımız hesapların bir sonucudur. Olasılık hesabı geleceğe dair önermede bulunmaktır. İstatistiksel çalışmalar olasılık verilerine göre işlemektedir. Olasılık, çok sayıda veri faktörün gözden geçirilip analiz edilmesiyle sağlanır. Olasılık, rastgele olaylarda ortaya çıkan ihtimaller ve eğilimlerle ilgilidir. Olasılık, en doğru tahmin ve tercihe ulaşmamızı mümkün kılmaktadır. **TASARIM SÜRECİ VE OLASILIK**

Bir tasarım problemine çözüm üretmek, başlangıçtan itibaren olasılıkların değerlendirildiği bir süreci kapsamaktadır. Bu aşamada tasarımcı görsel bilgi üretimine yönelik önerme ve saptamalarda bulunmaktadır. Belirlenen içeriğin nasıl bir biçim diliyle ifade edilmesi gerektiği yönünde tasarımcıyı aydınlatan olasılık, içerik ve biçim arasında doğru bir etkileşimin sağlanmasına katkı sunmaktadır. Olasılığın tasarımcı algısındaki etkinliği tasarım sürecinin her aşamasına yansımaktadır. Olasılık, tasarıma yüklenen anlamı güçlendirmek için tasarımcıya alternatif fikirlere yönelme olanağı sunmaktadır. Olasılığının tasarım sürecindeki etkinliği, tasarımcının belirleyeceği bir yöntem ve görsel anlayışta gizlidir. Tasarımla ilişkilendirilen her türlü veri, biçim ve içerik arasındaki olasılıkların gözden geçirilerek güçlü bir etkileşimin sağlanmasına yardımcı olacaktır. Bazen içerik tek bir olasılık üzerinde tasarımı sonuçlandırmayı gerektirirken bazen de farklı olasılıklar üzerine yoğunlaşmayı gerektirebilir. Olasılık, bir tasarımın kurgulanması açısından değer taşımaktadır. Tasarım olasılığı, tüm grafik ürünleri kapsamaktadır. Yeni bir öneri ile görsel mesajı etkili kılmak isteyen tasarımcı, tasarım sürecindeki her türlü olasılığı gözden geçirmekle yükümlüdür. Bir tasarım sürecindeki tüm olasılıkları değerlendirmek, tasarımın başarı kriteri yükselterek, görsel iletişim açısından anlamı zenginleştirmektedir. Tasarımda olasılık farklı seçenekleri değerlendirmek ve farklı seçenekler arasından seçim yapmaktır. Belirlenen seçim, tasarımın barındıracağı görsel mesajın hedef kitleyle olan ilişkisini güçlendirme hedefi taşımalıdır. Olasılık, tasarım fikriyle örtüşecek kavram veya kavramlarla ilişki içindedir. Tasarım sürecindeki olasılık seçeneklerini çoğaltmak, tasarımcıya sınırsız bir bakış açısı kazandırabilmektedir. Olasılık, tasarımcı beyninin çalışma prensibiyle ilgilidir. Tasarım olasılıklarına bağlı olarak hangi seçeneğin galip geleceği, nedenselliği ile nasıl bir görsel anlayış ve mesajın hedefleneceğine bağlıdır. Olasılık üzerine düşünmek, ihtimal, hesaplama, öngörü, sorgulama, sebep, neden, sonuç, karar ve tercih gibi sözcüklerin bir tasarımla ilişkilendirilmesine neden olmaktadır. Tasarımda olasılık çok duyulu etkileşime bağlı olarak zihinsel düşünmeyi gerektirmektedir. Bir bakıma olasılık, herhangi bir tasarım sürecinde alınan kararlara yönelik tasarımcıya uyarı sinyalleri göndermektedir. Bu sinyaller tasarımcıya, tasarım sürecindeki olumsuzlukları düzeltme olanağı tanımaktadır. Dolayısıyla olasılık bir tasarım sürecinde alınan kararların yerli yerinde olmasını etkileyerek, tasarımdaki risklerin ortadan kalmasına yardımcı olmaktadır. Olasılık, tasarımcının çok yönlü düşünmesini etkileyen bir kavramdır. Olasılık hesabı, tasarımın yeni bir öneri taşıması açısından önemlidir. Tasarım olasılığı ile sergilenen her bir görsel tavır, mesajı yeni bir yaklaşımla aktarma hedefi taşımalıdır. Olasılık, tasarım aracılığıyla yeni görme biçimlerinin belirlenmesini yardımcı olur. Tasarımda olasılık, müşteri ve hedef kitlenin beklentilerini

karşılayan bir görsel mesajın üretilmesini amaçlamaktadır. Olasılık, sınırlarla tanımlanmış bir tasarım yüzeyindeki kadrajın belirlenmesi açısından önemli bir kavramdır. Aynı zamanda olasılık, bir tasarım yüzeyinin tasarım ilkeleri açısından doğru bir şekilde kurgulanmasını etkilemektedir. Bu sayede tasarımcı görsel öğeler arasındaki yapısal ilişkileri doğru bir orantı ve görsel hiyerarşiye göre sağlamış olacaktır. Dolayısıyla olasılık tasarımdaki yerleştirmeye yakından ilişkilidir. Tasarımcının düş kurma yetisi, olasılık açısından sınırsız bir saptamaya hizmet edebilir. Olasılık, farklı içeriğe yönelik üretilen tasarımlar kadar aynı konuya yönelik çeşitlendirilen tasarımlarda da içerik ve biçim arasındaki etkileşimi güçlendirme özelliğindedir. Tasarımda olasılık hesabı, mesajı etkin kılan ve anlamı zenginleştiren bir kavramdır. Bir problemin çözüm sürecinde devreye giren olasılık, izleyicisine yeni bir görme deneyimi yaşatma hedefiyle tasarımcının sınırlarını zorlamaktadır. Bu aşamada tasarımcının kişisel eğilimleri, olasılık hesabına göre tercihlerin belirlenmesine yardımcı olmaktadır. Tasarım düşüncesine ilişkin farklı seçeneklere yoğunlaşma imkânı tanıyan olasılık, belirlenen hedeflerin etkili bir görsel anlayış ve mesajla sonuçlanmasına hizmet etmektedir. Yaratıcı fikrin özgün olması olasılığın değerlendirildiği bir süreçtir. Tasarım sürecinde olasılığı yaratan unsur, tasarım fikrine yönelik iyi bir saptamanın belirlenmesidir. Tasarım ile yeni bir görsel anlayış sergilemek isteyen tasarımcı yaratıcı fikrine yönelirken olasılıkları hesaba katarak çözümler üretmektedir. Olasılık kavramının tasarım sürecindeki etkinliğine yönelik farklı görüşlerden söz edilebilir. Bunlardan bazıları şunlardır: Olasılık, tasarımcının algı sürecinde var olan bir kavramdır. Olasılık, yaratıcı düşünceyle ilişki içindedir. Olasılık, iyi bir tasarım fikri için farklı seçeneklere yönelme fırsatı tanımaktadır. Olasılık, tasarımcının zekâsı ve algılama yetisiyle ilgilidir. Bu yüzden olasılık tasarımcının hayal gücünden beslenmektedir. Olasılık, tasarım düşüncesinin ön koşulu niteliğindedir. Olasılık, tasarımcıya içsel ve dışsal dünya arasındaki etkileşimleri sorgulatma olanağı tanımaktadır. Olasılık, tasarım sürecinin bir parçasıdır. Olasılık, tasarımın iyi sonuçlanması için alınan kararları etkilemektedir. Olasılık, belirlenen içerik ve biçim arasındaki dengenin sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Olasılık, tasarım fikriyle ilişkilendirilen soyut bir kavramdır. Bu yönüyle olasılık üslûpla ilgilidir. Tasarıma yönelik birçok iyi fikir, olasılık hesabına bağlı olarak belirlenmektedir. Bir tasarım sürecindeki olasılık seçeneklerini çoğaltmak, hedeflenen görsel mesajın başarı kriteri taşımasını etkilemektedir. Başarılı bir tasarım fikri için araştırma ağını genişletmek, olasılık tercihlerinin değerlendirildiği bir süreci kapsamaktadır. Bir araştırma sürecinde olumsuz bir saptamadan kurtulmak, olasılığa bağlı olarak yeni bağlantıların keşfedilmesiyle mümkündür. Olasılık, tasarımın başarı kriterini etkileme gücündedir.

TASARIMDA IZGARA (GRID)

Izgara (grid) ya da “izlek” bir tasarım yüzeyinin düzenlenmesine yönelik tasarımcıya kılavuzluk eden çizgilerdir. Bu çizgiler, yaratıcı fikre yönelik görsel düşünmeye katkı sunmaktadır. Izgara sayesinde tasarımın kapsadığı sınırlar ve grafik öğeler arasında tutarlı ilişkiler sağlanır. Izgara aynı zamanda bir tasarımdaki ritim, denge, ön-arka plan, boşluk, vurgu, orantı ve görsel hiyerarşinin sağlanmasına da katkı sunmaktadır. Izgaranın tasarım sürecine kazandırdığı en büyük işlev, tasarım yüzeyindeki düzenlemeye rehberlik etmesidir. Izgara, tasarımdaki grafik öğelerin hangi önem derecesine göre birbiriyle ilişkilendirilip, nasıl bir konumda yerleştirileceğine ışık tutmaktadır. Özellikle çok öğeli, çok parçalı ya da çok sayfalı bir tasarımda, izgaranın tasarım sürecindeki etkinliğine dikkat edilmelidir. Izgara tasarım sürecine dahil edilmez ise, tasarımda doğru bir orantı ve görsel hiyerarşi oluşturulamayacağı gibi, çok bileşenli bir tasarımdaki dil birliği de sağlanmamış olacaktır. Tasarım sürecindeki izgara yöntemi belirleyen şey, tasarımcının yaratıcı türüne bağlı olabilen görsel düşünme yetisidir.

IZGARANIN İNSAN ALGISINDAKİ YERİ VE ÖNEMİ

İnsan hayatta kalmak ve yaşamını kolaylaştırmak için daima doğayla bir mücadele içerisinde. Bu mücadelede de yaşamın kontrolü, düzenlenmesi ve kurgusu söz konusudur. İnsanın yaşam alanını düzenlemesi içgüdüsel bir davranış biçimidir. Zaman içerisinde uygarlaşan insan, bilimsel ve teknolojik gelişmelerin de katkısıyla matematiksel ölçümlerle modern yaşam alanları yaratmayı başarmıştır. Etrafımıza baktığımızda gördüğümüz pek çok çevresel düzenin belirli bir ölçü ve oran hesabıyla tasarlandığını fark ederiz. Özellikle mimarlık ve şehir mimarisinde sıkça kullanılan izgara yöntemi, eski uygarlıklardan günümüze kadar görülebilir. Şehir planlaması açısından park, bahçe ve otoyol tasarımlarında da izgara yöntemi görmek mümkündür. Yine, tarlaların sınırlarla tanımlanması ve ekin için düzenlenmesi, dik ve yatay olarak çizgisel tekrarı içinde barındıran izgaranın insan algısındaki etkinliği ile yaşamı kolaylaştırıcı etkisini örneklemektedir. Izgara yöntemi, tasarımda görünen ya da görünmeyen bir çizgisel anlayışla bilginin düzenlenmesine yardımcı olmaktadır. Yer aldığı tasarıma işlev kazandıran izgara, insan yaşamını anlamlı kılma hedefi ile tasarım fikrine katkı sunmaktadır. Tasarımda estetik bir değer üstlenebilen izgara, aynı zamanda tasarıma bilginin inşası, dayanıklılık ya da dikkat çekilmesi gereken bir işlev de kazandırabilir. Izgara, tasarım fikrine farklı biçimlerde yansımaktadır. Mimari çizimlerde, şehir planlaması ve çevre tasarımında, halı-kilim motiflerinin tasarımı ve halı-kilim dokumalarında, tekstil ürünlerinin tasarımı ve tekstil dokumalarında, endüstriyel ve teknolojik ürün tasarımlarda, sanatsal eserler ya da grafik tasarım ürünlerinde izgaranın varlığını görmek mümkündür.

TASARIM SÜRECİ VE IZGARA

Tasarımsal bir terim olarak izgara, yaratıcı süreci ilgilendiren bir yapı elemanıdır. Tasarım sürecinde ihtiyaç duyulan izgara, bir tasarım yüzeyinin düzenlenmesinde tasarımcıya kılavuzluk eden çizgilerdir. Bilginin inşasına yönelik düzenlemeyi sağlayan izgara yönteminde, aynı yönde konumlanış ve birbirine paralel çizgilerin etkinliği vardır. Izgara yöntemi ile amaç, tasarımın yapılandırılması yönünde tasarımcıyı aydınlatmaktır. Bir tasarımın içeriği ve hedeflenen görsel mesaj, tasarımın nasıl bir izgara üzerinden yerleştirme yapılacağına dair tasarımcıya yol göstermektedir. Izgara bir binanın temelinden uzanan kiriş ve kolonlar gibidir. Izgara, bir tasarım sürecini kapsayan “düzenleme”, “kurgulama”, “yapılandırma” gibi birbirine eşdeğer kavramlarla ilişki içindedir. Aynı zamanda izgara, bir yüzeyin tasarlanması açısından “denge” (simetri/asimetri), “boşluk”, “orantı” ve “görsel hiyerarşi” kavramıyla bağlantılıdır. Tasarımda izgara, matematiksel bir işlem gerektirir. Izgara, iletişimsel bir misyon üstlenen önemli bir tasarım öğesidir. Izgara sayesinde bir tasarım yüzeyindeki grafik öğeler arasındaki yapısal olasılıklar gözden geçirilir ve bu yönde yerleştirmeye dair düzeltilmesi gereken yerlere müdahale edilir. Izgara, bir tasarımın var olma şekline katkı sunar. Izgara bir tasarımın genel anatomisi, iskeleti gibidir. Tek Bir Eksen ve Izgara İki ya da daha fazla görsel öğeyi bir tasarım yüzeyinin herhangi bir yerinde soldan, sağdan veya ortadan hizalamak istiyorsanız, tek bir çizgiye konumlandırabilirsiniz. Tasarım sürecini kapsayan bu teknik, tasarım yüzeyinde bir veya birden çok çizgiyi kapsayabilir. Çizgi, nasıl bir tasarım inşa edileceğine bağlı olarak tasarımda bir veya birden çok sayıda olabilir. Bir tasarımda soldan, ortadan veya sağdan tek bir çizgi referans alınarak görsel öğeler yerleştirileceği gibi; bir tasarımda birden fazla çizgiyle sağlanan düzenlemelere de yer verilebilir. Bir tasarım yüzeyini kapsayacak düzenleme iki veya üç çizgiden hareketle sağlanacağı

gibi, daha çok sayıda çizgi yardımıyla da yapılabilir. Dikey Izgara Dikey ızgara, tasarımda aşağı ya da yukarı okuma yönü oluşturur. Bir tasarım yüzeyinde tek bir çizgi ile dikey vurgu alanı belirleneceği gibi, birden çok çizgi yardımıyla da oluşturulan vurgu alanları bütünsel bir algılamaya hizmet edebilir. Dikey ızgara durağan olmayan bir yapıda tasarıma hareket duygusu kazandırma özelliğine sahiptir. Bir tasarımda aynı anda yatay ve dikey hizalamaya bağlı olarak okuma alanları oluşturulabilir. Ancak tasarımdaki bu değişken düzenlemeler, sadece estetik değer taşıma hedefinde olmamalıdır. Bu noktada düzenlemenin önceliği, tasarımın içeriğini doğru bir biçimde yansıtmaktır. Yatay Izgara Yatay ızgara tasarımda sol ya da sağ okuma yönü oluşturur. Bir tasarım yüzeyinde tek bir çizgi ile yatay vurgu alanı belirleneceği gibi, birden çok çizgi yardımıyla da oluşturulan vurgu alanları bütünsel bir algılamaya hizmet edebilir. Tasarım yüzeyinde yatay hareket duygusu sağlayan çizgiler, görsel öğelerin hiyerarşisine katkı sunmaktadır. Bir tasarımda aynı anda yatay ve dikey vurgu alanları da oluşturulabilir. Tasarımcının nasıl bir düzenlemeyi tercih edeceği, yatay hizalamada yer alacak görsel öğeler arasındaki hiyerarşiyi temelden etkileyecektir. Bir kitap tasarımına yönelik yatay ızgarada değişen fotoğraf ve metinler, tüm kitap sayfalarına yansıyacak bir biçimde düzenlenebilir. Bir kitabın sayfa tasarımlarında hem yatay hem de dikey ızgara ile oluşturulacak bir tasarım anlayışına yer verilebilir. Çapraz Izgara Çapraz ızgara, tasarım yüzeyinde açılı bir konumda yerleştirilmiş bir görsel hiyerarşiyi gerektirir. Bu tasarım anlayışının da tasarımın içeriğiyle örtüşüyor olmasına dikkat edilmelidir. Bir tasarım yüzeyinde yer verilecek çapraz ızgara hareket izlenimi uyandırır. Bu doğrultuda içinde durağanlık barındıracak bir tasarımda çapraz ızgaraya yer vermek hatalı olacaktır. Bunun yerine; hız, hareket, ritim gibi sözcüklerle bağdaşan bir içerikte çapraz ızgaraya yer vermek doğru olacaktır. Çapraz ızgarayı müziğin ritmiyle eşleştirebilirsiniz. Tasarımın Dış Sınırları ve Izgara Bir tasarım yüzeyindeki görsel öğeler, tasarımı kapsayan dış sınırlar ile ilişki içindedir. Tasarımın dış sınırları ve çizgiler arasındaki boşluklar, görsel öğelerin vurgusunu güçlendirmek ve bu sayede görsel mesajı etkili bir şekilde göstermek için yerleştirmeye katkı sunmaktadır. Bir tasarım yüzeyinde, görsel öğeler ve tasarımın dış sınırları arasında tüm çerçevede eşit mesafede boşluk bırakılmayabilir. Bir görsel öğeyi tasarımın dış sınırına konumlandırmak, görsel öğenin tasarımın dışında da devam ediyor izlenimi uyandırabilir. Kenar boşluğu ve ızgara arasındaki ilişkinin bir tasarım sürecinde değerlendirilmesi ile amaç, içerikle iyi bir etkileşimin sağlanması gereken tasarımın başarı kriterini yükseltmektir. Sütun ve Izgara Bir tasarımda yer verilecek tipografik metinleri kapsayan sütunlar, masaüstü yayıncılıkta sıklıkla kullanılan bir ızgara yöntemidir. Tipografik metinlerin bir sayfada ya da karşılıklı iki sayfadaki dizilişini sağlayan sütunlar, tasarımcının belirleyeceği bir görsel anlayışa göre oluşturulan ızgara yöntemiyle sağlanır. Sütunlarda yer verilen metinler simetrik ya da asimetrik bir yapıda yerleştirilebilir. Bir kitap tasarımında tek bir sütun üzerinden iç sayfa tasarımı sağlanacağı gibi, iç sayfa tasarımında iki ya da daha çok sütunu kapsayan düzenlemelere de yer verilebilir. Sütun içeren ızgaraların nasıl bir sistem dahilinde oluşturulacağı tasarımcının belirleyeceği bir yöntemdir. Ayrıca sütunlar arasındaki boşluklar da tasarımcının belirleyeceği bir değere göre oluşturulur. Satır ve Izgara Bir tasarım yüzeyindeki metinlerin kendi içinde ya da tasarımdaki diğer görsel öğelerle olan yapısal ilişkilerini doğru bir şekilde düzenlemek, metinleri kapsayan taban çizgileriyle sağlanır. Satır ve ızgara, farklı iki metin bloğunun düzenlenmesinde de dikkat edilmesi gereken bir detaydır. Taban çizgisi, bir tasarım yüzeyindeki metin bloklarının doğru düzenlenmesine yardımcı olmaktadır. Taban çizgisi, bir satırdaki harflerin dairesel şekilleri yerine dik harflerin başlangıcına göre konumlanmış çizgilerdir. Bir tasarım yüzeyindeki metinlerin diğer görsel öğelerle olan yapısal ilişkilerini doğru bir şekilde düzenlemek, metinlerin satırlarını kapsayan taban çizgileriyle sağlanır.

GRAFİK ÜRÜN VE IZGARA

Izgara, tüm grafik ürünleri kapsayabilen bir tasarım öğesidir. Grafik tasarımcı bir işaret, sembol, monogram, piktogram, amblem, font ya da afiş tasarlarken ızgaraya ihtiyaç duyabilir. Aynı zamanda ızgara; kurumsal kimlik, katalog, gazete, dergi, broşür ve kitap tasarımı gibi çok bileşenli tasarımlarda tasarımcıya yol gösteren önemli bir yapı elemanıdır. Bir tasarım sürecindeki ihtiyaçlarına göre belirlenen ızgaralar, görsel öğeler arasındaki orantı ve görsel hiyerarşinin doğru bir şekilde sağlanmasına hizmet eder. Izgara bir tasarım sürecinde aktif ya da pasif bir rol üstlenebilir. Tasarımda oluşturulan orantı ve görsel hiyerarşi, ızgaranın tasarım sürecine kazandırdığı işlev sayesinde sağlanabilir. Izgara, farklı sayfalardaki bilgilerin inşasını kolaylaştırmakla birlikte, tasarımdaki dil birliğini sağlamaktadır. Izgara, kurumsal kimlik tasarımı açısından önemli bir yapı elemanıdır. Izgara, afiş tasarımında da grafik öğelerin kurgulanmasını sağlayan bir yapı elemanıdır. Izgara, yaratıcı fikrin görselleştirilmesinde tasarımcıya katkı sunar. Grafik öğeleri kapsayan yapısal olasılıklar, farklı ve yeni ızgara yöntemlerinin de tasarım sürecine dahil edilmesine neden olacaktır. Bu yönüyle ızgara, tasarıma göre değişken ve yeni bir yöntemi gerektiren bir öğedir.

TASARIMDA YÖN

Bakmak eylemi, içinde yön tayini gerektiren bir reflektir. Gözlerimiz fiziksel olarak görsel dünyayı tararken, görme alanımıza giren görüntülerin farklı noktalarına odaklanarak bütünü algılamaya çalışır. Bu noktada, görme alanımıza giren bir görüntüyü algılamak için gözlerimizin farklı noktalara fikse olması, yön tayinini içinde barındıran bir eylem olduğu söylenebilir. Bir insanın bebeklik döneminden başlayarak yön kavramıyla olan ikili bağı, sonraki dönemlerde edinilen bilgilere bağlı olarak yaşamda anlam katmanları oluşturmaktadır. Güneşin doğudan doğduğunu ve batıdan battığını bilmek ya da bulunduğumuz noktaya göre doğu-batı veya kuzey-güney olarak yön tayin etmek, bir doğrultu ve eksen tanımlayan bir şekilde yön kavramına yüklendiğimiz temel anlamlardan biridir. Bilimsel ve tasarımsal araştırmalar, yön ile ilişki içinde olan farklı kavramların da tanımlanmasını etkilemiştir. Fizik veya matematiğin konusu olabilen hesaplamalar kadar, farklı tasarım süreçlerine yüklenen anlamlar, yön kavramının pek çok sözcük ve kavramla ilişki içinde olabileceğidir.

YÖN KAVRAMININ İNSAN ALGISINDAKİ ETKİNLİĞİ

Genel olarak yön, bir noktayı işaret eden bir yapıda çevremizi kuşatan canlı/cansız varlıkların yer ve konumunu tanımlamak için kullandığımız bir sözcüktür. Doğu-batı/kuzey-güney, ileri-geri, ön-arka, yatay-dikey, önce-sonra gibi yaşamla ilişkilenen ifadeler yanı sıra; eksen, rota, yol, hedef, karar, plan gibi pek çok farklı sözcüklerle de ilişki içinde olabilen yön, duyuşsal etkileşimi kapsayan bir etkide yaşamsal faaliyetlerimize yansımaktadır. Görsel dünyanın herhangi bir noktasına bakışımızı yoğunlaştırmak, işittiğimiz bir sese yönelmek, herhangi bir nesneye dokunmak, bir yerden bir yere gitmek, gün içerisinde yapacağımız işleri planlamak ya da geleceğe yönelik hedeflerimizi belirlemek gibi algı sürecimize yansıyan bir etkinliğimizde “yön” kavramının varlığını duyumlarız. Yön kavramı, düşüncelerimize bağlı olarak duygu ve davranışlarımızı etkilemektedir. Yön kavramının algı sürecimizdeki etkinliği, plan, strateji, karar ve hedeflerimizle ilişki içindedir. Yön, herhangi bir araştırma sürecinde insanı düşünmeye sevk edebilmektedir. Dünyanın güneş, ay ve farklı yıldızlara olan uzaklığını, uyduların konumlarını, bir uçağın gökyüzünde izleyeceği rotayı belirlemek ya da harita çizimlerini kapsayan bütün hesaplamalar, yön kavramının aktif rol üstlendiği bir araştırma sürecini yansıtmaktadır. Diğer bir taraftan, belirli bir rotayı takip eden tren rayları veya otoyollar, şehir planlamaları, mimari yapılar ya da bir endüstriyel ürün tasarımında da yön kavramının etkinliği vardır. Yine, üretilen her bir grafik tasarım ürünü, içinde yön kavramının değerlendirildiği bir tasarım sürecini kapsamaktadır.

TASARIM SÜRECİ VE YÖN

Yön, tasarım sürecini kapsayan bir kavramdır. Yön, bir tasarım fikrinin uygulanma aşamasında tasarımcıya yol gösteren bir yapı elemanıdır. Bir tasarımda aynı doğrultuda konumlanmış görsel öğeler, yön algısı oluşturmaktadır. Yön bir tasarım yüzeyinin kurgulanma sürecinde rastlantısal bir şekilde tasarımcıyı yönlendireceği gibi, kurgulamanın ilk aşamasından itibaren bilinçli bir örgütlenmeyle de sağlanabilir. Bir tasarımdaki görsel öğelerin büyüklük, küçüklük ve miktarının renk ögesiyle olan ilişkisi, yüzeyin yön algısını etkileme gücündedir. Bir tasarım yüzeyindeki görsel öğeler aynı yönde konumlansa bile, renk ögesinin görsel öğelerle olan ilişkisi; tasarımda farklı göz takibiyle sağlanan yeni yönlerin de algılanmasına neden olabilmektedir. Bir tasarımdaki görsel öğelerin renk ögesi ile olan etkinliği yön kavramı açısından önemlidir. Tasarımda tek bir görsel öğenin tekrarına bağlı olarak bir yön oluşturulacağı gibi benzer ya da farklı görsel öğelerin dikey, yatay veya diyagonal bir eksenle konumlandırılmasıyla da yönler belirlenebilir. Tasarımda tek bir görsel öğenin aynı büyüklükteki tekrarına bağlı olarak yön algısı oluşturulacağı gibi; aynı görsel öğenin farklı büyüklükteki tekrarıyla da yönler tayin edilebilir. Bir tasarım yüzeyinde, benzer öğelerden hareketle de yönler oluşturulabilir. Görsel öğelerin bir yüzeydeki kurgulanması, tasarımda yön algısı oluşturmaktadır. Tasarımda dikey, yatay ya da diyagonal yönler tayin edilebilir. Tasarımda yön, izleyici algısının tek bir noktada yoğunlaşmasına neden olacağı gibi; içinde birbirinden farklı yönler barındıran bir tasarım anlayışı da izleyici algısının farklı noktalara yoğunlaşmasına neden olabilir. Yön, tasarımdaki kurgulamayı kapsar. Yön, her tasarım sürecine yansıyan bir kavramdır. Yön, bir tasarımda “düzen” kavramlarıyla ilişki içindedir. Bu noktada yön, tasarımda hedeflenen görsel hiyerarşinin oluşturulmasıyla algılanabilen bir tasarım ögesidir. Yön, tasarımdaki görsel öğelerin belirlenen bir nokta ve rotaya göre konumlandırılmasıyla ilgilidir. Yön, tasarımdaki görsel öğe/öğelerden hangilerine dikkat çekileceğine katkı sunabilir. Yön, bir tasarımdaki görsel öğelere işlevsellik kazandırabilecek bir güce sahiptir. Yön,

tasarımdaki görsel öğelerin aşamalı olarak algılanmasını etkileyebilmektedir. Yön, bir tasarımın yüzeyinin bütünüyle ilişkili içindedir. Bu doğrultuda yön, bütünsel algılamayı etkileyebilen bir tasarım öğesidir. Yön, izleyicinin dikkatini çekmenin bir yöntemi olarak, tasarımla hedeflenen vurguyu etkileyebilir. Yön, tasarımın içeriğiyle iyi bir ilişki kurmalıdır. Yön, tasarımda iletişimsel bir hedefe hizmet etmelidir. Yön, tasarımcıyı iyi bir yaratıcı fikir için, görsel araştırmaya sevk eder. Yön, biçimsel yapının belirlenmesinde aktif ya da pasif rol üstlenebilir.

GRAFİK ÜRÜNDE YÖN KAVRAMININ ETKİNLİĞİ

Tasarımsal bir terim olarak yön, grafik ürünü kapsayan her yaratıcı fikre yansıma özelliğine sahiptir. Her bir grafik ürün tasarımını kapsayan içerik, hedeflenen görsel anlayışta yön kavramının da rol üstleneceği bir tasarım sürecini kapsamaktadır. Yön kavramının tasarımcı algısındaki etkinliği bir tasarım sürecine farklı biçimlerde yansıyabilmektedir. Tasarımcının içeriğe bakış açısı, yön kavramının görsel öğelerle nasıl bir ilişkisi kurması gerektiğini etkilemektedir. Bu noktada yön, tasarımda aktif ya da pasif rol üstlenerek görsel mesajı etkin kılma hedefindedir. Yön kavramının nokta, çizgi, geometrik şekil, renk, tipografi, illüstrasyon ya da fotoğraf gibi farklı görsel öğelerle olan ilişkisi, bir tasarıma yüklenen anlamı etkilemektedir. Tasarımda yön, başarılı bir görsel mesaja hizmet edecek görsel öğelerin içerikle olan ilişkisini etkilemektedir. Tasarım sürecine iyi hizmet edebilen yön kavramı, tasarımın başarı kriterini yükseltme özelliğine sahiptir. Tasarımda yön, hareket algısına neden olmaktadır. Bu noktada tasarımdaki görsel öğeler arasındaki ilişki iyi sağlanmalıdır. Tasarım sürecinde yön, bir görsel fikrin üretilmesine yönelik tasarımcıyı düşünmeye sevk ederek, en iyi görsel çözümün üretilmesini etkiler. Bu sayede tasarımda anlam katmanları oluşturularak, görsel mesajın vurgusu güçlendirilebilir. Bir tasarımdaki ön-arka plan ilişkileri ve negatif-pozitif alanlar da yön algısını katkı sunmaktadır. Bir tasarım sürecinde yön kavramına yönelik kurgulamanın dayandığı temel, tasarımın içeriğidir. Tasarımdaki yön kavramı ile amaç, içerikle doğru bir ilişki sağlayacak biçimde hedeflenen mesajı etkin kılmaktır. Bu noktada yön kavramının bir kurgulamadaki etkinliği, tasarımın içeriğine zarar verici bir etkide olmamalıdır.