

Tasarım Kavramı Hakkında

Tasarım kelimesi TDK'ya göre eylem olarak bir şeyin biçimini kafada oluşturma işi ve sonuç olarak bu yolla elde edilmiş, düşünülmüş olan biçim yani ürün olarak tanımlanmaktadır. Bu açıklama yeterli gibi gözükse de kavramı daha genel bir çerçeveden yorumlamak gerekir. Bu çerçeve, kavramın günlük hayatta nasıl kullanıldığını da ilgilidir. Tasarım kelimesinin dilimizde çağrıştırdığı anlamları sıralamak gerekirse,

- Zihinde canlandırılan biçim, tasavvur tasarım kelimesinin karşılığıdır,
- Tasar çizim, dizayn anlamında; bir sanat eserinin, yapının veya teknik ürünün ilk taslağını da belirtir,
- Bir araştırma sürecinin çeşitli dönemlerinde izlenecek yol ve işlemleri tasarlayan plan ve çerçeve olarakta yorumlanır.
- Daha önce algılanmış olan bir nesne veya olayın bilinçte sonradan ortaya çıkan imgesi başka bir deyişle algı olarak da kedinin yer bulur.

Tasarım ve Sanat İlişkisi Üzerine

Sanat yaygın bir tanımla, yaratıcı beceri ve hayal gücünün ifadesi veya uygulaması olarak tanımlanır. Türk Dil Kurumu'nun açıklamasına göre sanat kelimesi dilimizde aşağıdaki anlamları karşılar niteliktedir;

“Bir duygu, tasarı, güzellik ve benzerlerinin anlatımında kullanılan yöntemlerin tamamı veya bu anlatım sonucunda ortaya çıkan öznel yaratıcılık.

Belli bir uygarlığın veya topluluğun anlayış ve zevk ölçülerine uygun olarak yaratılmış anlatım.

Bir şey yapmada gösterilen ustalık” (TDK.2023).

Sanat kavramının insanoğlunun varlığından bu yana çeşitli şekil ve biçimlerde var olduğu, yapılan arkeolojik ve antropolojik çalışmalarla açıklanmıştır. Günümüzde kabul edilen yedi temel sanat biçimi vardır, bunlar; resim, heykel, mimari, edebiyat, tiyatro, sinema, müzik olarak isimlendirilir.

Tasarım ifadesi ise ünite de bir üst başlıkta yer verilen açıklamalarla birlikte her daim sanatla ilişkilendirilen ve çoğu zaman karşılaştırılan bir alandır. Sanat kendini ifade etmeye dayanır, bu sebeple kendini ifade eden birey olarak sanatçının düşüncelerinin ürünüdür. Hiçbir kural ile sınırlandırılmaz, özgürdür, her şey sanatçının hayal gücüne bağlı olarak gelişir. Bu sebeple de görecelidir ve herkes tarafından farklı yorumlanabilir. Tasarım kavramı ise çoğunlukla bir soruna çözüm üretmek amacıyla yola çıkar ve bu nedenle daha dar, organize ve kısıtlanmış bir alan çerçevesinde ele alınmalıdır. Başka bir deyişle sanattan farklı olarak, belli süreçlere, çeşitli dinamiklere ve kısıtlamalara bağlıdır. Ayrıca bir iletişim alanı olarak ele alındığında tasarım, bir mesajı tasarımcı tarafından istenen şekilde iletmekle yükümlüdür. Bu sebeple tasarımın amacı belirleyici bir unsurdur.

Sanat ve tasarım bir araya geldiğinde... duygular açığa çıkar. Duygular olmadan etkileşim gerçekleşmez. Bu sebeple ikisinin birlikteliği, her iyi tasarımın, eserin ya da ürünün kalbini oluşturur. İyi tasarım, sanatla bütünleşmiş tasarımdır.

Fotoğraf Mecrasının Doğuşu

İnsanoğlu olarak varlığımızın başlangıcından bu yana, çeşitli hikayeleri anlatmak dinsel ya da dürtüsel bir biçimde duvar resimleri kullanarak gerçekleşmiştir. Bu yaklaşım Fransa'da Lascaux, İspanya'da Altamira, İtalya'da Tivoli, Anadolu'da Karain ve Çatalhöyük duvar çizimlerindeki tasvirlerden açıkça anlaşılmaktadır. Bulunan mağara çizimlerine, birden fazla bacağı olan hayvanları, onlardan korkan ya da onlara tapan insanların av sahnelerine dair hareketleri görmek mümkündür. Anlatılmak istenen ritüellerin betimlemelerine, ilk insanın hareketi ya da görüntüyü aktarma çabası olarak yorumlanmaktadır.

Fotoğraftan Öncesi

İnsanoğlunun görme eylemini anlama, gördüklerini yakalama ve görüntüyü yansıtmaya çabasını incelerken karşımıza çıkan en temel bilimsel buluş Kamera Obscura'dır. Çalışma prensibi açısından, kapalı bir kutu veya odanın bir yüzüne açılmış küçük bir delikten oluşur. Fotoğraf makinalarının temelini oluşturan bu alet, iğne deliği tekniği olarak bilinen Pinhole fotoğraf çekimi ile aynı prensiplere sahiptir. Dışarıdan gelen ışık, kapalı alanda iğne deliğinden süzülerek 180 derece ters dönmüş bir görüntü oluşturur. İğne deliği küçüldükçe resim kesinleşirken görüntü daha karanlık olarak kâğıda düşer. Fakat fazla küçük delikle kırınımından dolayı keskinlik azalır. İlk örneklerinden sonra

zamanla gelişen teknikler ve detaylar sonucu, kamera obscuralarda iğne deliği yerine lenslerinde kullanıldığı örneklere rastlanabilir. Çünkü bu daha geniş bir diyaframa izin verir ki bu da odağı koruyarak daha parlak ve kullanışlı resim oluşmasını sağlar.

Fotoğraf ve Yeni Dönem

Bildiğimiz şekliyle klasik fotoğrafın icadına ilişkin ilk örnek Sinematografi cihazında ortaya çıktığı 19.yüzyıl Fransa'sıdır. İlk denemelerini lavanta yağı ve gümüş plakalar kullanarak gerçekleştiren ve litografi sanatının sınırlarını zorlayan Nicéphore Niépce isimli öncü, 1826'da evinin penceresinden bir görüntü pozlamıştır. "Le Gras'taki Pencereden Görünüm" isimli bu görüntü pek çok akademisyen tarafından şimdiye kadar çekilen ve geliştirilen ilk fotoğraf olarak kabul edilmektedir.

1861'de fizikçi James Clerk Maxwell tarafından üretilen ilk renkli fotoğraf ve 1957'de Russell Kirsch tarafından eski bir bilgisayar kullanarak 3 aylık oğlunun fotoğrafının küçük dijital bir formata çevrilmesi ile günümüzdeki fotografik gelişmelerin diğer temelleri de atılmış oldu.

Fotoğraf Teknolojilerinin Geleceği

Fotoğraf makinalarının dijitalleşmesi analog makinaları geri plana iterek tüm dünyada fotoğrafa olan ilgiyi arttırmıştır. Eskiden zahmetli ve pahalı bir uğraş olan fotoğraf, dslr makinelerle birlikte hızlı, ucuz, kolay ve eğlenceli bir hal almıştır. Bu durum tabii ki sanat açısından değil toplumsal açıdan bir yorumlamadır. Fotoğraf üretiminin kolay ve tüketiminin hızlı olduğu 2000'li yıllar pek çok fotoğraf severi doğurmuş ve özellikle grafik tasarım alanında pek çok tasarımcının kendi görsellerini oluşturmasına vesile olmuştur. Oluşturulan bu görsellerin çekimden hemen sonra görülebilir olması, makinelerin çözünürlüklerinin hızla gelişmesi, yardımcı dijital arayüzler ve istenilen etkinin hızlıca deneme yanılma yoluyla elde edilebilir olması şüphesiz pek çok tasarım ajansı ve stüdyo açısından büyük kolaylık yaratmıştır. Gelişmiş olan bu DSLR makineler ile 2011 TV dizileri dahil pek çok video tabanlı yapımlar üretilmiştir.

Dijital kameraların ve cep telefonlarının günlük hayatımızın bir parçası haline gelmesi ve sosyal medyanın önlenemez yükselişiyle görsel iletişim tasarımı alanı içeriğine, sosyal medya yönetimi, özel gün fotoğrafçılığı, vlog ve benzer kavramlar dahil olmuştur. Bu sebeple Dron gibi aygıtların kullanımı ve bunlarla elde edilen fotoğraflar günümüzde pek çok müşteri, kurum ve kuruluş için olmazsa olmaz nitelikteki unsurlar haline gelmiştir.

İşte bu sebeple içinde bulunduğumuz dönemde fotoğrafın sadece bir sanat dalı olmaktan çok pek çok farklı alanda kullanımından bahsedilebilir. Bu durum diğer tüm sanat dalları içinde geçerlidir.

Günümüzde yazılım, video, fotoğraf, resim, grafik, heykel, 3d teknolojiler, müzik vs... her bir öge iç içe geçerek yenilikçi teknolojiler eşliğinde farklı ürünler için sanatçılar tarafından kullanılmaktadır. Bir tasarım öğrencisi olarak sorulması gereken soru, fotoğrafın bilinen bir sanat dalı olarak geleceği, fotoğrafçılığın yenilikçi yönleri ve sanatçının yaşananlar doğrultusunda çalışmalarına katacağı anlamlar olabileceği gibi, fotografik öğelerin kullanımı ile üretilebilecek veya desteklenebilecek yenilikçi uygulama ve çalışmaların gelecekteki yeridir. Bu durum tasarımcının durduğu ve geleceğini kurguladığı noktada anlam ve şekil kazanacaktır.

Fotoğraf ve Tasarım İlişkisi Üzerine

Tasarımla ilgili konular konuşulduğunda, özellikle dersimizin merkezinde bulunan grafik tasarım ve ilişkili alanlar söz konusu olduğunda fotoğraf sanatı genellikle göz ardı ediliyor olabilir.

Unutulmamalıdır ki, fotoğraf, içerdiği dinamikler ve insanlara sunmuş olduğu yenilikçi yönleri açısından, sinema, hareketli grafikler, animasyon gibi alanlara zemin oluşturmuştur. Ayrıca Pop Art akımının öncüsü olan Andy Warhol'un çalışmaları, resim, fotoğraf, tasarım, film ve heykeli içeren sanatsal kültür arasındaki ilişkiyi araştırır. Görsel üslubunda fotoğraf ve tasarımı birleştiren ve birçok sanatçıyı bir araya getiren bir akım olarak popart, sanat, tasarım ve fotoğrafın beraber kullanımına örnek gösterilebilecek bir sanat akımıdır.

Tasarımda fotoğrafın birçok amacı olabilir. Mimari alanda üretilecek bir fotoğraf ile endüstriyel tasarım alanı için ihtiyaç duyulacak fotoğrafların hem içerik hemde amaç açısından farklı olabileceği barizdir. Bu sebeple tasarımda kullanılacak fotoğrafların neden ve niçini yani amacı unutulmamalıdır. Fotoğraflar bir hikâye anlatmak için kullanılabilmesi gibi arzu edilen bir deneyim ile bir marka arasındaki ilişkiyi aktarmak için de kullanılabilir.

Özetlemek gerekirse, görsel ne kadar iyi olursa, çevrimiçi ve çevrimdışı işletmeler için sonuçlar o kadar etkileşimli olur. Bu sebeple iki alanın birlikteliği reklam, temsil ve pazarlama gibi ticari alanlarla ilişkilidir. Grafik tasarımcılar, istenen fikri iletmek için profesyonelce çekilmiş fotoğrafları kullanarak doğru etkilere ulaşabilir.

Unutulmamalıdır ki fotoğraf ve tasarım kavramı arasındaki ilişki, klasik ve çağdaş sanat tarihinin şekillenmesinde ve günümüzde yaşanan tekno-dijital dönüşümlerin merkezine oturmuş kadim beraberliklerden biridir.

FOTOĞRAF ALANINDA TASARIM İLKE VE ELEMANLARININ İNCELENMESİ

Tasarım ilke ve elemanları, görsel iletişimin temel araçlarıdır. Tasarım elemanları görsel iletişimin araç gereçlerine, tasarım ilkeleri ise bu araç gerecin etkili biçimde kullanılmasının yöntemlerine benzetmek mümkündür. Temel tasarım ilkeleri grafik tasarımdan heykele, moda tasarımdan içmimarlık alanına kadar görsel iletişim ve plastik sanatların tüm disiplinlerine uygulanabilen tasarım prensiplerini kapsamaktadır. Fotoğraf alanı da gerek sanatsal yönü gerekse görsel iletişim ürünü oluşu ile, temel tasarım ilke ve elemanlarının uygulama alanlarından biridir.

Temel Tasarım İlkeleri ve Kompozisyon Bileşenleri

Temel tasarım ilkeleri ve kompozisyon bileşenleri, temel tasarım elemanlarının kompozisyon içinde en etkili şekilde nasıl kullanılabilmesine dair yol gösterici tasarım prensiplerini kapsamaktadır. Yerleşim, denge, hareket ve ritim, hiyerarşi, zıtlık ve vurgu, oran, bütünlük ve çeşitlilik başlıklarından oluşan bu ilke ve bileşenler, görsel elemanların tasarım yüzeyiyle ve birbirleriyle olan etkileşimini anlamaya yardımcı olmaktadır. Denge, tasarımda elemanların görsel ağırlıklarının tasarım yüzeyine nasıl dağıldığını incelerken, hareket ve ritim bu dağılımın izleyicinin gözünü nasıl yönlendirdiği ile ilgilidir. Benzer görsel elemanların düzenli ya da kısmen düzenli tekrarı ritim duygusu yaratırken, diyagonal eksenli elemanlar, asimetrik yerleşim düzeni ve üçgen ya da daire gibi elemanların kullanımı hareket hissini kuvvetlendirmektedir. Hiyerarşi, zıtlık ve vurgu, tasarımın en önemli görsel elemanını öne çıkarmayı, geri kalan elemanların ise önem sıralamasına uygun biçimde dikkati çekmesini amaçlamaktadır. Böylece izleyici tasarımdaki elemanlara hangi sıra ile bakması gerektiği konusunda yönlendirilmiş olur. Zıtlık görsel iletişimde önemli unsurlardan biridir. Bir elemanın dikkat çekmesi ya da neredeyse görünmez oluşu, o elemanın yer aldığı tasarım yüzeyinin zeminiyle ya da ilişki halinde bulunduğu komşu elemanlarla sahip olduğu zıtlığa bağlıdır. Yeterli zıtlık olmadığında bir eleman kolaylıkla diğer elemanlar arasında ya da zemin üzerinde kaybolabilir, gözden kaçabilir. Bütünlük ve çeşitlilik bir tasarımda görsel elemanların birbirleri ile bütün oluşturacak kadar uyumlu, ancak sıkıcı olmayacak kadar da çeşitli olmasını hedeflemektedir. Renk, doku, ışık, biçim, büyüklük gibi nitelikler görsel elemanların birbirleri ile bütünlük hissi ya da zıtlık oluşturacak şekilde düzenlenebilir. Bu özelliklerden kimilerinin ortak oluşu bütünlüğü sağlarken, kimilerinin değiştirilmesi çeşitlilik elde etmeye yarar. Bir tasarımın görsel elemanları bir bütünün parçası gibi görünecek miktarda ortak özellik taşıırken, aynı elemanın sıkıcı bir tekrarı gibi görünmeyecek miktarda değişkenliğe sahip olması, bütünlük ve çeşitlilik arasında denge kurmaktadır. Oran, görsel elemanların birbiriyle ya da tasarım yüzeyi ile olan görece ilişkisini dikkat ya da ilgi çekmek veya mesaj üretmek için kullanmayı mümkün kılmaktadır.

Temel Tasarım Elemanları

Nokta, çizgi, şekil, form, doku, desen, renk ve boşluk, görsel iletişimin en temel araçlarıdır. İsminden de anlaşılacağı üzere, temel tasarım elemanları, tüm görsel iletişim ve tasarım ürünlerinin üretiminde yer alan temel yapı taşlarıdır. En karmaşık görsel tasarımlar dahi bu elemanlar kullanılarak üretilmektedir. Bu elemanlar kendi içinde sınıflandırıldığında ise temel olarak noktayla karşılaşırlar. Nokta ya da noktasal lekeler, bir tasarımda gözlenebilen en ufak görsel elemandır. Noktalar yan yana geldiklerinde doku, desen, ışık değeri üretebilir ya da çok daha yakın aralıklarla bir araya gelerek çizgiyi oluşturabilir. Çizgi türleri incelik, kalınlık, düzlük, eğrilik gibi özellikleri sayesinde farklı anlamlar ifade edebilir. İki ucu birleştiğinde ise şekilleri oluşturur. Şekiller görsel iletişimin sembolik anlatım konusunda en etkin araçlarındandır. Organik şekiller canlı ya da cansız doğadan yola çıkışla üretilir ve sınırsız çeşitliliğe sahip olabilir. Temel geometrik şekiller hem sembolik hem de psikolojik çağrışımlarıyla çok farklı duyu ve mesajı iletmekte kullanılabilir. Kare ve dörtgenler dinginlik, güven, sabit olma, huzur gibi anlamlarla; dairesel şekiller hareket, enerji, oyun, dinamizm gibi kavramlarla, üçgenler ise doğada çoğunlukla pençe, diş, diken gibi şekillerde karşımıza çıktığı için, tehdit, endişe, dengesizlik, tehlike gibi kavramlarla ilişkilendirilebilirler. Üç boyutlu tasarım ürünlerinde hacme sahip olan form, iki boyutlu ortamlarda ışık, gölge, perspektif gibi elemanların yardımı ile temsil edilir. Doku da tıpkı hacim gibi, üç boyutlu ortamdan temsili olarak iki boyuta taşınan kavramlardandır. Bir yüzeyin dokunulduğunda nasıl bir his uyandıracacağı, görsel olarak taklit edilebilir. Desen ise dokuya benzer ancak tekrara dayalıdır. Görsel iletişimin belki de en etkili elemanı olan renk mesaj iletmek, dikkat çekmek, bilgi vermek, zıtlık oluşturmak, gruplamak gibi çok çeşitli şekillerde kullanılabilir. Renk çemberi renklerin birbirleri ile olan ilişkisini anlamaya ve doğru

renkleri bir arada kullanmaya yardımcı olmaktadır. Tasarımda kolayca gözden kaçabilen boşluk, günlük hayattaki hiçlik kavramını akla getirmekle birlikte, tasarımda hiçliğin aksine önemli bir elemandır. Boşluğun rastgele oluşması değil, tasarımcı tarafından amaca uygun şekilde planlanması ve tasarıma aktif olarak dahil edilmesi beklenmektedir.

Fotoğraf Alanında Tasarım İlke ve Elemanlarının Kullanımı

Temel tasarım ilke ve elemanları uygulandığı disipline bağlı olarak çeşitlilik gösterebilir. Örneğin tasarım elemanlarından olan boşluk, ses tasarımı için sessizliği, içmimarlıkta boş bir mekânı ya da grafik tasarımda kâğıdın boş kısmı olarak karşılık bulur. Ancak bu çeşitliliğe rağmen boşluğun görevi ve önemi tüm bu disiplinlerde aynıdır. Fotoğraf alanında tasarım ilke ve elemanlarının var olma şekli, iki boyutlu doğası gereği grafik tasarım ya da resim alanındaki kullanımına oldukça benzerdir. Kompozisyon, denge, hareket, ritim, bütünlük, çeşitlilik, zıtlık, vurgu, oran gibi tasarım ilkeleri, fotoğraf alanına birebir uygulanabilir. Değişen tek şey ise, bu kavramların karşılık geldiği terimlerdir. Grafik tasarımda tasarım yüzeyi sayfa iken, fotoğrafta kadraj olarak adlandırılır, fakat tasarım yüzeyinde elemanların dağılımına ya da etkileşimine dair ilkeler, aynı geçerliliğe sahiptir. Nokta, çizgi, şekil, form, doku, desen, renk ve boşluk gibi temel tasarım elemanlarının bazıları fotoğraf alanında doğrudan karşılık bulmaktadır. Renk, boşluk, doku ve desen bunlara örnek gösterilebilir. Nokta, çizgi, şekil ve form kavramları ise temel tasarım derslerinde sıkça örneğini gördüğümüz soyut kompozisyonlarda kullanıldıkları gibi olmamakla birlikte, fotoğrafta yer alan obje ve nesnelerin temel yapısını oluşturacak biçimde karşımıza çıkmaktadır. Örneğin fotoğraf alanında daire şekli kâğıt üzerine pergel ile çizilmiş ve içi boyanmış bir şekil olarak yer almayabilir. Ancak bir cam fanusun tam tepeden çekilmiş fotoğrafında fanusun kenarlarının oluşturduğu görüntü daire şekli olacaktır. Bu daire şekli gerçekte bir cam fanusun tepeden görünümü olsa da, tasarım elemanı olarak ele alındığında dairesel şekillerin taşıdığı çağrışımlara ve bu şekillerin kompozisyonla etkileşim özelliklerine sahiptir. Bu durum fotoğraf alanında yer bulan diğer tasarım elemanları olan nokta, çizgi, şekil, doku ve desen gibi diğer görsel elemanlar için de geçerlidir.

FOTOĞRAF ÇEKİM TEKNİKLERİ ve FOTOĞRAFTA KOMPOZİSYON

Fotoğraf her ne kadar farklı alanlarda teknolojik gelişmelerin bir neticesi olarak ortaya çıkmışsa da sahip olduğu ifade imkânlarıyla plastik sanatların önemli bir aracı olmuştur. Kolay ulaşılabilir ve her an yanımızda bulunan cep telefonları gibi aygıtlarında da yaygınlaşmasıyla birlikte kendini ifade etmek isteyen herkes için fotoğraf önemli bir araç olabilmıştır. Ancak fotoğraf ile estetik arasında kurulan ilişki temel bazı kurallar ve ilkelerin doğru bir şekilde uygulanmasıyla mümkün olabilmektedir. Diğer görsel sanat alanlarında olduğu gibi fotoğrafın izleyicisiyle etkili bir iletişim kurabilmesi için temel görsel tasarım ilkelerine uygun olarak kompoze edilmiş olması gerekir. Bir sanatçının bu ilkeleri bilmesi hem estetik değeri olan kompozisyon üretebilmesini sağlayacak hem de kompozisyonunda yer alan nesne veya kişiler arasında yeni ilişkiler kurabilmesine olanak sağlayacaktır.

Bu amaçla ünite içinde fotoğrafta kompozisyon için ihtiyaç duyulan temel ilkeler ve elemanlar tek tek değerlendirilmiştir. Sadelik, denge, üçler kuralı, ışık gölge, çizgiler, formlar, geometrik şekiller, doku, yerleşim, renk, pozitif alan, negatif alan, arka plan, ön plan, alan derinliği, perspektif konularından bahsedilmiştir.

Fotoğrafta denge kompozisyonun en önemli ilkelerinden birisidir. Fotoğraf kompozisyonunda dengenin sağlanması pek çok görsel sanat elemanının birlikte düşünülmesini gerektirdiği için kurgulanması zor ancak önemli bir ilkedir. Genellikle ana konu fotoğraf kompozisyonun merkezinde yer almadığı durumlarda onu biçimsel özellikleriyle dengeleyecek başka bir nesne veya kişi tam tersi alanda konumlandırılır.

Üçler kuralı fotoğraf ve sinemada sıklıkla kullanılan bir tasarım ilkesidir. Temelini hayali olarak belirlenmiş üçü dikey, üçü ise yatay çizginin eşit aralıklarla bölmesinden alır. Ana konu fotoğraf kompozisyona yerleştirilirken bu çizgilerin kesişim bölgelerine denk gelecek şekilde yerleştirilir. Benzer şekilde fotoğrafta ufuk çizgisinin (eğer varsa) bu bölümlene neticesinde oluşan yatay çizgilere yerleştirilmesi uygun olacaktır.

Işık ve gölge fotoğrafın teknik olarak doğasından gelen, vurgunun belirlenmesini veya izleyicide oluşturulmak istenilen imgelerin mümkün olmasını sağlayan önemli elemanlardan birisidir.

Kompozisyonda ışığın ana konuya hangi açı ve ne miktarda geldiği fotoğrafın dramatik yapısını doğrudan etkilemektedir. Ayrıca fotoğrafta ışığın pozisyonu fotoğraf karesinin boyut hissini arttırdığı gibi azaltabilmektedir de. Fotoğrafçının oluşturmak istediği duyguya göre ışık açılarını belirlemesi önemlidir. Ayrıca ışığın açısı ve miktarı renklerin algılanmasında belirleyici bir unsur olduğu için benzer şekilde kontrol edilmelidir.

Resim sanatında sanatçı tarafından oluşturulan çizgiler, fotoğraf sanatında fotoğrafçı tarafından seçilerek kompozisyona dahil edilir. Kompozisyonun oluşturulmasında, konunun vurgulanmasında, izleyicinin görme duyusunun yönlendirilmesinde çizgilerden sıklıkla yararlanır. Ana konuya yönelik çizgiler dikkatlerin bu alanda toplanması açısından işlevseldir.

Doku sadece bir nesnenin veya canlının dış örtüsü değildir. Aynı zamanda belirli bir ritmi takip eden nesnelere, canlılara, renklerle, çizgilerle gibi pek çok eleman birlikte doku oluşturabilirler. Örneğin, ay ışığının denizde oluşturduğu yakamozun veya çimenlerin bir dokusu bulunmaktadır. Ayrıca doku izleyiciye dokunma duyusuna ilişkin bir bilgi sağlar. Bir yüzeyin nasıl özellikleri olduğuna ilişkin algının oluşmasına yardımcı olur. Tek başına doku kompozisyon için yeterli olmasa da görme dışında farklı bir duyunun yine görme yoluyla sezinletilmesi açısından önemlidir.

Ana konunun bulunduğu, çeşitli nesnelere görsel kimlikleriyle izleyiciye gösterildiği alana pozitif alan denmektedir. Bu alanı çevreleyen geriye kalan alan için ise negatif alan tanımlaması yapılmaktadır. Negatif alan kompozisyonda en az pozitif alan kadar önemlidir. Genellikle bu iki alan arasında hacimsel bir denge kurmak etkili bir kompozisyon oluşturmakta fotoğrafçının işini kolaylaştırır.

Fotoğrafın iki boyutlu yüzeyinde derinliğin sağlanması için sıklıkla perspektiften yararlanır. Ön planda kalan nesne veya kişilerle, arka planda kalan kişi veya nesnelere kompozisyonda kurdukları ilişki perspektifle vurgulanır. Genellikle ana konu daha yakın, dolayısıyla daha büyük görülürken fotoğrafın anlatısının diğer unsurları arka planda ve daha küçük olarak konumlanır.

Kameranın ana konuya hangi açıdan yaklaşacağı anlatıyı şekillendiren, fotoğrafın dramatik kurgusu üzerinde etkili bir diğer önemli konudur. Kamera ana konuyu üstten gördüğünde görülen nesne veya

kişilerin daha küçük oldukları, masum oldukları, kırılğan oldukları gibi düşünceler sıklıkla izleyici zihninde canlanmaktadır. Tam tersi durumda ise fotoğrafı çekilen kişi veya nesnenin ihtişamı, büyüklüğü, korkutuculuğu, kahramanlığı vurgulanabilir.

Neden Fotoğraf Çekeriz?

Kamera, çıplak gözle gördüğümüz dünyayı gözlemlemek, an olarak belgelemek, eğlence, bilimsel incelemeler ve sanatsal uygulamalar kullanılmıştır. Fotoğraf iki boyutludur. Fotoğraftaki kişinin bakış açısını, belgelemiş ve anı kanıtlamışsa da fotoğrafı çeken kişinin fiziksel ve duyuşal deneyimi, bir mekanik aletle kendi gördüğü gerçekleri gerçek dünya ile ilişkilendirir. Çekilen fotoğrafın, aktarmak istediğimiz duygu, düşünce, an, renk, ışık gibi özellikleri, bu fotoğrafa olan ilgi ve beğenimizi belirler. Her fotoğrafın bir derdi, bir hikayesi vardır. İzleyici fotoğrafı okuyarak bunu anlayabilir.

Fotoğrafta Kurgu

Fotoğraf kendi içerisinde, haber, belgesel, gezi, mimari, moda, sanat, spor gibi ve daha onlarca alt türde incelenebilir. Bilinçli bir fotoğrafçı, düşünce, ön hazırlık, çekim ve çekilen fotoğrafı işleme basamaklarını sıra ile takip eder. Düşünce aşamasında, neyin, ne amaçla fotoğraflanacağı belirlenir. Fotoğraf kurgusu ön hazırlık gerektirir. Teknik bir konudur. Tesadüflere yer verilmez. Ön hazırlık, mekânın, zamanın ve ışığın belirlendiği, kullanılacak materyallerin tespit edildiği ve bu materyallerin birbiriyle ilişkilendirildiği basamaktır. Alan derinliği, perspektif katmanları arasında geçiş yapılmasını sağlar. Fotoğrafı inceleyen kişiyi konuya yönlendirmenin en kolay yoludur. Çekim aşaması teknik ekipmanın kurulması ile başlar. Birden çok odak uzaklığına sahip objektiflerin bulundurulması önemlidir. Dış mekân çekimlerinde doğal ışık kullanılacaksa, çekim zamanı ayrı bir önem kazanır.

Kompozisyon

Anlamalı bir kompozisyon oluşturmak, kompozisyonda yer alacak öğelerin, konuyu destekler şekilde birbiri ile uyumu ile mümkündür. Fotoğrafçı kompozisyonu oluştururken denge ve derinliği göz önüne almalıdır. Fotoğrafçının alımlama yaklaşımı, konunun iletme anı, ortam ve süreç, izleyiciye verilecek mesajların belirlenmesinde ve izleyiciyi konuda dahil olmaya teşvik eder. Fotoğrafçının bakış açısı uyum ve ritimde gözlemlenebilir. Uyumda sadece göze hoş gelen, skalada birbirini takip eden renk tonlamalarından bahsedilemez. Karşıtlıklar ve tezatlıklarla da uygun çatışma ortamı sağlanarak anlatımı destekleyen ve gücünü artıran kareler elde edilebilir. Anlatımı güçlendirmenin bir başka yolu da ritmi ön plana çıkararak vurgulamaktır. Ritim, düzenli öğelerin yatay, dikey veya derinlikte tekrarı ile sağlanır. Karşıtlık ve zıtlık sadece koyuluk-açıklık veya tonlamayı kapsamaz, biçim, içerik ve nesnel farklılıkları da vurgular. Optik odaklamaya alternatif olarak, dikkati yönlendirmeye yönelik, estetik bir tekniktir. Işığın yönü zıtlık ve karşıtlığın renksel olarak seviyesini belirler. Işığın yönü izleyicide uyandırılmak istenen duyguya hizmet eder. Işık gizem oluşturmak simgesel mesajlar verme için de kullanılır. Fotoğrafçı, ışığın şeklini belirlediği nesnelere, renk ve tonlarını kullanarak dinamik görselliği belirler. Nesnenin silüet şeklinde verilmesi izleyiciyi düşünmeye ve hayal etmeye zorladığı gibi, fotoğrafçının nesneyi gizlemesine, odağı arka plana yönlendirmesine imkân verir.

Göstergebilim

Göstergebilim, yaşamın içinde ele alınan gösterge dizgelerini inceleyen bilim dalıdır. Gözle görülen ve algılanan yani ses, müzik, yüz ifadesi gibi öğelere benzetme yoluyla üstü kapalı bir şekilde başka anlamlar yükleyip açıklamaya çalışır. Göstergebilimin kurucuları Saussure ve Pierce kabul edilir. Saussure'un kuramı gösteren ve gösterilen üzerineyken, Pierce gösterge, yorumlayan ve nesne üzerine yoğunlaşmıştır.

Görsel Göstergebilim

İletişim kurmak için dil hiçbir zaman ön şart olmamıştır. Dil yaygın olarak kullanılmasına rağmen, anlatılmak istenen olay, duygu veya durumun imge veya görsel göstergelerle aktarılması daha kolay, anlaşılır ve ikna edicidir.

Görsel göstergebilim, anlatılmak istenen olay, duygu veya durumun imge veya görsel göstergelerle aktarılmasını konu alır. Mesaj aktarımı için ışık, ses, nesne ve simgelerden faydalanır.

Gösterge değişik durumlarda yani görüntüsel gösterge, belirti ve simge olduğunda anlam taşıyıcıdır ve bir nesnenin belirli bir kavramı herhangi bir şekilde ileten şeydir.

Fotoğrafa Göstergebilimsel Bakış

Göstergebilim fotoğrafa incelediği konuya gösterge, gösteren (düz anlam) ve gösterilen (yan anlam) çerçevesinde bakar. Gösterge nesnenin kendisini, gösteren nesnenin özelliklerini, gösterilen ise nesneye yüklenen anlamları içerir. Nesnenin evrenselliğine göre anlamlar genellenebileceği gibi, anlam coğrafya, din, dil, kültür gibi etkenlere bağlı olarak farklılık gösterebilir.

REKLAM FOTOĞRAFÇILIĞI İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

İletişimin bilgi iletmek yönü olduğu gibi davranışları değiştirmek amacı da olabilmektedir. Reklamcılık daha çok iletişimin ikna yönünü kullanmakta, davranışları satın alma yönünde değiştirmeye çabalamaktadır. Fotoğrafta ise bazen yazılı metinden çok daha fazla mesajı iletmek mümkün olmaktadır. Reklamcılık alanı fotoğrafçılığın bu iletişim gücünü kendi amaçları doğrultusunda kullanmaktadır. Reklam fotoğrafçılığını, fotoğrafın profesyonel amaçlı olarak kullanıldığı diğer alanlardan ayıran önemli özellikleri bulunmaktadır. Reklam fotoğrafçılığını yakından incelemek için öncelikle onu oluşturan; iletişim, fotoğraf ve reklam kavramlarını tek başına ele almak yararlı olacaktır.

İletişim

Bilgi üretme, iletme ve algılama süreci olan iletişim, kişilerin kendini anlatabilme ve dinletme gereksinimleri sonucunda ortaya çıkmaktadır. İletişim, bir etki oluşturma ve buna bağlı olarak bir davranışa neden olma amacıyla mesajın kaynaktan hedefe bilinçli bir şekilde aktarılması olarak da tanımlanmıştır. Başarılı iletişimin yolu mesajı alacak kişiyi iyi tanımaktan geçmektedir. Bu ne kadar zor gözükse de daha zoru mesajı alacak kişinin davranışlarını bilinçli bir şekilde değişmesine neden olmak, onu ikna etmektir. İletişimin temel kurallarına uyulduğunda ikna etmenin de önü açılmış olmaktadır.

Fotoğraf

Fotoğraf, ışığın, ışık ile oluşan görüntünün ışığa karşı duyarlı gereçler üzerinde görüntü olarak belirginleşmesidir. Işık olmadan fotoğraf oluşmaz. Fotoğraf makinesinin yapısına benzeyen gözde de, ışık ile görüntü oluşur. Gözün retinasında oluşan görüntü görme sinirleri ile beyne iletilir, beyinde görme merkezinde algılama tamamlanır, görme eylemi gerçekleşir. Fotoğraf makinesinde, sinema kamerasında ve gözde görüntü oluşurken benzer fizik kuralları geçerlidir.

Mevcut fotoğrafçılık türlerinden bazıları; foto muhabirliği, etkinlik fotoğrafçılığı, portre fotoğrafçılığı, düğün fotoğrafçılığı ve stok fotoğrafçılığıdır. Fotoğrafın ticari amaçlar nedeniyle de kullanılabilceği, stok fotoğrafçılığı gibi türlerinde insanlarda etki uyandırma ve ikna etme çabası olabileceği dolayısıyla reklamcılık alanı için stratejik önem taşıdığı görülmektedir.

Reklam

Reklam, kimliği belirli bir sponsor tarafından belirli bir bedel karşılığında satın alınan yer ve zaman aracılığıyla, ürün veya hizmet ya da düşünceyi satmak amacıyla tasarlanan iletilerin belirlenen iletişim kanalları aracılığıyla tüketiciye iletilmesi olarak tanımlanmaktadır. Reklam faaliyetleri zihinlerde büyük bir marka oluşturmak için tek başına yeterli değildir. Bu nedenle reklamın; pazarlama karması içerisinde yer alan halkla ilişkiler, sponsorluk, lobcilik gibi iletişim çalışmaları ile koordineli çalışarak başarıya ulaşması mümkündür. Marka değeri ancak bu şekilde arttırılabilir, markanın kendine has müşterileri oluşturulabilir ve pazarda rekabet gücü yükseltilebilir.

REKLAM FOTOĞRAFÇILIĞI

Reklam fotoğrafı; bir ürün ya da hizmetin tanıtılması ya da satışının yapılması için çekilen fotoğraflar olarak tanımlanmaktadır. Fotoğraflar görsel kanıt sunabilme açısından reklamın ikna kabiliyetini arttırmaktadırlar. Reklam fotoğraflarının ilgi merkezinde ve fotoğrafın en dikkat çekici bölümünde reklamı yapılan ürün veya nesnelere yer alır. Yardımcı öğeler reklamı yapılan ana öğeyi destekler özellikte olur ve dikkat çeker. Reklam fotoğrafları çekenlere reklam fotoğrafçısı denir.

Reklam Fotoğrafçılığının Türleri

Reklam çalışmalarında ihtiyaç duyulan fotoğraf görselinin temini için iki yol bulunmaktadır. Bunlardan birincisi çekim yapmaktır, diğeri ise stok fotoğrafçılığıdır. Çekim yapmak da iletişim mesajını istenilen doğru şekilde kodlamak açısından önem taşımaktadır. Stok fotoğrafları ise; fotoğrafçılar tarafından daha önceden belirli konseptler üzerine çekilmiş kullanıma hazır hale getirilmiş arşiv görüntüleridir.

Reklam Fotoğrafçılığının Dünyada ve Türkiye’de İlk Zamanları

Bir ürünün reklamını yapmak amacıyla yayınlanan ilk resimli ilan 17 Mart 1703 tarihli Daily Courant’ ta yer alan bir çikolata tanıtımıdır. 1920 yılında Amerika’da yayınlanan reklamlarda fotoğraf kullanımı %20’yi geçmezken 1930’lardan itibaren reklam felsefesindeki kavramsal değişikliğe bağlı olarak reklamlarda fotoğraf kullanımı yaygınlaşmaya başladı. İmalatçılar bir ürünün mezziyetlerini saymanın alıcıyı satın almaya ikna edeceğine inandığı sürece metin resimden önce geldi. Ancak, fikir veren ve

çağrıştıran fotoğrafların aynı görevi ve hatta fazlasını yapabildiği düşüncesi arttıkça fotoğraf reklamcılıkta yer edinmeye başlamıştır.

Fotoğrafın ve fotoğraf makinesinin icadı, Türkiye'de Osmanlı İmparatorluğunun ve saray çevresinin de dikkatini çekmiştir. Türkiye'de fotoğrafa verilen önem, Cumhuriyet döneminde de artarak devam etmiştir. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Gazi M. Kemal Atatürk kişisel olarak fotoğrafa ve fotoğraf sanatçılara önem vermiştir. Genç Cumhuriyetin de tanınması ve tanıtılması için yayınlara gereksinimi bulunmaktaydı. Bu nedenle basın ve reklam kampanyası için Avusturyalı fotoğraf sanatçısı Othmar Pferschy (1898-1984) Türkiye'ye çağrılmış ve ülke tanıtımında kullanılacak fotoğrafları çekmesi için görevlendirilmiştir.

Reklam Fotoğrafçılığında Yaratıcılığın Önemi

Bilgi, ilgi, birikim ve tecrübe ile çok yönlü düşünebilmenin, farklı açılardan bakabilmenin yaratıcılığın tetikleyicisi olduğu ifade edilebilmektedir. Kısıtlı zamanda tüketiciyi etkileyecek yaratıcı reklam çalışmalarının görsel ve yazılı fikirler olabileceğini, konuyla ilgili toplanan geniş çaplı bilginin fikirlerin oluşumuna katkı sağlayacaktır. Reklamda yaratıcılık çabası; rekabet içerisindeki markaların ürün ve hizmetlerini diğer markalarinkinden farklılaştırmak, markaya olumlu imaj kazandırmak, akılda kalıcı olmak ve ikna etmek için kullanılmaktadır.

BAŞARILI BİR REKLAM FOTOĞRAFINDA VE REKLAM FOTOĞRAFÇISINDA BULUNMASI GEREKEN NİTELİKLER

Reklam fotoğrafları, reklamın ikna amacına hizmet etmek için belirli bir iletişim kampanyasının içerisinde yer alan ve kampanya ile bütünleşmiş çalışmalardır.

Reklam fotoğrafının başarılı olabilmesi için gerekenleri şu şekilde sıralamaktadır;

- Tanıtım fotoğrafında mesaj sade ve açık olmalıdır.
- Fotoğraf başlık, slogan ve metin birbiri ile uyum içinde olmalıdır.
- Fotoğraf, vermek istediği mesajı çok kısa sürede, saniyeler içinde vermelidir.
- Tanıtım fotoğrafında tasarım önemlidir.
- Verilen mesajda ikna etmeye yönelik motivasyon olmalıdır.
- Kullanılan görsel öğeler ana mesajı ikinci plana itmemelidir.

Başarılı bir fotoğrafçılık işi yürütmek için iki tür deneyime ihtiyaç vardır. Birincisi fotoğrafçılık, ikincisi ise iş deneyimi olmalıdır. Reklam fotoğrafçısı; fotoğraf tekniğine hâkim olan, reklamcılık alanında bilgili, yaratıcı yeteneği olan kişilerden oluşmalıdır. Bu tavsiyeler bir reklam fotoğrafçısının başarılı olması ve iletişimde istenilen hedefe ulaştıracak reklam fotoğrafları üretmesi için rehber niteliği taşımaktadır.

Fotoğrafın Resim Sanatında Temsil Edilmesi

Fotoğraf, gerçek dünyadaki bir nesnenin veya olayın görüntüsünü optik sistemler aracılığıyla kaydetmeyi amaçlayan bir yöntemdir. Resim ise, çeşitli malzemeler kullanılarak yaratılan görsel çalışmalardır. Her iki sanat dalı da güzel bir şeyler ortaya çıkarmak amacıyla yaratılmıştır ve insanların duygularını, düşüncelerini ve dünyayı anlama çabasını yansıtır. Fotoğraf ve resim sanatı, birbirinden farklı yöntemlerle yaratılır ve farklı amaçlar için kullanılabilirler. Örneğin, fotoğraf günlük hayatın gerçekçi bir yansıması olarak kullanılabilir, ancak resim daha özgün bir ifade aracı olarak kullanılabilir. Her iki sanat dalı da güzel sanatlar arasında önemli bir yere sahiptir ve insanların yaşamlarına anlam ve değer katarlar.

Fotoğrafın icadından çok kısa bir süre sonra, fotoğrafçılar sanatsal tutkular geliştirmeye başladılar. Bir örnek vermek gerekirse, 19. yüzyılın sonlarına ait fotoğraflardaki görsel stratejiler, resmin teknik kurallarına dayanıyordu. Bununla birlikte fotoğrafın başından beri ressamalara da ilham verdiğini görebiliyoruz. 19. yüzyıl ressamları, resimlerinde fotoğraftan yararlanarak model kullandılar veya boş bir tuval üzerine projeksiyon yansıtarak boyama yapmışlardır. En ünlü ressamlarımızdan Osman Hamdi Bey* güzel bir örnek olarak verilebilir. Osman Hamdi Bey resimlerinde fotoğraftan yararlanmıştır. Fotoğrafi çalışmalarında karma olarak kullanmıştır. 1907 tarihli "Cami Önünde Oturan Hocalar" çalışmasını örnek olarak gösterebiliriz (Görsel 6.1). Bu çalışmasındaki figürler ayrı ayrı fotoğraf olarak resmin içerisine yerleştirilmiş ve bitmemiş bir çalışmasıdır. Sol tarafta oturan elinde kitap olan, düşünceye dalmış başörtülü bir Osman Hamdi, sağ taraftaki, sol elinde kitap kavuklu Osman Hamdi. Geri planda kolları sıvalı güleç yüzlü bir başka Osman Hamdi'yi görmekteyiz (Gök, 2017). Sanata bilimsel açıdan bakılarak yapılan gözlemlerde, "perspektife dayalı "ölçülebilir ve içinde var olabilen mekân" kavramının Rönesans düşüncesine ilişkin bir keşif olduğunu biliyoruz. Konu üzerine yapılan araştırmalar mekân kavrama düzeylerinin farklılaşmasına yol açmıştır. Örneğin; yüzyıl başlarında Cezanne ile büyük ivme kazanan modern resim düşüncesi, izlenimcilerle başlayan yüzeysel etkideki mekân algılamasını resim düzlemindeki parçalanma eğilimi (divisionism) ile sonraki büyük dönüşümlere hazırlamıştır. 19. yüzyıl insanların dünyayı yeni bir gözle görmesine iki öge ressamalara yardımcı olmuştur. Bunlardan ilki olan ve ilk zamanlar portreler için kullanılan fotoğraftı. Fotoğraf için uzun duruşlar gerekiyordu ve fotoğrafını çekirmek isteyen herkes, uzun süre kıymıdamadan durabilmek için hareketsiz kalmak zorundaydı (Gombrich, 1982).

Heykel Sanatı ve Fotoğraf İlişkisi

Heykel sanatı, çok eski tarihlerden itibaren genelde üç boyutlu, derinliği ve hacmi olan yapıtlar olarak bilinmektedir. Bugünün çağdaş sanat anlayışı ile değerlendirildiğinde, sanatçıların yalnız heykel sanatı için değil, tüm sanat dalları için yeni arayışlar ve farklı perspektifler oluşturma çabası içerisinde oldukları görülmüştür. Bu sanatsal ve düşünsel arayışın sonucunda birçok yeni sanat akımı ortaya çıkmış böylece sanatçılar eserlerinde özgün ve farklı üsluplar oluşturmuşlardır. Sanat teorisi, 1896'da sanat tarihçisi Heinrich Wölfflin'in 3D heykeli ışığa duyarlı kâğıda aktarma sorunları üzerine bir makale yayınladığı zamandan beri, fotoğraf ve heykel arasındaki ilişkileri araştırmaya başlamıştır (Bezzola, 2010). Geraldine A. Johnson, Wölfflin'i, fotoğrafın bilimsel heykel yorumları üzerindeki etkisini kabul eden birkaç sanat tarihçisinden biri olarak tanımlar (Johnson, 1998).

Son zamanlarda, fotoğrafın genişleyen alanı, fotoğrafın tek bir birlik veya pratikler dizisi olarak değil, sürekli olarak kendini yeniden icat eden ve birden fazla biçim alan bir olgu olarak nasıl anlaşıldığını tanımlamanın bir yolu haline gelmiştir (Krauss, 1979). Fotoğraf teorisini Charlotte Cotton, " Fotoğraf ve heykel arasındaki ilişki belki de 21. yüzyılın çağdaş fotoğrafçılığının şimdiye kadarki en etkileyici imzası olmuştur " demiştir (Cotton, 2013). Buna rağmen fotoğraf ve heykel üzerine tarihsel ve kuramsal yazılarda uzun süre iki sanat dalı ayrı ayrı ele alınmıştır. Fotoğraf ve heykelin ortak tarihi, genellikle heykel fotoğraflarının ve fotoğraf sanatının incelenmesi anlamına geliyordu. Heykelin yeni bakış açılarını (hem fiziksel hem de kavramsal) ortaya çıkarmanın ve bu hareketsiz, o kadar kolay taşınamayan sanat eserlerinin görüntülerini ve bilgilerini yaymanın bir yolunu aramışlardır (Johnson, 1980).

Fotoğrafın Özgün Baskı Sanatında İfade Biçimi

Özgün baskının tarihine baktığımızda, teknolojideki yeniliklerin etrafında geliştiğini görmekteyiz. Kitlesele okuryazarlık başlamadan önce, resimli görseller, fikirlerin ve düşüncelerin iletilmesinde özellikle önemli bir rol oynuyordu. Özgün baskı, çoklu görseller oluşturmak için geliştirilen çeşitli

çalışmalar olarak açıklanabilir. Görüntüler, fikri iletmek için bir matris kalıp aracılığı ile üretilir. Görsel sanatta dinamik bir araç olan özgün baskı, tasarım, araç ve teknikler olmak üzere üç şekilde tanımlanabilir.

Özgün baskı yöntemi aşamaları basitten karmaşığa doğrudur. Bu sanatı üretmek için birçok farklı teknik vardır. Sanatçı, elde etmek istediği etkiye göre aracı seçer. Geleneksel olarak, bu yöntemler kabartma, oyma, planografik ve serigrafik olmak üzere dört temel kategoriye ayrılmaktadır. Modern baskı teknolojisinde ise, dijital baskı, fotoğraflık ortamlar ve hem dijital hem de geleneksel işlemin birleşimi olarak bilinen deneysel özgün baskı türleri de vardır. Bu baskı tekniklerinin çoğu, aynı aile içinde birleştirilebilir. Özgün baskı süreçlerinin arkasındaki temel fikir, belirli bir görüntünün birden fazlasını sınırlı sayıda üretebilme yeteneğidir. Özgün baskının doğası, tüm baskının aynı anda basılmasını gerektirir, çünkü sanatçının her kâğıda bir seferde bir renk basması gerekir. Çeşitlilik sunması açısından özgün baskı teknikleri, sanatçıya farklı görsel anlatımlar için olanak sunar.

Fotoğraf ve Ekslibris

Ekslibris kitap kapağının iç sayfasına yapıştırılan, kitap ile sahibi arasındaki ilişkiyi gizli ya da açık anlamlarla kodlarla açıklayan; kitap sahibinin özelliklerini belli göstergelerle yansıtan kişisel bir kullanım objesidir (Pektaş, 2017). Kitap ya da kütüphane sahibi, sanat objesine sahip olma tutkusunu ve kişisel tercihle arzu ettiği sayıda ekslibrise sahip olabilir. Bu anlamda kitap sahibi, kütüphanesinde bulunan tüm kitaplara ya da özel olarak seçtiği kitaplara, mülkiyetinin kendisine ait olduğunu belirten, kendisi için tasarlanan ekslibris örneklerini iliştiyerek, kitap veya kitaplara birlikte, bir sanat objesinin de o kitapta saklı olduğu duygusunu tadabilir. Ekslibris sadece sahibi ile ilişkilidir, kitabın içeriği veya teknik özelliği ile doğrudan bir ilişkisi yoktur.

Ekslibrisler, sanatçısı tarafından tıpkı diğer sanat dalları gibi zor süreçlerden geçirilerek tasarlanıp yaratılan sanat nesnelere dir. Yalnız tipografiden oluşturulabileceği gibi, tipografi ve imgenin birlikte kullanılarak tasarlanan örnekleri de mevcuttur. Bir grafik tasarım ürünü olan ekslibrisler, özgün sanat eseri özelliğini; belli bir tasarım sürecinden geçirilip estetik kaygılar gözetilerek üretilmiş olmasından alır. Son yıllarda ekslibris sanatçıları sıklıkla tasarımlarında fotoğraftan yararlanmaktadır. Hatta fotoğraf baskısı ekslibris baskı teknikleri arasında yer almakta ve P8 simgesi ile ifade edilmektedir. Geleneksel yöntemler ile ekslibris üreten birçok sanatçı bilgisayar ya da fotoğraf ile üretilen ekslibrisleri değerli olarak görmemektedir. Görselliğin gerçekliğin önüne geçtiği günümüz dünyasında, geniş kitleler tarafından her gün tüketilen teknolojinin, bireyleri yönlendirme, etkileme özelliği artmaktadır. Bilindiği gibi, ekslibris tasarımında bilgisayar kullanımının veya teknolojik objelerle yapılan tasarımların yaygınlaştığı görülmektedir. Teknolojinin bize kazandırdığı bu kolaylıkların yanında önemli olan bu araçların etkili bir şekilde kullanılabilmesidir. Son yıllarda deneysel ekslibris ile üretilen çalışmalarını arttığını görmekteyiz. Bu çalışmalar Artırılmış Gerçeklik, Video Broşür, Flip book, Quilling, Dijital Led, Işıklı Pop-up ve Usb Kart olarak yapılmışlardır. Deneysel ekslibris ile üretilen tüm ekslibris çalışmalarında fotoğraftan da yararlandığını unutmamak gerekir. Günümüzde fotoğraf, ekslibris sanatının olmazsa olmazıdır.

GRAFİK TASARIM VE FOTOĞRAF

Bu bölümde; grafik tasarım, fotoğraf, fotoğraf ve grafik tasarım ilişkisi ile fotoğrafın grafik tasarıma giriş sürecinden bahsedilmiştir.

Grafik Tasarım

Grafik tasarım, bir ürün ya da hizmet ile ilgili hedef kitleye iletilmek istenen mesajı metin ve görsellerle algılanabilir ve görülebilir bir düzlemde organize ederek sunan bir görsel iletişim sanatıdır. Grafik tasarım bilgileri görselleştirerek kayıt altına alınmasını sağladığı gibi birden çok mesajı bir görselle anlatarak karmaşık olanı çözer. Basılı ve hareketli medya olarak farklı kullanım alanlarına yönelik görsel ürünleri içeren grafik tasarım, nüfuz cüzdanınızdan paraya, içtiğiniz suyun etiketinden yediğiniz ürünlerin ambalajına kadar her yerde ve herkes içindir. Grafik tasarım ürünleri; basılı medyaya yönelik logo tasarımı, kurumsal kimlik tasarımı, dergi, kitap, gazete gibi basılı yayın organları; hareketli medya tasarımına yönelik sinema jenerikleri, TV reklamları, arayüz tasarımı vb. olup günümüzde yaşamımızın hemen hemen her alanında karşılaşılabileceğimiz önemli bir gereklilik haline gelmiştir. İlk çağ mağara duvarları üzerindeki resimlerden de anlaşılacağı üzere, insanlar yazı bulunmadan önceki dönemlerde iletmek istedikleri mesajları çizerek ve resimleyerek ifade etmişler, mesaj iletiminde görsel iletişimi yani grafik tasarımı kullanmışlardır. Dolayısıyla grafik tasarım tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. Grafik tasarım ilk olarak el yazması kitapların sayfa tasarımlarıyla ortaya çıkmış, resim sanatçılarının özgün baskı tekniklerini kullanmaya başlamaları ile gelişmiş, matbaanın icadı, fotoğrafın bulunması ve başta bilgisayar alanında olmak üzere teknolojik gelişmelerle alanında zirveye doğru ilerleyişini sürdürmüştür. Fotoğraf icat edilmeden önce el broşürleri gravür baskı ile hazırlanırken; afiş görselleri ressamlar tarafından resmedilip, üzerlerindeki yazılar fırça ile yazılmıştır. Grafik tasarımın bilinçli bir tasarım etkinliğine dönüşmesi ise 19. yy. sonuna doğru ortaya çıkan sanat hareketleriyle gerçekleşmiştir.

Fotoğraf

Günlük yaşantımız içerisinde hemen hemen her yerde karşılaşılabileceğimiz fotoğrafların da birçok rol ve işlevleri vardır. Gazete veya televizyonlarda yayınlanan haber fotoğrafları, anılarımızı ve tarihi belgeleyen fotoğraflar, bir ürün ya da hizmeti satın almamız için bizi teşvik eden fotoğraflar bunlardan birkaçıdır. Peki nedir bu “fotoğraf”? Fotoğraf kavramı; Yunancada ışık, ışın gibi anlamlara gelen “photos” ve yazmak, çizmek, resmetmek anlamlarına gelen “graphes” terimlerinden oluşmaktadır. Dolayısıyla ışıkla yazmak, çizmek, resmetmek anlamlarına gelen fotoğraf; ışığın kimyasallarla ya da elektronik olarak kaydedilmesiyle oluşturulan görüntülerdir. Görüntünün oluşturulmasında fotoğraf makinesi denilen aygıtlar kullanılmış olup, “camera obscura” tarihteki ilk fotoğraf makinesi olarak kabul edilmektedir. Nicéphore Niépce’nin ışığa duyarlı bir yüzey üzerinde elde ettiği ve helyografi olarak adlandırdığı görüntü ise tarihteki ilk fotoğraftır. Helyografide sekiz saat süren pozlama süresi Jacques Mande Daugerre’nin 1837 yılında bulduğu Daugerreotype tekniğiyle yarım saate inmiştir. Aynı yıllarda William Henry Fox Talbot “kalotip” adını verdiği yöntemle, fotoğrafta negatif-pozitif tekniğini bularak, bir negatif görüntüden istenildiği kadar fotoğraf çoğaltmayı başarmıştır. Kodak firmasının kurucusu George Eastman 1871’de film ile çalışan ilk fotoğraf makinesini yapmış ve film olarak da selüloit şerit kullanmıştır. Oscar Barnack’ın icadı olan, 35 mm formatında filmlerin kullanıldığı, küçük boyutta, taşınabilir, leica marka fotoğraf makinesi 1925 yılında seri üretime girmiştir. Aynı yıl Kodak firmasının Leica fotoğraf makinesi için renkli filmi üretmesiyle birlikte çok daha gerçekçi ve etkileyici görüntüler elde edilmeye başlanmıştır. 1975 yılında Kodak mühendisi olan Steven Sasson ve yardımcıları tarafından ilk dijital fotoğraf makinesi bulunmuş, 1991 yılında ise Kodak profesyonellerle yönelik ilk dijital fotoğraf makinesini üretmiştir. Fotoğraf; 19. yüzyılda sadece optik ve kimyasal kurallara dayanan bilimsel bir dışavurum aracı iken, 20. yüzyıl ve sonrasında sanat akımları, baskı teknikleri ve dijital teknolojilerle gelişim sürecine girmiştir.

Fotoğraf ve Grafik Tasarım İlişkisi

İnsan doğası gereği gördüğüne daha kolay inanır. Bu durum gerçeği yansıtabilen önemli bir görsel malzeme olan fotoğrafın ikna gücünü arttırmaktadır. İkna gücüne sahip olan fotoğraf; reklamın, dolayısıyla grafik tasarımın içerisinde yer alarak vazgeçilemeyen önemli bir tasarım ögesi haline gelmiştir. Ayrıca bilgi ve belge niteliği taşıdığı için her türlü konu ve durumda etkili bir araç olan fotoğraf; Gazetelerde haberin tamamlayıcı ögesi olarak kullanılırken, sahip olduğu görsel anlatım gücüyle reklam ve tanıtım araçlarında kitleye mesaj ulaştırmada etkili bir şekilde kullanılmaktadır.

Firmalar arası rekabeti tetikleyen tüketim ekonomisinin hızla geliştiği günümüzde fotoğraf, reklam, dolayısıyla grafik tasarım içerisinde önemli bir değer kazanmıştır. Grafik tasarımın fotoğraftan beklediği; hedef kitlenin dikkatini çekmek, ilgi uyandırmak ve ürün ya da hizmeti görsel göstergelerle pazarlamaktır. Grafik tasarım; alıcıya mesajı hızlı, etkili ve doğru bir biçimde ileterek alıcının zihninde kalıcı kılmak için de fotoğrafı kullanır. Fotoğrafın grafik tasarımla olan ilişkisinin amaç ve önemini maddeler halinde özetlemek gerekirse;

- Fotoğrafın, hedef kitlenin dikkatini tasarımın konusuna çekmede etkili olması,
- Tasarımlarda kullanılan fotoğrafların hedef kitlede İlgi ve merak uyandırıcı görsel güce sahip olması,
- Tasarımlarda kullanılan fotoğrafların hedef kitleye iletilmek istenen bilgiyi kolaylıkla iletebilmesi,
- Fotoğrafın; kullanıldığı iletişim aracında sözle anlatımı çok zor veya imkânsız olan bir düşüncenin görsel olarak hedef kitleye aktarımını kolaylaştırması,
- Fotoğrafın görsel iletişimde köprü görevi görerek mesajın hedef kitleye hızlı ve etkili bir şekilde iletilmesini sağlaması,
- Fotoğrafın; kullanıldığı iletişim aracına estetik boyut katması,
- Fotoğrafın gerçeği yansıtabilme özelliği sayesinde, kullanıldığı iletişim araçlarının inandırıcılığını dolayısıyla ikna gücünü arttırması,
- Fotoğrafın tasarımlarda herkesin anlayabileceği görsel bir dil oluşturarak mesajın iletimini evrenselleştirmesi,
- Fotoğrafın; kullanıldığı iletişim araçlarıyla birlikte dönemin kültürünü, modasını vs. yansıtarak belgelemesi.

Fotoğrafın Grafik Tasarıma Giriş Süreci

20. yüzyılın başındaki sanat ve tasarım etkinliklerindeki yeni bir yapısal düzen arayışına, fotoğrafın bulunmasının çok büyük olumlu katkıları olmuştur. Özellikle grafik tasarımda çarpıcı imgelerin üretimi fotoğrafın tasarımlarda kullanımı ile başlamıştır. Fotoğrafın reklam amaçlı kullanımının ilk örnekleri 1850'lerde görülmeye başlanmıştır, ancak dönemin teknolojik kısıtlamaları nedeniyle yaygınlaşamamıştır. Dolayısıyla ilk fotoğraflı afişler, 1900'lerin başlarından itibaren Kübizm, Konstruktivizm ve De Stijl gibi biçimsel sanat hareketleri ile birlikte tasarlanmaya başlanmıştır. 1900'lü yılların başlarında tasarımcılar çalışmalarında fotoğrafı fotomontaj teknikleri uygulayarak kullanmalarının yanı sıra tipografiyi de dahil ederek etkili tasarımlar ortaya koymuşlardır. Bu dönemde tasarımlarında fotoğrafı kullanan yenilikçi tasarımcıların en önemlileri; El Lissitzky, Alexander Rodchenko, Moholy-Nagy, Herbert Matter ve Walter Herdeg'dir. 1900'lü yılların ortalarına gelindiğinde Batı Almanya'da kavramları görselleştirmek amacıyla foto-grafik olarak adlandırabileceğimiz yeni bir anlatım dili ortaya çıkmıştır. Foto-grafik dildeki tasarımlarda konu, aykırı öğeler bir araya getirilerek oluşturulmuş ve izleyicide şok etkisi uyandıran çarpıcı imgelerle dikkati çekmek amaçlanmıştır. 1960'dan 1980'lere kadar tasarımlara yansıyan bu anlatım dilini kullanan tasarımcıların en önemlileri; Günther Kieser, Holger Matthies, Günter Ranbow, Gerhard Lienemeyer ve Micheal van de Sand'dir. 1980'ler reklamcılığın çok daha gelişerek profesyonelleştiği bir dönem olduğu için, bu dönemde star fotoğrafçılar ortaya çıkmıştır. 1980'li yıllarda Mac bilgisayarların ve PC bilgisayarlar için geliştirilen Windows işletim sisteminin piyasaya sürülmesi ile fotoğrafın bilgisayarda çok farklı tekniklerde işlenebilmesinin ve farklı alanlarda kullanımının öne açılmıştır. Dolayısıyla günümüzde gelişen teknoloji ve beraberinde getirdiği yeni uygulama programları ile birlikte, fotoğraf ve grafik tasarım iş birliği her geçen gün daha da artmakta ve her bir disiplin bir diğersinin vazgeçilmez olma yolunda ilerlemektedir.

AFİŞ TASARIMI VE TÜRLERİ

Kökeni Fransızcadan gelen afiş kelimesi, tipografi ve imgelerin bir arada kullanıldığı; kültürel, ticari, sosyal etkinliklerde mesajın hedef kitleye iletilmesi amacıyla tasarlanmış, göze hitap eden basılı veya dijital ürünlerdir.

Afiş tasarımlarının en önemli amacı, içeriği hedef kitleye en kolay ve hızlı şekilde iletmek olurken aynı zamanda akılda kalıcı olması da hedeflenmektedir. Afişin içeriği, tipografi ve imge ile uyum içerisinde değil ise konunun izleyiciye aktarılması başarısız olabilir. Bu yüzden tasarımcıların süreçte doğru adımlar atarak içerik ve görsel öğelerin uyumuna dikkat etmesi gerekmektedir.

Günümüz görsel iletişim çağında afişler çoğunlukla dijital olarak tasarlanarak kullanılmaktadır ve hareketli versiyonları da hayatlarımıza girmiştir.

Her ne kadar hareketli görüntüler, videolar sosyal mecralarda yaygın olarak kullanılıyor olsa da afiş, özünde olduğu gibi hareketsiz ve sabit olarak hala etkisini sürdürmeye devam edebilmektedir. Çünkü afişler hem görsel hem de tipografik öğelerinin yaratıcılıkla bir araya gelmesiyle seyirciyi bir bakışta etkileyebilme özelliğine sahiptir. Afişler üç ana türe ayrılmaktadır ve bunlar; kültürel afişler, ticari afişler ve sosyal afişlerdir.

Kültürel Afişler

Konferans, seminer, sinema, tiyatro, konser ve sergi gibi kültürel aktiviteler hakkında duyurulması gerekenlerin; fotoğraf, illüstrasyon ve tipografi kullanılarak tasarlandığı afişlere kültürel afişler denmektedir.

Afiş tasarım süreçlerinde sade ve içeriğin direkt olarak hedef kitleye iletilmesi planlanabilir. Aynı zamanda afişte yaratıcılık kullanılarak dahiyane fikirlerin görsele dönüştürülerek kültürel afiş tasarımlarında olması da sıkça rastlanan durumlardandır. Afişin ilk amacı olan; içeriği hedef kitleye iletmeye, zaman zaman farklı tasarım eğilimleriyle bu çizgisinden çıkabilir ama bu afişte yaratıcılığın kullanıldığı ve afiş tasarımının gelişimine büyük katkılar sağladığı bir durumdur.

Kültürel afişler örnekte de görüldüğü üzere insanları çeşitli etkinliklerden haberdar etmek amacıyla tasarlanmaktadır. Bunu yaparken ilk amaç etkinliğin duyurulması olsa dahi zaman zaman radikal tasarım üslupları seçilerek önce afişe sonra etkinliğe dikkat çekilmektedir. Bu durumlarda afişin kendisi de sıradanlıktan çıkarak göze hitap eden, estetik kaygılar ile tasarlanmış bir sanat eserine dönüşebilmektedir.

Ticari Afişler

Özel sektörde bulunan veya ticari amaç güden kuruluşların ürün servis veya hizmetlerinin ve tanıtımlarının yapılmasını sağlayan; fotoğraf, illüstrasyon ve tipografi kullanılarak tasarlandığı afişlere ticari afiş denmektedir. Reklamcılık sektörünün çıkışından bugüne kadar en çok kullanılan öğelerden biri ticari afişlerdir. Dönem dönem tasarım eğilimlerinin farklılıklarına göre tasarım dilinde değişiklik gösterse de bu tür afişler, ürün/servis veya hizmetlerin tanıtımında sıkça kullanılmaktadır. İnsanların algılaması için nerede ve nasıl algılanacağına göre boyutlarında değişiklik gösterebilir. Ticari afişlerin özelliği, ürün veya servisin tanıtımını hızlı ve akılda kalıcı şekilde yapmaktır. Ticari ürün tanıtımlarının doğası gereği, ürün veya servisler sloganlarla mesajlarını iletirler. Bu yüzden büyük tipografi veya görsel kullanımlarıyla reklam afişleri içerikleri en iyi şekilde hedef kitleye ulaştırmayı amaçlamaktadır.

Sosyal Afişler

Sosyal mesaj ve içerik temalı meselelerin, toplumda duyarlılık uyandırması ve dikkat çekmesi amacıyla ele alındığı fotoğraf, illüstrasyon ve tipografi kullanılarak tasarlandığı afişlere sosyal afiş denmektedir. Toplumsal olarak insanlar üzerinde büyük etkileri olması bakımında türleri arasında en önemli görev üstlenen afiş türü sosyal afişlerdir. Sanat olarak da bakılabilen, yaratıcılığın insanları etkilemesi için uygulanan türlerden biridir. Sosyal afişler özellikle dönemsel yaşanan büyük toplumsal olaylar öncesi veya sonrasında insanlara iletilmesi amaçlanan mesajlar için büyük bir araç olmuştur.

AFİŞİN TEMEL BİLEŞENLERİ

Afiş tasarımında, gerçek bir afişi bir araya getiren birkaç öge bulunmaktadır.

Bunlar; imge, tipografi ve renktir. Bu öğelerin grafik tasarımcı tarafından ahenk içerisinde kullanılmasıyla ortaya çıkan esere afiş denmektedir. Grafik tasarım tarihine bakıldığında dönemsel tasarım eğilimleriyle birlikte farklı tarzda afiş tasarımları da görülmektedir.

Tipografi

İlk olarak Johann Gutenberg'in metal harflerini tanımlamakta kullanılan tipografi terimi, bugün ise; bütün baskı yazıları ve noktalama işaretlerinin sanatsal ve tasarıma dayalı özelliklerini ve üretim teknolojilerini konu alan bir uzmanlık alanıdır (Becer, 2005, s. 176). Tipografinin ilk amacı ve en önemli özelliği; yazının, nerede kullanılırsa kullanılsın okunabilmesidir. Varlığının sebebi ifade ettiği kelimenin içeriğini yansıtmaktır, bu yüzden okunması oldukça hayati bir önem taşımaktadır. Yazıtipleri ikiye ayrılmaktadır; tırnaklı (serif) ve tırnaksız (sans serif). Tırnaklı yazıtiplerinin uçlarında çıkıntılar bulunmaktadır ve harflerin kalınlıkları değişebilmektedir. Bu tırnaklar ve vurgular küçük boyutlu tipografi kullanımında okunurluğu arttırmaktadır. Çoğunlukla tırnaklı yazıtipleri kitaplarda, gazetelerde kullanılmaktadır. Tırnaksız fontlar ise düz ve sadedir. Bu fontlar tasarlanırken tırnak kullanılmaz ve kalınlıkları benzer oranlarda başlar ve biter. Tırnaksız tipografi çoğunlukla uzaktan okunması amaçlanan dış cephe reklamlarda tercih edilir. Çünkü görüldüğünde hızlıca okunması gerekmektedir ve bu amaca hizmet eder.

İmge

İmgelem veya imaj anlamına gelene imge; görsel iletişim tasarımında illüstrasyon, çizim veya fotoğraf olarak kullanılan görsellere denir. Tasarımın türü fark etmeksizin imge çeşitli formlarda kullanılabilir. Tipografi bölümünde bahsedildiği üzere yazı bile yazı olmaktan çıkarılarak imgeleştirilebilir. Afiş tasarımında imge kullanımı birden fazla türde kullanılabilir. Tasarımcılar yapacakları afişin içeriğine veya tasarım üslubuna göre illüstrasyon, çizim veya fotoğraf kullanabilir. Eski dönem tasarımlarda fotoğrafın icadı gerçekleşmediği için ifade edilecek içerikler görselleştirilirken çizim, illüstrasyon veya resim olarak kullanılırdı. Teknolojik gelişmeler sayesinde fotoğrafta bu tekniklere katıldı. Fotoğrafın teknik gelişmeler sayesinde kalitesinin git gide artmasıyla birlikte görsel iletişim tasarımında kullanılan imgeler başka boyutlar kazanmaya başladı. Fotoğrafın afişlerde ilk kullanım tarihi ise 1800'lü yılların sonu 1900'lü yılların başıdır. Dada sanat akımının bir ürünü olarak ortaya çıkan afişte fotoğraf kullanımı farklı tarzlarla afiş tasarımının dahil olmuştur. Fotoğraf önceleri kolaj tekniğinde kullanıldı. Kolaj tekniğinde, fotoğraflar veya çeşitli materyaller kesilerek parçalara ayrılırdı ve daha sonra karmaşık şekilde başka formlarda tekrar birleştirilirdi.

Renk

Afiş bileşenlerinden renk, basit görülebilen fakat oldukça zor bir ögedir. Çünkü tasarımda ahengin sağlanması, göze hitap etmesi ve dikkat çekmesi renk sayesinde sağlanabilir. Renk diğer öğelerle birlikte afiş tasarımında ön plana çıkar, tipografide ve imgede baskın bir rolü bulunmaktadır. Tipografinin tasarıma göre hangi renkler ile afişte kullanılacağı seçilen diğer renkler ile uyumu açısından önemlidir. Kullanılan imgedeki renklerde yine tasarımın geneliyle uyum sağlamalı ve bir ahenk oluşturmalıdır.

GÖRÜNTÜ İŞLEME

Görüntü işleme, kaydedilmiş veya hesaplanmış olan dijital görüntü verilerinin, bilgisayar ortamında bir amaca yönelik olarak uygun bir şekilde değiştirilmesi ve düzenlenmesine verilen isimdir. Görüntü işleme, tanım olarak benzer ancak uygulama bağlamında diğer alanlar arasında çok farklılıkları bulunan bir işlemdir. Bilgisayar bilimlerindeki önemli çalışma konularından biri olan görüntü işleme ile görüntüden faydalı bir bilgi çıkarılarak yorumlanması veya görüntüyü değiştirmek gibi farklı işlemler yapılmaktadır.

Tıp, Askeri, Endüstriyel ve Coğrafi Sistemler gibi birçok alanda kullanılan görüntü işleme teknikleri, güvenlik sistemleri alanında da yaygın olarak kullanılmaktadır (Eldem, vd., 2017). Özellikle tıp ve mühendislik alanlarında bu terim kullanılıyor olsa da görüntü işleme mevcut resim ve grafikleri değiştirmek adına, sıklıkla fotoğrafçılık ve grafik tasarım alanlarında kullanılmaktadır. Her gün hemen hemen etrafımızda gördüğümüz reklam ve tanıtım ürünlerinin hepsi görüntü işleme sayesinde yapılmış görüntüler içermektedir.

Görüntü işleme kavramı görsel veriler üzerinde istedik değişikliklerin yapılması demektir. Daha geniş bir kapsamla düşünüldüğünde, veri üzerinde anlamlı değişiklikler yapmak olarak ifade edilebilir (Karaköse, vd. 2017). Görüntü işleme, görüntüler üzerinde birtakım işlemler yaparak, görüntüden bilgi veya yeni bir görüntü elde etme işleminin genel adıdır. Görüntü işleme teknikleri; bilgisayar türevi makineler tarafından, görüntüden anlam çıkarmak için kullanıldıkları gibi görüntüdeki bozuklukları eleme, görüntünün renk dengesini düzenleme ve daha yüksek çözünürlüklü görüntüler elde etme gibi görüntü iyileştirme işlemleri için de yaygın olarak kullanılırlar. Bir fotoğrafın üzerinde oynanması veya değiştirilmesi bu konuya verilecek en basit örnektir. Fotoğraf üzerinde yapılan her türlü işlem görüntü işleme (image processing) olarak adlandırılır (İkizler, 2000). Bu işlem kimi zaman fotoğraftaki kişinin yakasındaki toz tanesini silmek gibi küçük, kimi zaman kişiyi farklı bir mekâna farklı kıyafetler ile yerleştirmek gibi karmaşık olabilir. İşlemin büyüklüğünden ziyade bilinçli olarak yapılan ve istenilen sonucu almak için gerçekleştirilen tüm işlemlere görüntü işleme adı verilmektedir. Bu örnekleri geliştirmek ve daha karmaşık işlemler yapabilmek mümkündür. Bu örnekleri gerçekleştirmek için ise birtakım yazılımların desteği gereklidir.

GÖRÜNTÜ İŞLEME YAZILIMLARI

Vektörel tabanlı ve piksel tabanlı olarak ikiye ayrılan yazılımlar bazı noktada ortak işlevlere sahip olsalar da görüntü işleme konusunda en çok piksel tabanlı yazılımlar tercih edilmektedir. Bunun temel nedeni ise dijital ortamdaki tüm görüntülerin piksellerden oluşmasıdır. Örneğin bir fotoğraf makinesi ile çekilen fotoğrafın 3500x5120 gibi piksel değerleri vardır. Bu ifade inç başına düşen piksel sayısını ifade etmektedir. Piksel tabanlı yazılımlar ise piksellerden oluşan bu görselleri işlemek için en uygun yazılımlar olarak ifade edilebilir.

Adobe Photoshop: Windows ve macOS işletim sistemlerine sahip cihazlarda piksel tabanlı görüntü ve fotoğraf işlemek için kullanılan yazılımdır. Photoshop kullanarak basılı ve dijital mecralarda kullanılmak üzere, kurumsal kimlik ve web tasarımı, illüstrasyon üretme, fotoğraflarla oynama ve manipülasyon işlemleri, sanatsal ve bilgilendirici afiş tasarımları gibi tasarım süreçleri yürütülebilmektedir.

Adobe Illustrator: Adobe tarafından geliştirilen vektör işleme ve tasarım uygulaması olarak bilinmektedir. Vektörel çizimler, çözünürlük sorunu olmayan ve detay kaybetmeden herhangi bir boyuta yeniden ölçeklendirilebilen grafik ürünleridir. Illustrator ile vektörel çizimler oluşturmak, illüstrasyon ve afiş yapmak, tipografiler tasarlamak mümkündür.

TEMEL KAVRAMLAR

Görüntü işleme yazılımlarında yapılabilecek işlemler için sınırsız ifadesi kullanılabilir. Fotoğraf düzenleme işlemi ise en temel işlevlerden biridir. Hayal gücüyle görüntü işleme tasarım yazılımları birleştirildiğinde akılda ne varsa gerçeğe dönüştürüp profesyonel çalışmalar yapma imkânı elde edilebilir. Renkler ve efektlerle sıradan fotoğraflar, etkileyici bir hâle dönüştürülebilir (EBA, 2020). Bu işlemleri yapabilmek için öncelikle bir görüntü işleme yazılımına sahip olmak gerekmektedir. Ancak görüntü işleme tekniklerine değinmeden önce bazı temel kavramlar hakkında bilgi sahibi olmak gerekmektedir. Bazı temel kavramlar şu şekildedir;

Piksel: Pikseller bir görüntünün en küçük yapı taşı denilebilir. Her piksel sadece bir renk içerir ama binlerce piksel bir araya geldiğinde uyumlu geçişlere sahip yüzlerce renk tonu oluşturabilirler.

Çözünürlük: Bir görüntünün çözünürlüğü o görüntünün kalitesi ile doğru orantılıdır.

Renk Değeri: Sayısal ortamda her renk değerinin bir sayısal karşılığı vardır. Bu sayısal karşılıklar, HEX, CMYK ve RGB renk kodları altında görüntülenebilmektedir.

Doygunluk: Doygunluk görseldeki renklerin ne kadar renk ile yansıtıldığını tarif eder.

PSD: Photoshop projeleri için varsayılan dosya formatıdır. Bir PSD dosyasında tekrar çalışılmak üzere kaydedilmek istendiğinde bu format seçilebilir.

PDF: Bu format genellikle metinlerin sağlıklı bir şekilde görüntülenmesi ve veri kaybı olmadan kaydedilmesi ile ilgilidir ancak görüntü işleme yapılan projeler PDF olarak da kaydedilebilir.

JPEG-JPG: Her iki ifade de aynı format için kullanılmaktadır. Hemen hemen tüm görüntü işleme yazılımlarında jpeg ile dışarı aktarma seçeneği vardır.

PNG: Bu format ise diğerlerinden farklı olarak şeffaf arka planı olması istenen görüntüler için kullanılır.

Araç Çubuğu

Photoshop açıldığında solda görünen dikey menü araç çubuğudur. Bu alan içerisinde, görüntüyü hareket ettirme, seçme-işaretleme, kopyalama, kesme, silme ve boyama gibi temel araçlar bulunmaktadır.

Araç çubuğunda işlev olarak toplamda yirmi farklı araç bulunmaktayken, benzer işlev gören diğer araçlarla birlikte toplamda 68 araç bulunmaktadır.

Ana Menü

Bu menüden projeyi kaydetme, dışarı aktarma, script kullanma, görünüş boyutu ve çalışma alanı değiştirme, renk ayarları, efekt uygulama, seçim aracı ayarları, eklenti ayarları, fırça ayarları ve araç-pencere ayarları gibi pek çok işlem yapmak mümkündür. Görüntü işleme işlemi yapmak isteyen tasarımcıların araç çubuğuna hâkim oldukları kadar ana menü ve alt seçeneklerine de hâkim olması beklenmektedir.

Pencereler

Pencereler ana menüdeki window sekmesinde bulunan alt seçenekler ile açılıp kapatılabilmektedir. Tasarımcılar, renk seçimi, metin seçenekleri ve katman düzenlemesi gibi birtakım temel ayarlar için buradaki panelleri kullanmaktadır. Bu paneller çalışma ortamı için zorunlu değildir ancak paneller olmadan da yukarıda verilen bazı temel işlevler yapılamamaktadır.

Düzenleme Araçları

Bir görsel üzerinde düzenleme yapabilmek için öncelikle ilgili görseli Photoshop yazılımında açmak gereklidir. Bunun için, Photoshop yazılımını açtıktan sonra CTRL+O kısayolu kullanılarak veya Photoshop'ın içerisine görseli sürükleyerek bu işlem tamamlanır.

Işık Değeri

Bir görüntünün ışık değerlerini ayarlamak ise görüntü işlemedeki başlıca işlemlerdendir. Işık değerini ayarlamak ilgili görüntüye göre değişkenlik göstereceği için bu işlem birkaç farklı şekilde yapılmaktadır. Temel olarak bu işlem Image-Adjustment-Levels komutu seçilerek gerçekleştirilir.

Döndürme ve Yansıtma

Görüntü düzenleme esnasında en çok tercih edilen işlemler arasında döndürme-yansıtma aracı bulunur. Bu işlemi yapabilmek için çalışma alanındaki görüntü seçiliyken ana menüde bulunan Image-Image Rotation seçeneğinin üzerine gelinir.

Seçim Araçları

Eğer çalışmanın tümünde değil, belli bir alanında işlem yapılmak istenirse, araç çubuğundaki seçim araçları yardımıyla ilgili kısım seçilmelidir. Seçim yapabilmek için araç çubuğunda farklı seçenekler mevcuttur.

Taşıma, Çoğaltma ve Kopyalama

Seçim işlemi tamamlanan alanı farklı bir görsel üzerine taşımak veya yerleştirmek için Move Tool kullanılmaktadır. Bu aracın kısayol tuşu V'dir ve fare ile basılı tutularak sürükleme işlemi yapmak için kullanılır. Ancak, herhangi bir seçim aracı uygulandıktan sonra, uygulandığı bölgenin yeni bir katman olarak görselden ayrılması gerekmektedir.

Katmanlar

Katmanlar bir çalışmanın sağlıklı bir şekilde tamamlanması adına tasarımcıların kontrol ederek çalışmalarını devam ettirmesi gereken bir alandır. Yeni bir görüntü çalışma alanına eklendiğinde ilgili katman en üstte ve tüm görsellerin üzerinde yerini alır. Düzenleme işlemi yapabilmek için ise ilgili katmanın seçili olduğundan emin olunmalıdır.

Hiyerarşi

Katman hiyerarşisi, katman mantığını anlamak adına önemlidir. Görüntü işleme çalışması yapılırken birçok görüntü üst üste binecektir. Bu da katman panelinde birçok katmanın sıralanması demektir. Bir görüntünün çalışma alanının en üstünde görünmesi isteniyorsa, katman panelindeki ilgili katmanın en üste sürüklenip bırakılması gereklidir.

Stil Menüsü

Katman stil menüsü, stil verilmek istenen katmanın üzerine çift tık işlemi yapılması ile açılır. Açılan pencerede ilgili katmana doku, iç-dış gölge, kabartma, kontur ekleme, parlama ekleme gibi efektlerin

uygulanabildiği seçenekler mevcuttur. Bu seçeneklerin her biri hassas ayar gerektirdiğinden bu paneldeki özelliklerin tasarımın genel renk ve ton değerlerini bozmadan kullanıldığından emin olunması gerekmektedir.

Filtreler

Ana menü altındaki filtre işlemleri sayesinde tüm çalışma alanına veya sadece seçilmiş olan katman üzerinde efektler uygulamak mümkündür. Filtreler menüsündeki seçenekler ile görüntüye bulanıklık (blur) verilebilir, keskinlik (sharpness) arttırılabilir, görüntü pikselleştirilebilir, ışık efektleri eklenebilir, çeşitli tarzlarda görüntü stilize (stylize) edilebilir ve ışık dengesi ayarları yüksek hassasiyetle yapılabilir. Filter menüsü sadece bu bahsedilen işlemler ile sınırlı değildir.

Makine Öğrenimi

Filter menüsü içerisinde yer alan Neural Filters seçeneği ile şaşırtıcı sonuçlar elde edilebilmektedir. Neural Filters menüsü içerisinde cilt pürüzsüzleştirme, mimik düzeltme, makyaj transfer etme, manzara değiştirme, stil ve renk transfer etme, süper zoom, derin bulanıklık, yırtılmış eski fotoğraf düzeltme, siyah beyaz fotoğraf renklendirme seçenekleri bulunmaktadır.

GÖRÜNTÜ İŞLEMENİN GELECEĞİ

Teknolojinin gelişmesi ile önce geleneksel yöntemler yerini dijital araçlara bırakmış, bugün ise dijital araçlar farklı bir noktaya evrilmeye başlamıştır. Günümüzde yapay zekâ ve derin öğrenme teknolojileri sayesinde istenilen görüntüyü tanımlayan bir metnin yazılmasıyla görselin tarayıcı (browser) tarafından oluşturulması ve var olan bir görüntüyü işlemesi mümkün hale gelmiştir.

Midjourney ve Dall-E bu konuya verilebilecek en güncel yazılım örnekleridir. Tarayıcı üzerinden kullanılabilen bu yazılım ile kullanıcılar, oluşturmak istedikleri görseli tanımlayan bir metin yazarak, metni görsele dönüştürebilmektedir. Bu, özellikle Midjourney yazılımı ile gerçekleştirilen bir süreç olmakla birlikte, Dall-E yazılımıyla ise var olan bir görüntü üzerinde istedik değişiklikler yapabilmek daha çok tercih edilen bir işlemdir.

GİRİŞ

Fotoğraf bütün sanat ve tasarım alanlarında önemli etkilere sahiptir. Bir görüntünün dijital veya analog olarak hapsedilmesi ve daha sonra bir yüzey aracılığıyla sergilenebilmesi bu alanlarda büyük imkanlara yol açmıştır.

Fotoğraflar sanat ve tasarımın çeşitli aşamalarında kullanılabilir. Fotoğraf kullanım alanlarının genişliği ve görsel alanlardaki etkililiği sayesinde endüstriyel tasarımda da sıklıkla kendine yer bulmaktadır. Endüstriyel Tasarım alanı insan hayatındaki problemlere ve ihtiyaçlara çözümler bulmayı amaçlar ve tasarım süreci boyunca fotoğrafa başvurulabilmektedir. Ayrıca fotoğraf makineleri ve ekipmanların tasarımı da endüstriyel tasarımın konusudur.

ENDÜSTRİYEL TASARIM NEDİR?

Endüstriyel tasarımın temelini teşkil eden iki kavram problem ve çözüm ikilisidir. Victor Papanek'e (1972) göre bütün insanlar tasarımcıdır ve neredeyse her insan aktivitesi bir tasarımdır. Papanek (1972) tasarımı sadece mühendislik, sanat ve tasarım alanlarına özgü bir kavram olarak görmez.

Endüstriyel Tasarımın Tanımı

WDO'ya (2022) göre endüstriyel tasarımın tanımı şöyledir: “Endüstriyel tasarım, yenilikçi ürünler, sistemler, hizmetler ve deneyimler yoluyla yeniliği yönlendiren, iş başarısı oluşturan ve daha iyi bir yaşam kalitesine yol açan stratejik bir problem çözme sürecidir. Endüstriyel Tasarım, mevcut ile mümkün olan arasındaki boşluğu doldurur. Bir ürünü, sistemi, hizmeti, deneyimi veya işi daha iyi hale getirmek amacıyla sorunları çözmek ve birlikte çözümler üretmek için kreativiteyi kullanan disiplinler arası bir meslektir. Özünde Endüstriyel Tasarım, sorunları fırsat olarak yeniden çerçevelendirerek geleceğe daha iyimser bir bakış açısı sağlar. Ekonomik, sosyal ve çevresel alanlarda yeni değer ve rekabet avantajı sağlamak için yenilik, teknoloji, araştırma, işletme ve müşterileri birbirine bağlar.” Bu ünite de endüstriyel tasarım daha çok ürün tasarımı olarak ele alınacaktır.

Endüstriyel Tasarım Adımları

Endüstriyel tasarım “uysal problemler” ile de uğraşsa bile genelde “şeytani problemlere” ürünleşmiş çözümler arar. Bu yapılırken sistematik olarak çeşitli tasarım adımlarından geçilir. Problem girdisiyle işlemeye başlayan tasarım süreci, literatürdeki genel çıkarımla,

“1. Görevin netleştirilmesi,

2. Kavramsal tasarım,

3. Şekillendirme tasarımı,

4. Detay tasarımı” adımlarından oluşur ve çıktı olarak bir ürünü netice verir.

FOTOĞRAFIN ENDÜSTRİYEL TASARIMDAKİ YERİ

Endüstriyel tasarım çizim, maket yapımı ve üretim gibi somut adımları da içerir ki bu adımlar daha çok görsel bir süreç içerir ve fotoğraf ilgili adımlarda yerini alır.

Endüstriyel Tasarım Adımlarında Fotoğraf Kullanımı

Endüstriyel tasarım iletişim ve etkileşim odaklıdır. Tasarıma dair yapılan görsel çalışmalar ya birebir göstermekle ya da bir şekilde ürünün ya da tasarımın görsel olarak iletilmesiyle ortaya çıkar. Fotoğraf bu aşamada devreye girer.

Görevin netleştirilmesi adımında yaşam alanı analizi, mood board hazırlanması, piyasa analizi ve esin kaynağı araştırması gibi görevlerde fotoğraf önemli bir bellek, iletişim ve arşivleme aracıdır.

Kavramsal tasarım adımında çizim ve maket eskizlerinin sunumu ve görevin netleştirilmesi aşamasında hazırlanan analizlerin sunumunda fotoğraf kullanılmaktadır.

Şekillendirme tasarımı adımında fotoğraf ürün maketlerinin fotoğraflanmasında kullanılır. Her ne kadar tam manasıyla bir fotoğrafçılık süreci olmasa da 3 boyutlu tasarım yazılımlarında modellenen dijital modellerin render motorları aracılığı ile gerçekçi görüntüsünün alınması işlemi de konvansiyonel fotoğrafçılıktaki yaklaşımları simüle eden bir süreçtir. Bu adımda render görüntüleri de alınır.

Detaylandırma tasarımı adımında ise fotoğrafa ihtiyaç ya olmaz ya da çok az olur.

Üretim Sonrasında Fotoğraf

Üretim sonrasında ürün artık pazara sunulacaktır ve bu sözlü, yazılı ve görsel öğelerin birlikte kullanılmasıyla yapılır. Ürün tanıtımı için en etkili fotoğraflar “doğru ışıklandırma, doğru açılar, fonksiyona dair düzenlemeler, kullanıma dair sahne ve pozlar” içermelidir.

Fotoğrafın Ürünlerde Kullanımı

Fotoğrafın kendisinin de tasarıma dahil olduğu durumlar olabilmektedir. Bu durumda fotoğraf ürünün bir parçası haline gelir. Hatta bazı durumlarda fotoğraf olmadan ürün manasız olur (örn. fotoğraf çerçeveleri).

Ürün giydirmeleri

Bir ürünün kullanıcıya görsel iletişim kurduğu yüzeylerinin görsel ile kaplanmasına ürün giydirmesi denir. Metro, tramvay ve otobüs gibi araçların reklamlarla giydirildiği durumlar çoğumuz tarafından daha önce gözlenmiştir. Ya da giydirme (sleeve) etiketlerle yapılmış giydirmelere şahit olmuşuzdur. Özellikle ambalaj sektöründe ürün adeta tasarım ve fotoğraf sergileme aracı olarak tasarlanmaktadır.

Özelleşmiş ürünler

Kullanıcılar kendine özel ürünlerle duygusal bağlar kurarlar ve ürünün işlevi onlar için ilk öncelik değildir. Bu tarz ürünlere hediyelik eşyalar örnek verilebilir. Fotoğraf, bu tarz ürünlerde genellikle yüzey baskısı olarak kullanılır. Ürünler genelde işlevi için sipariş edilmez. Bu ürünlerde fotoğraf, ürüne bir nevi kimlik veren etmendir.

Çerçeveler

Bazı ürünler doğrudan fotoğraflar için tasarlanmıştır. Fotoğraf çerçeveleri böyle ürünlerdir. Bir ürün olarak ele alındığında sahip olduğu tarzın yanı sıra tasarım kriterleri tamamen fotoğraf sergilemek üzerine kuruludur. İster basılı ister dijital fotoğraflar için tasarlanmış olsun, fotoğraf çerçeveleri fotoğraf olmadan hedeflenen işlevlerini yerine getiremez ve bir bakıma manasız kalırlar.

Fotoğraf albümleri

Fotoğraf albümleri de yine doğrudan fotoğraflar için tasarlanmış ürünlerdir. Çerçevelerde olduğu gibi bir tarza sahip olmak üzere ürün fotoğraf odaklı tasarlanır ve fotoğraf olmadan manasızlaşır.

ÜRÜN OLARAK FOTOĞRAFÇILIK EKİPMANLARI

Fotoğrafçılıkta ihtiyaç duyulan en temel 2 modül vardır. Bu modülleri şu şekilde ifade edebiliriz: ışığın kontrollü geçişi için bir sistem ve ışığa duyarlı bir yüzey. Bunun yanında farklı ihtiyaçlar da vardır. Bu ihtiyaçlar fotoğraf çekme işinin karmaşıklaşmasına göre artıp azalarak ve farklılaşarak devam eder. Örneğin, stüdyo ortamında ürün çekimleri için ışık kaynağı, fotoğraf makinesini sabitleyecek fonksiyonel bir kayıt, fon, fotoğraf makinesi dijital ise gerekli elektronik ekipman gibi şeylere ihtiyaç duyulacaktır. Bütün bu ekipmanlar endüstriyel tasarımın konusudur. Bu ekipmanların en önemlisi fotoğraf makinesidir.

Fotoğraf Makinesinin Tasarımsal Yapısı

Fotoğraf makinesinin ürünleşmesinde 3 temel modül gereklidir: Işık geçişini sağlayan sistem olarak objektif modülü, ışığa duyarlı yüzey ve diğer tüm iç aksam olarak mekanizma modülü, el ergonomisine uygun kontrollerin bulunduğu, tüm sistemi bir arada tutan gövde modülü.

Kullanıcı ile etkileşimde bulunacak kısım gövdedir. Bu kısımda kullanıcının ürünle kuracağı göz ve el ilişkisine göre bir form ve fonksiyonlar yer alacaktır. Objektif daha çok dış ortamla ilişkilidir ve gövdenin dış yüzeyinde yer alacaktır. Mekanizma gövdenin içinde yer alacaktır ve sadece kullanıcı istediği zaman dış ortamla etkileşimde olması gerekmektedir.

Gövde tasarımı

Gövde bütün sistemi bir arada tutan, muhafaza eden, kontrol edilmesine izin veren veya kontrolü kısıtlayan ve kullanıcı, dış çevre, ekipmanlar ve diğer modüllerle etkileşime geçen kısımdır. Gövde tasarlanırken dikkat edilmesi gereken noktalar el ve göz ergonomisinin yanı sıra etkileşime geçtiği bu etmenlerle belirlenir.

Objektif tasarımı

Objektif fotoğraf makinesinin dış ortam ile ilişkiye geçtiği modüldür. Fotoğrafçılık için kullanılan fotoğraf makinelerinin varoluş prensipleri açısından bu ilişki ışık ile kurulur. Objektifler ışığın fiziksel özelliklerine ve istenen sonuca göre tasarlanır.

Mekanizma tasarımı

Mekanizma diye adlandırdığımız modül, objektiften gelen ışığın bilgi olarak depolanması esas fonksiyonuyla birlikte, fotoğraf makinesinin birçok işlevinin yerine geldiği modüldür. Mekanizma modülü, tasarımsal açıdan daha çok mühendislik tasarımı ile ilişkilidir. Yine de bu modüldeki temel bileşenlerin yeri ve genel yapısı gövde tasarımı ile yakından ilişkilidir ve gövde üzerindeki kontrollerin yeri, yapısı ve ölçüleri mekanizma tasarımını da etkileyecektir.

MODA KAVRAMI, TASARIM VE FOTOĞRAF İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

Tasarım öncelikle zihinde oluşup gelişen bir kavramdır ve tasarlama eylemi de bu yeniden oluşum sürecinde insanlığa hizmet etmektedir. Moda kavramı da bu süreçte devamlı yeniliğe uğrayan bir kavramdır ve günümüzde moda tasarımı da daha fazla giysi tasarımı üzerinden yapılandırılmaktadır. Moda fotoğrafı da moda ürünlerinin tanıtılmasında, izleyici ile buluşmasında tasarımcının en büyük yardımcısı konumundadır.

Moda kavramı

Moda kavramı, tasarım sürecinde dikkatle göz önüne alınması gereken bir durumdur. Moda sektörü dünyada oldukça önemli bir yere sahiptir ve moda tasarımcıları da insanların yaşam tarzlarını şekillendirebilme özelliğine sahiptirler. Özellikle sosyal medyanın reklam özelliğinin gelişimiyle moda fotoğrafı da moda ürünlerinin tanıtılmasında çok daha önemli bir konuma gelmiştir. Kısaca artık her yerden modaya ulaşmak mümkündür.

Moda fotoğrafı

Moda markaları kendi koleksiyonlarını tanıtırken ilk olarak fotoğraf kullanmaktadırlar. Moda fotoğrafçıları tasarımcılarla birlikte moda dergilerinde billboardlarda vb. tanıtım yerlerinde işin niteliğine göre, planlama dahilinde fotoğrafçı ile fikir alışverişinde bulunmaktadırlar. Moda çekimleri ister iç mekan (stüdyo vb.) ister dış mekan da olsun moda tasarımcıları gerek çekimlerde gerekse üretimde de tasarım sürecinde, fotoğrafçı ile işbirliğinde olmak zorundadırlar. Bunlar moda fotoğrafının önemini arttırmaktadır. Çünkü moda fotoğrafının amacı: günün modasını basın ya da internet aracılığıyla alıcıyla paylaşmak ve tüketici kitlesi üzerinde güzel bir etki yaratmak, bu kitlenin alışkanlıklarını etkilemek ve onlar da satın alma isteği uyandırmaktır.

Tasarım unsurlarının fotoğrafta kullanımı

Tasarım unsurlarının moda fotoğrafçılığında kullanımı oldukça etkilidir. Bunlardan en önemlileri olan çizgi, şekil, form, alan, doku, ışık, renk kavramlarının, tasarımlar görselleştirilirken doğru kullanılması etkiyi güçlendirmektedir. Hedef kitlenin farkındalığına sunmada ve o ürüne sahip olma duygusunu oluşturmada tasarımların geniş kitlelere ulaşmasında bu faktörler önemlidir. Tasarım unsurlarının fotoğraflarda kullanımında ön araştırma yaparak çeşitli tekniklerin kullanımıyla harmanlayarak ürün ön plana çıkartılabilir.

Örneğin; tasarım öğelerinden biri olan renk konusu üzerinde titizlikle durulması gereken bir konudur. Renklerin anlamlarını ve insanlar üzerindeki duygusal çağrışımlarını bilmek ve doğru kullanmak oldukça önemlidir. Örneğin kırmızı renk çarpıcı sıcak bir renk olmasına karşın kullanılış yönü şiddet, vahşet vb gibi çağrışımlar yaratabileceğinden doğru yerde kullanımı oldukça önemlidir.

Fotoğrafta kullanılan fonlardaki zıt renkleri, kontrastlıkları ışık la gölgelendirmeleri açıları, perspektifi de iyi bilmek gerekmektedir. Örneğin bir modelin giydiği bir kıyafeti çekerken çekim açılarını (alt aç; yüceltme vb) doğru kullanmak, anlamlarını doğru kullanmak gerekmektedir.

Moda fotoğrafçılığında kullanılan teknik ekipmanlar

Kullanılan teknikler ile moda fotoğrafı üzerinde bir çok etki yaratılabilir ve fotoğrafa birçok farklı anlamlar yüklenebilir. Örneğin; ışık kullanımı oldukça önemli olduğundan özellikle stüdyo çekimlerinde kullanılan fotoğraf makineleri, flashlar, soft boxlar, reflektörler ve fon perdeleri, still life masası, pozometre, tripod gibi teknik ekipmanlar ayrıca üretim sonrası ve çekim anında görseli görmemizi sağlayan yüksek donanımlı bilgisayarlar çok önemlidir.

Moda fotoğrafçılığının tanıtım yönü

Fotoğraf görsel dili en iyi şekilde aktarabilmenin yolu olduğundan moda fotoğraflarındaki tanıtım yönünde çok değerlidir. Bir moda fotoğrafı giysinin tanıtımını yapmanın ötesinde -özellikle modelleri çekimlerde- çektiği kıyafetlerle özel bir karakter yaratmaktadır. Tanıtım açısından moda sektörünün gelişmesi kadar moda fotoğrafçılığının da gelişmesi büyük önem arz etmektedir. Dolayısıyla bu bakış açısından değerlendirmek gerekirse moda fotoğrafı tanıtım sektörü gelişirken öncelik eğitime verilmelidir. Moda fotoğrafçılığı ürünü tanıtım satış vb alanlarda rekabete dayalı ve yüksek tempolu bir iş alanı olarak uzmanlık gerektiren özel bir daldır.

Moda fotoğrafçılığı için önemli özellikler

Moda fotoğraflarının, alıcılar üzerindeki etkisi göz önünde tutulduğunda, moda fotoğrafı eğitimi alan öğrencilerin bu eğitimlerinin yanında moda fotoğrafının ve fotoğrafçılığının sektördeki işleyişlerini de bilmeleri önemlidir. Moda fotoğrafçılığı genel hatlarıyla değerlendirilirse; sonuca giden süreçte

tasarım, üretim ve satış bir bütün olarak algılanmalıdır. Bu aşamada moda fotoğrafçısı, moda editörü ve stilistin katkılarıyla çekimi yapılan ve sunulan ürün, etkili hale getirilmelidir. Fotoğraf sanatının hızla büyüyen dallarından biri olan moda fotoğrafı, modanın ve fotoğrafik gelişimi yakından takip eden fotoğrafçıların varlığı ile mümkündür..

Moda fotoğrafı çekiminde önemli konular

Fotoğrafı çeken kişinin dışında ekip ile yürütülmesi gereken bir süreç bulunmaktadır. Fotoğrafçı ve tasarımcı tarafından bir konsept belirlenir. Buna göre mekan, model ve ekip belirlenir. Doğru ışık ayarı ve harici flaşlar, lightbox, softbox ve fonlar gibi yardımcı diğer gereçler kullanılarak profesyonel bir çekim gerçekleştirmek mümkün olacaktır. Moda fotoğrafı süreci çekim öncesini de kapsamaktadır.

Moda fotoğrafçısının özellikleri

Moda fotoğrafı çeken kişinin çektiği ürün hakkında çekim öncesi mutlaka bilgi sahibi olması gerekmektedir. Fotoğrafçının teknik bilgisiyle tasarımcının üründe anlatmak istediğini hedef kitleye sunabilmesi gerekmektedir. Bir fotoğrafçının çekim sonrasında rötüş programlarıyla bir fotoğrafı tepeden tırnağa düzenleyebilecek teknik bilgiye ya da bunu sağlayabilecek donanımda bir ekibe sahip olması gerekmektedir. Özellikle modelli çekimlerde portrelerdeki ciltteki parlaklık dengesini, pürüzsüzlüğü vb ayarlamak ya da çekilen aksesuar üzerindeki kusurları düzenleyerek ufak tefek dokunuşlar ile daha çarpıcı hale getirmek mümkündür. Prodüksiyon aşamasında ve çekim sonrasında da dijital görüntü işleme programlarına (photoshop, lightroom vb.) hakim kişilerden oluşan bir ekip kurulmalıdır. Moda fotoğrafçıları tema seçiminde de popüler kültürün etkilerini çalışmalarına yansıtılmaktadırlar. Günceli takip etmek tasarım öğelerini yaratıcılıkla harmanlayıp kendi tekniğiyle buluşturmak önemlidir.

Moda fotoğrafının tarihsel önemi

Ayrıca Moda fotoğrafı tarihinde baktığımızda da görülmektedir ki; Moda fotoğrafları sayesinde kişilerin yüzyıllar boyunca bu fotoğraflarının arşivleniyor ve belgeleniyor olması da çok önemli bir konudur. Gelecek kuşakların bu fotoğraf arşivleri sayesinde her dönemin modası hakkında bilgi sahibi olmaları da mümkün olmaktadır.

MİMARLIK VE FOTOĞRAF

Bu dersin en temel amacı, fotoğrafın diğer disiplinlerle ilişkisini ele alarak, fotoğraf tarihi hakkında genel kültüre sahip bireyleri topluma kazandırmaktır. Ayrıca mimari fotoğraf çekimi hakkında bilgi sahibi olacak bireylere, fotoğrafı okuma, yorumlama ve çözümlene yetisi kazandırmaktır. Son olarak teorik bilgiyi yaratıcı süreçte kullanabilme bilgisine sahip olacak bireyler yetiştirmektir. Bu amaçları ve içeriği başlıklar altında biraz daha detaylandırılacak olursak;

Mimari Tasarım Süreçlerinde Fotoğraf

Fotoğraf, mimari kültürü yaymak için kullanılan önemli bir araçtır. Bu yüzden mimari alanda bir görüntünün etkisini kavramak ve içselleştirmek oldukça önemlidir. Fotoğraf ve mimari etkileşimi de yadsınmaz.

Mimari Tasarım Süreçlerinde Görsel Algı Ve Önemi

Tasarımın her aşamasında olduğu gibi mimari tasarım sürecinde de görsel algının imgeyi ve görüntüleri etkilediği için önemli bir konumu vardır. Görsel algıda kişi, görsel uyaranları görme yoluyla elde ettiği bilgiyi anlamak için anlamlı bir şekilde ayırt eder, yorumlar, sınıflandırır ve genelleştirir. Görsel algı, bireye göre değişen özelliklere sahiptir. Görsel algıyı etkileyen faktörler arasında uyaranın anlamı, insanın uyaranlara ilişkin önceden bilgisi, kültürel farklılıklar ve psikolojik süreçlerdeki farklılıklar sayılabilir. Bu zihinsel süreçte yaşayan insanların, sosyal toplumun, kültürünün, deneyimlerinin ve eğitim düzeylerinin etkisi çok büyüktür.

Görsel Algı Mekan İlişkisinin Fotoğraf Üzerinden Okunması

Mimarlıkla ilgili düşünmenin, mimarlığı yeniden ifade etmenin ve mimarlıkla ilgili bir söz söylemenin fotografik araçlarını ve yöntemlerini aramak günümüz sanat söylemleri arasında oldukça yaygındır. Bildiğimiz mekanların alışlagelmemiş biçimde fotografik olarak yeniden üretilmesi sürecinin farklı algılar oluşturabildiğini gözlemlemekteyiz. Amaç, genel anlamda, mimari yapıları farklı bakış açıları ile 2 boyutta yeniden kurgulayarak fotoğraflar inşa etmektir. Bunun için yalnızca fotoğraf makinesi ve kamera gibi temel görsel üretim araçlarının kullanımını değil, estetiği ve anlatım gücünü arttıracak donanımsal bilgilere de sahip olunması gerektiği ortadadır. Fotoğraf ele aldığı nesneyi kendisi olarak gösterir. Bununla birlikte, nesne ve imgesi arasında bir azalma olsa bile, bu kesinlikle bir dönüşüm değildir. Fotografik görüntüleri anlamlı kılmak için, onları asla imgeler bütünü olarak değerlendirmek gerekli değildir. Bakış açısı, formun çevirisini etkileyebilecek bir diğer önemli faktördür.

Mimari Tasarım Süreçlerinde Fotoğrafın Mekanı Temsil Etmesi

Mekanın temsili oldukça önemlidir çünkü bize yeni bakış açıları vermektedir. Üç boyutlu bir alanı iki boyuta indirgeyerek yeni anlamlar oluşturmayı sağlamak oldukça önemlidir. Ne var ki günümüzde fotoğrafın geniş alanda kullanılıyor olması bu konunun verimli bir şekilde değerlendirilmesi gerektiğini bize söylemektedir. Mekanın fotoğraf üzerinden temsilini değerlendirmek için ise; görsel bir dile sahip olan fotoğrafı anlamak için, biçim ve içerik bir arada değerlendirilmelidir. Metin içerisinde verilen Falling Water, Guggenheim Müzesi gibi örnekleri düşündüğümüz zaman gözümüzün önünde canlanan bir kare olması, o fotoğrafın artık kült bir hale gelmesinden kaynaklanmaktadır. Ancak ne var ki; fotoğraf ile bir yapının istediğimiz kısmını vurgulayabilir, farklı algılar yaratabiliriz. Ek olarak, Le Corbusier gibi mimari tasarım sürecinde fotoğrafçılarla çalışan mimarların da kendini ifade etmesi ve sunumları da diğerlerinden daha farklı olmaktadır.

Mekan Algısı ve Mekan Algısında Temsilin Gücü

Bir parçanın fotoğrafı veya bir binanın görüntüsü, o yapının veya o parçanın, ortaya çıkan halinden farklı bir üstünlüğe ulaşabileceği bir "temsili" haline gelebilir. Bu yönüyle fotoğraflar, gerçeğin kendisinden ziyade gerçekliğe yönelik algılarımızı harekete geçirecek; düşünsel dünyamızda idealleştirdiğimiz nesnelere işaret etmektedir. Yerinde bulunan yapı her zaman beklenenden farklıdır. Bu nedenle, fotoğraflar her zaman eleştirilirler çünkü tekrar üretilmeyen, gerçekliği abartı bir şekilde estetize eden bir görsel deneyim taşırlar. Ne var ki, mimarinin görsel medya aracılığıyla tanıtımı büyük ölçüde popüler hale gelmiştir. Günümüz kültürel ortam imajında dönüştürücü ve belirleyici bir güce sahiptir. Öyle ki, fotoğraf ve mimarlık ilişkisini, sadece görüntüye taşınan gerçeklikten birer kesit değil, aynı zamanda mimarinin hareketliliğine dikkat çeken çalışmalar olarak da yorumlayabiliriz. Ayrıntılarda görülen dinamizm ve bütünü oluşturan parçaların devinimi, fotoğraflara canlılık katan unsurlar olarak ortaya konulur. Var olan mimari yapının malzemesinden ve ışığından kaynaklanan

yansıma ve gölgeler, zihnimizde fotoğrafa dair biçimlenen imgelere ayrıntılar eklemektedir. Şehrin tüm görüntüsü bile mimarinin yardımıyla yaratılabilir. Bu nedenle bir yapıyı ortaya koymaktan şehrin ekonomisine olacak katkısına kadar temsil kavramı oldukça etkilidir.

SANATSAL SERAMİK ÜRETİMİNDE FARKLI MEDYUMLARIN KULLANIMI

Tarih boyunca neredeyse insanın bulunduğu her alanda kullanılan seramik; arkeologlarca insanlığın en önemli bilgi kaynaklarından biridir. Toprağın yapısından dolayı belirli sıcaklıklarda pişirilmenden sonra bozulma göstermesi zor olan bu malzeme, yemek pişirme, depolama, oyuncak, takı, barınma, aydınlanma gibi pek çok kullanım alanında rol almaktadır. Ayrıca figürin, heykel ve yazı yazma gibi alanlarda tercih edilerek tarihe ve sanatsal yaklaşıma tanıklık etmiştir. Stüdyo Çömlekçiliği ile on dokuzuncu yüzyılda sanatın ve tasarımın bir parçası olan seramik neredeyse her sanat-tasarım malzemesinin geçirdiği değişim ve gelişim sürecini geçirmiştir.

Seramiğin kullanım alanları kısaca; inançlar doğrultusunda kullanılan seramikler, mimaride kullanılan seramikler, müzik aleti olarak kullanılan seramikler, ileri teknoloji ürünleri üretiminde kullanılan seramikler, cam seramikler (cephe, yalıtım, elektrikli mutfak gereçleri vb.), savunma sanayinde kullanılan seramikler, tıp ve sağlık alanında kullanılan seramikler olarak gösterilebilir.

Geniş bir kullanım yelpazesine sahip olan seramiğin bir sanat malzemesi olarak kabul görmesinin ardından, sadece malzemeye hâkim olanlar tarafından değil, farklı disiplinlerden gelen sanatçılarca da bir ifade aracı olmuştur. Aynı şekilde seramikçiler de farklı malzeme ve disiplinlere yönelmiş, farklı malzemeleri deneyimleyerek bu iş birliğini büyümüşlerdir. Bu birliktelik zaman içinde pekişerek, seramik eğitiminde de (özellikle dekor teknikleri arasında) yer almaya başlamıştır. Yüzey değerlendirme teknikleri arasında farklı medyumların kullanımı ile yapılan baskılar oldukça sık görülmektedir. Seramik üzerine baskı yapmak için pek çok alternatif bulunmaktadır ve elbette bunlardan en sık kullanılanı fotoğrafların seramik yüzeyine aktarımıdır.

Seramik Üretimi ve Kısa Bilgiler

Seramik doğası gereği kalıcılığa sahip olması için ısı işlem uygulanması gereken bir malzemedir. Isıl işlem süreci, seramiğin kullanılacağı alana ve kullanılan çamurun dayanabileceği maksimum dereceye göre değişkenlik göstermektedir. Yüzeyde elde edilmek istenen görselin kalitesi, dayanıklılığı ve kimyasal uyumu da ilgili değişkenlere göre çeşitlilik göstermektedir. Seramik çamurunun şekillendirilmiş ve kurumaya bırakılmış hâline ham seramik denmektedir. Sonrasında seramik yüzey 850-1050°C ısı ile pişirilerek bisküvi ismi verilen bir sertlik derecesine ulaşmaktadır. Bu ısı işlem sonrası seramik suya ve daha düşük sıcaklıklara dayanıklı hâle gelmiştir. Bisküvi hâline gelmiş seramik camsı bir kaplama olan sır ile kaplanarak tekrar ısıleme sokulur. Sırın olgunlaşması (camsılaşarak sertleşmesi) de yine sırın yapısına bağlı olarak 1050-1250°C sıcaklıkta meydana gelir. Bu pişirim sonrası seramik artık sırlı seramik olarak adlandırılır. Bu süreç kullanım amacı gözetmeksizin tüm seramik üretim yöntemlerinde geçerlidir. İhtiyaca bağlı olarak bazı ısı işlemler birleştirilebilir ya da kademeli olarak çoğaltılabilir. Ancak burada seramiğin kimyasını gözetmek kaçınılmazdır.

SERAMİK ÜZERİNE FOTOĞRAF AKTARIM YÖNTEMLERİ

Seramik malzeme söz konusu olduğunda da, diğer tüm yüzey değerlendirme işlemlerinde olduğu gibi, bir fotoğrafın seramik üzerinde kullanılması için çok çeşitli yöntemler mevcuttur. Ancak öncelikli olarak bu kullanımın seramik üretiminin hangi aşamasında yapılacağına karar vermek gerekir. Bu bağlamda ham seramik, bisküvi seramik ve sırlı seramik üzerine fotoğraf aktarımı yapmak mümkündür. Bazı aktarım yöntemlerinin seramiğin birden fazla aşamasında da kullanıma uygun olduğu durumlar olabilir. Seramik yüzeylere fotoğraf aktarımı yapılırken seramik bünyenin kullanılacak tekniği uygunluğunun belirlenmesi, teknik anlamda en önemli bilgidir. Bu anlamda seramiğin bulunduğu hâl, bu duruma uygun boya kullanımı ve uygulanacak tekniğin kararlaştırılması birbirine bağlı bir süreçtir. Aktarılması planlanan görselin netliği, fotografik değeri ve tekniğe bağlı oluşacak kendine has görüntüsü de bu üç değişkene bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir. Uygulanabilecek tüm aktarım yöntemlerinde denemeler yapmak ve çeşitli değişikliklere açık olmak, aktarım sürecini daha verimli, sonuçları ise daha kaliteli hale getirmektedir.

Serigrafi Baskı Aktarım Yöntemi

Serigrafi baskı tekniği neredeyse her malzeme üzerine baskı yapma imkânı sunan oldukça eski bir yöntemdir. Elek baskı olarak da adlandırılan bu yöntemde genellikle düz yüzeyler üzerine baskı yapılmaktadır. Üç boyutlu yüzeyler üzerine baskı yapılacağına serigrafi ile üretilmiş farklı aktarım seçenekleri de kullanılmaktadır. Bu yöntemin özellikle endüstriyel ve seri seramik üretimlerde oldukça tercih edilmesinin nedeni sayıca fazla ve kalite olarak tutarlı olmasıdır. Seramik üzerine serigrafi ile

aktarım süreci basım yapıldığı noktaya kadar klasik serigrafi süreciyle aynıdır. Bu süreç basılması planlanan görselin CMYK renklerine ayrılarak asetat üzerine aktarıldığı film hazırlama süreci, görselin boyutuna ve detayına uygun kalıbın seçilerek emülsiyon sürülmesi, asetat üzerine basılan görselin kalıp üzerine yerleştirilerek ve ışığa maruz bırakılarak pozlanması, kalıbın pozlama sonrası malzemeden arındırılması için yıkanması, ardından yüzey üzerine baskı yapmak üzere kullanılması ve son olarak kalıbın pozlanan görsel dâhil her şeyden arındırılması anlamına gelen temizlenmesi ile tamamlanmaktadır. Seramik yüzeylere aktarım söz konusu olduğunda ise süreç iki farklı şekilde ilerlemektedir. İlki bisküvi ya da sırlı haldeki, mukavemet kazanmış düz yüzeyli bir seramik üzerine kalıbın yerleştirilmesi ve tıpkı kâğıt, kumaş vb. üzerine yapıldığı ragle yardımı ile aktarımın gerçekleştirilmesidir. İkinci seçenek ise özellikle üç boyutlu seramiklerde sırüstü boya kullanılarak yapılan çıkartma şeklindeki aktarımdır. Bu durumda serigrafi ile hazırlanan kalıp sırlı haldeki seramikler üzerine uygulanmak için özel olarak üretilen çıkartma kağıtlarına baskı yapmak için kullanılır. Sonrasında ise bu çıkartma kâğıtları su yardımı ile sırlı seramik yüzeyler üzerine transfer edilir ve sonrasında ısıl işlem uygulanır.

Dekal (Çıkartma) Aktarım Yöntemi

Dekal aktarım yöntemi hem ham, hem bisküvi hem de sırlı seramiklerde uygulanabilen bir aktarım yöntemidir. Ham ve bisküvi haldeki seramikler üzerine aktarım yapılırken, sıraltı boya ya da oksitler kullanılarak hazırlanmış dekal kâğıtları seramik yüzeye yerleştirilerek nemli bir sünger yardımıyla aktarım gerçekleştirilir. Çoğunlukla hazır olarak satılan ya da sipariş ile ürettirelebilen sıraltı dekal kâğıtları kullanılarak aktarım yapıldığında mutlaka ısıl işlem ve sırlama işlemi yapılmalıdır. Aksi takdirde seramik bünye ile bütünleşmeyen boyalar kalıcı olmayacaktır. Ek olarak bu yöntemde görsel bulunan kâğıt yüzeyi seramik yüzey ile birbirine baktığından, görsel gerekli durumlarda ayna görüntüsü ile basılmış olmalıdır. Sırüstü dekal aktarım yönteminde ise U-WET adı verilen özel çıkartma kağıtları üzerine serigrafi yöntemi ile sırüstü boya kullanılarak baskı alınmaktadır. Suda çözünen özel bir zamlı kâğıtlar lak ile kaplanmışır. Aktarım sırasında zambak tabakası suda çözünür ve görselin seramiğe geçmesi gerçekleşir. Önemli bir nokta, çıkartma direkt olarak seramik üzerine yerleştirildiğinden, elde edilecek görselin ters çevrilmesine gerek olmamasıdır. Sırüstü boya kullanılarak yapılan bu işlem yine ısıl işlem ile seramik yüzeye sabitlenmelidir.

Lazer-Fotokopi Aktarım Yöntemi

Lazer- fotokopi aktarımı; kullanılacak görselin fotografik özellikleri ile dijital ortamda oynama yapılmasını gerektiren ve ham ya da bisküvi haldeki seramik üzerinde uygulanan bir yöntemdir. Bilgisayar ortamında siyah-beyaz kontrastlığının son seviyeye getirilmesinin ardından elde edilen görsel lazer yazıcısından çıktı alınır. Sonrasında iki farklı şekilde uygulaması yapılan bu yöntemde duvar kâğıdı yapıştırıcısı olarak bilinen CMC malzemesi kullanılarak elde istenilen görsel seramik yüzeye aktarılır. Uygulamalardan ilkinde en önemli nokta görselin negatif hale getirilmesidir ve alınan çıktının mutlaka fotokopisi alınır. İstenen renkte sıraltı boya CMC ile karıştırılarak bu fotokopinin baskılı olan kısmına sürülür. CMC katkısı boyanın kâğıt üzerinde sadece beyaz olan kısımlara tutunmasını sağlar. Negatif görsel bulunan kâğıtta beyaz kısımlar görseli temsil ettiğinden ve boya sadece bu kısımlara tutunduğundan, kâğıttaki negatif kısım seramik yüzeye aktarımda görünen renkli kısım olarak ortaya çıkacaktır. İkinci uygulama şeklinde ise görselin negatifi alınmaz ve direkt olarak lazer yazıcıdan alınan çıktı kullanılır. Burada fark, boyanın CMC yerine bezir yapı ile karıştırılması ve CMC maddesinin bir maskeleyen aracı olarak kullanılmasıdır. Çıktı üzerine ilk olarak CMC sürülür, kâğıdın beyaz yerlerine tutunarak maske görevi gören bu malzeme görselin olduğu mürekkepli kısma tutunamaz. Sonrasında bezir yağı ile karıştırılan sıraltı boya çıktının mürekkepli kısımlarına sürülür ve fazla boya su ile kâğıt üzerinden akıtılır. Son olarak kâğıt seramik yüzeye yerleştirilerek ilk uygulama şeklinde olduğu gibi aktarım sağlanır. Her iki uygulama şeklinde de önemli olan nokta, kâğıtta görselin bulunduğu yüzeyin seramik yüzeyine bakacak şekilde yerleştirilmesinden dolayı, görselin aynalama yapılarak çıktı alınması gerekliliğidir. Ham ya da bisküvi haldeki seramik üzerine uygulanan bu yöntemde, aktarım sonrası sırlama ve ısıl işlem uygulanması yine gereklidir.

Toner Aktarım Yöntemi

Yazıcı-fotokopi makinesi kullanılarak uygulanan yöntemlerden bir diğeri de toner aktarım yöntemidir. Burada işin büyük kısmı kullanılan makinenin özelliklerine göre şekillenmektedir. Yine makine üzerinden uygulanan bu yöntemde ek bir katkı maddesi ya da seramik boyasına ihtiyaç duyulmamaktadır. En önemli nokta; baskı alınacak makinenin toner içeriğinin inorganik olması ve demir oksit bulunması gerekliliğidir. Ayrıca makinenin fotokopi işlemi sırasında kullanılan oksidi sabitlemek için uyguladığı ısıl işlemin durdurulması da yöntemin diğer önemli noktasıdır. Diğer aktarım yöntemlerine nazaran daha kolay bir aktarım yöntemi olan toner aktarım yönteminde istenilen görsel fotokopi makinesinden çıktı alınırken ısıl işlem ile sabitleme yapan rulo sistemi durdurulur ve görsel kâğıt üzerine sabitlenmeden makineden çıkarılır. Direkt olarak seramik yüzey üzerine yerleştirilir. Selülozik tiner ile nemlendirilmiş bir pamuk yardımıyla kâğıdın arkasından tampon hareketleri yapılarak oksidin seramik üzerine aktarımı sağlanır. Tinerin çok olması halinde görselde dağılmalar, az olması halinde ise görselde eksiklikler görülebilir. Kâğıt yardımıyla uygulanan diğer

yöntemlerde olduğu gibi gerekli hallerde görselin ayna görüntüsü alınması önemlidir. Tamamlanan görsel aktarımı yine sırlama ve ısıtma işlemi ile sabitlenmelidir.

Direkt Fotografik Aktarım Yöntemi-Cyanotype

Seramik yüzeyde fotoğraf kullanımının her iki medyumdan da beklenileni karşılama şeklinde verim alındığı aktarım yöntemlerinden biri olan direkt fotografik aktarımda, standart karanlık oda teknikleri kullanılmaktadır. Kullanılan malzemeler üzerinden bu yöntemler üç başlık altında incelenebilir; Cyanotype, Vandyke ve Gum Bichromate. Bu yöntemler klasik fotoğraf basım teknikleridir ve bazı değişiklikler ve denemeler ile seramik yüzeylerde uygulanması mümkündür. Cyanotype seramik yüzeyler için en uygulanabilir klasik fotoğraf basım yöntemi olarak belirtilebilir. Bu yöntemin bisküvi ya da sırlı seramik yüzeyde kullanımı için ilk önemli nokta, seramik yüzeylerin gözenekli olmasından dolayı aharlama işleminin yapılmasıdır. Aharlama işlemi için; 10ml arıtılmış su içerisine 1gr sığır jelatini eklenerek yaklaşık 10dk kadar çözünmesi beklenir. Sonrasında bu karışım benmari usulü ısıtılarak homojen hale getirilir ve son olarak 0,1gr alüminyum potasyum sülfat eklenir. Bisküvi haldeki seramik yüzeye kalın bir tabaka halinde sürülen bu karışım yaklaşık 1 hafta kadar kurumaya bırakılmalıdır. Aharlama işleminin tamamlanmasının ardından tamamen kurumuş olduğuna emin olunan seramik yüzeyler Cyanotype uygulaması için hazır hale gelir. Cyanotype uygulanabilmesi için çeşitli formüller mevcuttur. Tablo 13.2'de seramik için en uygulanabilir olan iki formül bulunmaktadır. Bu formüllerden istenen biri kullanılarak hazırlanan Cyanotype solüsyonu; seramik üzerine uygulanarak kuruması beklenir. Kuruduktan sonra istenilen görselin negatifi ile ortalama 16-19dk kadar pozlanır. Pozlama sonrası yaklaşık 10dk kadar soğuk su ile yıkanan seramikler, içine hidrojen peroksit ilave edilmiş bu suda bekletilir. Bu aşamayla beraber, görsel mavi renkte ortaya çıkmaya başlar. Bisküvi hâldeki seramik üzerine yapılan uygulama sonucu ile sırlı seramik üzerine yapılan uygulama sonucu elbette kâğıt üzerine yapılan pozlama sonucundan ve hatta birbirinden farklı görseller sunmaktadır.

Fotoğrafın icadı sanatın üzerinde devrimsel bir etki yaratmıştır. Natüralist benzetme çabaları gereksiz kalmış ve yeni biçim-dili oluşturulma zorunlu olmuştur. 1910'da başlayan sanattaki devrim, Kübizm'den Soyut sanata kadar uzanır ve sanatla yaşamın ayrı olmadığı, birbirini besleyen ve birbirine dönüşen olguların olduğu algısı yerleşmiştir.

Geleneksel konularda geleneksel yöntem ve materyaller yeterliyken, hızlanan dünyanın yeni teknolojileri ve keşifleri, sanattaki yerini bulmak zorundadır. Üç boyutun ötesine geçip, hareketi, devinimi, geçmiş, şimdi ve gelecek arasında akan zamanı, yani dördüncü boyutu yansıtacak araçlar arayan sanat, kademeli olarak nesnesiz, soyut ve kavram odaklı hal almaya başlamıştır. Endüstriyel toplumun bireyleri kendine odaklanıp, madde ve tinin ayrı veya karşıt olmadığı algısına ulaşıncaya, toplumun en hassas temsilcisi olan sanatçılar da psikolojik ve felsefi durumların dışavurumu için çare aramaya başlamıştır.

Toplumsal düzen de değişimlere uğrarken, düşün-formu, düşün-objesi, buluntu objeler gibi kavramlar sanatın lügatinde yerlerini almıştır. Modernizmin ardından gelen Post-Modern dönemin üslup, malzeme, konu, izleyiciyle iletişim şekli gibi araçları çok farklı deneyimleri yaşatmaya yönelmiştir. Modernist dönemin fotoğrafik nesnesi günümüzde artık kitle iletişim araçlarının kullandığı bir silaha dönüşmüş, sanatın eleştirel rolünü üzerine almıştır. Sanat piyasasının işleyişinde günümüzde reklam ve pazarlamanın önemi tartışılmazken, fotoğrafik nesne de çağdaş sanatın iletişim fonksiyonu dışında, başka birçok işlevi de yerine getirmektedir. Özellikle günümüzde kendine mal etme stratejisinin en verimli alanlarından biri fotoğrafik imgelerin alanıdır. Sanattaki yapı sökücü tavırda, kopyalanmış imajların farklı bir şekilde yorumlanması, doğal ortam ve anlamlarından koparılması ve çağımızın karakterini yansıtan mesajları iletmek üzere kullanılması, fotoğrafik imgelerin yardımıyla çarpıcı olduğu kadar, çağdaş insanın da algılayabildiği ve şifrelerini çözebildiği özelliği ile de önemlidir. Çağdaş sanatta fotoğrafik imge hem kendi başına fotoğraf olarak, hem de diğer sanat teknik ve türleriyle sentez içinde, karışık teknikte bir eleman olarak da kullanılabilir. Bu açıdan orijinal şekilde olduğu kadar, baskı veya farklı transferler halinde eserlerin yüzeylerine uygulanabilmektedir. Geleneksel manuel teknolojilerin yanında, yüksek teknolojik dijital makinelerin ürünü, ya da tamamen ilkel lenssiz kameraların ürettiği imgeler çağdaş sanatta yer bulabilmektedir. Çıkış noktası olarak fotoğraf kullanan eserler, klasik anlayışta boya resmi olabileceği gibi, enstalasyon (yerleştirme), asamblaj, kolaj, üç boyutlu hareketsiz veya hareketli obje, heykel gibi formlarda da olabilmektedir. Bu eserlerde yer alan fotoğraflar; siyah beyaz, sepia, renkli, anonim, buluntu özellikte olabilmektedir. Fotoğrafların sağlandığı kaynakları araştırıldığında, aile albümleri, özçekimler, stüdyo arşivleri, dergi kapakları ve sayfaları, gazete sayfaları, sosyal medya hesaplarından alınan fotoğraflar, internet kaynakları, buluntu, bit pazarı gibi kaynaklar tespit edilebilir. Ayrıca format açısından fotoğraflar analog ve dijital formatta olabilmektedir.

Çağdaş sanat

Eroğlu'na göre çağdaş sanat, "havasını soluduğumuz ve hakkında bir söyleme yetkimizin olduğu bir zamanı ifade eder" fikrini paylaşmaktadır. Duchamp'ın sanatın içine yerleştirdiği "hazır nesne" ile daha sonra kullanıma giren "buluntu nesne" kavramlarıyla da, sanat eseri statüsünde el emeğinin yanına, teknoloji üretimi nesnelere de önemli rol almaya başlamıştır. Ayrıca güzellik kavramı da yeni paradigmalarda ışığında değişime uğrarken, güzelliği aşağılama eğilimleri artmaktadır ve güzellik sıklıkla yerini başka kavramlara bırakma durumundadır.

Günümüz sanatında konu ve kavramlar bulduğumuz gerçekliği yansıttıklarından, özellikle toplumsal ve kişisel hafıza, anı-bellek, küyerelleşme (küresel ve yerelin birleşimi), cinsiyet, aidiyet, ötekileşme, anonimleşme, mekan- zaman olguları, melezleşme, gündelik hayat, tekinsizlik, iletişim gibi kavramlar sıklıkla irdelenmektedir.

Günümüz sanatçıları izleyicisiyle etkileşime girerken, bazı rolleri de üzerine almak durumundadır. Buna göre çağdaş sanatçı üç rollerden herhangi birini veya bir kaçını üstlenirken; geçmişi, günümüzü ve geleceği analiz etmeyi, kendi benliğini arayış içerisine girmeyi veya olgu ve olayları eleştirmeyi seçebilmektedir.

Fotoğrafın Çağdaş Sanatta Kullanımı

Fotoğrafın icadından bu yana sanat bu yeni teknolojinin etkisiyle türlü aşamalardan geçerek, natüralist yansıtıcılıktan uzaklaşıp, duygu ve düşüncelerin farklı ifade yollarını çizmiştir. Fotoğrafın referans olarak kullanımı dışında, fotoğrafın kendisi de sanat eserlerin içine dâhil olmaya başlamıştır. Bu dâhil

olma işlemleri farklı şekillerde olabilmektedir.

Fotoğrafın orijinali üzerinde işlemler yapılabilirken, kopyasının da kâğıt, plastik, tuval gibi yüzeylerin üzerine baskısı alınabilmekte ve diğer işlemlere devam edilebilmektedir. Fotoğrafikimgeye boya pigmenti, lif ve tekstil, tel ve başka farklı materyallerle işlem yapılabilir. Fotoğrafın tamamı veya bir parçası kullanılabilir. Fotoğraf kolaj ve asanblajlarda, resim yüzeyinde veya üç boyutlu nesnelerin üzerinde ya da içinde yer alabilir. Sanatçının ihtiyacına göre fotoğrafik imgeler siyah beyaz, sepia veya renkli olarak tercih edilebilir

Çağdaş sanat eserlerinde çıkış noktası olarak kullanılan fotoğraflar sıklıkla portre veya insan figürü içermekle beraber, doğa, şehir görüntüleri, özel nesnelere gibi imgeleri de yansıtabilmektedir. Fotoğraf bellekle ilişkilendirildiğinde, özel olduğu kadar, toplumu ilgilendiren konular da söz konusu olabilmekte ve fotoğraf bu konuların merkezinde olup, anlatımcı veya kavramsal bir çalışmanın çıkış noktası olarak görülebilmektedir. Bir vesikalık, stüdyo fotoğrafı, aile albümlerinden çıkmış amatör bir kare, haber değeri olan belgesel tadında bir an veya planlanmış moda çekiminden bir sahne, her biri günümüz sanatında özel bir mesajın iletildiği bir eserin çıkış noktası olabilir. Fotoğraf kültürel bir nesne olmakla beraber, geçmişle kurulan duygusal bağları ve toplumu ilgilendiren tarihsel hareketleri meydana getiren küçük kıvılcımların da taşıyıcısıdır. Bu açıdan fotoğraf birçok metaforların oluşumuna aracılık ettiği için, çağdaş sanatçılar tarafından sıklıkla tercih edilen bir medyum olarak kullanılmaktadır. Fotoğraf eserlerdeki imge havuzuna katkı sağlarken, eserin kavramsal çerçevesini oluşturmasında da önemli rol oynamaktadır.

Sanatta Kullanılan Fotoğraf Teknolojileri

Günümüzde son derece gelişmiş baskı ve dijital teknolojilerinden faydalanmak kolay ve herkes için ulaşılabilir bir alandır. Bu açıdan sanatçılar önceden basılmış, buluntu, aile fotoğrafları veya bitpazarı ve e-bay gibi kaynaklardan sağladıkları fotoğrafların dışında, kendi imkânlarıyla manuelveya dijital makineleriyle çektikleri kareleri de tercih etmektedirler. Fotoğrafi sanat eserinin yüzeyine aktarırken transfer, ipek baskı, baskı veya desen/resim olarak kopyası tercih edilebilir.

Çağdaş sanat uygulamalarında sıklıkla geçmişe ait teknolojiler kullanılırken, üretilen çalışmalara güncel yorumlar ve kavramlar yüklenmektedir. Pinhole (iğne deliği) kamerası bu tür teknolojilere ilginç bir örnektir. Pinhole (iğne deliği) kamerası, lensi olmayan, küçük bir iğne deliği olan ışık geçirmez bir kutudur. Bir sahnenin ışığı delikten geçerek, kutunun duvarına ters görüntüyü yansıtır.

Çağdaş Sanat Eserlerinde Fotoğraf Kullanma Örnekleri

Amerikalı sanatçı Robert Rauchenberg 1962 ile 1964 yılları arasında ürettiği sergirafi serisi, onun Popart'la özdeşleştirmesine yol açmıştır.

Gerhard Richter, 1963'de çalışmaya başladığı grup portrelerinden oluşan serilerinde, gerçek fotoğrafları kaynak olarak almıştır, çünkü ona göre " fotoğraf en mükemmel resimdir. Değişmez mutlak ve dolayısıyla özerktir, koşulsuzdur, üsluptan yoksundur". Gazete sayfasında bulunan gerçek siyah beyaz fotoğrafını referans olarak alırken, o karede yer alan insanlarla, yaşadıkları dönemi ve ortamı eşit ve aynı derecede önemli ya da önemsiz kılmak üzere, tüm imgeleri ve espası bulanıklaştırmaktadır.

Pop Art hareketi şekillendiren sanatçılardan biri olan Andy Warhol, dönemin ikonik kişilerin fotoğraflarını kullanarak, onların dev boyutlu resimlerini veya ipek baskılarını farklı renklerde defalarca tekrarlayarak, imgelerin taşıdığı kavramsal yükü sorgulamaktadır.

Amerikalı ressam, fotoğraf ve kavramsal sanatçı SherrieLevine çağdaş sanat stratejilerinden olan " kendine mal etme" yöntemini en çarpıcı şekilde uygulayan sanatçılardan biridir. Buradaki başlangıç noktası başka bir sanatçının fotoğraf çalışmasıdır ve aynı zamanda bu fotoğraf, hiçbir değişime uğramadan sonuç eserini de oluşturmaktadır. Sanatçı analiz ve eleştiri rolünde üretim yapmaktadır. Fotoğraf sanatçısı Pinky/ MM Bass, pinhole (iğne deliği) kamerasını kullanarak çektiği fotoğrafların üzerine renkli ipliklerle işlemler yaparak, sağlık, hastalık ve hayata dair metaforik imgeler yaratır, güç/kırılganlık, umut/çaresizlik, sevinç/keder, güzel/çirkin, ince/kaba vb. gibi metaforları ifade etmek için iplikten faydalanmaktadır.

MelissaZexter portre ve aidiyetle ilgili araştırmalarında belgesel tadındaki siyah beyaz fotoğrafları tercih ettiğini ve iplikle fotoğrafın arka yüzünü işlediğini, böylece ön yüzünde gizli kalmış olanların soyut bir şekilde ortaya çıktığını ifade etmektedir.

David Cata'nın hayatında duygusal iz bırakan toplam 20 kişinin portreleri avuç içinde dikilmiş, sökülmüş ve fiziksel acı olarak iz bırakmıştır.

Koreli sanatçı YoonJiSeon "Halı yüz" serisinde el dokuması mantığında hazırladığı halıların merkezine kendi fotoğraflarını yerleştirip, iplikleri boya gibi kullanmakta ve Kore kültürüyle ilgili bazı kavramları yorumlamaya çalışmaktadır. Sanatçı, Kore kültüründeki kadın statüsü, idealize edilmiş güzellik normları ve estetik cerrahisinin popüler olması ile de ilgiliyken, komik ve grotesk olanın zıtlığını da vurgulamaktadır.

Amerikalı sanatçı MannyRobertson metaforik deformasyon uygularken, kişiliğin psikosomatik parçalanmasını izlemeye alır (Görsel 14.10), siyah beyaz ve renkli parçaları birleştirirken de ruhun kendini iyileştirme çabalarını vurgulamaktadır.

Fransız sanatçı CecilePerra üç boyutlu objeler ve minik hazine kutuları, eski fotoğraflardan kestiği

yüzlerin ısrarlı bakışlarıyla izleyiciyi etkiler, fantastik dünyaların içine sürüklenmeye ve parçaların anlattığı hikayeleri birleştirmeye davet etmektedir.

Alman sanatçı DianeMeyer toplumsal hafızadan silinen anlamlarına işaret etmek amacıyla Berlin duvarının var olduğu dönemine işaret eden fotoğrafların üzerine iplikle manipülasyon yaparak, önemli sosyolojik çıkarımlarının da silinip kendileriyle götürdüğünü vurgulamaya çalışmaktadır.

Amerikalı sanatçı EliseWehle çektiği fotoğrafları keserek, arabesk motiflerden oluşan boşlukları imgelerle dolu fotoğraf alanına dahil eder, doğanın ve insan elinin katkısını birleştirir, doğu mimarisinin felsefi bakış açısını da eklemektedir.

Amerikalı sanatçı Shaun Kardinal, doğa ve insan ilişkisini orijinal kartpostalların üzerine iplikle işleme yaparak irdelemektedir.

Amerikalı sanatçı Lisa Kokin buluntu fotoğraflarla anı-bellek kavramının altını çizen Kokin, hatıralarda gülümsemesiyle iz bırakan kadınların, geçmiş ve geleceğin arasındaki devamlılığını da sağladıklarının unutulmaması gerektiğine de gönderme yapmaktadır.

Sanatçı Aliza Razell özçekim portre fotoğraflarını ve sulu boya tekniğini birleştirerek, "birini veya bir şeyi özleme hissini" anlatan hikayeleri yaratmaktadır.

"Fotoğrafik obje" sergisinde, materyal, ebatlar, sergileme şekli açısından fotoğrafların heykellerin içinde yer alması veya kendi başlarına üç boyutlu obje olarak var olmaları yaklaşımı ile fotoğraf ve heykel bütünleştirilmiştir ve farklı bir varlık ya da tür olarak hayat bulmaktadır.

Fransız sanatçı ChristianBoltanski yansıma kavramını incelerken, özel mitos oluşturma yöntemi uygular, çalışmanın merkezinde bu mitosun kahramanları olan anonim kişilerin fotoğrafları vardır.

Amerikalı sanatçı Cindy Sherman fotoğrafları kadın stereotipleri ile ilgilenir, ancak bu stereotipler onun kadınları nasıl gördüğünü değil, erkeklerin kadınları nasıl gördüğünü yansıtır.

Örnekleri özetlediğimizde, şu sonuçlara ulaşabiliriz.

Hafıza-bellek konularında çalışan sanatçılar şunlardır: Lisa Kokin, Diane Meyer, Gerhard Richter, Robert Rauchenberg, Boltanski, Louise Richardson;

Popart sanat akımının temsilcileri: Andy Warhol, Robert Rauchenberg;

Doğa-insan ilişkisini eserlerinde çalışan sanatçılar: Shaun Kardinal, EliseWehle, Kate Steciw;

Benlik arayışı ve kimlik alanında araştırma yapan sanatçılar: Manny Robertson, Cecile Perra, Aliza Razell, Yoon Ji Seon, David Cata, Melissa Zexter, Pinky/ MM Bass, Leigh Ledare, Shirin Neshat, Martine Syms, Barbara Krueger;

Sanat üretiminde fotoğrafı iplikle kombine eden sanatçılar: Yoon Ji Seon, Manny Robertson, Diane Meyer, Cecile Perra, Shaun Kardinal, David Cata, Melissa Zexter, Pinky / MM Bass, Louise Richardson;

Kendine mal etme stratejisini sıkça kullanan sanatçı Sherie Levine;

Pinhole kamerası kullanan sanatçı: Pinky / MM Bass'dır.