

Çoğunlukla kitap, dergi/gazete gibi basılı yayınlarda kullanımından dolayı görsel tasarımın sınırları içinde kalmıştır. Metni açıklayıcı bu resimlemeler genellikle geleneksel resim malzemeleri olan karakalem, suluboya, yağlı boya, pastel, guaj, kuru boya ile ya da ahşap baskı, metal baskı, taş baskı, serigrafi gibi geleneksel baskı teknikleri ile yapılmakla birlikte günümüzde fotoğraf ve dijital uygulama teknikleri de yoğun olarak kullanılmaktadır.

İLLÜSTRASYONUN TANIMI

İletişim kurma işlevinden dolayı illüstrasyon bir metni, bir olguyu bir durumu görsel yolla açıklamaya yönelik resimlemeler olarak yorumlanmaktadır. Türk Dil Kurumu sözlüğünde “kitap içindeki yazıyı açıklayan ve süsleyen bir öge” olarak tanımlanmaktadır. İllüstrasyon “aydınlatmak-anlaşılır hale getirmek” anlamına gelen Latince “lustrare” sözcüğünden türemiştir.

TARİHSEL GELİŞİMİ

Mağara duvarlarındaki çizimler iletişimin ve hatta yazının ilk aşamaları olarak tanımlanmaktadır. Bu bilindik tanımlama orta çağda dini kitaplardaki metinleri resimlemeler yoluyla açıklamaya yönelik uygulamaların önem kazanmasıyla başlamıştır. Çünkü bilindik anlamda resimlemelerin metne eşlik etmesi orta çağda başlamıştır. Antik döneme ait eserlerin kopyalarının yapıldığı bu dönem önemli ölçüde resim sanatının teknik ve üslup bakımından gelişimine katkı sağlamıştır.

ANTİK ÇAĞ ÇİZİMLERİ

Tarih boyunca insanlık için önemli olan birçok mitolojik hikayeler, efsaneler, olaylar ya da törenler çeşitli kültürlerde, çeşitli konu ve şekillerde tören kaplarına, duvarlara ya da mozaiklere çizilmiştir. Ancak bundan daha önce iletişim kurabilmek adına yapılan resimlemeler M.Ö. 36.500-32.000 yıllarına kadar tarihlenmektedir. Fransa'nın Lascaux ve Chauvet, İspanya'nın Altamira mağarasında bulunan resimler bilinen en eski örneklerdir.

ORTA ÇAĞDA KİTAP RESİMLEMELERİ

Orta çağ bu sürecin en yoğun yaşandığı dönem olarak bilinmektedir. Kültürel, sosyal, siyasal ve ekonomik açıdan yaşanan değişiklikler yazının ve kitabın gelişimini etkileyen bir süreç olmuştur. Özellikle Avrupa bu gelişimin önemli merkezi konumundadır. Özellikle kiliseler, manastırlar bu uygulamaların planlı bir şekilde yapıldığı merkezler olmuştur. Altın ve gümüşün oldukça yoğun bir şekilde kullanıldığı yazmalarda mor rengin kullanımı dikkat çekicidir. Resimlemelerde kullanılan renkler son derece yumuşak ve uyumludur. Figürlerde anatomi kumaş kıvrımlarının arkasına gizlenmiştir. Orta çağ, 11. ve 13. Yüzyıllarda el yazmalarında yazı ve resimleme uygulamaları açısından üst zirveye ulaşmıştır. İslam'da sistemli olarak el yazmaları 9.yüzyılda antik kitapların Arapça 'ya çevrilmesiyle başlamıştır. Hariri'nin eserleri gibi edebi birçok eser resimlenmiştir. Ancak İslam resim sanatında figürlerin derinliği yoktur. Bu nedenle resimlemeler tabiatı kopya etmeden, yüzeysel ve dekoratif bir anlayışla ele alınmıştır. Konular çizgisel ve canlı renklerle çarpıcı bir biçimde anlatmıştır.

RÖNESANSTA KİTAP RESİMLEMELERİ

Rönesans orta çağın dini baskılarına karşı gelişen bir aydınlanma dönemi olarak bilinmektedir. Johannes Gutenberg tarafından 1452'de geliştirilen baskı makinasının icadıyla bilginin toplumda her kesime ulaşması bu değişimin önemli nedenlerinden biridir. Matbaanın bulunuşunun doğurduğu olumlu sonuçlar elbette kısa zaman ve çok sayıda kitabın ucuz bir şekilde halka ulaşması ve okuryazarlık sayısında artış olarak ifade edilebilir. 18.yüzyılda basın-yayın sektörünün büyümesi gravür (metal) baskının önemli ölçüde gelişmesini desteklemiştir. 19. YÜZYILDA İLLÜSTRASYON 19. Yüzyıl sonu 20. Yüzyıl başı Batı'da endüstri devrimi gerçekleşmiştir. Gestalt teorisi tasarım ilkelerini bilimsel açıdan geçerli kılmıştır. Günlük yaşamda ihtiyaç duyulan her türlü ürünün sanat ve tasarımla bir araya getirilmesi sanatsal bir anlayış olarak görülmüştür. Bu bakış açısı önce 'Arts and Crafts' daha sonra Art Nouveau sanat hareketini yaratmıştır. Art Nouveau sanat hareketi bitkisel ve geometrik formlar olarak iki farklı yapıda gelişmiştir. Özellikle belirtmelidir ki bu sanat hareketi Avrupa sanatını kökten değiştirmiştir. İllüstrasyon bu sanat hareketi içerisinde gelişmiş ve bir sanat formu olarak değer görmeye başlamıştır. Art Nouveau, hareketinin özellikle Mucha ile ulaştığı zirve 'Mucha Stili' deyimiyile özetlenebilir. Aubrey Beardsley dönemin önemli illüstratörlerinden biridir. Oscar Wilde'nin "Salome" adlı tiyatro eserini resimlemiştir.

Basın-yayın alanında gazete haberleri dışında popüler süreli yayınlarda önem kazanmaya ve talep edilmeye başlamıştır. Haftalık kadın dergileri ya da dini içerikli yayınlarda çok sayıda illüstratöre

istihdam sağlarken oldukça önemli dergileri tarih sayfalarına taşımıştır. Bunlardan ikisi “Illustrated London” ve İngiliz mizah dergisi “Punch” dır. 20. yüzyıl başlarında illüstrasyon çocuk kitapları ve afiş gibi grafik alanın daha öznel boyutunda uygulama eğilimine girmiştir. Afiş tasarımında Plakatstil olarak adlandırılan bir tarzı yaratmıştır. Ayrıntısız çizgiler, minimal etkiler ve düz renk alanları ile çok daha yalın bir anlatım şekline geçişin yolu açılmıştır. Gazete, dergi ve afiş gibi basılı kitle iletişim araçları, birçok ürün için abartılı renkli ve etkileyici eserlerle dikkat çekici reklam tasarımlarına yer vermiştir. Norman Rockwell (1894-1978) gibi illüstratörler tasarımlarıyla bu döneme önemli eserler vermiştir. Pop Art, Op Art gibi modern sanatların tasarım anlayışına yansıdığı bu dönem yoğun renk kullanımıyla karakterizedir. Amaç tüketim toplumuna yönelik anlayışı desteklemektir. 20.yüzyılın ikinci yarısından sonra yayıncılık alanın da fotoğraf ve teknolojik yaklaşımların tercih edilmesiyle birlikte illüstrasyon klasik eserlere eşlik eden konumla sınırlı kalmıştır. Ancak 21. Yüzyıl illüstrasyon adına yeniden doğuşu olmuş ve günlük hayatta kullandığımız her türlü eşya üzerinde kullanımını artmıştır.

UYGULAMA ALANLARI

İllüstrasyon genel olarak üç temel alanda değerlendirilmektedir. Bunlar: 1. Teknik ve Bilimsel illüstrasyon: Tıp, Arkeoloji, Botanik, Mimari, Zooloji 2. Basın-Yayın illüstrasyonu: Kitap, Dergi, Gazete 3. Reklam illüstrasyonu: Moda illüstrasyonu, Afiş, Ambalaj

TEKNİK VE BİLİMSEL İLLÜSTRASYON

Teknik ve bilimsel illüstrasyon konu edindiği araştırmanın, nesnenin, deneyin ya da olgunun izleyiciye etkili ve anlaşılır bir şekilde aktarımını hedefler. Ele alınan konunun gereksiz detaylardan arındırılarak ya da açıklanmak istenen kısmının daha büyütülerek detaylı şekilde görselleştirilmesi gibi teknik yaklaşımları içermektedir. Özellikle alana ilişkin uygulamalarda rahatsız edici ya da dikkat dağıtıcı unsurların daha anlaşılır ve algılanabilir şekilde aktarımında etkili bir görsel yöntemdir.

BASIN-YAYIN (Editorial) İLLÜSTRASYONU

Basın-yayın illüstrasyonu kitap, gazete, dergi vb. gibi yayınlarda yazıya eşlik eden illüstrasyonlardır. Metinde anlatılana bağlı olarak tasarlanan bu illüstrasyonlar, vurguyu arttırmak, metinde yer alan düşünceyi daha iyi anlatmak veya konuya dikkat çekmek için kullanılmaktadırlar.

REKLAM İLLÜSTRASYONU

Reklam illüstrasyonu genellikle bir ürün ya da hizmetin tanıtımı amacıyla tasarlanan, afiş, ambalaj, basın ilanları, dergi ve katalog gibi basılı yayınlarda kullanılmaktadır. Toplumun ihtiyaçlarına yönelik olarak tasarlanan bu illüstrasyonlar 19. Yüzyıl ve sonrası özellikle afiş sanatı gelişmiştir. Parlak renkler kullanarak yaratılan grafik etki dikkat çekicidir. Reklam illüstrasyonunun diğer uygulama alanı ambalaj tasarımıdır. Ambalaj insanın ihtiyaçları doğrultusunda gelişmiş bir faaliyettir. Ancak sanayi devrimiyle birlikte değişen her şey gibi ambalaj da tasarım alanına farklı bir kavram olan Marka ile giriş yapmıştır. Ticari pazarda ürün ve üretenin ayrımını yapan bu kavram cam, kâğıt, metal ve polietilen gibi çeşitli malzeme türleriyle günümüze kadar sanatsal, kültürel ve toplumsal değişimlerle birlikte yenilenerek gelmiştir. Reklam illüstrasyonu kapsamında değerlendirilen bir diğer alan da Moda illüstrasyonudur. Moda illüstrasyonu artistik ve estetik bir şekilde stilize edilmiş çizimlerdir. 'Erte' Romain de Tirtoff, René Gruau, Julie Verhoeven önemli isimler arasındadır.

İLLÜSTRASYON MALZEME VE TEKNİKLERİ

İllüstrasyon teknikleri kullanılan malzemeye göre tanımlanmaktadır. Bunlar kuru boya, sulu boya, yağlı boya, mürekkep, guaj, akrilik gibi malzemelerdir. Bunlar geleneksel resim sanatında kullanılan araç ve gereçlerdir. Bununla birlikte kolaj uygulamaları, ağaç baskı, metal baskı, taş baskı ve dijital uygulama teknikleri de aynı şekilde geleneksel resim sanatında kullanılmaktadır.

Kuru Boya Teknikleri: En eski çizim aracı olarak bilinen kuru boya malzemeleri kurşun kalem, toz pastel ve füzendir. Kuru malzemelerle yapılan uygulamalar genellikle net çizgiler için uygundur. Hem eskiz hem de orijinal çalışmalar için uygundur. Malzemenin özelliğine göre birçok sanatsal uygulamada kullanılabilir.

Su Bazlı Teknikler: Sulu boya, guaj ve akrilik boyalar su bazlı boyalardır. Bu malzeme ve teknikler sunduğu etkiler açısından geniş bir uygulama alanına sahiptir. Sulu boya saydam bir etkiye sahiptir. Son derece yumuşak ve sınırları keskin olmayan etkilerin yakalanabildiği çalışmalar için oldukça uygundur. Açık ya da koyu alanlar boyanın istenen tona göre sulandırılması ile elde edilmektedir. Bunun için beyaz boya kullanılmaz.

Mürekkepler: Mürekkepler yazı ve baskı alanında kullanılan akışkan sıvılardır. Çeşitli renklerden oluşmaktadır. Genel olarak yazı alanında kullanılan bu malzeme güçlü etkisinden dolayı sanatçılar tarafından çizim için tercih edilmiştir. Fırça ya da kalem yoluyla kullanılan mürekkepler teknik çizimler ya da eskiz çizimlerinde popüler bir malzeme olmuştur.

Dijital Uygulama Teknikleri: Grafik programlarla gerçekleştirilen uygulamalardır. Neredeyse tüm geleneksel boyama tekniklerini dijital ortamda uygulama olanağı sunmaktadır. Zaman ve uygulama kolaylığı açısından sunduğu avantajlardan dolayı günümüzde tercih edilen tekniklerden biridir. Bu teknikle animasyon ve bilgisayar oyunları tasarımında hızlı ve etkili sonuçlar elde etmek mümkündür. Tüm malzeme ve teknikler sanatçının kişiliğini yansıtan bir ifade aracına dönüştüğü müddetçe

anlamalıdır. Teknik uygulamalar sanatçının öznel tutumuyla zenginleştığı kadar malzeme ve tekniğin özellikleri de bu öznel tutumu besleyen bir işleyişe sahip olmalıdır. Bu nedenle illüstrasyon uygulama teknikleri sanatçının üslubu ile alanın karakteristiği arasındaki ilişkiyi bütünleyen ve birleştiren yaratıcı çözümlerle yapılandırılmalıdır. Bu nedenle sanatçı tüm malzeme ve teknikleri tasarımını etkili bir boyuta taşıyacak birleşimleri kullanabilir.

UZUN ÖZET MASAÜSTÜ YAYINCILIK

Bilgisayar teknolojisi, günümüz koşullarında neredeyse herkesin günlük yaşamına dokunuyor, hatta onu tamamen etkiliyor. Artık bilgisayar teknolojisinden faydalanmayan bir dünyayı hayal dahi edemiyoruz. Hayatımızda pek çok şeyi yapma şeklimizi değiştiren bilgisayarlar elbette grafik tasarım alanında da üretim biçimlerini çok hızlı bir şekilde değiştirmiştir.

MASAÜSTÜ YAYINCILIGIN KISA TARİHİ

80'li yılların ikinci yarısında ortaya çıkan ve devamındaki on yıl içerisinde tüm dünyada basım yayıncılık sektörünü dönüştüren masaüstü yayıncılık teknolojisinden önce örneğin afiş gibi bir grafik tasarım ürünü hazırlanırken grafik tasarımcı fikir geliştirme aşamasından sonra yoğun biçimde eskiz süreci ile çalışmaya başlardı. Çünkü o dönemde kullanılan manuel üretim süreci, tasarımda daha sonra değişiklik yapma imkanını çoğu zaman engellediği için öncesinde afişte kullanılacak yazı karakterinden, büyüklüğüne, renkten kullanılacak çizgi ve fotografik elemanlara kadar tasarımın tüm ayrıntılarının tam olarak netleştirilmesi önemli idi. Eskizler sonucunda karar verilen tasarım, baskı ölçüsünde bir milimetrik kâğıt üzerine tasarım planı olarak çizilirdi. Ardından tasarım planı üzerine yerleştirilen astrolon (kalın asetat) üzerinde nereye hangi tasarım elemanı gelmesi gerekiyorsa bunlar pikajör denilen meslek elemanları tarafından yapıştırılırdı. Bu süreçte örneğin bir fotoğraf kullanımı gerektiğinde onun tasarımda kullanılacak ölçüğe uygun kopyasını oluşturabilmek için agrandizör ile baskı boyutunda filmi çekilir ve tasarım planına bu film yapıştırılırdı. Sonrasında ise bu düzenlenen yüzeylerin baskı kalıbı oluşturmak için kullanılacak filmleri büyük ebatlı matbaa kameraları ile çekilerek baskı kalıpları oluşturma aşamasına geçilirdi. Çoğunlukla manuel süreçler ve fotomekanik işlemler içeren bu basım öncesi işlemler süreci gazete, dergi vb çok sayfalı ürünlerin hazırlanmasında çok fazla kişinin aynı özenle ve eş zamanlı çalışmasını, büyük mekanları ve çok sayıda ekipmanı gerektirmekteydi. Masaüstü yayıncılık sisteminin gelişim süreci maddeler halinde şu şekilde özetlenebilir;

- 1984 - Apple Macintosh piyasaya çıktı.
- 1984 - Hewlett-Packard, ilk masaüstü lazer yazıcı olan LaserJet'i tanıttı.
- 1985 - Adobe, profesyonel dizgi için endüstri standardı Sayfa Tanımlama Dili (PDL) olan PostScript'i tanıttı.
- 1985 - Aldus, ilk "masaüstü yayıncılık" uygulaması olan Mac için PageMaker'ı geliştirdi.
- 1985 - Apple, PostScript içeren ilk masaüstü lazer yazıcı olan LaserWriter'ı üretti.
- 1987 - Windows platformu için PageMaker tanıtıldı.

MASAÜSTÜ YAYINCILIK (DESKTOP PUBLISHING) NEDİR?

Masaüstü Yayıncılık (Desktop Publishing-DTP), dijital veya basılı olarak yayınlanması amaçlanan grafik ürünlerinin (kitap, dergi, broşür, web sitesi, afiş, e-katalog vb.) bilgisayar ve tamamlayıcı sistemler ile hazırlanmasıdır. Diğer bir ifade ile masaüstü yayıncılık; yayımlanacak görsel iletişim ürünündeki metin, fotoğraf, tablo, illüstrasyon vb. tasarım elemanlarının uygun yazılımlar kullanılarak bilgisayar ortamında bir araya getirilmesi, düzenlenmesi sürecidir ve belirli bir miktarda yaratıcılık ve sanat içerirse de tasarım odaklı olmaktan çok üretim odaklıdır.

MASAÜSTÜ YAYINCILIK ARAÇLARI

Günümüzde masaüstü yayıncılık uygulamalarında; bilgisayar, dijital kameralar, fotoğraf veya görsel materyallerin bilgisayar ortamına aktarılmasını sağlayan tarayıcı (scanner), yazı, resim ve diğer grafik unsurlarının bilgisayar ortamında bir araya getirilmesine imkân veren yazılımlar, yapılan çalışmaların depolanması ve taşınması amacıyla kullanılan veri kaydetme cihazları ve tüm bunların sayesinde hazırlanan işlerin çıkışlarının alınabileceği çıktı cihazları kullanılmaktadır. Grafik tasarımcıların bu araçların genel özellikleri hakkında bilgi sahibi olması ve bu araçları kullanım becerilerini geliştirmeleri çağın önemli mesleki gerekliliklerindedir. Bilgisayar Masaüstü yayıncılıkta bilgisayar (ve yazılımlar) tek başına bir görsel iletişim ürününü hazırlayabilme ve özgün bir görsel iletişim ürünü ortaya çıkarabilme becerisine tam olarak sahip değildir. Yapay zekâ ve öğrenen algoritmalar sayesinde firma adı ve bazı beklentileri verdikten sonra amblem hazırlayan uygulamalar, sanatçı stilini taklit ederek robotik boyama yapan sistemler, verilen anahtar kelimeler ile içerik yazan uygulamalar vb birçok alternatif ortaya çıkmış ve gelişmesine devam ederken bu sistemler zekâ ürünü bir tasarım üretme kabiliyetini henüz sahip değil ve bu yeteneği tam olarak kazanması da mümkün görünmüyor. Yani etkili bir iletişim fikri barındıran ve göz alıcı tasarımları yapan bilgisayar değil, tasarımcıdır.

Bilgisayar sadece, tasarımcının hayal gücü ile yarattığı tasarım fikrini uygulama konusuna yardımcı olan, hızlı çalışabilmesine, araştırmalar yapabilmesine ve alternatifler oluşturmasına imkân veren bir araçtır. Hangi bilgisayar ve işletim sistemi olursa olsun grafik tasarım uygulamalarında kullanılacak bilgisayarın bazı donanımlarının gelişmiş olması beklenir. Bu donanımlar ve gerekli özellikler şöyle sıralanabilir: büyük, renk tutarlılığına sahip, kalibrasyonlu bir monitör, yüksek kapasiteli ekran kartı, yüksek kapasiteli RAM ve harddisk.

Yazılımlar (Programlar) Masaüstü yayıncılıkta da kullanılan birçok uygulama yazılımı bulunmaktadır. Tasarımcıların kafasını karıştıran bu yoğunluktan kurtulmak, rahat çalışabilmek ve başarılı tasarımlar üretebilmek için tasarımcı yaptığı tasarıma göre en uygun programı seçmelidir. Bunu yapabilmek için de yazılımları ve bu yazılımların hangi tür işler için kullanıldıklarını bilmesi gerekecektir. Masaüstü yayıncılık yazılımları temelde üç gruba ayrılmaktadır. Bir tasarımcı bu üç gruptaki programlardan birer tanesini bilmesi durumunda masaüstü yayıncılık uygulamalarının tümünü yapabilecektir. Bunlar: Sayfa düzenleme (Page Layout) programları, Vektörel (Draw) programlar ve bitmap (görüntü işleme) programlardır. Çıktı Cihazları Bilgisayarda hazırlanan çalışmaların kâğıt üzerine ve baskıda kullanılabilir film veya kalıplar üzerine çıkışlarını almak için kullanılan cihazlardır. Masaüstü yayıncılıkta çıktı cihazları temelde kâğıt üzerine çıkış alan yazıcılar, prova cihazları ve film veya kalıp pozlaması yapan pozlandırıcı cihazlar olarak üçe ayrılır.

Yazının tarihi, insanlığın temsil biçimini resimden sembollere dönüştürmesiyle başlar. İlk insanların gündelik yaşantılarındaki olayların yanı sıra doğüstü olayları da resmetmesiyle mağara duvarlarını süsleyen figürlerin ilk temsil biçimi olduğunu görmekteyiz. İnsanlık tarihinin ilk anlarından günümüze kadar gelen temsil etme isteği, sembolik anlatımların ortaya çıkmasıyla modern yazım fikrinin oluşmasına öncü olmuştur. Çeşitli coğrafyalarda ortaya çıkan kurallı yazım sistemlerinin oluşmasıyla modern alfabelerin temelleri atılmıştır. Alfabeden önce Sümer çivi yazısı ve Mısır hiyeroglifleri bulunmaktaydı. Alfabenin gelişmesi pictogram adı verilen ve resimlerin kelimeleri temsil ettiği yazı biçimlerinden soyut işaretlere geçiş ise günümüz MÖ 1500 civarında Lübnan bölgesinde yer alan Fenikeliler döneminde olmuştur (Selamet, 39, 2012).

ALFABE

Alfabe; bir seri işaretin yani harfin kültürel olarak üzerinde hem fikir olunan çeşitli seslere denk gelmesiyle oluşmaktadır. Fenikelilerin alfabeyi geliştirerek kelimeler yerine sesleri işaretlerle ilişkilendirmeleri soyut düşünme ve ifade biçimlerinin gelişmesine olanak vermiştir. Böylece binlerce farklı şekil ve figüreden oluşan bir kaynak yerine sadece 20 harf ile karmaşık yapıda bilgi ve hikayeler anlatılabilir hale geldi (Kane, 16, 2002). Alfabe sözcüğü Yunanca Alpha ve Beta kelimelerinin bir araya gelmesinden oluşmaktadır. Yaklaşık M.Ö. 800 de Yunanlılar Fenike alfabesinin 20 harfini benzemiş ve şekil ve seslerini değiştirerek kendi alfabelerini oluşturmuşlardı. Sağdan sola okuma yönü Fenikelilerde yerleşmiş bir yapıydı, ancak Yunanlılar “boustrophedon” adı verilen ve yazının hem soldan sağa hem de sağdan sola okunabilmesine izin veren bir yöntem geliştirdiler. Ayrıca yazının farklı yönden okunmasıyla beraber, farklı yönden yazılması da (ayna iz düşümü) kullanıldı. Ancak Yunanlılar bir süre sonra soldan sağa yazma biçimini benimsediler. Tipografi; mekanik bir işaretler sistemi olarak tanımlanmaktadır. Matbaa'nın icadıyla genellikle eş zamanlı olarak kullanılmaya başlanmasının sebebi buradan gelmektedir (Baines ve Haslam, 2002, 7). Dolayısıyla, okunurluk ve işlevsellik ile birlikte, negatif ve pozitif alanları değerlendiren görselleştirme ile basımı gerçekleştirme çabasıyla yapılan yeniden üretim veya basıma tipografi diyebiliriz.

Type ve graphy sözcüklerinin bir araya gelmesinden oluşan tipografi, Türkçe’de harf ve çizge kelime anlamlarını taşıyan kavramdır (Sarıkavak, 12, 2016). Papirüs Papirüsün icat edilmesiyle, çeşitli gündelik yazışmalar taş, mermer gibi kalıcı ancak yapılması güç materyallerden daha hafif malzemelere taşınmış oldu. M.Ö. 2400’den itibaren papirüs üzerine fırça ile yazılar yazıldı. Papirüs bamboo benzeri Nil kıyısında yetişen bir bitkinin materyalinden yapılmaktaydı. Papirüs bitkisi uzunlamasına kesilir ve iki kat, biri dik biri yatay olacak şekilde üst ste kurutulularak yapılırdı. Bunlar sonra uç kısımlardan bir araya getirerek sarılır ve uzun bir levha halinde sarılırlardı. Yapıştırıcı gerektirmeyen bu yöntem bitkinin kendi yapışkan özelliğinden yararlanmaktaydı. Bu da maliyeti düşüren bir faktör olduğundan tercih edilmekteydi. Ancak papirüs doğası gereği iki taraflı kullanılamamakta ve katlanamamaktaydı. Ayrıca sadece Mısır’a özgü bir bitki olması sebebiyle diğer ülkelerden papirüse erişim sınırlıydı. Ayrıca papirüse erişim zamanının politikası ve iklimine bağlı olarak değişkenlik gösterebiliyordu. Balmumu Yazı Takımı Balmumu yazı takımları papirüsün yerine geçici belgeleme işlevi gören bir kullanım biçimiydi.

Bilinen en eski balmumu yazı takımı Uluburun batığında keşfedilmiş, Uluburun Yazı-Tahtası Takımıdır (Payton, 1, 1991). Genç Tunç devrine ait bu balmumu yazı takımı, Türkiye’nin Güney batısında Kaç yakınlarında bulunmuştur. Parşömen M.Ö. 190’de İskenderiye Kütüphanesi ve Bergama Akropol Kütüphanesi arasında bir tür rekabet ortaya çıktı (Gönlügür, 1.) O döneme kadar en kullanışlı yazı malzemesi papirüstü ve o da Mısır’da üretilmekteydi. Bergama Kütüphane Müdürünün Atina’daki Neleus arşivini satın almasıyla Mısır Krallığı büyük bir darbe alır ve Bergamaya papirüs satışını durdurur. Parşömen böylece icat edilir. Kağıt Kağıt, Ts’ai Lun tarafından M.S. 105’te farklı lifli materyalleri bir hamur haline getirip kurutmasıyla icat edildi. Kumaş ile kurutulan bu ilk kayıt daha sonraları bambu üzerinde kurutuldu ve daha dayanıklı bir kayıt yapılmış oldu. Bu teknik Avrupa’ya yaklaşık 900 sene sonra gelecekti. Önce Japonya ve sonrasında İspanya’da kullanıldı. Fabrikasyon kayıt yapımı ise İtalya’da Fabriano’da 1300 yıllarında ortaya çıktı.

KALİGRAFİ VE HÜSN-Ü HAT SANATI

Taş’tan papirüse, parşömeden kağıda doğru evrilen süreç içerisinde, üzerine yazılan mecranın değişmesiyle elbette yazı sanatı da evrildi. El yazması bir çok eserin kopyalanması uzun zaman ve uğraş isteyen bir durumdu. El yazmalarında kullanılan süslemeler kitap yazımının bir parçasıydı.

GUTENBERG VE MATBAA

Gutenberg'in geliştirdiği basım tekniği ile basılan ve ilk basımlarından olan 42 satırlık İncil font olarak Texture ismi verilen bir fontu kullanmıştı Sarıkavak, 10, 2016). Gutenberg farklı bir mürekkep türünü de icat etmiştir. Gutenberg'in kullandığı basım harflerine el yazması geleneğinin halen matbaa aşamasında da devam ettiği gözlemlenebilmektedir. Gutenberg'in geliştirdiği basım tekniği ile basılan ve ilk basımlarından olan 42 satırlık İncil font olarak Texture ismi verilen bir fontu kullanmıştı Sarıkavak, 10, 2016). Gutenberg bu font üzerinde çalışması için Peter Schöffer isimli ünlü bir katibi tutar ve tüm alfabeyi el yazısına benzeyecek şekilde Gothic harflerle yeniden tasarlarlar. (Rees, 71, 2005). Gutenberg farklı bir mürekkep türünü de icat etmiştir. Gutenberg'in kullandığı basım harflerine el yazması geleneğinin halen matbaa aşamasında da devam ettiği gözlemlenebilmektedir. (Childress, 15, 2007). Buradan hareketle Gutenberg matbaasıyla beraber oluşturulan ve farklı tarzlarda yazımı benimseyen basım tekniklerinin tipografiyi oluşturduğunu ve kendinden sonra gelen basımcıların da zamanın gereklerine göre geliştirdikleri bir kavram olarak tipografiyi tanımlamak mümkün olacaktır. Gutenberg'in ilk bastığı eserlerden biri "42-Line Bible" (42 Satırlı İncil)'dir. Bu eser 14. Yüzyıl Almanya'sında çok beğenilmişti. Tipografinin bu ilk örneği yazı araçlarıyla metalde kesilerek aktarılmıştır.

Gutenberg basım tekniğine kadar olan sürede yazma eserlerde kamış ve/ya da kaz tüyü kalem kullanılarak harfi biçimlendirmesi sonucu eserler üretilmekteydi (Sarıkavak., 10, 2016). Gutenberg'in metal harfle baskı işleri için kendi planladığı özelliklere uygun olduğunu düşündüğü 1438'de üretilmiş olan baskı aletini Konrad Saspoch'dan ve gerekli olan kurşunları da borçla satın aldı 1439'dan sonra üç yıl boyunca üzerinde çalıştı. Bu yoğun çabaları sonucunda Gutenberg'in döküm kalıbı ile çoğaltma aşamasına ulaşmasına sebep oldu (Sarıkavak, 10, 2016). Böylelikle Gutenberg 1450 yılına geldiğinde basım ve yayıncılık için çok önemli bir aşama oluştu ve aynı döküm kalıbı defalarca kullanılarak fazla sayıda eser basıldı (Özdemir&Kurt, 2018). Gutenberg'in aslında "xylotypography" adı verilen ve Çin'de tahta kalıplara yüksek kabartma olarak oyularak yapılan baskı tekniğinden ilham alarak kendi basım tekniğini geliştirdiği düşünülmektedir. Kendi geliştirdiği basım tekniğinde bağımsız olan döküm kalıpları yer değiştirebilmekte ve baskıda birden fazla kullanıma olanak veren alaşımdan yapılmış döküm parçalarından yararlanılmasına olanak sağladığı görülmektedir (Özdemir&Kurt, 2018). Gutenberg ayna görüntüsünde hareketli harfler ile kelimelerin bütünü yerine bu harfleri birleştirerek sayfa düzenini oluşturmaktaydı. Harfler herhangi bir formatta düzenlenebildiği için istenilen sayıda sayfa üretilebiliyordu.

Metinlerin bu yöntemle hızlı bir şekilde çoğaltılabilmesi mümkün olmuştu. Gutenberg'in İncil projesi 1452'de iki ciltlik 200 nüsha olarak basıldı. Bu incillerden sadece az bir kısmı parşömene basıldı ve 1455 Frankfurt Kitap fuarında gösterime çıkartılıp satıldı. Matbaa fikri Avrupa'ya hızla yayıldı ve Gutenberg dışında 1500 yılından önce yaklaşık 2500 Avrupa şehrinin matbaası olduğu görülmektedir (Kreis, 1, 2016). Matbaanın ilk etkisi elbette hızlı çoğaltım ve düşük maliyetti. Bu çok daha fazla kitleye bilginin ulaşmasını kolaylaştırmıştır. Kütüphanelerde daha fazla kitap depolanabilmekteydi. Matbaanın icadının en önemli sonuçlarından biri ise bilginin standart bir şekilde yayılmasının ve korunmasının sağlanmasında önemli bir rol oynamasıdır.

TİPOGRAFİK BAZI TERİMLER

Serif-Sans Serif Counter Beak Bowl Bar veya Crossbar Bracket Terminal Ligature Crotch

TİPOGRAFİNİN TASARIM ÖGESİ OLARAK KULLANIMI

Tasarım yapılırken öncelikle yazının yapılacak tasarım içerisindeki yerinin anlaşılması önemlidir. Yazının fiziksel formu, kalın veya ince olması, yuvarlak veya kare olması, uzun veya kısa, geniş veya dar, vb. fiziksel özellikleri kendi içerisinde bir ifade biçimini oluşturmaktadır. Burada tasarımın içerisindeki duygu düşünce ile örtüşen bir yazı tipi kullanmak tasarımın genelini daha güçlü yapacaktır. Yazı tipi hareket fikrini uyandırabilen, aksiyon hissini yaratabilen bir görsel öğedir. Dolayısıyla görsel tasarım unsuru olarak başka imgelerle beraber kullanıldığında bir bütünün parçası olabilmektedir. Ayrıca kullanılacak yazının uzunluğu tasarımın içerisindeki büyüklüğü gibi diğer unsurlarla beraber anlamlar üretmektedir. Fotoğraf, görsel imgeler, diğer yazı elemanları, renk, gibi bir çok faktör yazı tipinin seçilmesinde ve tasarımın oluşturulmasında rol oynamaktadır. Bunların başında yazının anlatacağı içerik ve aktarılmak istenen mesaj dikkate alınarak yazı tipi seçilirken, kalınlık, yuvarlaklık gibi özelliklerinin verilecek tasarımsal mesaja uygun olması önem kazanmaktadır. Tasarımın içerisinde tipografi aykırı durmamalı bir parçası olarak diğer öğelerle konuşan ve mesajı aktaran bir unsur olmalıdır. Bunun için sadece yazı tipi değil, boyutu ve konumu gibi özellikler de göz önünde bulundurulmalıdır. Eğer bir sayfa içerisinde farklı yazı tiplerinin kullanılması zorunluysa bunu en azda tutmak bütünlük sağlanması açısından tasarıma yardımcı olacaktır.

Tipografi ile okuyucu konuya davet edilmektedir, yani yazı tipi okunaklı ve dikkat çekici ancak çok çarpıcı olmaktan uzak olmalıdır. Anlatılan konudan uzaklaşarak yazı tipine tamamen dikkat çekilmesi özellikle hedeflenmiyorsa tasarımın içerisinde uyumla çalışan, diğer görsel öğelerle iş birliği içerisinde konuyu aktaran bir unsur olması hedeflenmektedir. Tipografi yazının olduğu her yerde olduğundan hareketli görüntülerde de karşımıza çıkmaktadır. Animasyon, film ve hareketli görüntünün

olduğu her mecrada olan tipografi yine burada da tasarımın önemli bir parçasıdır. Kinetik Tipografi veya hareketli tipografi olarak isimlendirilen ve animasyon ile tipografiyi hayata geçirerek bir anlatı üreten tekniği düşündüğümüzde, yazı tipinin ana görsel unsur olarak hikayeyi, mesajı anlatan yapı olduğu görülmektedir. Hareketin kendisinden gelen dinamizm ile yazı tipinin özelliklerini inceleyen bu animasyon alanında, mesajın aktarılmasındaki ana unsur olan tipografi renk, ses ve doku gibi farklı unsurlar ile birlikte hareket etmektedir. Özellikle bu tarz çalışmalara film jeneriklerinin baş ve son kısımlarında, müzik videolarında ve infografik tarzı bilgi aktarımının hedeflendiği animasyonlarda rastlanmaktadır.

Reklam içeriklerinde de benzer yapıların kullanıldığı görülmektedir. Kısacası bilgi aktarımının olduğu bir çok hareketli görüntüde tipografinin hareket ile uyumlu çalıştığını, tasarımın daha etkili ve çekici olması açısından kullanıldığı görülmektedir. Tipografinin sayfada veya ekranda kapladığı koyuluk açıklık oranları ile vurgu yapılabileceği gibi, yazı tipinin karakteristik özelliklerinin genel tasarım ile uyumu gözetilerek vurgu yapılması daha uygun olacaktır. Tasarımın genel mesajını yineleyen ve öne tek başına çıkmayan bir yazı tipi bazı tasarım durumlarında tercih edilmektedir. Tipografi heykelsi bir şeffaflığı aramaktadır. (Bringhurst, 17, 2004) Tasarım yapılırken Bringhurst'un bu tavsiyesi unutulmamalıdır. Özellikle tipografinin tasarımın geneli ile uyumlu olması gerekliliği sadece okunaklı olması ve sıkıcı olması demek değildir. Tipografiyi büyük ve koyu kullanarak dikkat çekmek belki de ilk akla gelen yöntem olduğundan ilginç ve ilgi çekici tasarımlara sebep olmamaktadır. Bunun özellikle diğer tasarım öğelerinin bastırarak veya silikleştirecek biçimde, mesajın netliğini engelleyecek veya ayrı görsel diller yaratacak şekilde yapılması, hem estetik anlamda hem de anlaşılabilirlik yönünden tasarımsal sorunlar doğurmaktadır. Bunu engelleyebilmek için yazı tipi seçilirken gösterilecek özen, yazı tipinin boyutu, koyuluğu ve yerleştirilmesi içinde geçerli olmaktadır.

ÇEVRE TASARIMI

Çevre tasarımı yalnızca grafik tasarımını kapsayan bir alan değildir. Çevre konusu ele alındığında mimari yapılar, iç ve dış mekân tasarımı, peyzaj mimarisi gibi çevreyi ilgilendiren birçok unsur ele alınmalıdır. Çevre sözcüğü incelendiğinde birçok farklı anlama gelmekle birlikte, bu üniteye ele alınan çevrenin, bir şeyin yakını, etrafı, içinde bulunulan toplumu oluşturan ortam, muhit olarak tanımlanan çevre olduğunu vurgulamak gerekir. Çevremizde ele alınacak onlarca konu vardır, çevre grafiği çevrenin yerel ve sosyal açıdan önemli bir biçimde ayırt edilmesine, kimlik kazanmasına, bellek oluşturulmasına, bölgedeki işaretlerin algılanış şekline, yön/yer bulmadaki sıkıntılarının giderilmesine olanak sağlayan bir grafik tasarım dalıdır.

ÇEVRE TASARIMI VE GRAFİK TASARIM

Sanat ve çevre ilişkisi, günümüzde toplumsal yaşam içinde vazgeçilmez bir kavram olarak karşımıza çıkmakta, büyük kentlerde nüfusun gittikçe arttığı ve insanın var olma nedenleri arasında yer alan kendini ifade etme ve sosyal ihtiyaçları zayıflamaktadır. Düzenli planlama içinde çevre tasarımı tek başına bir kavram olarak ele alınmak yerine, kolektif bir çaba ürünü olarak değerlendirilmektedir. Bu da çevre tasarımı çalışmalarında tüm meslek elemanlarının görev alma şansına sahip olmasına neden olur. Grafik tasarımcının görevi, düzenli ya da düzensiz yerleşke yapısı içerisinde insanların akışını, yönlendiğini, aradığını bulmasını kolaylaştırmaktır. Ayrıca çevreye bir kimlik vermek, dokusuna uygun tasarımlar üretmek de diğer işlevleri kadar önem taşımaktadır. Bilgi çağında yaşadığımız tüm çevrelerde muazzam bir bilgi kirliliği de kendini göstermektedir ki, bu da çevre tasarımının artık daha önemli, bir o kadar da zor bir alan olduğunu göstermektedir. Eskiye göre daha da kıymetlenen çevre tasarımı, çevresel grafik tasarımcılara da duyulan ihtiyacın artmasını doğurur.

ÇEVRESEL GRAFİK TASARIM

Grafik tasarım bağlamında çevre tasarımı bileşenleri yazı karakteri seçimi, malzeme seçimi, renk seçimi, kullanılacak ise sembol, imge veya piktogram seçenekleri ve yerleştirme şeklinde sıralanabilir. Bu seçimler çevre tasarımı elemanlarının çevre ile nasıl bütünleşeceği ve uyum sağlayacağı göz önünde tutularak yapılmalıdır. Her grafik tasarım ürünüde olduğu gibi, çevresel grafik tasarımı sürecinde de gereksinimler göz önünde bulundurularak, kullanıcıların dikkatini çekecek, algı yönetimi düşünülerek doğru mekanlar tespit edilmelidir. Çevre tasarımı kapsamındaki grafik öğeler mekânın kimlik öğeleri arasında yer alır ve o mekâna ilişkin özelleşmiş bir imgeyi tanımlar. Çevre ile ilişkisi düşünülmeden tasarlanan sistemler, kolay anlaşılır ve keyifli etkileşimlerin doğmasına engel teşkil eder. Grafik tasarım açısından çevre tasarımında renk, uyumlu malzemeler, okunması kolay ve mekâna göre tasarlanmış, mekânın kimliğiyle uyumlu tipografi dikkatle çalışılması gereken ayrıntılar olarak karşımıza çıkar. Hızlı ve kolay okunurluğa sahip, doğal, tasarlandığı çevreyle örtüşük etkileşimler sağlayabilen çevresel grafik tasarımlar, buldukları çevreyi daha yaşanır hale getiren görsel elemanlardır. Çevre grafikleri ortama bir dereceye kadar kalite katan görsel unsurlardır. Kullanıcılar, çevresel grafik tasarım elemanları sayesinde nerede olduklarını bulurlar, bir yeri aramak yerine mekânı daha doğru ve hızlı bir biçimde deneyimleyerek zaman kazanmış olur. Etkili mesaj vermeyen çevre grafikleri tasarımcıların kaçınması gereken ciddi dikkat dağıtıcılar olarak değerlendirilebilir, çevre grafiği tasarım elemanlarının büyüklükleri, yazı ile olan ilişkileri mekân ile uyumlu bir şekilde çözülmemiş ise mesaj doğru verilmiyor demektir ve bu, çevreyi her açıdan olumsuz ve tanımsız bir duruma sokan, iletişimi zorlaştıran durumlar olarak karşımıza çıkar. Mesajın doğru aktarılmasının renk, malzeme, grafik öğelerinin ve kullanılan yapıların konumlandırıldığı yerler vb. gibi birçok parametresi bulunmaktadır. Doğru çevre grafiği öğeleri, doğru zamanda doğru yerdedir, kullanıcıyı rahatlatır ne aşırı tekrarlayıcı ne de talepkârdır. Çevrenin mükemmelliği isteniyorsa renge, uyumlu malzemelere, doğru boyutlandırmalara ek olarak tasarımı pekiştirmek için okunması kolay ve mekanla uyumlu karaktere sahip tipografi kullanımı, çevresel grafik tasarımın vazgeçilmez unsurlarındandır.

ÇEVRE GRAFİĞİ ÇEŞİTLERİ

Kimlik Grafikleri Kimlik grafikleri, mekanların kimliklerini ortaya çıkaran, mekânın karakterini, tarihsel süreçlerini, geçmişini iletişim yoluyla kullanıcıya aktarmayı amaçlayan çevre grafikleridir. Yön Grafikleri Kullanıcılara buldukları mekânda yön bilgisini aktarmak amacıyla tasarlanan çevre grafikleridir. Yön grafikleri “ben neredeyim” sorusunun cevabını vermekte, yönlendirme işini üstlenmektedirler. Mimari yapıların da görsel elemanlara katkıda bulunduğu, yani bina yapısıyla

grafiklerin uyum içinde tasarlandığı yön grafikleri mekâna ayrı bir kimlik sağlamış olurlar, ayrıca ünitenin başında belirtildiği gibi, mimari ve grafik tasarımının çevre grafiği kapsamında birbirleriyle olan ilişkisinin önemi bu noktada kendini gösterir niteliktedir. Açıklayıcı Grafikler Açıklama, oryantasyon barındıran çevre grafikleridir. En sık kullanılan açıklayıcı grafikler haritalardır. Çevre grafiği bir sistem oluşturmayı gerektirir ve açıklayıcı grafikler bir mekânda yön grafikleri ve kimlik grafikleriyle koordineli çalışmak durumundadır. Açıklayıcı grafikler bir alışveriş merkezinin içerisinde, dış mekânda otobüs duraklarında, üniversite yerleşkelerinde, danışmalarda ve neredeyse kullanıcısı olduğumuz iç ve dış tüm mekanlarda yönümüze bulmaya yarayan, ancak mekânın her noktasını içermeyi hedefleyen grafiklerdir. Düzenleyici Grafikler Düzenleyici grafikler, çevreye ait kuralları gösteren tasarım elemanlarını içerir, o nedenle kural grafikleri demek de yanlış değildir. İç ya da dış mekânda yapılabilecekler ve yapılamayacakların bilgisini verir, mekânın düzenini kuralları görselleştirerek sağlamış olur. Uyarıcı, bilgi verici, yasakları vurgulayıcı açıklamalara ve görsellere sahip grafikler çevresel grafik tasarım kapsamında kural grafikleri/işaretleri olarak adlandırılabilirler. Mekânda uyum, çevresel grafik tasarım öğelerinin öne çıkmasına, verilmek istenen mesajların etkili bir biçimde yansıtılmasına, güçlü bir iletişim ve etkileşim sağlanmasına olanak tanır. Grafik tasarımcı gözüyle tasarlanan çevre grafiği, yaşanan tüm mekanlara kimlik kazandıran, kullanıcıları rahatlatan, huzur ve en önemlisi güven veren işaretlerdir. Tasarım disiplinlerinin çevre tasarımı kapsamında koordineli çalışması, gelişmiş, görsel bütünlüğe sahip daha yaşanabilir yaşam üniteleri, mekanlar, siteler, yerleşkelere sahip olmamıza olanak tanımaktadır. Çevresel grafik tasarımcısı, bir mekânın nasıl geliştirileceğinden sorumludur. Başarılı çevre tasarımları, açık, net, samimi, iletişim kuran işaretler, semboller ve bilgilendirmelerle birlikte doğru iletişim araçları olarak yaşama katkı sağlarlar.

Baskının tarihinin aslında ne kadar daha öncesine dayandığı tartışmalı bir konu olsa da günümüze gelene kadar çok yol katettiği kuşkusuzdur. Günümüze gelene kadar geliştirilmiş olan baskı teknikleri belli gruplar altında incelenmektedir. Bu gruplar Yüksek baskı (Tipo), Düz baskı (Ofset), Çukur baskı (Tifdruk), Serigrafi (elek) baskı, Flakso baskı ve Dijital baskıdır. Geleneksel baskı teknikleri ve günümüzde kullanılan ileri teknoloji baskı tekniklerinin atası niteliğinde olup prensipleri ve süreçleri açısından benzerlik göstermektedir.

ÖZGÜN BASKI RESİM

Özgün Baskı Resim “Çeşitli araç ve gereçlerle doğrudan ya da kalıplar aracılığıyla, kâğıt ya da benzeri malzemeler üzerine, bizzat sanatçının kendisi ya da onun denetimindeki bir teknisyen usta tarafından numara verilip imzalanan resimler.” olarak tanımlanmaktadır. Almanca druckgraphik, Fransızca estampa, İngilizce print / printmaking, İtalyanca stampa terimleriyle anılan baskılar için Türkçe özgün baskı resim ismi ilk defa 1972 yılında Mustafa Aslıer’in kullanımı ile dilimize yerleşmiştir. Özgün Baskı Resim Numaralandırma Kuralları ve Simgeleri Sanatsal baskılarda işin özgün kabul edilebilmesi için yapılan özgün baskılar sanatçı tarafından numaralandırılır ve imzalanır. Ayrıca işin sınırlı sayıda basılması, numaralamanın baskı sırasına göre yapılması gerekmektedir. Uluslararası ölçütlerde numaralama ve imzalama sanatçının elyazısı ile kurşun kalem kullanılarak yapılır. Sanatçının imzası sağ alt köşeye, imzadan hemen sonra ise yapım yılı yazılır ve sanatçı eser ismini de eklemek isterse numara ile imza arasına yazılır. Sanatçının çoğaltımı konusunda henüz kesin kadar vermediği denemeler yaptığı baskılar yırtılarak yok edilir veya üzerine deneme baskısı ifadesi yazılmalıdır. Sanatçının kendisi için ürettiği az sayıda baskı varsa sanatçı baskısı ifadesi yazılır. İmza, numara, eser ismi gibi bilgilerin yanı sıra özgün baskı tekniklerine özel bazı simgelerde baskının tekniği ve kullanılan malzeme hakkında bilgi vermek için kullanılır.

BASKI TEKNİKLERİNİN TARİHÇESİ

Özgün baskı resmin ilk örnekleri M.Ö. 3000 yıllarına konumlanmaktadır. Tarihin ilk baskıları Taoist keşişler tarafından kötü ruhları dağıtmak gibi amaçlarla ağaç oyması mühürler ile ipek üzerine yapılmış baskılardır. Birçok kaynakta baskı sanatı için kesin bir başlangıç tarihi verilemese de genel kabul Çin’de kâğıdın bulunması ile başladığı yönündedir. Bu görüşe göre kâğıdın M.S.105’te bulunması ile Çin’de tahta ıstampalar mürekkeplenerek kâğıt ve ipek üzerine baskı yapılmaya başlanmıştır. M.S. 2000’li yıllarda Sümerler’deki oyulmuş silindir mühürlerin kil üzerinde döndürülmesi ile yapılan baskılar tarihsel açıdan ilk örneklerdendir. Günümüzden 2800 yıl öncesinde yazının balmumu ya da kil üzerine silindir biçimindeki damga ve kalıplarla çoğaltıldığı görülmektedir. Bilinen kimliği doğrulanmış en eski tarihli görüntü ve yazı içeren belge ise M.S. 868 tarihli bir parşomen tomarı üzerine basılmış Budizm için önemli kaynaklardan bir olan Diamond Sutra Öğretisi adlı kitaptır. Resim etkisindeki ilk ağaç baskı olan parşomen tomarı Doğu Türkistan’daki bir mağarada bulunmuştur. Budizm ile birlikte ağaç baskının kullanımı yaygınlaşmıştır. YÜKSEK BASKI TEKNİKLERİ Baskı Resimde yüksek baskı kategorisine giren birden fazla teknik bulunmaktadır. Bu tekniklerin ortak özellikleri kalıbın yüzeyinden kazınan kısımların değil yüzeyde kalan kısımların baskıda kullanılıyor oluşudur. Yüksek baskı teknikleri, tarihin ilk baskılarının ıstampa-damga şeklinde yüksek baskı olarak yapılmış olması açısından önemlidir. Bu kapsamda Ağaç Baskı, Ağaç Gravür ve Linol Baskı teknikleri başlıklar halinde açıklanmaktadır. Ağaç Baskı Elle oyulmuş ağaç baskı kalıplarının (grafik sanatların ilkinin) gelişmesi ile özgün eserleri çoklu kopyalar halinde yapabilmek mümkün hale gelmiştir. Sanatçılar ilk kez bir eserin aynı kalitede belirli sayıda kopyasını oluşturmuşlardır. Baskı preslerinin sonraki evrimi, orijinal sanat eserlerinin büyük ölçekli reproduksiyonlarına izin vermiştir. Bu yolla elde edilen reproduksiyonlar orijinal baskılarla karıştırılmamalıdır. Çoğaltma ve sınırlı sayıda yapılan özgün baskı farklı durumlardır. Kalıp olarak ahşap blok için pürüzsüz yumuşak bir ahşap tahta kullanılır. Basılacak resim bu blok üzerine çizilir. Ardından basılmaması gereken alanlar oyularak çıkarılır ve çizilen görüntü oyulan alanların üzerinde yüksekte kalır. Bu yükseltilmiş veya kabartmalı alanlar daha sonra mürekkeplenir ve baskı gerçekleştirilir.

Linol Baskı Linol baskı yöntemi Ağaç baskı ile aynı mantıkta çalışmaktadır. Kalıbın hazırlanması aşamasında oyma için kullanılan bıçaklar ve baskı aşamasında kullanılan merdane vb araç gereçler ağaç baskıda olduğu gibi kullanılmaktadır. Tekniğin ağaç baskıdan farkı kalıp olarak kullanılan malzemenin değişmesidir. Bu teknikte linolyum ve plastik materyaller ağaca alternatif olarak kullanılmaktadır. Linolyum malzeme ahşaba göre daha yumuşak olduğu için daha kolay ve daha ince

çizgiler oluşturacak biçimde oyulabilmektedir. Ahşap gibi lift içermediği için de oymanın yönü tüm yönlere eş kolaylıkta yapılabilmektedir. Ağaç Gravür Foto gravür tekniğinin bulunduğu 19.yy'ın sonlarına kadar ağaç baskılar yaygın olarak kullanılmıştır. Ağaçoyma (Wood Engraving) tekniğinin Ağaçbaskı (Woodcut) baskı tekniğinden farklı olduğu yanlar şu şekildedir; Ağaç gravürde çok sık dokulu ve sert ağaçlar kullanıldığı için ağaç baskıya nazaran kalıp bozulmadan daha fazla sayıda baskı alınabilmektedir, ağaç baskıda mümkünken ağaç gravürde çok büyük baskı boyutları söz konusu değildir. Ağaç gravür tekniğinde ton çeşitliliği ve ince kesintisiz çizgiler yaratmayı sağlayan metal gravürdeki keskin çelik kalemler gibi araçlar kullanılır. Ağaç gravür tekniğinde kalıpların kurutulması ve yüzeyde pürüz kalmaması için demir bir aletle ezilmesi ve yağa doyurulması gerekmektedir.

ÇUKUR BASKI TEKNİKLERİ Bu teknikte yüksek baskı tekniklerinin tersine kalıpta basılacak kısımların kazılması veya oyulmasıyla alçaltılması prensibi geçerlidir. Çukur baskı teknikleri ile farklı sertlikte çizgiler ve farklı leke değerleri ve renkler arasında yumuşak ton geçişleri elde edilebilmektedir. Baskı kalıbı olarak, çinko, bakır veya çelik levhalar ve çeşitli oyma, kazıma ve yedirme araçları kullanılmaktadır. Kalıpta çukur kalan kısımlar baskı için hazırlanmış yağlı ve kıvamlı bir mürekkeple doldurulur ve yüksekte kalan yüzey dikkatlice silinir. Yüksek dereceli bir baskı yapılarak kâğıdın çukur alanlardaki mürekkebi alması sağlanır. Bu esnada kâğıtta kabarıklık oluşur.

Asite Yedirme (Etching) Kalıp olarak kullanılan metal plakanın yüzeyi önce aside dayanan bir vernikle kaplanır ve desen çizilir. Çizme işlemi esnasında vernik çizim aracı ile yüzeyden sıyrılmış olur. Tamamlanan plaka asit banyosuna tabi tutulur. Böylece verniksiz bölgeleri asit aşındırır. Aşındırma sonucunda oluşan çukurların derinliği asitte tutma süresiyle ayarlanır. Leke Baskı (Aquatint) Etching tekniğindeki gibi metal plaka üzerine vernik uygulanması presibine dayalıdır. Buradaki fark verniğin playa yüzeyine toz halinde ve değişik kalınlıklarda serpilmesidir. Toz verniğin serpilmesinin ardından metal diğer taraftan (alttan) ısıtılarak eriyen vernik tozlarının plakaya yapışması beklenir. Vernik toz halinde serpildiğinden homojen bir yayılım değil, grenli bir doku elde edilir. Asit banyosu sırasında vernikli noktaların geldiği yerler korunurken doku arasında kalan boşluklar asit tarafından farklı derinliklerde aşındırılır. Bu teknik yaygın olarak diğer tekniklerle birlikte zengin bir ton geçişi amacıyla kullanılır. Yüksek Yedirme (Lift ground) Bu tekniği diğerlerinden ayıran özellik baskıda çıkması istenen desenin şekerli vernik/lak ile çizilmesi/boyanmasıdır. Baskıda çıkması istenen kısımlar şekerli vernik ile oluşturulur. Boyama işlemine başlamadan önce baskı yüzeyinin zımparalanarak yağdan arındırılması lakın/verniğin daha iyi tutunmasını sağlayacaktır. Boyama için fırça kullanılması resimsel etkiler için bir avantaj olarak değerlendirilebilir. Basılacak desen şekerli vernik ile çizildikten ve vernik kurutulduktan sonra ayrıca sıvı lak ince bir tabaka halinde tüm levhaya uygulanır. Lakın kurumasının ardından ılık suya sokulan levhanın üzerindeki şekerli lak eriyerek kalıptan ayrılır. Açılan bu kısımlar asit banyosunda asitle temas ederek aşınarak çukurlaşır. Böylece çizilen desenin pozitif görüntüsü baskı alınabilir. Yumuşak yedirme (Soft ground) Teknik kumaş ve benzeri malzemelerin dokularının baskı üzerine birebir kopyalarını çıkarmakta kullanılır. Bunun için vazelin vb bir malzeme kalıp levhası üzerine ince bir tabaka halinde uygulanır ve dokusu çıkarılmak istenen malzeme (örn.kumaş) bu tabaka üzerine bastırılır. Daha sonra levha asitle aşındırılarak dokular birebir kalıba aktarılır. Kabartma (Embossing) Bu teknik kâğıt üzerinde kabartma oluşturmak için kullanılmaktadır. Kalıp üzerinde çukur olan bölgelere boya / mürekkep verilmeden, yani boyasız olarak kâğıt baskı presinden geçirilir. Böylece boyasız / mürekkepsiz bizimde baskı işlemi yapılarak kâğıtta kalıptaki oyukların şekline göre kabartma etkileri elde edilir. Mezzotint Mezzotint tekniği ismini levha üzerine boya tutucu noktalar elde etmek için kullanılan beşik (berso) tipli dişli bıçaktan alır. Bakır Levha üzerine dik bir şekilde bastırılıp hareket ettirilen ince dişlere sahip alet bakır levha yüzeyinde çukur noktalar ve noktaların yanında zerrecikler halinde mürekkebi tutan küçük yığıntılar oluşturur. Levhanın yüzeyinde sık ve homojen bir nokta dokusu oluşturmak için nokta sıraları farklı yönlerde sistemli olarak sekiz kez tekrarlanır. Bütün yüzey noktalarla kaplandığı haliyle baskı alındığında siyah bir kâğıt oluşması beklenir. Kazıma ve parlatma aşamasında ise farklı tonlamalar elde etmek için sıyırıcı ve mıska gibi araçlarla bu yığıntılar hafifletilir veya beyaz alanlar oluşturmak için noktalar tamamen yok edilir. Kuru Kazıma (Soğuk kazı) Bu teknikte sanatçı çizici, kazıyıcı, tarayıcı vb amaçlarla kullanılan çeşitli araçlarla doğrudan metal plaka üzerine elle çukurlar oluşturur. Boya bu çukurlara dolar ve baskı sırasında kâğıda aktarılır. Kuru kazımada kuru uç, mıska, sıyırıcı, dişli bıçak, dişli kalemler, çengel uç, tel fırça, ege, elektrikli motor gibi araçlar kullanılır. Metal levha üzerinde bilek ve kol gücü ile izler bırakırken kontrolü güç olsa da farklı basınç derecelerini aynı çizgi üzerinde kullanmak ve karakalemdeki gibi açıktan koyuya yumuşak geçişlerin olduğu yüksek çizgi kalitesine ulaşmak mümkündür.

DÜZ BASKI TEKNİKLERİ

Litografi (Taş) Baskı Litografi, diğer adıyla taş baskı yağ ile suyun birbirini itmesi temel ilkesine dayalı olarak kireç taşı üzerine yağlı maddelerle çizilen tasarımların basılması (çoğaltılması) işlemidir. Litografi (taşbaskı) kelimesi “litos” latince taş ve “graphein” yazmak / kazımak kelimelerinin birleşmesiyle oluşmuştur. Çukur ve yüksek baskı gibi diğer geleneksel tekniklerinden farklı olarak yüzeyinde yükselti farkı olmayan düz bir kireç taşı kalıp olarak kullanılır. Ofset (Ofset

-Lito) Baskı Temelde litografi (taş) baskı prensibine dayalı bir tekniktir. Taş baskıda kireç taşı kalıp üzerinde yağ ve suyun birbirini itmesi prensibi söz konusu iken Ofset baskıda kalıp olarak taş yerine bakır, çinko, alüminyum gibi metal plakalar kullanılmaktadır. Basılacak desen litografideki gibi kalıba (metal plakaya) doğrudan çizilip boyanarak oluşturulabileceği gibi görüntünün kalıba aktarılması aşamasında fotografik yöntemler de kullanılabilir. Mono Baskı Mono baskı tekniği ile bir kalıptan tasarımı yapılan resimden eşsiz tek bir baskı alınabilmektedir. “Mono baskılar, tek bir kalıptan tek bir baskı alınan, dolayısıyla tek örnek olarak üretilen basılı resimlerdir.”

ŞABLON BASKI TEKNİKLERİ

Pekmezci'nin ifadesiyle “... Teknikteki bu değişme ve gelişmeler yöntemin şablon baskı, elek baskı, ipek baskı, serigrafi, screen printing, stencil process, silk screen process vb. değişik adlarla olmasına neden olmuştur.”

UKİYO-E TEKNİĞİ

Diğer yanda ise özgün baskı sanatı anlamında 15.yy'a kadar Çin'in etkisi altında olan Japonya 15.-17. Yüzyıllar arasında bir değişim süreci geçirmiş ve günümüzde Ukiyo-e olarak bilinen renkli baskı tekniği gelişmiştir.

DİJİTAL BASKI

Bilgisayarda hazırlanan tasarımlar doğrudan dijital baskı cihazları üzerinden baskı alınır. Tirajlı baskılarda olmasa da düşük sayılı baskılar için düşük bütçe anlamında avantajlıdır.

Kurumların kendi öz değerlerini tanımlayan, bir kurumu diğerinden ayrı tutmada yardımcı olması amacıyla, hitap ettiği kitleye uygun olarak tasarlanan görsel öğelerin bütününe kurumsal kimlik tasarımı diyebiliriz. Kurumsal kimlik tasarımı yapılırken kurumun öne çıkarılması istenen özellikleri ve/veya hedefleri göz önüne alınarak, faaliyet yürüdüğü alanın gerektirdiği fonksiyonlarla beraber tasarım sürecinin yürütülmesi gerekmektedir. Kurumun kimliği onu tanımlamaya yarayan görsel öğelerle bütünleştiğinden, bu tasarımların kurumun gereklilikleri ile örtüşmesi esastır. Kurumsal kimlik tasarımında bir çok farklı disiplin bir arada çalışmaktadır. Bu ünite de Kurumsal Kimlik Tasarımının Görsel Tasarım boyutuna değineceğiz.

KURUMSAL KİMLİK TASARIMI BİRLEŞENLERİ

Kurumsal kimlik; bir kurumun kendisini temsil etme biçimlerinin bütünü olarak tanımlanabilir (Türkoğlu, 2008, 17). Kurumdaki çalışanların kıyafetlerinden, bina içindeki renk ve görsel tasarım öğelerine, logo tasarımından, web sayfası tasarımına kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Burada kurumsal kimliği oluşturabilecek farklı elemanları aşağıdaki listedeki gibi tanımlayabiliriz. Bir kuruma ait ürünler, ürün ambalajları Hizmet veya markanın ismi Bina, ofis, şantiye gibi yerlerin genel görünümü ve iç dekorasyonu, Resepsiyondaki sekreterin kıyafetinden satış elemanlarının davranışları, yöneticilerin kalitesi, Hizmet ve servis anlayışı, Tabelalar, Yönlendirme Elemanları -Sergiler, Fuarlar -Antetli Kağıt, Kartvizit, Zarf, Dosya, Tebrik Kartları, Şirket İçi İletişim Dokümanları-Fatura, İrsaliye, Tahsilat ve Tediye Makbuzları -Personel Takip Formları, Başarı Belgesi, Seramik -Kurumsal Yayınlar, Newsletter, Faaliyet ve Finans Raporları, Broşür, Katalog, Reklam Halkla ilişkileri çalışmaları -Bayrak, Çıkartma, Ajanda, Bloknot, Takvim gibi Promosyon Malzemeleri -Web Sitesi, Tanıtım CD'si gibi Multimedya Uygulamaları -Araç üzeri grafikler ve her türlü görüntü, stil ve mesajlara kadar uzanan bir yelpazedir. (Bakan, 2005, 62) Kurumsal Kimlik Tasarımı Aşamaları Kurumsal kimlik tasarımı yapılırken, öncelikle, çalışılan kurumun üç aşamada anlaşılması tasarımcı için bir yol haritası çizecektir. Bu kapsamda kurumun var olan bir tasarımı var ise bunun üzerinden yapılacak tasarım değişiminin hangi alanda yapılacağı belirlenmesiyle başlayacaktır. Eğer kurumun hali hazırda bir kurumsal kimliği yok ise bu noktada hedeflenen pazar, hitap edeceği kitle ve rekabet içine gireceği diğer kurumlardan farkı ön plana çıkarılacak şekilde tasarımsal süreç başlatılmalıdır. Logo Kurumsal Kimlik Tasarımının en güçlü ve en önemli öğelerinden olan logo tasarımı şirketin kimliğini oluşturmaktaki en önemli silahtır.

Kurumun hem iç hem de dış birleşenlerinin toplandığı, kurumun vizyonunu ve misyonunu görsel olarak anlatabilecek nitelikte, bir çok farklı alanda tekrar edecek olan bu görsel öğe tasarımcı için en önemli tasarımsal problemdir. Kurumun kendisini diğer şirketlerden farklı kılan yönlerini ortaya çıkartmak için yine logo tasarımı kullanılmaktadır. Kurum ile özdeşleşecek olan bu tasarım için uzun soluklu bir çalışma yapılması, kurumun aktarmak istediği felsefenin anlaşılması için doğru olacaktır. Bu noktada logo tasarımında iki ana unsurdan söz edebiliriz. Logo tasarımı sembolik veya tanımlayıcı olabilir. Tanımlayıcı bir logo tasarımı için aşağıdaki örnekleri verebiliriz. Tanımlayıcı logo tasarımında kurumun kimliğini oluşturan ana unsur olarak özellikle kurumun hangi alanda ve ne yaptığı üzerine bir görsel tasarım yapılmaktadır. Örneklere bakıldığında kurumların ne yaptıkları hakkında bir fikir sahibi olabilmekteyiz. Tanımlayıcı logo karşısında ise sembolik logo kullanımı görmekteyiz, Apple şirketinin logo tasarımı da sembolik tasarıma bir örnek oluşturmaktadır. Apple şirketinin ilk logo tasarımına bakıldığımızda gelişim sürecini ve logoda anlaşılması istenen sembolik anlamı daha iyi anlayabiliyoruz. Apple ilk logosunda ağacın altında oturan ve kitap okuyan bir adam ve hemen kafasının üzerinde ağaçta parlayan bir elma görüyoruz. Buradan hareketle elmaya odaklı olarak yapılan yeni logo tasarımında elmadan bir ısırık alınmış olduğunu görüyoruz. Buradaki logonun sembolik anlamı, tam anlamıyla bilgisayarları veya teknolojiyi temsil etmese de, elma bilginin sembolü olarak karşımıza çıkmaktadır. Yazı Tipi (Typeface) Tipografi kurumsal kimlik çalışmasında logodan sonra en önemli unsurlardan biridir. Bir kurumun kimliğini oluşturan, hem iç hem dış yazışmalarda kullanılmak üzere belirlenen tipografik elemanlar, yine bir kurumun yapısını, felsefesini, vizyon ve misyonunu anlatan görsel tasarım öğelerindedir.

Tipografik stil, e-postalar, sunumlar, sözleşmeler, e-posta imzaları, broşürler, kırtasiye malzemeleri, ofis tabelaları ve daha fazlasında görünen kurumsal kimliğin en geniş kapsamlı unsurlarından biridir. Bu nedenle, yazı tipinin uygun olması hayati önem taşımaktadır. Her şeyden önce, yazı tipinin seçiminin okunaklı, net olması ve farklı dijital ve basılı platformlarda çalışması gerekliliği

unutulmamalıdır. Kurum için, önemli olan ister is>krar ister modernlik olsun, kuruluşun kim olduğunun doğru bir yansıması olmalıdır. Görseller Kelimelerin yanı sıra imajlar, görseller de kurumsal kimliğin güçlü unsurlarındandır. Fotoğraf ve illüstrasyonların sahip olduğu tutarlılık hissi aracılığıyla organizasyonu temsil ederler. Görseller sadece basılı ve dijital materyallerin yanında kurumun ürünleri üzerine basılacak materyallerden, reklam filmlerine, mağaza tasarımından vitrinlerde kullanılan fotoğraflara kadar tüm illüstrasyon ve görsel elemanları kapsamaktadır. Burada bütünlük yaratabilmek, logo ve diğer tasarımsal unsurlarla aynı dili konuşabilen görseller üretebilmek esas olacaktır. Stil Yönergeleri (Style Guides) Stil yönergeleri özellikle logo kullanımında nelere dikkat edilmesi gerektiğini, hangi dosyalarda hangi yazı tipinin kullanılması gerektiğini, kullanılacak renkler, ve görsellerin standartlarını belirleyen bir rehber niteliği taşımaktadır. Bu stil yönergesi ile birlikte kurum içi ve dışı yazışmalarda uyulması gereken tasarımsal kurallar belirlenebilmekte ve böylece kurumsal kimlik tasarımının oluşturduğu yapı bir bütünlük felsefesi içerisinde kullanılabilir. Stil yönergeleri ile kurumun tasarımsal felsefesinin devamlılığı sağlanabilecek, kurumsal kimlik ile hem müşteriler hem de çalışanlar özdeşleşebileceklerdir.

BİLGİLENDİRME TASARIMI

Gelişen ve değişen teknolojilerle, her an bağımlısı olduğumuz mobil cihazla yaşanan dünyamızda, bilgiye ulaşmak her ne kadar kolaylaşmaktaysa da bilgi miktarının artmasıyla kullanıcılara / izleyicilere sunulan mesajlar, görsel iletiler bu yoğunluk nedeniyle önemini daha da arttırmaktadır. Grafik tasarımcıların görevi, bilgi kirliliği arttıkça daha da önem kazanmaktadır. Bilgilendirme tasarımı, grafik tasarımın bir dalı olarak görülse de aslında grafik tasarımın kendisiyle iç içe bütünleşmiş, geniş bir yelpazeye sahip tasarım uygulama alanıdır. Gelişen ve değişen teknolojilerle, her an bağımlısı olduğumuz mobil cihazla yaşanan dünyamızda, bilgiye ulaşmak her ne kadar kolaylaşmaktaysa da bilgi miktarının artmasıyla kullanıcılara / izleyicilere sunulan mesajlar, görsel iletiler bu yoğunluk nedeniyle önemini daha da arttırmaktadır. Grafik tasarımcıların görevi, bilgi kirliliği arttıkça daha da önem kazanmaktadır. Bilgilendirme tasarımı, grafik tasarımın bir dalı olarak görülse de aslında grafik tasarımın kendisiyle iç içe bütünleşmiş, geniş bir yelpazeye sahip tasarım uygulama alanıdır.

- Grafik tasarımcının birincil görevi olan görsel iletim eylemini gerçekleştirirken, kullanılan ana unsur bilgidir, grafik tasarımcı farklı mecralarda farklı üsluplarla izleyiciye mesaj iletme görevini üstlenir, işte bu mesajların izleyiciye esas olarak iletildiği öğe bilgidir, dolayısıyla bilgilendirme tasarımı başlı başına bir tasarım alanı olsa da görsel tasarımın her alanında bilgilendirme işi ön plana çıkan bir kavramdır. Bilgilendirme tasarımı grafik tasarım bağlamında ele alınan tüm başlıklarla bağlı olan özel bir disiplindir.

- İnsanoğlu tarih boyunca dünya hakkındaki algılarını paylaşmak ve başkalarını da aynı sonuçlara ulaşmaya ikna etmek için sistematik olarak bilgi tasarlamış ve sunmuştur. Bilgilendirme tasarımı, günümüzde isim olarak varlığını sürdürmeye son yıllarda başlamış olsa da kavram olarak hayatımızda çok eskilerden beri var olan bir tasarım alanıdır. Tasarım teorisi, tasarım pratiği hakkında önemli bir resmi bilgi altyapısı sağlar, soyutlamalar yoluyla tasarımın nasıl çalıştığını ve nasıl daha etkili hale getirilebileceğini açıklamakla birlikte, uygulanabilir bir teori daha fazlasını gerektirir; günümüzde bilgilendirme tasarımına yapılan yatırımlar, uygulamada herhangi bir konuda tarafsız bir mesaj vermekten daha fazlası olduğunu kesinlikle göstermektedir.

- Bilgilendirme tasarımında mesaj iletilirken hiyerarşik yapının kurgusu, kullanıcılara bilginin aktarılmasında önem taşımaktadır.

- Neredeyse her anımızda görsel elemanlara, videolara, fotoğraflara, hareketli grafiklerle karşılaşmakla birlikte artan bilgi kirliliğine engel olacak tasarım dalı bilgilendirme tasarımı olarak tanımlanabilir. Çünkü bilgilendirme tasarımı elemanları yalın, kısa sürece izleyiciye ulaşacak, kolay ve hızlı anlaşılabilir öğeler olmak durumundadır. Grafik tasarım, bir sistem oluşturma işidir.

Kurumsal kimlik tasarımı, web tasarımı, kitap tasarımı, yönlendirme tasarımı, bilgilendirme tasarımı vb. sistem oluşturmak üzere planlanır ve geliştirilir. Bilgi çağında tasarım mecralarının da gelişimiyle bilgi yoğunluğunun artmasıyla bilgi kirliliği de yoğun bir biçimde kendini göstermektedir ve bu durum bilgilendirme tasarımını günümüzde daha kıymetli hale getirmekle birlikte, görevini de yoğunlaştırmaktadır. Bilgilendirme tasarımı uygulama alanları şu şekilde özetlenebilir:

- Doküman Tasarımı
- Form Tasarımı
- Kullanım Kılavuzu Tasarımları
- Eğitim Materyalleri
- Haritalar
- Şema ve Çizelgeler
- İnfografikler
- Çevresel Grafik Tasarım

BİLGİLENDİRME TASARIMI NEDİR?

İnsanoğlu tarih boyunca dünya hakkındaki algılarını paylaşmak ve başkalarını da aynı sonuçlara ulaşmaya ikna etmek için sistematik olarak bilgi tasarlamış ve sunmuştur. Bilgilendirme tasarımı, günümüzde isim olarak varlığını sürdürmeye son yıllarda başlamış olsa da kavram olarak hayatımızda çok eskilerden beri var olan bir tasarım alanıdır. Tasarım teorisi, tasarım pratiği hakkında önemli bir resmi bilgi altyapısı sağlar, soyutlamalar yoluyla tasarımın nasıl çalıştığını ve nasıl daha etkili hale getirilebileceğini açıklamakla birlikte, uygulanabilir bir teori daha fazlasını gerektirir; günümüzde

bilgilendirme tasarımına yapılan yatırımlar, uygulamada herhangi bir konuda tarafsız bir mesaj vermekten daha fazlası olduğunu kesinlikle göstermektedir. Bilgilendirme tasarımında mesaj iletilirken hiyerarşik yapının kurgusu, kullanıcılara bilginin aktarılmasında önem taşımaktadır.

BİLGİLENDİRME TASARIMI VE GRAFİK TASARIM

Neredeyse her anımızda görsel elemanlara, videolara, fotoğraflara, hareketli grafiklere maruz kalmamızla birlikte artan bilgi kirliliğine engel olacak tasarım dalı bilgilendirme tasarımı olarak tanımlanabilir. Çünkü bilgilendirme tasarımı elemanları yalın, kısa sürece izleyiciye ulaşacak, kolay ve hızlı anlaşılabilir öğeler olmak durumundadır. Grafik tasarım, bir sistem oluşturma işidir.

Kurumsal kimlik tasarımı, web tasarımı, kitap tasarımı, yönlendirme tasarımı, bilgilendirme tasarımı vb. sistem oluşturmak üzere planlanır ve geliştirilir. Bilgi çağında tasarım mecralarının da gelişimiyle bilgi yoğunluğunun artmasıyla bilgi kirliliği de yoğun bir biçimde kendini göstermektedir ve bu durum bilgilendirme tasarımını günümüzde daha kıymetli hale getirmekle birlikte, görevini de yoğunlaştırmaktadır. Bilgilendirme tasarımı, verilerin planlı bir şekilde ele alınarak doğru ortamda doğru elemanlarla çözüm üretmeyi hedefleyen bir grafik tasarım alanıdır. Bilgiyi, doğru hiyerarşik yapı ile, karmaşadan uzak, düzenli ve yaratıcı biçimde izleyiciye aktarmayı hedeflemektedir.

Bilgilendirme tasarımı, bilgiyi ilginç, anlaşılması kolay ve eğlenceli hale getiren bir disiplindir. “Veri” kavramından farklı olarak “bilgi”, izleyiciyi içine çekmekte ve onları bir yolculuğa çıkarmaktadır. Sadece bilgiyi sindirmeyi kolaylaştırılmaz, aynı zamanda bilgiyi daha erişilebilir hale getirir. Bilgilendirme tasarımının, insan merkezli, herkes için erişilebilir ve izleyicinin dikkatini çekecek kadar etkili olması beklenmektedir.

BİLGİLENDİRME TASARIMI ALANLARI

Doküman Tasarımı Bilgi verme amacı güden tüm iki boyutlu alanlara verilen başlık olarak tanımlanabilir. Masaüstü yayıncılığın içine giren tüm tasarımlar doküman tasarımı olarak adlandırılabilir. Doküman tasarımında önemli olan, her bilgilendirme tasarım elemanında olduğu gibi, doğru bir kompozisyon ve mesajı hedef kitleye doğru biçimde aktarmaktır. Form Tasarımı Formlar bilgi toplamak amaçlı evraklardır, form tasarımında yoğun bilgi akışı yer alır, bu nedenle form tasarımında iletilecek mesajları doğru organize etmek önemlidir. Form tasarımlarında aynı ve/ya benzer bilgi birkaç kere sorularak, kullanıcının vakti harcanmamalı ve formun amacına hizmet etmeyecek bilgiler istenmemelidir ki, kullanıcılar formu doldururken vakit kaybettiklerini düşündükleri takdirde işlemi bırakmayı tercih edebilmektedirler. Kullanım Kılavuzu Tasarımları Kullanım Kılavuzu Tasarımları, ürünlerin kullanım ya da kurulum biçimlerini anlatan tasarımlardır. Endüstrinin gelişimiyle ürün sayısının ve çeşitliliğinin artması, kullanım kılavuzlarına olan ihtiyacı da arttırmıştır. Kullanım kılavuzlarında yazının yanında görsel elemanlar, çizimler, illüstrasyonlar ve/ya piktogram tasarımları, algıyı kolaylaştırmak adına önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Eğitim Materyalleri Eğitim Materyalleri, eğitim kurumlarında bilgi verme amaçlı kullanılan dokümanlardır. Özellikle günümüzde COVID-19 Pandemisinden sonra çevrimiçi eğitimin hayatımızın önemli bir alanını işgal etmesiyle, eğitim materyallerinin tasarımlarında da güncellemelere ihtiyaç duyulmakta olduğu düşünülmektedir. Haritalar Haritalar, yön-yer bulma işlevini güden tasarım alanlarıdır ve günümüzde dijital navigasyon (yönlendirme) uygulamaları ile birlikte varlıkları daha da önem teşkil eden bilgilendirme tasarımı alanlarıdır. Yaşadığımız çağda neredeyse her bireyin mobil telefon/tablet sahibi olduğu ve bu telefonlarda ve/ya tabletlerde harita uygulamaları olduğu düşünüldüğünde, haritaların eskiye göre çok daha kullanılır bir bilgilendirme tasarımı çeşidi olduğunu söyleyebiliriz. Kent yaşamının yoğunlaştığı hayatımızda harita tasarımı yönümüzü bulmak anlamında vazgeçilmez unsurlardan biri haline gelmiştir. Şema ve Çizelgeler Şema ve Çizelgeler, matematiksel oranlarla oluşturulması tercih edilen bilgilendirme grafiği dallarıdır. Kullanıcıların, okuyucuların şema ve çizelgeden beklentileri, diğer bilgilendirme tasarımı alanlarındaki gibi, bilgiye yorulmadan hızlıca ulaşmaktır. İnfografikler İnfografikler (bilgi grafikleri), sosyal medya postlarında, afişlerde, kataloglarda, basılı ya da dijital mecraların çoğunda yoğunlukla kullanılan bir bilgilendirme tasarımı çeşididir. Bilgi yoğunluğunun artmasıyla birlikte, bu bombardımandan verimli sonuç alabilmek için kullanılan önemli grafik yöntemlerinden biri olan infografikler, mesajın görsel öğelerle birlikte orantılı ve vurucu bir şekilde iletiildiği mecralar olarak karşımıza çıkmaktadır. Çevresel Grafik Tasarım Çevre ve tasarım ilişkisini grafik tasarım kapsamında ele alan tasarım alanıdır. Türkiye’de çevresel grafik tasarım konusu son yıllarda önem kazanmış ve adını duyurmuştur.

Grafik tasarım çoğu zaman hayatlarımızın o kadar içindedir ki aslında günlük yaşamımızın farkında olmadan maruz kaldığımız bir parçasına dönüşmüş haldedir. Günümüz toplumunda neredeyse baktığımız her yerdedir. Bazen okuduğumuz bir kitabın sayfalarındaki yazı ve görsel düzeni olarak, bazen de bir afiş olarak karşımıza çıkar. Bir süreç olmanın yanı sıra o sürecin bir sonucu olan grafik tasarımın tanımı ile ilgili kabul gören görüşlerden bir tanesi; grafik tasarımın farklı türdeki metin ve illüstrasyonlara işlevsel, estetik ve düzenli bir yapı kazandırma çalışmaları ve sanatı olduğudur. Sürecinin ikili doğası nedeniyle iki kelimelik (grafik ve tasarım) bir isim ile anılan grafik tasarım, mesajı izleyicisine aktarmanın ötesinde izleyicilerini zihinsel ve duygusal olarak etkileme potansiyeline sahiptir. Görsel iletişim tasarımında kullanılan en güçlü araçlardan bir tanesi de Renk'tir. Renkler tasarımların daha kolay fark edilmesi için bakış yakalayıcı bir etki oluşturulması, marka kimliğinin öne çıkarılması ve marka iletişiminin desteklenmesi, izleyicisinde istenen duyguların ortaya çıkmasına sebep olacak psikolojik süreçlerin tetiklenmesi gibi birçok amaç için kullanılmaktadır.

GÖRÜNÜR IŞIK ve RENK

Dış uzayın vakum ortamında dahi enerjilerini geniş bir frekans aralığında taşıyabilen elektromanyetik dalgaların oluşturduğu tayfın, insan gözü tarafından algılanabilen aralığına görünür ışık tayfı (veya kısaca ışık) adı verilir. Bu dalga boyu aralığı nanometre birimi ile yaklaşık 380 ile 740 nm'dir.

RENK İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

Birincil, İkinci ve Üçüncül Renkler Birincil renkler diğer tonların karışımı ile oluşturulamayan renklerdir. Bunlar üç ana renktir. İkincil renkler ana renklerden iki tanesinin birbiri ile karışmasından elde edilir ve sayıları birincil renklerle aynıdır. Üçüncül renkler, renk çemberinde birincil renkler ile ikincil renkler arasında kalan kısımların orta noktasında konumlanmış renklerdir. Değer (Value / Valör) Bir renk tonundan yansıyan ışık miktarının ölçüsü "değer" terimi ile ifade edilir. Bir anlamda rengin ne kadar aydınlık veya karanlık olduğunu veya ne kadar siyahla gölgelenmiş veya beyazla açılmış olduğunun değeridir. Renk Özü (Hue) Bir renk özü görünür ışık tayfındaki dalga boyları içinde baskın olan renklerden biridir. Kısaca renk veya rengin adı veya cinsi olarak da anılır Akromatik Renkler Akromatik terimi herhangi bir renk tonu yokluğunu tanımlar. Akromatik (renksiz) şemalar sadece siyah, beyaz ve gri içerebilir Doygunluk (Saturation ve Chroma) Bir rengin saflık ve yoğunluk düzeyi doygunluk olarak ifade edilir. Gök kuşağının tüm saf renkleri tam doygundur. Saf Renk Görünür ışık spektrumundaki tüm tonlarda en yüksek doygunluğa sahip (doygunluğu daha fazla yükseltilemeyen) renklere saf renkler denir. Shade ve Tint Shade belirli bir tona siyah ekleyerek (gölgeleyerek) elde edilen yeni bir değerdir. Tint belirli bir tona beyaz ekleyerek (açarak) elde edilen yeni bir değerdir. Ton (Tone) Ton, eşit miktarda siyah ve beyazın (saf grinin) eklendiği bir renktir.

RENK ÇEMBERİ

Renk çemberleri renkler arasındaki ilişkileri daha görünür kılmak için kullanılan bir yol olarak tanımlanmaktadır (11). Renk sistemlerinin ve renk ilişkilerinin ifadesinde üçgen, daire, yıldız gibi geometrik şekiller hatta yaprakları çağrıştıran iki boyutlu şemalar ve ayrıca piramit, küre gibi üç boyutlu formlar kullanılmıştır.

RENK TEORİSİ

Renk teorisi bir arada kullanılan renklerin görsel / algısal etkileri ve renk karışımlarına dair sanatçı ve tasarımcılara uygulama rehberi niteliğindeki ilkeler bütünüdür. Renk teorisi "renklerin nasıl kullanılabileceğini, düzenlenebileceğini, koordine edilebileceğini, karıştırılabileceğini ve birbirleriyle nasıl ilişkilendirilebileceğini anlamak için bize ortak bir zemin sağlar" Sıcak ve Soğuk Renkler Renk çemberinde renkler dalga boylarına göre sıcak ve soğuk renk olarak iki gruba ayrılır. Sıcak renkler: Kırmızı, turuncu, sarı. Soğuk renkler: yeşil, mavi, çivit mavisi, mor. Renk çemberi üzerinden de izlenebileceği gibi ana renklerden iki tanesi (kırmızı ve sarı) sıcak renk bir tanesi (mavi) soğuk renktir. İkincil renklerde ise sıcak soğuk dengesi soğuk renklerin lehine ağırlık göstermektedir. Sıcak ve soğuk renklerin görsel etkisi Renkler soğuk ya da sıcak olmalarına göre görsel algımızı etkiler. Soğuk renkler, sessizlik, tatlılık, dinlenme, tefekkür, huzur, hüznün ve benzeri ruh halleri ile bağlantılıdır. Ayrıca saygı ve güvenilirlik hissine de hitap etmek için reklamlarda mavi, yeşil ve mor renkler kullanıldığı bilinmektedir. Sıcak renkler ise samimi, uyarıcı ve heyecan vericidir. Neşe, güç, enerji, tutku ve harekete geçirici bir etki taşırlar.

Sıcak renkler daha yakındaymış hissi verirken soğuk renkler daha uzaktaymış hissi verirler. Renk

Uyumları (Armonileri) Renk uyumu birlikte kullanılan renklerin estetik açıdan göze hoş gelen zıtlıklar ve ahenkler içinde kullanılmasıdır. Sanatçı ve tasarımcılar bu uyumları estetik kaliteyi yakalamak ve aynı zamanda izleyicisinde çağrıştırmak istedikleri belirli ruh hallerini elde etmek için kullanılmaktadırlar. Tek renkli (monochromatic) uyum Monokromatik renkler ifadesi tek bir renk özü / renk tonunun tüm renklerini ifade etmektedir. Daha açık bir ifade ile tek bir rengin değerlerinden, gölgelenmesinden ve beyazla açılmasından oluşan bir renk şemasıdır. Benzer (analogous) renklerin uyumu Belirli iki şey ile arasında benzerliği (analoji) ifade etmek için kullanılan Analogous terimi renk teorisinde birbirine benzer renk gruplarının veya daha net bir ifade ile renk tayfında bitişik olan tonların birlikte kullanımını işaret eder. Zıt (tamamlayıcı-complementary) renklerin uyumu Renk çemberinde birbirine karşılık gelen zıt renklerin birlikte kullanımı ilkesine dayalı renk uyumudur. Bölünmüş-tamamlayıcı (split complementary) renklerin uyumu Bölünmüş bir tamamlayıcı renk şeması üç renk kullanımına dayalıdır. Bu renkler renk çemberinden seçilen ilk renk ve bu ilk rengin karşısına denk gelen zıt rengin iki yanındaki diğer iki renktir. Üçlü (triadic) renk uyumu Üçlü renk uyumu yaratmak için renk çemberinden birbirine eşit aralıkta konumlandırılmış üç renk seçilir. Dörtlü (tetradic) renk uyumu Tetradic renk uyumunda dört renk kullanılır. Bu şemadaki renkler renk çemberinde birbirinin karşısında bulunan zıt renk çiftlerinden iki tanesinin birleşiminden oluşur.

RENK MODELLERİ ve RENK UZAYLARI

Renk modelleri belirli bir rengi tanımlamak, tarif etmek için kullanılır. Renk uzayları renk modelleri gibi rengi tanımlamaktan ziyade bir ortamda üretilebilecek veya görüntülenebilecek renklerin kümesini ifade etmek için kullanılır. RGB renk uzayı Bilgisayar monitörleri ve televizyon ekranları gibi ışık tabanlı görüntüleme ortamlarına yönelik bir renk modelidir. RGB bir karışım renk modelidir ve insan gözünün gördüğü üç temel renge dayalıdır. RYB renk modeli RYB ren CMYK renk modeli CMYK renk modeli RGB'nin aksine eksiltmeli bir renk modelidir. RGB renk modelinde renkli ışık kaynaklarının birbirine eklenmesi ile beyaza ulaşılrken, CMYK modelinde renkler pigment tabanlıdır ve başlangıç noktası kâğıdın beyazıdır. Renkler eklendikçe beyaza doğru değil siyaha doğru gidilmektedir. HSL (HSI) ve HSV (HSB) renk modelleri HSL renk uzayı rengin üç boyutuna dayalı olarak çalışır. HSL modeli HLS, HSI, HIS olarak da anılır. Bu modeldeki üç harf modelin temeli olan rengin üç boyutunu ifade eder. Bu boyutlar; renk özü (Hue), aydınlık/parlaklık miktarı (Lightness / Luminance / Luminosity) ve rengin doygunluğudur (Saturation/Chroma). HSV veya diğer adıyla HSB renk uzayının boyutları HSL ile benzer biçimde üç tanedir. Bu boyutlardan iki tanesi renk özü ve doygunluk (H ve S) HSL modelindeki ile aynı olmakla birlikte V (veya B) ile ifade edilen değer/parlaklık (Value / Brightness) HSL'deki L değerinden farklıdır. L değeri siyahtan beyaza bir aralığı kapsarken V (veya B) değeri 0 olan siyahtan başlar ve dikey eksen üzerinde renklerin en doygun oldukları %50'lik konuma geldiğinde sonlanır.

MARKA İLETİŞİMİNDE RENK

Markanın tanınırlığına hizmet eden grafik semboller (logo, logotype, monogram vb.) söz konusu olduğunda logoların biçimsel özellikleri kadar renklerinin de markaların tanınırlığına hizmet eden önemli bir unsur olduğu söylenebilir. Renklerin insanlar üzerinde çeşitli etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler kültürel çağrışımlar, psikolojik etkiler ve algılar etkiler gibi sınıflandırılabilir. Tüm bu etkiler yerine göre marka iletişiminin güçlü enstrümanları olarak kullanılabilirler.

MASAÜSTÜ YAYINCILIKTA ÜRETİM SÜRECİ

Hangi alanda olursa olsun bir tasarımın fikirden ürüne dönüştürülmesi üretim bilgisi gerektirir. Çünkü yapılan tasarımların uygulanması ve somut ürüne dönüştürülmesi tasarımın doğası gereğidir. Görsel iletişim amacıyla hazırlanan, ister baskı isterse dijital olarak yayınlanacak tasarımların ürün haline dönüştürülmesi de teknik bilgi gerektiren bir süreçtir. Masaüstü yayıncılık prosesi veya yayın öncesi işlemler olarak ta adlandırılan bu süreç; bir tasarım ihtiyacının tespitinden ve iletilecek mesajın planlanmasından sonra baskı makinesinde çoğaltım işleminin veya dijital olarak yayınlanma sürecinin başlamasına kadar yapılan işlemleri içerisine alan bilgisayar destekli işlemler bütünüdür. Bu süreçte ilk olarak tasarımda kullanılacak metin içeriğinin eğer dijital değilse bilgisayar ortamına aktarılması (dizgi) gerçekleştirilir. Ardından metindeki yazım ve imla hatalarının kontrol edilmesi gerekir. Tashih denilen bu işlemin ardından (veya süreç eş zamanlı yürütülerek) tasarımda kullanılacak görsel içeriği (fotoğraf, illüstrasyon, grafik, vb.) hazırlanır ve yayınlanacağı mecraya uygun olarak optimizasyonu yapılır. Tasarımın içeriği tamamlandıktan sonra ürünün yapısına uygun bir programda sayfa planı oluşturulur. Ardından grafik tasarım uygulaması yapılarak softproof (ekran provası) veya basılı prova ile gerekli düzeltmeler tespit edilir, son kontroller yapılır. Tasarım tamamlandıktan sonra yayın mecrasına göre dijital yayınlanacak ürünler direkt yayına hazırlanır, basım ile çoğaltılacak ürünlerin ise montajı yapılarak baskı kalıpları (Computer to plate) alınır ve basım sürecine geçilir.

DİZGİ (Tasarımın metin içeriğinin hazırlanması)

Günümüzde yaygınlaşan bilgisayar kullanımı ile birlikte toplumun büyük kısmının çeşitli amaçlarla kullandığı bilgisayarlarda en sık yapılan işlemlerden birisi de yazı yazmaktır. Hangi amaçla olursa olsun klavye üzerindeki harflere basılarak metinlerin, programlar sayesinde bilgisayar ortamında oluşturulması “dizgi”dir. Kitap, dergi, broşür, web sitesi vb. görsel iletişim ürünlerinin yoğun olarak yazı içermesi nedeniyle dizgi işleminin grafik tasarımda ayrı bir önemi vardır. Yaygın olarak sonradan yapılabilecek önemsiz bir işlem olarak görülme hatasına düşülen dizginin, tasarıma başlamadan tamamlanması önemlidir. Tasarım planının önce yapılarak metnin daha sonra yerleştirilmesi ve yazı alanlarının “Lorem ipsum” türü kör yazı ile doldurulması, kullanılacak metnin yoğunluğu değiştiğinde tasarımda revizyon gerektirecek ve hem süreci uzatacak hem de tasarımcının motivasyonunu olumsuz etkileyecektir. Aynı zamanda anlamı olmayan kör yazı kullanımı nedeniyle tasarımcı, çalıştığı metnin içeriğine hâkim olamayacağı için gerek tipografik düzenlemedeki hiyerarşiyi doğru ve dikkat çekici kurgulayamaz, gerekse kullanacağı görsel unsurlar ile metnin ilişkisini etkili kuramaz. Bazı durumlarda dizgilerdeki küçük bir hatayı düzeltmek için çok uzun zaman harcanmaktadır veya bu metinlerin uygun biçimde tekrar yazılması gerekmektedir. Yazım sırasındaki bazı küçük ama önemli dizgi kurallarına uygun yazım işlemi yapıldığında yazım hataları veya metin düzeltmeleri ile ilgili işlemler sorun olmaktan çıkacaktır. Temel bilgi birikimi isteyen dizgi işleminde dikkat edilmesi gereken diğer bazı önemli noktalar şunlardır: o Dizgi işlemini kelime işlemci programlar kullanarak yapmak. o Dizgi işleminde boşluk (space) karakterini, yerlerinde ve doğru biçimde kullanmak. o Metin hizalamalarını “TAB” tuşu kullanılarak yapmak. o Paragraf başı girintilerini artırmak için “boşluk” veya “tab” tuşu kullanmamak. o Paragraf arası boşluk bırakmak için birden fazla “enter” boşluğu kullanmamak.

TASHİH (Düzeltilme)

Metinlerin dizgisi sırasında yapılan yazım ve imla hatalarının düzeltilmesi işlemine “tashih” denir. Tashih, dizgi yapıldıktan hemen sonra tasarıma başlamadan önce metinlerin çıkışları alınarak veya dijital ortamda yapılmalıdır. Bu işlem için karşılaşılan en sık hatalardan biri tashihin tasarımdan sonra prova çıkışta, hatta ozalitte yapılmasıdır. Grafik tasarım uygulaması bitmiş bir çalışmada tashih yapmak; hem çalışmalar birden fazla program kullanılarak yapılabildiği için daha zor olacaktır, hem de bazı durumlarda oluşabilecek satır azalması veya eklenmesi çalışmanın diğer sayfalarını da etkileyecek ve sonraki sayfalarının tümünün tekrar incelenmesi gerekecektir.

GÖRSEL MATERYALLERİN TEMİNİ

Görsel iletişim ürününün metin içeriği hazırlandıktan sonra (veya süreç eş zamanlı yürütülerek) tasarımda kullanılacak görsel içeriği (fotoğraf, illüstrasyon, grafik, vb.) hazırlanır ve yayınlanacağı mecraya uygun olarak optimizasyonu (çözünürlük ile renk evrenini ayarlama ve ebatlandırma) yapılır.

SAYFA PLANI OLUŞTURMA ve TASARIMIN UYGULANMASI

Dergi, e-kitap, katalog, faaliyet raporu, bülten vb. çok sayfalı görsel iletişim ürünlerinin sayfalarında

bulunacak; tipografi, fotoğraf, illüstrasyon (resimleme), boşluk, renk vb. tasarım elemanlarının nasıl yerleştirileceğinin belirlenmesine sayfa planının oluşturulması denir. Güçlü bir sayfa planı oluşturulması ve ardından bu planı başarılı biçimde kullanarak hazırlanacak sayfa tasarımları, okuyucunun dikkatini çekme ve ürünün okunurluğunun artmasının yanı sıra toplumun kültür ve beğeni düzeyini yükseltirken verilen mesajın akılda kalıcılığını da arttıracaktır.

PROVA ÇIKIŞ ALINMASI

Tasarımcının, bilgisayarda hazırladığı ürünün, seçtiği renklerin ve kullandığı dijital görüntülerin, tasarım basıldıktan sonra da beklentilere uyumlu olması hem matbaacının hem de tasarımcının en büyük umududur. Bilgisayar ekranındaki pırıl pırıl, canlı renklerin baskıda solması, taranmış görüntülerin hiç de orijinale benzememesi gibi sorunlar, iş sahibi ile tasarımcının, baskı öncesi ile baskı sürecindeki unsurların zaman zaman karşı karşıya gelmelerine neden olur. Tasarımcının hayal ettiği şekliyle grafik ürününün matbaadan çıkmasının bir ümitten gerçekliğe dönüşebilmesi için, üretim sürecinde prova alınması, sürecin en pahalı aşamaları arasında yer alan film, kâğıt ve baskıda büyük tasarruflar sağlayan bir güvenlik sistemidir.

MONTAJ ve ÇALIŞMANIN ÇIKIŞA HAZIRLANMASI

Masaüstü yayıncılık programlarını kullanarak kitap, dergi vb. çok sayfalı basılı grafik ürününün tasarımı yapılırken çalışmalar tekli sayfalar halinde hazırlanır. Bu tasarımların matbaada baskı makineleri ile çoğaltılmasında ise, baskının yine sayfa sayfa yapılması hem zaman kaybına neden olur hem de sayfaların birleştirilmesinde, yani ciltlenmesinde sorunlar yaşanır. Bu sorunları engellemek için tasarım tamamlanıp müşteriden basım onayı alındıktan sonra çalışmanın baskı makinesinin ebadına ve kâğıt ebadına uygun montajı yapılır.

RENK AYRIMI / KALIP ÇIKIŞ

Dijital baskı tekniği ile çoğaltımı yapılacak çalışmalar hariç diğer tüm baskı işlemleri için kullanılan baskı tekniğine uygun kalıpların hazırlanması gerekir. Baskı sürecine başlanabilmesi için yapılacak son işlem baskı kalıplarının oluşturulmasıdır. Kullanımı en yaygın endüstriyel baskı tekniği olan ofset baskı tekniğinde kalıp oluşturulması için günümüzde kalıp çıkış cihazları kullanılmaktadır.

ESKİZ

Eskiz, proje, tasarım ya da bir sanat eserinin başlangıç çalışması, ön çalışması anlamına gelir. Taslak çizimler de denen eskiz, objeyi, modeli, eseri çözümlenebilmek için kısa sürede yapılan çizimlerdir. Türk Dil Kurumu Sözlüğünde eskiz; “Mimari eserler ve resim için çizimlerle yapılan ön çalışma, taslak” şeklinde tanımlanmaktadır. Eskiz genelde kâğıt üzerine, kalem kullanılarak hazırlanır. Eskiz, kompozisyonun kurulması, tasarımda dengenin sağlanması, kullanılacak tasarım elemanlarının belirlenip birbiriyle ilişkilendirilmesi aşamalarında problem çözücü bir rol üstlenmesi bakımından önemlidir. Grafik tasarımın iletişime yönelik görsel eserler ortaya koyma süreci olduğunu düşünürsek, eskiz bu sürecin somut en temel işlemidir. Düşüncenin kâğıtla ilk bulunduğu aşamadır. Ünlü ressamın resim eskizleri zaman zaman bir sanat eseri olarak değerlendirilir, sergilenebilir. Eskiz Hazırlama Sanatçı ya da tasarımcı hayal ettiği, beyninde kurguladığı bir kompozisyonu kâğıda geçirebileceği gibi, gördüğü, izlediği bir olayı, doğayı da taslak olarak kâğıda geçirebilir. Tasarımı bilgisayar aracılığıyla yapıyor olmak eskize ihtiyaç duyulmayacağı anlamına gelmez. Eskiz yaparken tasarımcı kendisini kurallarla sınırlamadığı için akıcıdır ve zaman kullanımı açısından etkindir. Eskiz yaparken tasarımcı bir tasarım fikrini tamamlamadan başka bir fikre geçiş yapabilir ya da iki farklı fikri birleştirerek yeni bir fikir ortaya koyabilir. Kurallara bağlı olmamasının getirdiği esneklik ile eskiz herhangi bir aşamada dönüştürülebilir veya tersine çevrilebilir (Hocaoğlu ve Türkmenoğlu Berkan, 2019). Ön araştırma Tasarım ve eskize başlamadan önce mutlaka bir ön araştırma yapılmalıdır. Konu detaylıca araştırılıp verilecek mesajın kurgulanabilmesi için gerekli bilgi donanımı sağlanmalıdır.

Eskiz kullanım amacına göre üç kategoriye ayrılır; kurallı eskiz, konuşma eskizi ve düşünce eskizi. Kurallı eskiz nesnenin ölçüleri ve diğer özelliklerini sorgular ve daha çok ölçülü çizime yakındır. Konuşma eskizi takım arkadaşları veya paydaşlar ile yapılan iletişimde uygulanır. Düşünce eskizi ise tasarımcının kendi tasarlama süreci ile ilgilidir (Hocaoğlu ve Türkmenoğlu Berkan, 2019). Ön - arka yapı planlama Tasarımcı öncelikle yapacağı tasarımı hayal etmelidir. Bu süreçte vereceği mesajı kurgulamalı, mesajın etkin bir hal alabilmesi için ön ve arka yapılarını planlamalıdır. Bir tasarım düşüncesinde de ön-arka plan ilişkisi, tasarıma yüklenen mesajı, tasarımın hedefini ve alıcıdaki sonuçlarını etkileyecek güçte bir öğedir (Lehimler, 2019). Tasarımda verilecek olan mesajı açık ve kapalı olarak sınıflandırabiliriz. Genellikle ön planda verilen açık mesaj tasarımda ortaya çıkan görsel düzenleme ile verilir. Arka planda ise daha kapalı ama etkili mesajlar verilir. Arka planda verilen mesajlar kullanılan renklerin insan psikolojisi üzerindeki etkisi, çizgilerin şekli, yönü ve imgelerin taşıdığı anlamlar tarafından oluşturulur. Eserin ön yapısı teknik ağırlıklı öğelerden oluşur ve göze hitap eden görsel kavramlardır. Sanat eserini rasgele bir eğlence, bir oyalanma ve oyun olarak düşünmek yanlıştır. Çünkü tasarımda ön ve arka yapının birlikte oluşturduğu kurgusal yapı, her eserde sanatçının ruhsal duygulanmalarını ve estetik felsefesini yansıtır (Tepecik, 2002). Yaratıcı dönem Görsel tasarımın bir iletişim dili olduğunu düşünürsek, tasarımcı düşüncelerini kelimelere dökmek yerine çizgilerle daha kolay, daha etkin bir biçimde ifade edebilir. Yukarıda anlatılan aşamaların ardından tasarımcı kurduğu hayali imgeleştirmeye başlar. Zihinde imgeleştirilen tasarım düşüncesi bir sonraki aşamada kâğıda aktarılarak somut hale getirilir. “Eskiz aşamasında, düşüncenin kâğıda tam aktarılması çok önemlidir. Düşünceleri özgür bırakmak, tasarım sürecini verimli kılar. Ancak özgür bırakma süreci çok hassas bir ayardır. Tüm sınırlamaları kaldırıp, her düşüncenin ürüne dönüşeceğini düşünmek demek değildir” (Durusoy, 2015). Yaratıcılık, insanların duyup gördükleri ve bildikleri kelimeleri, çizgileri ve renklerin daha önce hiç karşılaşmadıkları biçimde kullanılabilmesidir. Yaratıcı çalışma özgün olmalıdır. İzleyici ilk defa karşılaştığı özgün mesajı net bir biçimde algılayabilmeli, anlayabilmelidir. Eskiz çizimi, tasarım düşüncesini etkileyen bir süreçtir. Tasarıma yön verir. Bir düşünceyi kâğıda geçirmek onu anlatmak ve açıklığa kavuşturmak açısından önemlidir. Düşünceyi çizgilerle somutlaştırdığımızda; onu analiz etme, yeniden şekillendirme, hatta farklı düşünceler ve fikirler geliştirme imkânı buluruz. Eskiz Hazırlama Malzemeleri Eskiz çalışmaları kâğıt üzerine kalemle yapılır. Günümüzde teknolojinin tasarımda aktif bir şekilde kullanılıyor olması, bilgisayarların ve akıllı cihazların eğitimin bir parçası haline gelmesi eskizlerin dijital ortamda da yapılabilmesine imkân sağlamaktadır. Elle yapılan eskiz çalışmaları hızlı ve farklı şekillerde yorumlanabilir olduğu için araştırmayı teşvik edicidir. Bir başka deyişle eskizler, bilgisayar ortamındaki netlik/ hassaslık yerine yaratıcılığı tetikleyen ucu açık ve zengin bir niteliğe sahiptirler

(Zelef ve diğeri, 2011). Kağıt Eskiz hazırlama süreci, çalışmanın tasarlanması ve problem çözmeye yönelik evreleri içerdiğinden önemlidir. Bu aşamada yapılan çalışmaların kalıcılığının sağlanabilmesi ve daha sonraki çalışmalarda bu deneyimlerden yararlanılabilmesi için eskizlerin düzenli bir biçimde deftere çizilmesi önerilir. Eskiz çalışması karakalemle yapılabileceği gibi, farklı boyalar ve kalemler kullanılarak da yapılabilir. Bu sebeple eskiz çalışması yapılacak kâğıdın da uygun seçilmesi önemlidir. Karakalem, kuru boya, pastel gibi araçlarla yapılacak eskiz çalışmaları için yüzeyi perdahsız 110 – 160 gr çizim kağıtlarının kullanılması uygundur. Eğer eskiz çalışması sulu boya, akrilik, ekolin, guaj gibi su bileşenli boyalarla yapılacaksa suya dayanıklı kağıtlar tercih edilmelidir. Kalem, çizim araçları Eskiz çalışması, kolay ulaşılabilirliği açısından genellikle karakalemle yapılır. Karakalemle yapılacak eskizlerde kalemler değişik sertlik derecelerine göre seçilebilir, böylelikle eskiz çalışması üzerinde ton değerleri ve kaynaşma etkisi yakalanabilir. Karakalemlerin sertlik dereceleri “H”, “B” harfleri ile ifade edilir. “H” grubu kalemler sert uçlu ve daha açık tonlarda çizim yapabilirken, “B” grubu kalemler ise yumuşak olması sebebiyle koyu çizgiler ve tonlamalar yapmaya daha uygundurlar. Eskizde renk, ışık gölge gibi unsurların da çalışmaya katacağı etkiler görülmek istendiğinde renkli kalemler de kullanılabilir. Bu kalemler kuru boya kalemleri ve markerlar olabilir. Resimsel etki yaratılmak istenen eskizlerde füzün kalem de kullanılabilir. Renklendirme Eskiz çizimlerinin renklendirilmesinde pratik olması sebebiyle genellikle kuru boya kalemleri ve renkli markerlar kullanılmaktadır. Eskizlerin sergileme amacıyla kullanılacağı durumlarda renklendirme daha da önem kazanmaktadır.

GÖRSELLEŞTİRME

Görselleştirme, bilginin, zihinde var olan düşüncenin, iletilmek istenilen mesajın ya da hayal edilen tasarımın bir tasarım yüzeyi üzerinde görünebilir hale getirilmesidir. Görselleştirme bir anlatım dilidir. Bu dilin temel elemanları ise; çizgi, leke, renk ve imgelerdir. Görselleştirmenin soyut olarak zihinde başlamasıyla imgeler ortaya çıkar. “Dil, söylem ve izlemenin bir sentezi olan imgeler bütün medya biçimlerini bir araya getirir. İmgeler pek çok ifadenin arasında yalıtılmış birer ifade olmadıkları gibi sadece nesne ya da göstergeler de değildir” (Burnett, 2007). İmgelem sanatçının belirlediği motiflerin (figür ya da nesne) karakterlerini yansıtmaları ile belirginlik kazanır (Atalay, 2010). Etkin bir iletişimin temel kavramları kanal, araç ve kod olarak sıralanabilir. Görselleştirme ve görsellik kod başlığı altında yer alır. “Kod, bir kültür ya da alt kültürün üyelerinin paylaştığı bir anlam sistemidir. Hem göstergelerden hem de bu göstergelerin hangi bağlamlarda ve nasıl kullanılacaklarını ve daha karmaşık iletiler oluşturmak için nasıl bir araya getirilebileceklerini belirleyen kurallar ya da uzlaşmalardan oluşur” (Fiske, 2003). İletişim sürecinde genelde duyularımızı kullanırız. Bunlardan en etkili olanları duyu ve görme organlarımız yardımıyla sağlanan iletişimdir. Görme duyusu insanoğlunun en önemli duyularındandır. Çevremizdeki nesnelere, olayları, durumları önce görebilme tanımlar ve anlamaya çalışırız (Uçar, 2004). Buradan da anlaşılacağı üzere görmek iletişimin temelini oluşturmaktadır. Görsellerle gelen mesajı beyin tek bir seferde algılayıp işleyebildiğinden öğrenme daha etkin olabilmektedir. Birey dış dünyaya ilişkin bilgilerinin büyük bir bölümünü görme duyusu ile sağlar. Görme duyusu bireyin tüm duyu sistemi içinde gerek zenginlik ve gerekse etkinlik açısından ayrıcalıklı bir yer ve öneme sahiptir. Görsel algılar bireyin davranışlarında diğer duyu organlarına oranla daha büyük bir etkiye sahiptir (Tekler, 2009). Basit bir görselleştirme yöntemi olarak sayısal verilerin grafiklerle anlatılmasını ele alırsak; karmaşık sayıların ifade ettiği değerler, renklerle ve lekelerle anlatılması ile daha anlaşılır bir hale gelirler. Eğitimde bilgilerin görselleştirilerek kullanılması hem süreci kısaltmakta hem öğrenme motivasyonunu arttırmakta hem de öğrenmenin kalıcı olması sağlamaktadır.

Tasarımda görselleştirme eskiz çizimi ile başlamaktadır. Fikirler, hayaller görsel anlam kazanarak bir iletişim aracına dönüşürler. Yaratıcı bir hayal gücü, eski soruları yeni bir açıdan ele alır. Alışkanlığa ve geleneklere güvenmek tasarım sürecinde fikirlerin gelişimini engelleyebilir. Farklı şekillerde görebilmek, sıra dışı düşünebilmeyi, imgelerde var olan gizli fırsatları ortaya çıkarabilmeyi sağlar. Yeni şekillerde görebilmek güçlü bir görselleştirme ve yaratıcı mesajlar verebilmenin temelidir (Ching ve Juroszek, 2010). Başlıca görselleştirme metotları; resmetmek, sembol tasarlamak, grafikler, infografikler olarak sıralanır. Resmetmek Türk Dil Kurumu Sözlüğünde resmetmek; “Bir şeyin resmini çizmek” şeklinde tanımlanmaktadır. Resim bir görsel anlatım yoludur. Resim yoluyla duyguların ve düşüncelerin anlatılması, ifade edilmesi mümkün olduğu gibi, tasarlanan bir mesajın da alıcıya iletilmesi mümkündür. Görsel iletişim tasarımı alanının en önemli ürünlerinden olan afişler doğuşundan itibaren uzunca süreler ressamlar tarafından tasarlanmış, afiş tasarımının en temel ögesi resimler olmuştur. İllüstrasyonlar Bir resimleme tekniği olan illüstrasyon resim sanatına oranla daha anlatımcı bir tarza sahiptir. Bu sebeple görsel iletişimde sıklıkla kullanılır. Her illüstrasyonun aynı zamanda bir resim olduğu söylenebilir. Çünkü resmin sahip olduğu biçimsel, imgesel ve görsel tüm öğelere sahiptir. Fakat her resim bir illüstrasyon değildir. Bir illüstrasyonun, yazılı bir metin olmadan da sergilenmesi onun “resim” ile kesiştiği noktadır. Bu nokta ise hem özgürlüğünü kazandığı hem de ikisinin arasındaki kavramsal farkın belirginleştiği yeri işaret eder (Gönüllü, 2017). Sembol tasarlamak Sembol dilimizde simge olarak da kullanılmaktadır.

Simge ise Türk Dil Kurumu Sözlüğünde; “Duyularla ifade edilemeyen bir şeyi belirten somut nesne veya işaret, alem, remiz, rumuz, timsal, sembol” olarak ifade edilir. Semboller anlamlı şekillerdir. Semboller okuyana/bakana göre farklı seviyelerde algılama özelliğine sahiptirler. İşaretler sadece bir şeyi işaret etme özelliğine sahipken semboller gösterdiğinden çok daha fazlasını anlatabilmektedir (Göksel, 2007). Görsel iletişimde kullanılan göstergelerin özellikleri, bildirişim amacıyla istençli ve yapay şekilde oluşturulmaları, belirli bir biçim, görünüm veya harekete sahip olmaları ve temsil ettikleri nesne veya kavramlarla aralarında benzerlikten kaynaklanan doğal bir bağ bulunmasıdır. Bu tür özelliklere sahip görsel göstergeler arasında insanlık tarihinin ilk zamanından günümüze kadar geçen sürede kullanılan somut göstergeler ikonlar, yazılar, resimler, heykeller, fotoğraflar ve giderek daha soyutlaşan, işaretler, semboller, logolar ve markalar sayılabilir (Teker, 2209). Grafikler Grafik; çizge, cisimleri çizgi veya şekillerle gösterme sanatı ile ilgili şeyleri nitelendirmek için kullanılan sıfattır (Hasol, 2005). Grafik sözcüğü burada grafik tasarımı veya görsel sanatların bir dalını ifade etmekten çok sayısal birtakım verilerin görselleştirme aracı anlamını taşır. “İnsan zihni, yazılı veya sözel bilgi aktarımına kıyasla görsel bilgi aktarımını çok daha verimli ve kalıcı olarak, kısa sürede algılayabilmektedir. Yapılan pek çok araştırma da görsel iletişimin diğer tüm iletişim biçimlerinden daha güçlü olduğunu kanıtlar niteliktedir” (Uyan Dur, 2014). İletişimde verilen mesaj metin halinde ise destekleyici görselleştirme elemanları olarak fotoğraflardan ve videolardan faydalanabiliriz. Ancak mesajda iletilmesi gereken bilgiler sayısal ise bu bilgileri doğrudan görsel okunabilir grafiklere dönüştürürüz. İnfografikler Görselleştirmenin önemli ürünlerinden olan infografikler görsel ve yazılı bilgiyi birlikte kullanan grafik tasarım ürünleridir. İlk infografiklere örnek yol tabelaları gösterilebilir. İnfografikler hedef kitleye kısa sürede akılda kalıcı bilgiyi sunarak, bilgilendirme ve yönlendirme amacıyla tasarlanırlar. Veri görselleştirme ve infografikler belirli bir konuyla ilgili yoğun ve karmaşık bilgileri daha anlaşılır biçimde görsel olarak sunma amacını taşırlar. Bilgiyi görsel olarak ileterek daha anlaşılır ve kalıcı bilgilendirme sağlamlarının yanında başka önemli özellikleri de vardır. Görsellik, içerik ve kullanılabilirlik açısından iyi tasarlanmış veri görselleştirme ve infografikler insanları ikna etme, yönlendirme ve harekete geçirmek için güçlü birer araçtır (Uyan Dur, 2014).

Bilgisayar grafikleri (dijital görüntüler) iki ayrı kategoriye ayrılabilir. Bunlar bitmap grafikler ve vektör grafiklerdir. Gerek baskı yoluyla gerekse dijital olarak yayınlanacak bir grafik tasarım ürünü hazırlayan tasarımcının her iki dijital görüntü türünün avantaj ve dezavantajlarını iyi kavraması gerekir. Çünkü bu temel konuda bilgi sahibi olmak öncelikle tasarımcının hazırlayacağı görsel ile ilgili hangi grafik türünü kullanacağına ve dolayısıyla hangi yazılım ile bu tasarımı yapacağına karar verebilmesini sağlar. Teknik olarak her iki bilgisayar grafiği de birbirinden tamamen farklıdır. Bununla birlikte, görsel tasarımın özelliğine bağlı olarak sonuç her iki formatta da hemen hemen aynı görünebilir. Ancak temel ayırım gerçekçi ve fotografik görüntüler için bitmap grafik, illüstratif ve soyut görüntüler için vektör grafikler kullanıldığı şeklinde olabilir. Bununla birlikte bu ayırımın birçok istisnası olacaktır ve genellikle bir dijital görüntüye uzaktan bakarak onun bitmap ya da vektörel bir görüntü olup olmadığını anlamayacaktır.

BİLGİSAYAR GRAFİKLERİ

Vektörel ve bitmap grafiklerin görüntü oluşturma yöntemi, dosya boyutu, çözünürlük, işlenebilirlik vb açısından artıları ve eksileri vardır. Ve her ikisi de belirli amaçla kullanılacak grafikleri temsil eder. Birbirinin rakibi değil tamamlayıcısı olan bu grafik türleri arasından uygun olan grafik türünü seçmek ise tasarımcının amacına bağlıdır. Hazırlayacağı bilgisayar grafiği türüne karar veren tasarımcı daha sonra bu grafiği oluşturmak için uygun yazılım seçimini doğru bir şekilde yapabilecektir.

BİTMAP (RASTER) GRAFİKLER

"Raster grafikler" olarak da bilinen bitmap grafikler, birbirine degecek şekilde yerleştirilmiş eş boyutlu aynı veya farklı renkteki küçük karelerden oluşur. Bu karelerin boyutları genellikle çok küçüktür ve insan gözü onları ayrı kareler olarak algılayamaz, renk geçişleri ve resim olarak algılar. Bitmap grafiğin temel görüntü elemanı (Picture Element) olan bu karelere "Piksel" denir. Cep telefonu kamerası veya profesyonel fotoğraf makinası ile çekilmiş olması fark etmez dijital fotoğraf, bitmap grafiğin en yaygın örneğidir. Tarayıcı (scanner) ile dijitalize edilmiş görüntü, bitmap tabanlı görüntü işleme yazılımı kullanarak oluşturulan görüntü, bilgisayar ekranındaki görüntünün ekran görüntüsünü alarak (printscreen) elde ettiğimiz belge, internette bir arama motorunu kullanarak yaptığımız görsel arama sonucunda bilgisayarımıza indirdiğimiz belge yine en çok kullanılan bitmap (Raster) grafik çeşitleridir. Bitmap ismi ikili kod (Binary Digits) kelimelerinin kısaltması olan "Bit" ve haritalama, eşleştirme anlamındaki "Mapping" kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Yani bir bitmap grafik, her biri bir renk (siyah-beyaz veya daha fazla) atanmış ve daha sonra bir görüntü oluşturmak için bir modelde düzenlenmiş bir dizi pikselden oluşur. Bitmap Grafiklerde Çözünürlük Farklı bilim dallarında da kullanılan bir terim olan çözünürlüğün bilgisayar ve medya endüstrileri açısından önemi büyüktür. Bitmap grafikleri oluşturan piksel sayısı olarak tanımlanabilen çözünürlük, bu tür dijital görüntülerin kalitesi ile doğrudan ilgilidir. En temel ifadesiyle çözünürlük, görüntünün kalitesidir. Çözünürlük arttıkça görüntü daha detaylı hale gelir. Daha keskin ve daha ayrıntılı hale gelir. Çünkü görüntüyü oluşturan piksel sayısı artmıştır. Bir diğer dijital görüntü türü olan "vektörel grafikler" çözünürlükten bağımsız grafik türü olduğu için çözünürlük, sadece bitmap grafikler için geçerli olan bir kavramdır. Bitmap Grafiklerin Yeniden Ebatlandırılması ve İnterpolasyon Çözünürlüğe bağımlı dijital görüntü olan bitmap grafiklerin yeniden ölçeklenmesi veya açılı döndürme, biçim bozma gibi görüntü işlemlerinde görüntüde deformasyon yaşanır. Bu deformasyon en çok dijital fotoğraf makinesi ile çekim sırasında dijital zoom özelliğini kullanma nedeniyle veya bir görüntü işleme yazılımında (Örneğin Photoshop) görüntünün ebadı veya birim alandaki piksel sayısı değiştiğinde veya döndürme, perspektif hata düzeltilmesi gibi biçim bozma (Transform) uygulamalarında gerçekleşir. Özellikle bu işlemlerin tekrarlı uygulamalarında deformasyon çok ciddi oranda artacaktır. Bitmap grafiklerde yaşanan bu soruna "İnterpolasyon Hatası" veya "Dijital Görüntü İnterpolasyonu" denir.

VEKTÖREL GRAFİKLER

Vektörel grafikler, bitmap grafiklerde olduğu gibi ızgara sistemindeki dizili pikseller yerine matematiksel formüller ile üretilmiş grafiklerdir. Yani bitmap grafiklerde bir dikdörtgen görüntüsü ızgara sisteminde dizili binlerce pikselden oluşurken, vektörel grafiklerde ise bir dikdörtgen her köşesinde bir tane olmak üzere dört tane bağlantı noktası (anchor point) ve bu bağlantı noktaları (farklı bir ifadeyle vektör başlangıç-bitiş noktalarının) arasında doğrusal vektörlerden oluşur. Şekil değiştiğinde (örneğin daire olduğunda) doğrusal vektörler eğimli bir form da alabilir.

GÖRÜNTÜ İŞLEME AMAÇLI (BİTMAP TABANLI) BİLGİSAYAR UYGULAMALARI

Nokta (pixel) tabanlı (bitmapped) yazılımlarda görüntü piksel denilen küçük kareciklerden oluşur ve bu yazılımlar bitmap grafikler üretmek için kullanılırlar. Görüntü işlem yazılımlarının en yaygın kullanım amaçları, piksellerden oluşan görüntüler üretmek, fotografik manipülasyonlar oluşturmak, dijital fotoğraflar üzerinde retüş ve düzenlemeler yapmak ve dijital olarak fotografik kolajlar yapmaktır. Nokta esaslı programlarda bir alana renk doldurulduğunda, resimlerde yapılan rötuşlarda, kesilen, yapıştırılan veya üzerinde herhangi bir değişiklik yapılan görüntülerde aslında çalışılan bölgedeki pikseller değiştirilmiş olur. Bu özelliklerinden dolayı piksel tabanlı programlar elektronik tuval olarak düşünülebilir. Piksel tabanlı yazılımlar, görüntüler üzerinde yapılan işlemlerdeki kademeli geçiş (anti-aliasing) özelliğinden dolayı resimlerle ilgili işlemlerin yapılması için tercih edilen yazılımlardır. Çünkü bu özellik resimsel öğelerin daha doğal birleşmesini sağlamaktadır.

VEKTÖR TABANLI BİLGİSAYAR UYGULAMALARI

Vektörel tabanlı grafik tasarım yazılımlarda hazırlanan çizimler ve yazılar çok iyi kenar keskinliğine sahiptir. Bu özelliklerinden dolayı vektörel tabanlı yazılımlar özellikle logo, illüstrasyon ve geometrik çizimler ve tipografik tasarımların oluşturulmasında tercih edilmektedir. Aynı zamanda afiş, el ilanı, basın ilanı, kartvizit, ambalaj vb birçok baskıya yönelik tasarımın hazırlanmasında da kullanılır.

Ambalajın işlev yelpazesi zamanla yeni ihtiyaçların da doğmasıyla genişlemiş, ambalajdan beklentiler artmıştır. Ambalaj kavramı artık ürünün içine koyulduğu kabın ötesine geçmiş, birincil, ikincil ve dış ambalaj kavramları ortaya çıkmıştır. Ürün çeşitliliği ve markaların artışı marketlerdeki rakipleri arasından fark edilme ve öne çıkma çabasını artırmış ve dolayısıyla ambalaj grafiklerini önemli bir noktaya taşımıştır. Ambalaj grafikleri üretici ve tüketici arasında sessizce kurulan bir bağ, bilgiyi ve iknayı içeren bir iletişim kanalı haline gelmiştir. Ambalaj malı koruyan, taşınmasını ve depolanmasını mümkün kılan, bilgi veren, reklam ve tanıtım yaparak tutundurma sağlayan özellikleri dışında kullanım kolaylığı sağlama ve fiyat ayarlama gibi işlevlere de sahiptir. **AMBALAJIN**

TANIMI

Ambalaj, grafik sanat ürünlerindeki üç boyutlu tasarım gerektiren görsel estetiğin yanında, teknik detaylarıyla daha fazla özellik içeren bir çalışma türüdür. Daha genel bir tanımla ambalaj üreticiden tüketiciye uzanan yolda, ürünün tanıtımı ve korunması adına alınan yöntemlerin tümüne denilebilir.

AMBALAJIN TARİHÇESİ

Geçmişten günümüze kâğıt, cam, metal ve plastik gibi farklı malzemeler ambalaj yapımı için kullanılmıştır. M.Ö. 8.yy'dan önce kumaş ambalaj, çamur veya cam kaplar kullanılmaktaydı. Uzakdoğu'da M.Ö. 5000 yıllarında bulunan cam M.Ö.6000 yıllarında Mısırlılar tarafından saklama ve taşıma için kullanılmaya başlanmıştır. Fenike'de icat edilen cam üfleme çubuğu sayesinde tümüyle şeffaf cam üretimi mümkün olmuştur. 17. yy'da gıda maddeleri çuvallarla ve varillerle dükkanlara ulaşmakta, kese kâğıdı gibi basit ambalajlar içinde müşterilere sunulmaktaydı. Konserveler ambalajların tarihte görüldüğü ilk yer 19.yy başları Fransa'dır. 19. yy'da kâğıt katlama makinesinin icadı, taş baskının (litography) keşfi, kâğıdın daha hızlı ve ucuz üretilmesini sağlayan kâğıt makinesinin üretilmesi, kutuların üzerine baskı yapılmaya başlanması gibi gelişmeler olmuştur.

AMBALAJIN ÖNEMİ

Ambalaj önemli bir pazarlama aracı olmuş, ürünlerin yüksek miktarlarda nakliyesini ve depolamasını mümkün kılmış, raf ömürlerini uzatıp bozulmaya bağlı fireleri azaltmıştır. Ambalajın önemi temel işlevleri, iletişim gücü, kullanıcıya sağladığı kolaylık ve sürdürülebilirlik gibi boyutları sayesinde günden güne artmaktadır. Tüketici Satın Alma Karar Süreci ve Ambalaj İlişkisi Tüketicinin satın alma kararları üzerinde Sosyal etmenler (kültür, sosyal sınıf, referans grupları, aile), Psikolojik etmenler (güdüleme, algılama, tutum ve inançlar, öğrenme ve kişilik) ve Kişisel etmenler (demografik faktörler ve durumsal faktörler) etkili olmaktadır. Bu gerçeğe rağmen tüketicilerin satın alma davranışlarının % 51'i plansız gerçekleşmektedir. Bu da tüketicileri satın alma anında ambalaj yolu ile ikna etmenin ne derece etkili olabileceğinin bir göstergesidir.

AMBALAJIN İŞLEVLERİ

Ürünlerin üretim-depolama-perakendeci-tüketici arasında ekonomiklik ve güvenlilik anlamında verimli bir şekilde aktarılmasında ambalajın rolü büyüktür (6). Ambalaj içindeki ürünün kalitesini bozulmadan -zarar görmeden muhafaza etmeli, naklini ve depolanmasını mümkün kılmalı ve kolaylaştırmalıdır.

Ayrıca reklam, tanıtım yolu ile satışını teşvik etmek gibi önemli diğer işlevleri vardır. Ambalajın işlevleri: Koruma İşlevi, Taşıma İşlevi, Depolama İşlevi, Kullanım Kolaylığı İşlevi, Fiyat Ayarlama İşlevi, Bilgi verme ve İletişim İşlevi, Tutundurma (Tanıtım, Pazarlama ve Reklam) İşlevidir.

Ambalajın Koruma İşlevi Ambalaj hem iç ambalajı ve ürünün kendisini dış etkenlerden korumakta hem de ambalajla temas eden kişileri korumaktadır. Koruma hem mekanik (çarpma, ezilme vb.) ve fiziksel etkilere karşı hem de içindeki ürünün kalitesinin korunmasını kapsamaktadır. Ambalajın Taşıma İşlevi Ambalajın taşınmayı kolaylaştıracak özellikleri pratiklik ve ekonomiklik yönleri ile önemlidir. Boyut ve biçimde optimumun yakalanması önemlidir. Ürünler nakliye ve depolama haricinde tüketiciye ulaştıktan sonra da taşımanın kolay olması gerekmektedir.

Ambalajın Depolama İşlevi Ambalajın önemli işlevlerinden biri de Depolama kolaylığı sağlamasıdır. Depolamaya uygunluk kavramı büyük depolar, market rafları ve evler olmak üzere farklı katmanları olan bir sorundur. Ambalajın Kullanım Kolaylığı İşlevi Kullanım kolaylığı ambalajın katmanına göre farklı kolaylıklar anlamına gelmektedir. Kullanım kolaylıkları Taşıma, Açma-Kapatma, Depolama başlıkları altında üç ana grupta toplanabilir. Ambalajın Fiyat Ayarlama İşlevi Ambalajın da çeşitli yollarla fiyat ayarlanması konusunda işlevi bulunmaktadır. Aynı ambalajı kullanıp içerik azaltarak, Ambalajı büyütüp fiyatı artırarak, Ambalajı küçültüp birim fiyatı artırarak, Ambalajı büyütüp birim fiyatı artırarak, Ambalajı büyütüp içerik azaltılarak, Ambalaj miktarı ve fiyatı azaltarak, Malın miktar

ve kalitesi ile oynama yapmadan sadece ambalajı değiştirerek. Ambalajın Bilgi Verme ve İletişim İşlevi Ürün ambalajları alıcısına birkaç yolla bilgi verirler. Saydam veya kısmen saydam ambalajlar içeriğini göstererek ürünün niteliği hakkında doğrudan bilgi verirler. Bunun dışında ambalajlar üzerindeki yazı, imge, işaretleme ve özel etiketler yolu ile üretim tarihi, son tüketim tarihi, kullanım, koruma, saklama koşulları, ağırlığı, geri dönüşüm bilgileri ve varsa çocuklara veya çevreye yönelik uyarılar, ambalajın açılış yeri ve şekli gibi bilgiler verirler. Ambalajın Reklam ve Tutundurma İşlevi Satın alınan bir ürünün ambalajı sayesinde tekrar alınması için özendirme ambalajın tutundurma işlevidir. Ambalajın müşteri ile girdiği ilişkide iki önemli an vardır. Bunlardan ilki tasarımı ile tüketicinin dikkatini çekmek, estetik özellikleri, verdiği bilgiler ve kalite imajı ile müşteriyi satın alması için cezbetmektir. İkinci önemli an olan kullanıcı deneyimi ilk karşılaşma anında ambalaj üzerindeki vaatlerin gerçekleşip gerçekleşmediği, işlevleri yerine getirme performansı, çalışma sisteminin anlaşılabilirliği gibi konuları kapsamaktadır. Ambalajın Sürdürülebilirliği Gelecek yaşam için büyük öneme sahip sürdürülebilir ambalaj olgusunun hedefi, “insanların yaşam kalitesinin ve istikrarının yükseltilmesi ve doğal ekosistemlerin devamlılığı için ambalaj ürünlerinin bu yönde tasarlanmasıdır.” AMBALAJIN GRAFİK ÖĞELERİ Ambalaj Tasarımında Renk Yapılan araştırmalar insan algısında renklerin biçimlerden daha öncelikli olduğunu göstermektedir.

Çoğu zaman biçimden önce algılandığından tasarımın en önemli öğelerinden biri olan rengin cazibesi ile bakış yakalama dışında ürünü tanımlayıcı bir işlevi vardır. Ayrıca marka iletişimde sıklıkla kullanılmakta olan Renklerin insan psikolojisi üzerinde de olumlu ve olumsuz etkileri vardır. Ambalaj Tasarımında Tipografi Tipografi ambalajda mesajın iletilmesi için önemli bir araçtır. Ambalaj tasarımında tasarım içinde kullanılacak tipografik elemanlar raflara birkaç metre mesafedeki bir tüketici tarafından sorunsuz okunabilmeli, ambalajın üç boyutlu formu ve sınırlı yüzey alanı dikkate alınarak tasarlanmış olmalı, ürün hakkındaki bilgileri iletebilme anlamında hedef yaş grubu ve farklı kültürel arka plana sahip kişiler tarafından kolayca anlaşılır olmalıdır. Ambalaj Tasarımında Fotoğraf ve İllüstrasyon Ambalajın formu ve renk kullanımı gibi tüketiciyi hızlı ve güçlü biçimde etkilemenin bir diğer yolu da ambalaj tasarımlarında kullanılan görsellerdir. Üreticiler ürün ambalajlarında tanıtım, bilgilendirme ve reklam amaçlı görseller kullanmaktadırlar. Tüketici ürün görseli sayesinde ürünü tanıyıp fikir sahibi olur. Tüketiciyi yanıltacak biçimde görsel kullanımı etik ve yasal olmaması dışında tüketicide tasarım yolu ile yaratılan beklentinin karşılanamamasını ve ürün ile olumsuz bağ kurmasına neden olabilmektedir. Bu durum firmanın imajının zedelenmesi ve tutundurma çalışmalarının başarısız olması anlamına gelmektedir. Ambalaj Tasarımında Marka ve Logo Ambalaj tasarımında markanın adı veya logosu diğer bilgilendirici / tanıtıcı metinlerden farklı değerlendirilir. Gözün izleme sıralamasına göre renk ve boyut belirlenir. Tanınırlık sağlanması için markanın veya ürünün logosunun ilk sırada görülmesi tercih edilir. Görsel hiyerarşideki bu sıralama daha dikkat çekici bir renk kullanımı, baskın büyüklükte yazıtipi kullanımı, logonun büyütülmesi gibi stratejiler yolu ile sağlanabilir. Ambalaj Tasarımında Biçim Ambalaj tasarımı form, yapı, malzeme, renk, görüntü, tipografi ve yardımcı tasarım öğelerini ürün bilgileriyle birleştiren yaratıcı bir iştir. İlk bakışta ambalajın taşıma, koruma ve depolama işlevleri ile ilişkilendirilen biçim özelliği için Erdal’ın ifade ettiği gibi “bir toplumdaki ilerlemeyi ve yaşam standartlarını da sembolize eder; tüketici davranışını ve estetik zevki yansıtır, bir yaşam biçimini ifade eder, statü sembolleri olarak kullanılır ve hatta itibar kazandırır”. Ayrıca ambalaj formlarındaki özgünlük tasarımındaki renk, logo, görsel vb. unsurlar göz ardı edilse bile kendi başına tanınırlık sağlamaktadır

Okuma yüzeyleri fiziksel ortam ile sınırlı olan doğasını ekranların günlük hayatta yaygınlaşmasıyla dijital ortama doğru genişletmiştir. Dijital dünya bilginin sunumu için etkileşimli ve hareketli görüntüler, 3boyutlu içerik, çevrimiçi video bağlantıları, diğer kaynaklara dinamik çevrimiçi bağlantılar, lisans haklarının korunması gibi olanaklar sunmaktadır.

E-KİTAP İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

E-Kitap terimi elektronik cihazlar üzerinden okunabilen herhangi bir kitabı işaret eder. E-kitaplarla ilgili bilinmesi gereken bir diğer kavram da Dijital Hak Yönetimi (Digital Right Management - DRM) kavramıdır. DRM dijital içeriğin yetkisiz erişimi ve izinsiz dağıtımını engellemek üzere kontroller sağlayan bir sistemdir.

E-KİTAP FORMATLARI

Bilgisayar dünyasının bir parçası olan e-kitaplar farklı formatlarda üretilmektedir. Popüler e-kitap formatları; ePub formatı (.epub), Mobipocket formatı (.mobi, .prc), Düz Metin formatı (.txt), Amazon Kindle eReader formatı (.azw, .azw3), PDF (Taşınabilir Belge Dosyası) formatı (.pdf). ePub Formatı (.epub) ePub formatının yaygınlaşmasındaki anahtar ücretsiz, satıcıdan bağımsız ve kamuya açık standartta oluşudur. ePub formatı ses, video ve etkileşim gibi zengin özelliklere sahip bir formattır ve birçok cihazda okunabilmesine rağmen Amazon Kindle 2 ve DX e-kitap okuyucu modelleri ile uyumlu değildir. ePub formatında ses ve videolar dosyanın içine gömülebilmektedir. Mobipocket Formatı (.mobi, .prc) Mobipocket formatı Fransız Mobipocket firması tarafından 2000 yılında Açık e-Kitap (Open eBook – OEB) formatından türetilmiştir. MOBI formatı ePub formatı gibi kamuya açık standartta bir format değildir Format ses ve video içerikleri de desteklememektedir. Amazon Kindle Formatı (.azw ve .azw3) AZW ve AZW3 Amazon'un kullandığı iki e kitap formatıdır. Amazon Kindle'ın ilk modelinin piyasaya sürüldüğü 2007 yılında çıkışını yapan AZW formatı ve 2011 yılında Kindle Fire e-kitap okuyucusu ile tanıtılan AZW3 formatı altyapı olarak MOBI formatına oldukça benzerdir. AZW formatları açık standartta olmaması (tescilli olması) nedeniyle e-okuyucu cihaz ve uygulamalar tarafından ePub formatı kadar yaygın bir biçimde desteklenmezler.

PDF - Taşınabilir Belge Formatı (.pdf) PDF dosya formatı aslında doğrudan bir e-kitap formatı değildir. Dosya uzantısındaki üç harf (.PDF) Taşınabilir Belge Formatı anlamına gelen Portable Document Format kelimelerinin baş harflerinden oluşturulmuştur. Günümüzde açık standart olarak kullanılan Taşınabilir Belge Formatı (PDF), Adobe firması tarafından belgeleri yazılım, donanım ya da işletim sisteminden bağımsız olarak sunabilmek ve aktarabilmek için yaratılmış bir formattır. e-Kitap Formatı Seçimi Format seçimi sonraki bütün süreci etkileyecek önemli bir adımdır ve çoğu zaman yukarıda yazılan örnek kadar basit olmayabilir. Doğru format seçimi ile ilgili temel ipuçları Taşınabilirlik / Yaygınlık, Güvenlik, Zengin içerik desteği, Maliyettir. Yaygınlık seçilecek e-kitap formatının uyumlu olduğu e-kitap okuyucu cihazların kullanıcılar arasındaki popülerliği ile doğru orantılıdır. İçeriğin düzenlenmesine karşı kilitlenebilmesi veya içeriğin izinsiz kişilerce erişimin kısıtlanmasını sağlayan dijital hak yönetimi (DRM) özelliklerine sahip bir format bu anlamda tercih sebebi olacaktır. Kitap içeriğinde düz metin dışında çizimler, grafikler, ses, video ve etkileşim vb. dijital görüntüler olması gerekiyorsa bu tür özellikleri destekleyecek bir format seçilmesi önemlidir. e-Kitap seçimindeki bir diğer önemli konu da maliyettir. Uygun e-kitap formatının seçmeden önce başlangıçtaki içerik üretimi ve tasarım maliyetleri ile sınırlı kalmayarak hedef kitlenin kitaba erişimi sürecindeki yani projenin genişletilme aşamasındaki orta / uzun vadeli maliyetleri de değerlendirmek önemlidir. Sayfa Düzeni Farklı sayfa düzenlerinin birbirlerine göre farklı avantajları vardır. Kodeks formundaki kitaplarda aynı anda iki sayfanın okuyucunun önünde açık olması karşılaştırma gerektiren (çeviri sayfaların karşılıklı sunulması, paralel metin baskıları vb.) durumlarda e-kitaplara nazaran daha avantajlıdır.

Genelde tek dikey sayfa olarak kullanılan E-Kitap okuyucularının böyle bir olanağı bulunmamaktadır (5 s. 5). Buna karşın e-kitaplar için tasarlanmış formatlar metin ve görüntülerin tüm ekran boyutlarında ekrandan taşmadan (ekrana sığacak şekilde) akışını mümkün kılacak şekilde tasarlanmıştır. Tipografik Tasarım Görüldüğü üzere farklı doğalarının bir sonucu olarak ekranlar yazının görüntülenme kalitesini doğrudan etkileyecek farklı çözünürlük ve nokta aralığı değerlerine sahiptir. Tırnaklı (serif) yazı tiplerinin küçük puntolarda kullanılması durumunda harfler yeterli kalitede görüntülenmemektedir. Dizginin özel bir görünümde olması için standart dışı özel bir kodlama gereklidir. Renk Kullanımı e-Kitaplar ve basılı kitaplarda farklı renk modelleri kullanılır. Basılı kitaplar CMYK e-kitaplar RGB

renk modelini kullanır. Sayısal ekranlarda kullanılan RGB renk modelinde ana renkler insan gözündeki renk algılayıcı (fotoreseptör) koni hücrelerinin en duyarlı olduğu üç dalga boyu olan Kırmızı (Red), Yeşil (Green) ve Mavi (Blue) renkleridir. Çözünürlük Çözünürlük görüntünün netlik seviyesini tanımlayan bir ölçüdür ve görüntüyü oluşturan birimin (çizgi, nokta, piksel vb.) boyutu ve birbirine yakınlığına (Örn: nokta sıklığına /aralığına) bağlı olarak kalite değişir. Kâğıt üzerine görüntünün noktalar (dots) ile oluşturulduğu türlerde çözünürlük birimi DPI veya DPCM'dir. Ölçü biriminin inç olduğu durumda DPI - Dot Per Inch (1 inç2 başına nokta), ölçü biriminin santimetre olduğu durumda ise DPCM - Dot Per Centimeter (1 cm2 başına nokta) anlamına gelmektedir. İstisnai olarak Ofset baskıda nokta yerine çizgiler de kullanılabilir bu durumda çözünürlük birimi LPI - Line Per Inch (veya cm için LPCM) olarak kullanılır. Ekranlardaki çözünürlük birimi ise doğası gereği farklıdır. Nokta yerine piksel sayısı temel alınır ve PPI - Pixel Per Inch (veya cm için PPCM) olarak kullanılır. Kitap Kapağı e-Kitaplarda kapağın kitabı koruma işlevi ortadan kalkmakla beraber kitap içeriği hakkında bilgi verme ve kitabın tanıtma işlevleri devam etmektedir. e-Kitapların ön kapakları web sitelerinde, e-kitap uygulamaları veya kütüphanelerinde ve elektronik ortamdaki diğer arayüzlerde kitabın yüzü olmaya devam etmektedir Dijital Hakların Yönetimi Dijital Hakların Yönetimi (DRM), “ dijital kopyaların bilgisayar ağları veya telekomünikasyon ağları üzerinden paylaşılmasını kontrol etmek veya önlemek için telif hakkı alınmış eserlerin çeşitli yollarla korunması” olarak tanımlanmaktadır. Kitapların elektronik formata dönüşmesi ile kopyalanarak izinsiz kullanımı, değiştirilerek yeniden kaydedilmesi ve izinsiz dağıtılması basılı kitaba nazaran çok daha kolaylaşmıştır. DRM sayesinde kullanıcıların içeriği düzenlemesi, kaydetmesi, paylaşması, iletmesi, yazdırması (veyaz sınırlı sayıda yazdırması), ekran görüntüsü alması, kullanım sayısı limiti veya son kullanma tarihi limiti, belirli IP adreslerinden erişimi, kullanımın belirli bir ülke veya bölge için sınırlanabilmesi veya mülkiyete yönelik filigran eklenmesi mümkündür. Ayrıca e-kitabın kimin tarafından hangi tarihlerde kaç kez indirildiğini veya yazdırıldığını kontrol etmek mümkündür.

Sürdürülebilirlik Üretimde, tasarımda çeşitliliği sağlarken gelecek yılların da korunmasına dikkat eden sürece sürdürülebilirlik denir. Başka bir ifadeyle sürdürülebilirlik; kendi ihtiyacımız olanları üretirken gelecek neslin ihtiyaçlarını da düşünmek, onlara zarar vermemek çabasıdır. Sanayi devrimi ile hızla artan üretim rekabeti doğurdu. Bu aşamada tasarım pazarda rekabetin iki önemli ayağında yer aldı. Ürüne estetik kimlik kazandırılması ve ürünü geniş kitlelere duyurup pazarlamasını sağlayan reklamların tasarlanması idi. Tasarımda sürdürülebilirlik yaklaşımı, günümüz acil ihtiyaçları arasındadır. Hiçbir kaynak sonsuz değildir. Dünya Kalkınma ve Çevre Komisyonu 1987 yılında aldığı kararda; öncelikle sürdürülebilir tasarım eğitimi konusunun tartışılarak yeni metodolojilerin geliştirilmesine işaret etmiştir. Sürdürülebilirlik kavramının üç boyutu bulunmaktadır. Bunlar ekonomik boyut, çevresel boyut ve sosyal boyut olarak sınıflandırılmaktadır. Bir çalışmaya sanat eseri niteliği kazandıran etken sanatçının duygularının esere yansımış olmasıdır. Sanatçının duyguları ve sanatsal tasarımın felsefesi olunca tasarım yüzeyi ve malzemesi/tekniki olarak dijital ortamların da bu süreçte kullanılabilirliği yadsınamaz bir gerçektir. Sürdürülebilir tasarımlar konusunu temel iki başlık altında toplayabiliriz.

Tasarımda Sürdürülebilir malzeme kullanımı

Sürdürülebilir tasarımlar Grafik tasarım Türk Dil Kurumu sözlüğünde tasarım; “Zihinde canlandırılan biçim, tasavvur, bir sanat eserinin, yapının veya teknik ürünün ilk taslağı, tasar çizim, dizayn” olarak açıklanmıştır (TDK). Tasarımcının beyninde şekillenmiş tasarım fikri bir tasarım yüzeyinde görselleştirilir, somut hale gelir. Bu tasarım yüzeyleri, kâğıt, tuval olabildiği gibi artık dijital ortamlar da olabilir. Dijital kanalların hedef kitleye ulaşılabilirliği yüksek olduğu için günümüzde tasarım sürecine dahil edilme oranları da yüksektir. Grafik tasarımın 20. Yüzyılın başlarında gelişmeye başlamıştır. Kitle iletişimde bir yol olarak kullanılan grafik tasarım ürünleri radyo yayınları ve sesli ilanlara göre daha kalıcı olmaları sebebiyle daha çok tercih edilmişlerdir. Kitle iletişim araçlarının radyo ve gazetelerle sınırlı olduğu İkinci Dünya Savaşı yıllarında da grafik tasarım aracılığıyla kamusal bir iletişim kanalı kurulmuştur. “Toplumların yaşadığı travmalar, toplumsal özgüvenler, hedefler, umutlar çeşitli dönemlerde afişlerde kendini ifade etmiş, afişler dönemselsel olarak çok önemli toplumsal misyonlar üstlenmişlerdir” (Çaydere, 2015). Grafik tasarım yenilikçilik konusunda da öncü olmuştur. Yaratıcılığın somutlaştığı, gözle görülür hale geldiği bir alan olan grafik tasarım, bilgilendirme ve yönlendirme işlevi ile inovatif çalışmaların da önemli bir parçası olmuştur. Grafik tasarım ürünleri sayesinde milyonlarca araç ve insanın olduğu şehirlerde kaybolmadan yolumuzu bulabilir yaşayabiliriz. Yeni edindiğimiz bir telefonu kullanabilmek için artık sayfalarca kullanım kılavuzu incelememize gerek kalmamıştır, sebebi ise kullanıcı dostu grafik tasarım ürünü ara yüzlerdir. Büyük hastanelerde, havaalanlarında, alışveriş merkezlerinde de aradığımızı hemen bulabilmemizin sebebi yine grafik tasarım ürünü olan infografiklerdir. Sürdürülebilir malzemeler Grafik tasarımcı tasarım sürecinde sürdürülebilirliği sağlayabilmek için birtakım çalışmalar yapmalıdır. Bu çalışmaların başında müşteriyi bilgilendirmek ve sürdürülebilirliğe dikkat çekmek gelmektedir. Bunun yanı sıra tasarım aşamasında ve tasarımın uygulanmasında da sürdürülebilirlik temelinde malzeme kullanmalı, çevre kirliliğine, buna bağlı iklim değişikliğine sebep olabilecek malzemeleri kullanmaktan kaçınmalıdır. Bu süreçte geri dönüştürülmüş ya da dönüştürülebilir kağıtlar kullanılmalı, hızlı kuruması ve kâğıda tutunabilmesi için ağır kimyasallar içeren (VOC) mürekkeplerin kullanımdan kaçınmalıdır.

Endişe verici bir istatistiğe göre, yazıcı boya ve tonerleri, petrol tam yanmadığı zaman ortaya çıkan siyah karbonun en büyük ikinci kullanım alanı ve kâğıt endüstrisi dünya çapındaki üçüncü büyük kömür tüketicisi, hava ve su kirliliğinin, çöp atıkların ve iklim değişikliği yaratan gazların en büyük sebeplerinden biridir (Twemlow, 2011, s.56). Sürdürülebilir grafik tasarım konusunu yakından ilgilendiren bir diğer başlık da ambalaj tasarımıdır. Ambalajın temel işlevi ürünü korumak, üreticiden tüketiciye güvenle ulaşmasını sağlamaktır. Ürünün görünen yüzü olması sebebiyle ambalaja grafik tasarımlar yapılarak satışı arttırmak işlevi de yüklenmektedir. Geri dönüşüm ve sürdürülebilirlik açısından ambalaj tasarımı dikkat edilmesi gereken bir noktadır. Ambalajların hızlı geri dönüşüme uygun malzemelerden yapılmalıdır. Ambalaj tasarımında plastik kullanımı çevresel etkisi bakımından olumsuz sonuçlar doğurmuştur. Plastiklerin ambalaj uygulamalarında genel kullanımı 2. Dünya Savaşı'ndan sonra başlamıştır. Polietilen savaş yıllarında bolca üretilmiş ve savaştan hemen sonra piyasada kolay bulunan bir malzeme haline gelmiştir. Başlangıçta ekmek paketlemede kullanılan yağlı

kağıdın yerini aldı. Plastik ambalajdaki büyüme 1970'lerden bu yana hızlandı. Günümüz teknolojisi ve koşulları ile bu eski malzemelerin yerini cam, metal, plastik, kâğıt, karton gibi daha uygun ve ekonomik malzemeler almıştır. O yıllarda ambalaj sadece nakliye ve depolama için kullanılırken, bu yeni malzemelerle birlikte ürünün reklamını da yapmaya başlamıştır. Ambalaj sektöründe sürdürülebilir gelişme, döngüsel ekonomiye katkı ve sıfır atık yaklaşımının devamı için ambalajın geri dönüşümü çok önemlidir. Ambalaj sosyal, ekonomik, çevresel ve kültürel boyutları nedeniyle " Sürdürülebilir Toplum" kavramının yapı taşlarından birisidir. Ambalajsız bir dünya düşünülemez . Ambalaj atıklarına çözüm getiren suda eriyen ve kaybolan ambalajların yanı sıra, var olan ambalajlar ile ilgili atık sorununa çözüm bulan sürdürülebilirlik çalışmaları bulunmaktadır. Ambalaj atıkları; yeniden kullanım, geri dönüşüm, enerji geri kazanımı ve kompost (organik geri dönüşüm) şekillerinde değerlendirilebilmektedir (Böcek 2019). Sürdürülebilir tasarımlar Hazır bulunurluğun yüksek olduğu dijital mecralara yönelik mesajlar içeren reklam, tanıtım, eğitim içeriklerinin tasarlanması hem sürdürülebilir bir tasarım süreci hem de etkin bir iletişim ortamı oluşturabilmek açısından önemlidir. Dijital ortamlar aynı zamanda bir sürdürülebilir tasarım ortamıdır. Basılı materyallere oranla daha çabuk ve düşük maliyetlerle güncellemeler yapmak, yeni yeni mesajlar hazırlayıp iletmek mümkündür. Değişen dünya ile insanların yaşam tarzları, ihtiyaçları, bilgi edinme biçimleri de değişmektedir. Gündelik yaşamın hızı insanlar arası iletişime de yansımıştır. Hız ve erişilebilirlik etkin bir iletişimin temel unsurları haline gelmiştir. Yenilikçi sürdürülebilir grafik tasarım ürünleri ile daha kısa sürede daha çok insana ulaşmak mümkündür. Dijital ortamda yapılan tasarımların bilgi güncellemeye açık, geliştirilebilir, kolay erişilebilir ve farklı tasarım öğelerinin bir arada kullanılmasına imkân sağlaması açısından sürdürülebilir olarak değerlendirilir. E-Kitaplar Dijital mecranın gelişimi ile günlük hayatın birçok alanında olduğu gibi eğitim alanında da bu mecraya yönelik yenilikçi tasarımlar gündeme gelmiştir. Temel eğitim materyali olan kitaplar dijital ortamda okunabilecek düzende tasarlanabilmektedir. Bu tarz kitap tasarımlarını işlevlerine göre farklı şekilde adlandırılmışlardır. E-kitaplar bu başlıkta tasarlanan eğitim materyallerinden biridir. AR/ VR/ Sanal gerçeklik uygulamaları AR (Augmented Reality), artırılmış gerçeklik anlamına gelmektedir. Bu sistemde video, ses, animasyon gibi dijital ortamda tasarlanan ürünler sayesinde artırılan fiziksel, gerçek dünyadaki bir ortamın canlı, doğrudan veya dolaylı bir görünümünü simule eder. VR (Virtual Reality), sanal gerçeklik demektir. VR bilgisayar ortamında tasarlanan sanal objelerin, mekanların ya da sanat eserlerinin simule edildiği etkili bir deneyimdir. VR için yapılan tasarımlarda tasarlanan hayali ortamın gerçekçi olarak algılanabilmesi için sesler, görüntüler, efektler kullanılır.