

**T.C.  
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI**

## **GAZETECİLİK**

**LOGO, İLAN, AFİŞ ve  
BROŞÜR TASARIMI  
213GİM163**

**Ankara, 2011**

- Bu modül, mesleki ve teknik eğitim okul/kurumlarında uygulanan Çerçeve Öğretim Programlarında yer alan yeterlikleri kazandırmaya yönelik olarak öğrencilere rehberlik etmek amacıyla hazırlanmış bireysel öğrenme materyalidir.
- Millî Eğitim Bakanlığınca ücretsiz olarak verilmiştir.
- **PARA İLE SATILMAZ.**

# İÇİNDEKİLER

AÇIKLAMALAR .....	ii
GİRİŞ .....	1
ÖĞRENME FAALİYETİ -1 .....	3
1. GÖRSEL İLETİŞİM-AMBLEM/LOGO .....	3
1.1. Görsel (Grafik) İletişim .....	3
1.1.1. Grafik Yüzeyleyler.....	4
1.1.2. İnsanın Görme Doğası.....	4
1.2. Amblem / Logo.....	6
1.2.1. Amblem.....	6
1.2.2. Logotype .....	8
1.3. İyi Bir Amblem ve Logotype'ın Özellikleri .....	10
UYGULAMA FAALİYETİ -1 .....	12
ÖĞRENME FAALİYETİ-2.....	15
2. GRAFİK TASARIM – İLANLAR .....	15
2.1. Tasarım ve Tasarımın Dalları .....	15
2.1.1. Grafik Tasarımın Genel Özellikleri.....	16
2.1.2. Grafik Tasarımcının Görevi .....	17
2.1.3. Grafik Tasarım Dili .....	17
2.2. İlan.....	18
2.2.1. İç Mekân (In Door) İlanları .....	18
2.2.2. Dış Mekân (Out Door) İlanları.....	19
UYGULAMA FAALİYETİ .....	22
ÖĞRENME FAALİYETİ-3.....	24
3. TASARIM SÜRECİ – AFİŞLER .....	24
3.1. Tasarım Süreci.....	24
3.1.1. Problemin Tanımı.....	24
3.1.2. Bilgi Toplama.....	25
3.1.3. Yaratıcılık ve Buluş.....	25
3.1.4. Çözüm Bulma.....	28
3.1.5. Uygulama .....	30
3.2. Afişler .....	30
3.2.1. Afişin Tanımı ve Türleri .....	30
3.2.2. Afiş Tasarımında Değerlendirme Kriterleri .....	32
UYGULAMA FAALİYETİ .....	35
ÖĞRENME FAALİYETİ-4.....	37
4. TASARIM İLKELERİ-BROŞÜRLER .....	37
4.1. Tasarım İlkeleri.....	37
4.1.1. Tasarımı Oluşturan Elemanlar.....	37
4.1.2. Tasarımın Temel İlkeleri .....	38
4.1.3. Tasarımın Görselleştirilmesi .....	44
4.2. Broşürler .....	46
UYGULAMA FAALİYETİ .....	48
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME .....	50
MODÜL DEĞERLENDİRME .....	52
CEVAP ANAHTARLARI.....	53
KAYNAKÇA.....	54

# AÇIKLAMALAR

<b>KOD</b>	
<b>ALAN</b>	<b>Gazetecilik</b>
<b>DAL/MESLEK</b>	<b>Sayfa Sekreterliği</b>
<b>MODÜLÜN ADI</b>	<b>Logo, İlan, Broşür ve Afiş Tasarımı</b>
<b>MODÜLÜN TANIMI</b>	Logo, İlan, afiş ve broşür gibi çalışmaların özellikleri ile görsel iletişim ve sayfa tasarımı sürecinin tanıtıldığı, çeşitli yazılımları kullanarak, belli niteliklerde tasarımlar yapabilmek için gerekli bilgi ve becerilerin kazandırıldığı öğretim materyalidir.
<b>SÜRE</b>	40/32
<b>YETERLİK</b>	Logo, ilan, broşür ve afiş tasarlamak
<b>MODÜLÜN AMACI</b>	<b>Genel Amaç:</b> Bu modül ile gerekli ortam sağlandığında, çeşitli yazılımları kullanarak temel niteliklerine uygun logo, ilan, afiş ve broşür tasarlayabileceksiniz. <b>Amaçlar:</b> 1. Temel niteliklerine uygun logo tasarlayabileceksiniz. 2. Temel niteliklerine uygun ilan tasarlayabileceksiniz. 3. Temel niteliklerine uygun afiş tasarlayabileceksiniz. 4. Temel niteliklerine uygun broşür tasarlayabileceksiniz.
<b>EĞİTİM ÖĞRETİM ORTAMLARI VE DONANIMLARI</b>	<b>ORTAM:</b> Masaüstü yayıncılık atölyesi <b>DONANIM:</b> PC/MAC, Resim İşleme Programı, vektörel çizim programı, sayfa düzenleme programı, tarayıcı, fotoğraf yazıcısı, yazıcı, projeksiyon cihazı, örnek ilan, afiş ve broşürler.
<b>ÖLÇME VE DEĞERLERDİRME</b>	Modülün içinde yer alan her faaliyetten sonra, verilen ölçme araçları ile kazandığı bilgi ve becerileri ölçerek, kendi kendinizi değerlendireceksiniz. Öğretmeniniz modül sonunda size ölçme aracı uygulayarak modül uygulamaları ile kazandığınız bilgi ve becerileri ölçerek değerlendirecektir.

# GİRİŞ

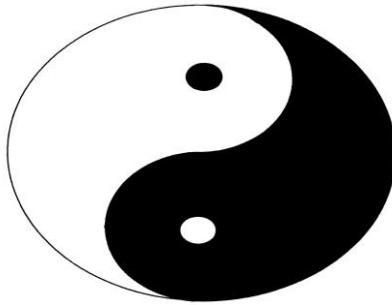
## Sevgili Öğrenci,

Günlük hayatta kullandığımız hemen her şey, bir tasarım faaliyeti sonucunda oluşmuştur. Elinizdeki modülden, oturduğunuz sıraya, içinde bulunduğunuz binadan, üzerinizdeki giysiye kadar her şey, bir tasarımın ürünüdür. Bundan ötürü tasarım, günlük hayatımızda sürekli karşımıza çıkan oldukça etkileyici bir sözcüktür.

Bu aşamaya kadar yaptığımız çalışmalarda daha çok belli bir işi nasıl yapacağımız sorusunun cevabını aradık. Ancak tasarımın nasıl yapılacağından çok, ne yapılacağı sorusuna; diğer bir deyişle mesajın nasıl ve ne şekilde verileceğine cevap aranılan zorlu bir süreçtir. (Daha önce başka bir modülümüzde verdiğimiz terzi ile dikiş makinesi arasındaki ilişki örneğini hatırlayınız). Oldukça zorlu bir süreçtir diyoruz çünkü tasarım, teknik ve teorik bilgi yanında, yetenek, deneyim, yaratıcılık, zekâ, sabır, estetik duygu gibi bir çok özelliğin bir arada barındırılmasını gerektiren bir süreçtir. Bir şeyi yapmak ile tasarlamak arasındaki farkı ve tasarımın çok daha zor olduğunu, çalışmalarını yaparken daha iyi fark edeceksiniz.

Tasarımın zor bir süreç olduğunu ısrarla vurgulamamızın sebebi, konunun ciddiyetle ele alınması yanında, modülümüzün kapsamının daha sağlıklı anlaşılmasıyla da ilgilidir. Gerek bu modül, gerekse tasarım konusunu içeren diğer modüller, grafik tasarımcı yetiştirme iddiasında değildir. Hiç şüphesiz bu daha üst düzeyde bir eğitim gerektirmektedir. Tasarım konulu modüllerimizin temel amacı sadece grafik tasarıma genel bir giriş yapmak ve öğrencilerimizde bir estetik kaygı oluşmasına katkı sağlamaktır.

Bu modülümüzde, yapılan çalışmalarla hedeflenen tasarım süreci ile tanışmanız yanında; temel niteliklerine uygun logo, ilan, afiş ve broşür tasarımı yapabilmelisinizdir. Çalışmalarımızı yaparken bir yandan da görsel iletişim ve tasarımla ilgili teorik bilgiler edineceksiniz.





# ÖĞRENME FAALİYETİ-1

## AMAÇ

Amblem/logo özelliklerini tanıyarak, temel niteliklerine uygun logo ve amblem tasarlayabileceksiniz.

## ARAŞTIRMA

- Çeşitli kuruluşların amblem / logolarını inceleyerek, nerelerde kullanıldıklarını araştırınız. Aralarından seçtiğiniz en az 3 tanesini sınıf ortamında arkadaşlarınızla paylaşınız.
- Yin Yang kuramı hakkında araştırma yaparak, giriş metninin altında gördüğünüz Yin Yang sembolünü, görsel anlatım açısından inceleyiniz.

## 1. GÖRSEL İLETİŞİM-AMBLEM/LOGO

### 1.1. Görsel (Grafik) İletişim

Konuya giriş olarak anlatılması gereken iletişim, iletişim türleri ve görsel iletişim konularına tekrara düşmemek için girmiyoruz. Ancak bu aşamada iletişimin duyular sayesinde gerçekleştiğini, görme duyumuzun en önemli duyularımızdan biri olduğunu ve görsel iletişimin sözlü iletişime göre daha evrensel olduğunu hatırlatmakta fayda görüyoruz.

İnsanoğlu çevresindeki nesnelere, durumları, olayları, öncelikle görerek tanımlar ve anlamaya çalışır. İnsanoğlu bu özelliğini geliştirmek için on binlerce yıl harcamıştır. Hepimizin aşına olduğu mağaralara çizilen resimler ilk görsel iletişim örnekleridir.

İletişimle ilgili başlangıçta belirtilmesi gereken bir diğer konu ise iletişim sürecinin amacına uygun ve doğru gerçekleşmesi durumudur. İletişimin bu boyutunun etkin ve yaratıcı bir şekilde kurgulanması, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte daha da önem kazanmakta ve en genel anlamı ile 'İletişim Tasarımcısı' olarak adlandırabileceğimiz çağdaş bir mesleği her geçen gün daha popüler hâle getirmektedir. Bu meslek günümüzde, çevresinde pek çok yan dal ile birlikte bu dalların ayrı ayrı uzmanlık konularına sahip bir duruma gelmiştir.

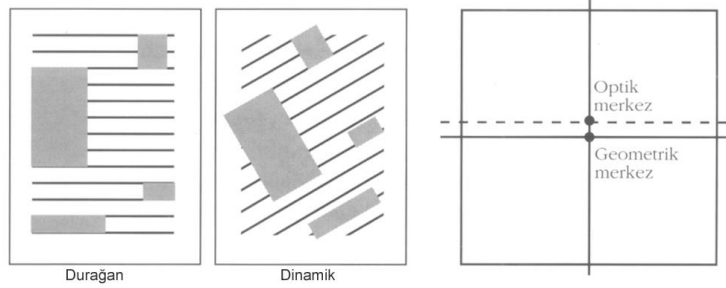
İletişim yöntemi ya da aracı farklı ihtiyaçlara göre değişiklik gösterebilir. Bazı durumlarda sözlü iletişim, bazı durumlarda ise görsel iletişim daha işlevsel olabilir. Ancak sözlü iletişim sırasında sık sık yanlış anlamalar olmakta, kayıt olmadığı için düşünceler unutulabilmektedir. Bir düşünce ya da kavramın kaydedilebilmesi için bir grafik iletişim sisteminin kurulmuş olması gereklidir. Bu özelliği ile grafik imgeler gelişmiş ülkelerde önemli ve sürekli bir yere sahiptir. Başlıca grafik iletişim araçları yazılar, resimler ve fotoğraflardır.

Grafik iletişimi, *görüntülerden oluşan bilgilerin değiş-tokuşu* olarak tanımlayabiliriz. Bu genel tanıma grafiğin görsel olarak algılanan şeylerle ilgili olması, iletişimin ise her türlü bilginin, insanlar arasındaki alışverişi olma özelliğinden ulaşırız.

Grafik iletişimin en temel amacı ve başarı kriteri ise bir mesajın açık, ekonomik (sade) ve estetik bir yolla iletilmesidir. Grafik iletişimin ekonomik olmasından kastedilen; mümkün olan en az sayıda görsel imgenin, mümkün olan en çok bilgiyi aktarabilmesidir.

### 1.1.1. Grafik Yüzeyler

Grafik tasarım yüzeyini sağlıklı anlayabilmemiz için her şeyden önce insanın görmeye dayalı doğasını ve boşluk kavramını bilmemiz gerekir. Grafik tasarımlar (kâğıt, film, bilgisayar görüntüleri) genellikle dört köşe ile sınırlandırılmış iki boyutlu yüzeyler üzerinde oluşur. Tasarımcı, mesajların görsel ve sözel unsurlarını bu iki boyutlu yüzeyler üzerinde bir bütünlüğe kavuşturmaya çalışır. Bir yüzeyin yatay ve dikey kenarları, tasarımın ilk dört çizgisidir. Bu çizgiler, kompozisyonun yer alacağı alanı belirler. Görsel unsurlar kenar çizgileriyle aynı yönde yerleştirildiklerinde düzenli ve durağan, karşıt yönde yerleştirildiklerinde dinamik ve enerjik bir yapı oluştururlar.



Şekil 1.1. Farklı grafik yüzeylerin algılanma biçimi

Grafik tasarım alanını dikey ve yatay eksenlerle böldüğümüzde, bu iki eksenin kesiştiği nokta, geometrik merkez bir başka deyişle odak noktasını oluşturur. Odak noktasının biraz daha yukarısı ise insan gözünün merkez olarak algıladığı optik merkezdir.

### 1.1.2. İnsanın Görme Doğası

#### ➤ İnsan, Doğası Gereği Yatay ve Dikey Formlara Eğilimlidir

İnsanlarda yatay ve dikey formlara doğuştan gelen güçlü bir eğilim bulunmaktadır. İnsanın dikey formlara karşı eğiliminin sebebi dünyanın merkezine doğru bir yol izleyen yerçekimi ile insanın bu çekime karşı koyan dikey konumudur. Yatay formlara eğilimin sebebi ise insanın dünyayı düz olarak algılaması sonucu, ufuk çizgisinin daima yatay bir hat olarak görünmesidir.



### ➤ **İnsan Gözü Oldukça Dar Bir Alana Odaklanabilir**

İnsanın görme duyusunun izlediği yol, grafik iletişim açısından oldukça önemlidir. İnsan gözü oldukça dar bir alana odaklanabilir. Bu nedenle insan gözü bu ayrıştırma ve seçme eylemi sırasında, sürekli ve hızlı bir hareket hâindedir. Gözümüz, çeşitli odak noktaları arasında dolaşarak, algılamayı bazı kesintilere uğratsa da görsel algılama genel olarak birbirinden ayrılmayan sürekli ve tek bir eylem olarak ele alınır.

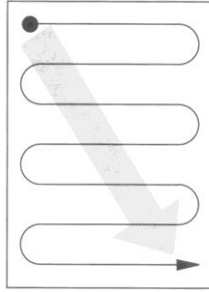
### ➤ **Ardışık İmge**

Grafik tasarımını etkileyen bir başka görsel olgu da ardışık imgedir. Parlak bir renk yüzeyine baktıktan hemen sonra, beyaz bir yüzeye baktığımızda bu parlak rengin tamamlayıcı rengini beyaz yüzeyde görüyoruz gibi oluruz. Bu tamamlayıcı renk ardışık imge konumundadır.

Daha anlaşılır bir şekilde ifade edersek bir yüzeydeki parlaklık, aydınlık ya da koyuluk gibi özellikler tek başlarına tam olarak algılanamazlar. Bu görsel özellikler daha çok yan yana ya da üst üste buldukları yüzeylerdeki renk ve ton değerleri tarafından belirlenir. Işık koşulları, renge ve tona dayalı kontrastları doğrudan etkiler.

### ➤ **Yazılı İletişimin Yönü**

Batı kültürlerinde yazılı iletişim, sol üstten sağ alt köşeye doğru yönelen, yatay ve çizgisel bir sıra izler. Bu hareket yönü, grafik tasarım yüzeylerinin düzenlenmesinde temel kriterlerden birini oluşturur.



Şekil 1.1. Yazılı iletişimin yönü

### ➤ **İnsan Düzen ve Açıklığa İhtiyaç Duyar**

İnsan, yakın çevresinde ve iletişim ortamında bir düzene ve açıklığa ihtiyaç duyar. İnsanın doğasında bir form üretme ve form algılama içgüdüğü bulunmaktadır. Bir insan karmaşa içinde yaşayamaz ve her yerde biçimlere dayalı bir düzen oluşturmaya çalışır. Tasarımcıların görevi insanın formlara dayalı düzen gereksinimini karşılamaktır.

## 1.2. Amblem / Logo

Ticaretin başlamasıyla bir malın, bir ürünün diğerlerinden ayırt edilmesi gerekliliği de doğmuştur. Zamanla bazı ürünlerin taşıdıkları özellikleriyle rakiplerinden ayrılmaya, aranılır olmaya başlaması, bunların kolay ayırt edilmesi gerekliliğini, üzerlerine bazı işaretler koyma zorunluluğunu getirmiştir. O dönemde okuryazar kitlenin fazla olmaması bu işaretlerin, yani markaların daha çok semboller şeklinde oluşmasına sebep olmuştur.

Satıcı ile alıcının karşı karşıya gelmediği günümüzde ise bir ürünün tüketiciye ulaşması için araçlara ihtiyaç duyulmuştur. Haberleşmenin ve ulaşımın bu denli gelişmesi, bir pazarda aynı ürünün pek çok çeşidinin bulunması, buna bağlı olarak self-servis satış ünitelerinin artması, insanları satış öncesi karar verme sürecini zorlaştırmıştır. En önemlisi pek çok ürünün ambalajlı olarak satılması sebebiyle tüketicinin tatma, dokunma, deneme şansı kaybolmuştur. Eski deneyimlerine, alışkanlıklarına ya da reklâmın etkisine bağlı olarak seçim yapmaya başlamıştır. Bu nedenle ürünler arası ayırt edici işleviyle marka, markayı oluşturan simge, özgün yazı ve işaretlerin önemi, her geçen gün daha da artmaktadır.

### 1.2.1. Amblem

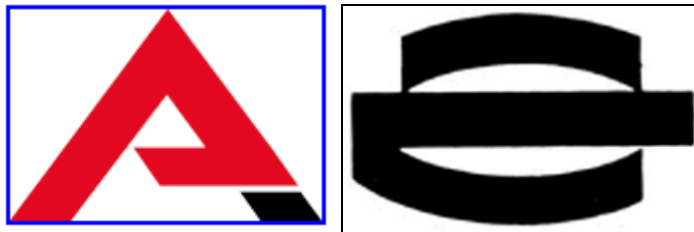
#### 1.2.1.1. Amblem Tanımı

Ürün ya da hizmet üreten kuruluşlara kimlik kazandıran, sözcük özelliği göstermeyen; soyut ya da nesnel görüntülerle ya da harflerle oluşturulan simgelere amblem denir.

#### 1.2.1.2. Amblem Çeşitleri

##### ➤ Formlarını Harflerden Alan Amblemler

Tipografik amblemler, sadece bir harften oluşuyorsa o harf alışılmışın dışında bir form olmak zorundadır. Kullanılan alfabelerdeki harflerden ayrılması ve akılda kalıcılığı, bu özelliğe bağlıdır. Tasarımcı burada yeni bir harf formu arayacaktır. Birden fazla harften oluşan amblemlerde ise en önemli özellik, harflerin birbirleriyle strüktür (iç yapı), form ve espas (boşluk) kombinasyonu açısından dengeli kullanımları ve alışılmışın dışında olmalarıdır.



Şekil 1.3. Formunu harften alan amblemler

➤ **Kurum Hakkında Bir İmaj Veren Biçimlerden Oluşan Amblemler**

Bazı amblemler, biçimleriyle kurum hakkında bilgi taşırlar. Bu tür amblemlerde sembolik motiflerden yararlanır. Dokuma mekiğinin tekstili, kitabın yayınevini, güvercinin barışı simgelemesi gibi... Ayrıca firma adı özel bir şekilden oluşmakta ise bu tip amblemlerde, sembole yönelik tasarımlar yapılmaktadır. Pelikan, Üç Balık, Aslanlı, Başak, Karaca gibi...

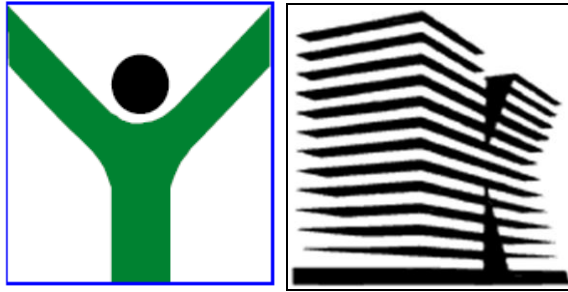


Şekil 1.4 Kurum amblemleri

➤ **Harf ve Firma Hakkında İmaj Veren (Harf ve Resimsel**

• **Biçimlerin Bir Arada Kullanıldığı) Amblemler**

Formlarını harflerden alan ve firma hakkında imaj veren, biçimlerden oluşan amblemlerin kombinasyonlarıdır. Bu tür amblemler, firma hakkında bir imaj verirken, firma adının baş harfi ile de diğer firmalardan ayrılmasını kolaylaştırır ve akılda kalma yüzdesini artırır.



Şekil 1.5. Firma amblemleri

➤ **Firma Hakkında Yeni Bir İmaj Veren (Soyut veya Somut) Amblemler**

Harflerle yapılan amblemler, genelde bir karmaşa doğurmaktadır. Yapılan tasarımın özgünlüğü, amblemin yaşama süresini etkiler. Günümüzde harflerle yapılan amblemlerin çokluğu, akılda kalıcılık oranını büyük ölçüde düşürmüştür. Bu nedenle yeni bir imaj veren amblemler aranmaktadır. Ayrıca bazı toplumsal ya da kentsel özelliği yansıtan amblemler de

vardır. Bunlar, önemli bir toplumsal olayın anma yıldönümü veya bir yörenin, kentin özelliklerini yansıtan amblemlerdir. Daha çok öğeyi yan yana getirme zorunluluğundan doğan bir karışıklığa meydan vermemek gerekir. Öğeler arası ilişki uyumlu olmalıdır.



Şekil 1.6. Kurum hakkında yeni bir imaj veren amblem



Şekil 1.7. Kentsel bir özelliği yansıtan amblem

## 1.2.2. Logotype

### 1.2.2.1. Logotype'ın Tanımı

İki ya da daha fazla tipografik karakterin sözcük hâlinde okunacak biçimde bir araya getirilmesiyle oluşturulan ve bir ürün, kuruluş ya da hizmeti tanıtan marka ya da amblem özelliği taşıyan simgelere logotype denir. Latince kökenli olan logotype sözcüğünün dilimizdeki karşılığı özgün yazıdır.

Logotype; bir ürünün, firmanın ya da hizmetin isminin, harf ve resimsel öğeler kullanılarak sembolleştirilmesidir. Amblemden farklı olarak ayırt edici özellikler yanında firmanın ismini de yansıtır.

Amblem, çizgi ve resimle yapılan işaretlerdir. Logotype ise sadece yazıyla ya da çizgi, resim ve yazı kullanılarak yapılan işaretlerdir. Her ikisinde de amaç, adını taşıdığı ürün veya firmayı, en özgün biçimde ayırt etmesidir. Amblemler ve logotype'lar ilgili şirketin çalışma alanını, kişiliğini biçim ve renkleriyle ifade edebilmelidir.

Amblemi seyrederek, oysa logotype okunarak ses hâline dönüşebilen seyirlik bir görüntüdür. Yalnızca görerek değil, “seyrederek” okuduğumuz, “seyrettiğimiz anda okumuş olduğumuz” bir işarettir. Günümüzde amblem ve logotype terimlerinin yerine, ikisini de kapsayacak şekilde, sıklıkla “logo” terimi kullanılmaktadır.

### 1.2.2.2. Logotype Çeşitleri

- **Bir Harf Karakterinde Değişiklik (Deformasyon) Yaparak Elde Edilen Logotypelar**
  - Harflerde yapılacak deformasyon yöntemleri şunlardır:
  - Harfleri birbirine yaklaştırmak

- Harfleri yapıştırmak ya da aşırı açmak
- Harflerde renk ve biçim farklılıkları yaratmak
- Harflerin uzantılarında aşağı-yukarı uzatmalar yapmak
- Sözcükleri bölmek
- Sözcükleri alt alta veya yan yana farklı renklerde yerleştirmek.



Şekil 1.8. Yazı karakterinde değişiklik yapılarak elde edilmiş logotype

➤ **Yazıya, Soyut ya da Somut Unsurlar Ekleyerek Elde Edilen Logotypelar:**

Firma veya ürünün özüne uygun simgesel öğeler eklenebildiği gibi yazının bütünlüğünü bozmayan çizgi ve lekeler de yer verilebilir.



Şekil 1.9. Yazıya somut unsurlar eklenerek elde edilmiş logotype örnekleri

➤ **Yeni Bir Yazı Türü Yaratarak Elde Edilen Logotypelar**

Her yazı karakterinde harflerin ortak özellikleri vardır. Örneğin italik olanlar belli açıda sağa yatık yazılır. Bu karakterde bir harf dik yazılsa bütünlük bozulur. Yeni bir yazı türü yaratırken de harfler arası uyuma dikkat etmek gerekir. Ayrıca yazılan sözcük okunabilmelidir. Özgünlük, anlaşılmazlık demek değildir.



Şekil 1.10 Yeni bir yazı türü yaratarak elde edilen logotype örnekleri

### 1.3. İyi Bir Amblem ve Logotype'ın Özellikleri

➤ **İlgili Kuruluşun ya da Ürünün Özelliklerini Yansıtmalıdır**

Bir parfüm logotype'ı için inşaat sektörünün yapısına uygun bir yazı karakterinden yola çıkılmaz. Her insanın bir kişiliği olduğu gibi kuruluşların da bir kişiliği vardır. Amblem de bunu yansıtmalı ve mesajını üstünde taşımalıdır.

➤ **Özgün Olmalıdır**

Amblem ve logotype'ın yapılış amacı zaten ayırt edicilik sağlamaktır. Eğer başka örnekleri çağrıştırırsa veya bilinen bir amblem kopya edilmişse hiçbir etkisi olmaz, aksine olumsuz bir imaj yaratır.

➤ **Değişik Durumlarda Okunur Olmalıdır**

Değişik zeminlerde ve boyutlarda okunabilir olmalıdır. Tek renkte basıldığında, temel özelliklerini koruyacak nitelikte olmalıdır.

➤ **Renk, Biçim Olarak Bütünlük İçinde ve Yalın Olmalıdır.**

Özgünlük yaratmak kaygısıyla gereksiz çizgi ve resimler kullanılmamalıdır. Harf adedinin çok olması, okunurluğu bozmamalıdır. Yalın bir tasarımın karmaşık bir tasarıma göre daha akılda kalıcı olduğu unutulmamalıdır.

Amblem ve logolar simgesel işaretlerle karıştırılmamalıdır. Simgesel işaretler, topluma yaygın hizmet veren alanlarda evrensel boyutta ortak bir dil oluşturmak amacıyla kullanılırlar. Trafik işaretleri, toplu olarak kullanılan hastane, otel gibi mekânlardaki işaretler sigara içilmez levhaları, ulusal bayraklar; simgesel işaretlere örnek olarak verilebilir.

Grafik bir dil kullanılarak hazırlanan ve farklı diller arasındaki iletişim engelini ortadan kaldırmaya yönelik simgesel işaretlere 'Piktogram' adı verilir.



Şekil 1.11. Piktogram örnekleri

Aşağıdaki amblem/logoları inceleyerek değerlendiriniz.



Millî Eğitim Bakanlığı



Ankara Üniversitesi



Altın Portakal



Akçakoca Belediyesi



Sosyal Sigortalar Kurumu



Beşiktaş



Galatasaray



Trabzonspor

## UYGULAMA FAALİYETİ

Uygulama faaliyetimizde öncelikle mensubu olduğumuz okulun amblem/logosunun reproduksiyonunu (aynısını yapma) yapalım. (Amblem/Logo reproduksiyonu konusunda Matbaa Alanında hazırlanmış olan “Amblem/Logo Reproduksiyonu” modülünden yararlanabilirsiniz. Modülü [www.megep.meb.gov.tr](http://www.megep.meb.gov.tr) adresinden temin edebilirsiniz.)

Ardından isminizi oluşturan harfleri ve sevdiğiniz renkleri kullanarak, bir logotype tasarlayalım.

İşlem Basamakları	Öneriler
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Vektörel çizim programında yeni bir sayfa açarak, okulunuzun amblem/logosunu sayfaya alın (import)</li><li>➤ Eğer okulunuzun bir amblem/logosunu temin edemediyseniz, arama motorlarını kullanarak internetten seçtiğiniz bir okul amblem/logosu ile de çalışabilirsiniz.</li></ul>	 <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Orijinal olarak yararlanacağınız. Amblem/logonun görüntü kalitesinin iyi olmasına dikkat ediniz.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Tekrar üretimde referans olarak kullanmak amacıyla arka plana (background) atarak kilitleyin.</li><li>➤ Dosyaya bir isim vererek kaydedin.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Bu işlemi yaptıktan sonra logo yüzde 50 şeffaf görünecektir. Ayrıca alınacak çıktıda da görünmeyecektir.</li><li>➤ Dosyaya verdiğiniz adı ve kaydettiğiniz yeri unutmayınız.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Arka plana kilitlediğiniz orijinali esas alarak, gerekli çizimleri yapınız.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Çizim sınırlarının orijinaline uygun olmasına dikkat ediniz.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Orijinali esas alarak, gerekli renklendirmeleri yapınız.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Renklerin orijinalle aynı olmasına dikkat ediniz.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Orijinali esas alarak gerekli yazıları oluşturun ve yazıları orijinaline göre biçimlendirerek konumlandırınız.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Yazıların boyut, renk, biçim ve konumlarının orijinalle aynı olmasına dikkat ediniz.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Gruplandırılması gereken unsurları gruplandırın. Gerekiyorsa yazıları convert edin.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Çalışmalarınızı belli aralıklarla kaydedin.</li><li>➤ Convert işlemi, metinlerle ilgili çalışmalarınızın bittiğinden emin olduktan sonra yapınız.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Çalışmanızı jpeg olarak export edin. Çalışmanızı kaydederek sonlandırın.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Jpeg kaydınızı kontrol ediniz.</li></ul>



<b>GÖZLENECEK DAVRANIŞLAR</b>	<b>EVET</b>	<b>HAYIR</b>
1. Logoyu sayfaya alarak arka plana atıp kilitleyebildiniz mi?		
2. Gerekli çizimleri yapabildiniz mi?		
3. Gerekli renklendirmeleri yapabildiniz mi?		
4. Yazıları orijinale uygun olarak biçimlendirip konumlandırabildiniz mi?		
5. Convert işlemini yapabildiniz mi?		
6. Dosyanızı farklı şekillerde kaydedebildiniz mi?		

### **DEĞERLENDİRME**

Cevaplarınız arasında ‘‘Hayır’’ yoksa bir sonraki öğrenme faaliyetine geçebilirsiniz. Eğer ‘‘Hayır’’ cevabı vermişseniz, yapamadığınız işlemi ve varsa konularını tekrar ederek ya da öğretmeninizden yardım alarak eksikliğinizi gideriniz.

## UYGULAMA FAALİYETİ

‘Kırık’, ‘çelişki’, ‘birleşik’, ‘ayrı’, ‘düz’, ‘eğri’, ‘hafif’, ‘ağır’, ‘sağlam’, ‘soğuk’, ‘sıcak’ kelimelerinden en az iki tanesi için kelimenin anlamını yansıtacak nitelikte birer logotype tasarlayınız.

### Öneriler:

Seçtiğiniz kelimenin anlamını, görsel olarak nasıl yansıtabileceğiniz üzerinde düşünce üretmeye çalışınız.

Çeşitli kaynaklardan (katalog, internet, çeşitli yayınlar vb.) logo örnekleri inceleyiniz. Hoşlandığınız örneklerden esinlenin ama asla kopya etmeyiniz. Kopya etmenin ahlâklı bir davranış olmadığı gibi, yaratıcılığınıza hiçbir katkı sağlamayacağını aklınızdan çıkarmayınız.

Bol bol taslak çalışması yapın (Taslak çalışmalarınızı bilgisayarda da yapabilirsiniz). Taslak çalışmalarını mümkün olduğunca fazla yapın. Çünkü tasarımınızın oluşmasında en önemli adımlardan biri taslak çalışmalarıdır.

Karar verdiğiniz taslak üzerinde çalışın son şeklini jpeg olarak kaydedip, çalışmanızı kısaca açıklayan bir yazıyla birlikte öğretmeninize teslim ediniz.

# ÖĞRENME FAALİYETİ-2

## AMAÇ

İlanın özelliklerini tanıyarak, temel niteliklerine uygun ilan tasarlayabileceksiniz.

## ARAŞTIRMA

- Gazete ve dergilerde yayınlanan ilanları inceleyiniz. İncelediğiniz ilanlardan en az bir tanesine alternatif bir ilan projesi (siz olsaydınız nasıl yapardınız?) yaparak arkadaşlarınızla ve öğretmeninizle paylaşınız.

## 2. GRAFİK TASARIM – İLANLAR

### 2.1. Tasarım ve Tasarımın Dalları

Yale Üniversitesi Tasarım Bölümünden Profesör Robert Gillam Scott; “Ne zaman tanımlanmış bir amaç için bir şey yapıyorsak, o zaman tasarlıyoruz.” demektedir. Buradan hareketle tasarımı belirli bir amaç gözetken, yaratıcı eylem olarak da tanımlayabiliriz. Tanımdan anlaşılacağı gibi tasarımda belirli bir amaç, yaratıcılık ve planlama olması gerekmektedir. Bütün bu süreci *gerekli olanın araştırılması* (Elizabeth Adams Hurwitz) olarak özetleyebiliriz. Tasarım belirli bir ölçüde günlük hayatımızda yaptığımız işlerde de gereklidir. Örneğin misafirlerimize bir sofraya hazırlarken tasarımla ilgili birçok soruya cevap bulmak zorunda kalırız.

Uygulamalı tasarım dallarını Endüstri Tasarımı, Çevre Tasarımı ve Grafik Tasarım olmak üzere üç ana başlıkta toplayabiliriz.

#### ➤ Endüstri Tasarımı

Üç boyutlu nesnelerin tasarlanması ve geliştirilmesi ile ilgilidir. Günlük hayatımızda kullandığımız makineler, araç-gereçler ve diğer birçok ürün, endüstri tasarımcıları tarafından biçimlendirilir. Ancak endüstri ürünlerinin ambalajları çoğunlukla grafik tasarımcıların çalışma alanı içerisine girer. Endüstri tasarımcısı kullanımı ve üretimi kolaylaştıracak yöntemleri araştırırken bir yandan da dayanıklılık ve işlevselliği göz önünde bulundurur.

#### ➤ Çevre Tasarımı

Çevre tasarımı, bina peyzaj ve iç mekan tasarımını kapsayan, oldukça geniş bir çalışma alanıdır. Çevre tasarımcılarının görevi: Dayanıklı, işlevsel ve estetik olanı bulmaktır.

## ➤ Grafik Tasarımı

Grafik tasarımcılar genel olarak, okunan ve izlenen görüntülerin tasarımından sorumludur. Afişler, kitaplar, dergiler, gazeteler, bilgi ve uyarı işaretleri, ilanlar, broşürler vb. grafik tasarımın etkinlik alanı içerisine girer.

Tasarımı kısaca tanımladıktan ve dallarını öğrendikten sonra, şimdi asıl konumuz olan grafik tasarımını daha iyi tanıyalım.

### 2.1.1. Grafik Tasarımın Genel Özellikleri

Grafik tasarım, görsel bir iletişim sanatıdır. Önde gelen işlevi, bir mesajı iletmek ya da bir ürün veya hizmeti tanıtmaktır. Daha önceleri sadece basılı malzemeler için kullanılan grafik tasarım alanının kapsamı; teknoloji geliştikçe filmlerdeki, videolardaki, bilgisayar ekranlarındaki görüntülerin de girmesiyle birlikte oldukça genişlemiştir.

Tasarım bir problemin çözümü demektir. Grafik tasarım problemleri genellikle iki boyutlu yüzeyler üzerinde çözülür.

İletişim grafik tasarımın hayati unsurudur. Grafik tasarımı bu denli dinamik kılan şey de iletişime yönelik olmasıdır. Bir grafik tasarım problemi daima iletişim ile ilgilidir. Bu nedenle grafik tasarımcı uygulama yöntemlerinin yanında, görsel algılamının doğasını, görsel yanılmanın rolünü, sözel ve görsel iletişim arasındaki ilişkileri de bilmeli ve göz önüne almalıdır.

Tasarım eğitimi yaşam boyu sürer. Alandaki dinamizm sürekli yenilenmeyi gerektirir. Bu sebeple bu alanda başarılı olmak için dinamik ve yeniliklere açık olma yanında, esnek ve işlek bir zekâyâ da sahip olmak gerekir.

Tasarımcı belirli bir mesajı belirli bir kitleye aktarırken çok çeşitli sınırlamalarla karşı karşıyadır. Bu sınırlamalar parasal, fiziksel ve psikolojik sınırlamalardır. Örneğin parasal sebeplerle bir afiş, iki renkle sınırlı tutulabilir. Bunun yanında boyutlarda çoğu zaman bir sınırlama söz konusudur. Mesajın iletileceği kitlenin yaşı, cinsiyeti, öğrenim durumu gibi özellikleri ise bir takım psikolojik sınırlamaları beraberinde getirir. Tasarımcı bu sınırlamalara karşı, hedef kitleye mesajı doğru ve etkili bir şekilde aktarmak zorundadır.

Bir tasarım ne kadar ilgi çekici olursa olsun, verilmesi gereken mesajı iletemiyorsa hiçbir değer taşımaz. Tasarımcıların sıklıkla düştüğü hatalardan birisi tasarımı ilgi çekici hâle getirmeye çalışırken bu gerçeği unutmalarıdır.

Tasarımla ilgili bilinmesi gereken bir temel özellik ise tasarımcı için tek çözüm olmadığıdır. Tasarımcı için birçok çözüm vardır.

## 2.1.2. Grafik Tasarımcının Görevi

Grafik tasarımcı, sözcükleri ve görüntü unsurlarını görsel bir iletişim oluşturacak biçimde bir araya getiren kişidir. Bu unsurlar, izleyicinin anlayabileceği sözel ve görsel bir denklem içerisinde sunulur. Grafik tasarımcı hem bir mesaj aktarıcı, hem de biçim düzenleyicisidir. Grafik tasarım ise mesajı doğru ve yalın bir biçimde yansıtma işlevidir.

Tasarımcının diğer bir görevi de içeriği yankı uyandıran bir dil yapısı içerisinde aktarmaktır. Bir müzik terimi olan yankı, ses tonundaki incelikli ve zengin kaliteyi ifade eder. Yankılanan müzikal seslerde dışa vurumcu özellikler artar. Grafik tasarımcı ton dizilerini, kontrastları, kadrajlama tekniklerini, renkleri ve tipografiyi kullanarak görsel iletişime yankılanan bir kalite kazandırır.

Grafik biçimler, optik özellikleri ve algılamaya dayalı anlamlarının yanında, izleyiciye mesaj aktaran işaretlerdir. Bu işaretler kültürel bir birikim sonucunda oluşur. Grafik tasarımcıya düşen bu bilgiyi iletmede, her türlü görsel iletişim aracından yararlanmaktır.

## 2.1.3. Grafik Tasarım Dili

Kullandığımız dilde, sözcükler bir araya gelerek cümleleri, cümlelerin de paragrafları oluşturduğunu hepimiz biliriz. Grafik tasarım dili ise belirli sınırlara sahip iki boyutlu bir yüzey üzerinde var olur. Bu dili sözcükler ve görüntüler yönlendirir. Sözcükler bir araya gelerek başlıkları ve metinleri oluşturur. Görüntüler ise fotoğraf, desen, illüstrasyon gibi üzerine belirli anlamlar yüklenen ya da yüklenmeyen yalın ve soyut biçimleri kapsar.

Grafik tasarım ürünleri, iki yönlü bir iletişim diline sahiptirler. Tasarımcılar sözel ve görsel mesajları aktarmak üzere sözcüklerle görüntüleri bir araya getirirken iki probleme yanıt vermek durumundadırlar:

- Tasarım probleminin görsel organizasyonu
- Mesaj oluşturma.

Görsel organizasyon tasarım elemanlarının algılanabilir hâle getirilerek düzenlenmesidir. Mesaj ise düşünceye dayalıdır ve sözcük ya da kavramın egemenliğindedir.

Bir tasarım öğrencisi ilk olarak, bir tasarım içindeki görsel organizasyonu görmeyi ve yapılandırmayı öğrenmelidir. Görsel dilin kendine özgü gramerini öğrenme olarak da ifade edebileceğimiz bu aşamadan sonra, bu dili görsel ve sözel iletişim alanında kullanma aşamasına gelir.

Bir tasarımcı sözcük ve kavramları görünür kılmakla yükümlüdür. Unutulmamalıdır ki “Basılı bir sayfa üzerindeki sözcükler işitilmek için değil, görülmek için oradadır” (El Lissitzky)

Önceleri grafik tasarımın aktif elemanı sözcük ya da kavramdı. Grafik tasarımda görüntüler sözcüğü ya da kavramı açıklamak için kullanılıyordu. Ancak günümüzde bu geleneksel ilişki, köklü bir değişikliğe uğramış ve tersine dönmüştür. Bugün grafik tasarımda tasarımın sözel bölümü, görsel unsurların etki gücünü ve çağrışım kapasitesini arttıran, destekleyici bir mesaj unsuru durumuna düşmüştür. Geçmişte görüntüler metinleri açıklayıcı olarak kullanılırken günümüzde metin görsel unsurları beslemekte; onu kültür, ahlak ve hayal gücü ile donatarak sunmaktadır.

Metinler, bir görsel unsurun anlamını değiştirmede ya da ona bir çağrışım ve yorum kazandırmada etkili bir araç olarak kullanılabilir.

Bir sözcüğün doğrudan anlamı yanında, yan anlamı da olabilir. Yan anlam ancak düz anlamın bulunduğu bir yerde değer kazanır, etkili olur. Örneğin “Politikacı” ve “Devlet Adamı” kelimelerinin her ikisi de seçilerek yönetime getirilen kişileri akla getirir. Bu kelimelerin düz anlamlarıdır. Ancak, bu iki kelimenin çağrıştırdığı düşünceler yani yan anlamları oldukça farklıdır (Bu konuyu tartışınız).

Tıpkı sözcüklerde olduğu gibi, görüntüler de yan anlamlara sahip olabilirler.

## 2.2. İlan

Daha önce görmüş olduğunuz ‘İlan, Afiş ve Broşür Hazırlama’ modülünde, ilanla ilgili temel bilgiler verilmişti. Hatırlayacağınız gibi bu modülde, ilan kavramının çerçevesinin çok geniş olduğu üzerinde durulmuş ve genel özelliklerine değinilmiştir.

Küçük ve resmi ilanlar, daha çok metin ve çerçeveden oluşur. Görsel malzeme fazla kullanılmaz. Ancak ticari ilanlarda tanıtım söz konusu olduğundan, reklâm havası vardır ve görsel malzemeler önem kazanır. İlanlar iç mekân, dış mekân ilanları olarak da tasnif edilmektedir.

Bir ürünü, bir hizmeti tanıtmak için yapılan reklâm faaliyetleri genel olarak ilan olarak adlandırılır. İlanlar kitlenin özelliklerine ve iletilmek istenen mesajın niteliğine göre farklı şekillerde sunulabilir. Amaç; bilgilendirmek, mesaj iletmek, istek ve ilgi uyandırmak, mal ya da hizmete, talebi arttırmaktır.

### 2.2.1. İç Mekân (In Door) İlanları

Kapalı alanlarda kitlelere hitap eden ilanlardır. Mağaza girişlerinde, büyük alışveriş merkezlerinde, dinlenme ve tatil amaçlı tesislerin kapalı alanlarında, toplu iletişim araçlarında ve bunun gibi kapalı olarak tabir edilen her alanda ve farklı reklâm materyalleri ile yapılan reklâmlar, iç mekân reklâmları olarak adlandırılır. İç mekân reklâmlarına örnek olarak, genellikle az sayıda yapraklı oluşan el ilanları, pankartlar (hem iç hem de dış mekânlarda kullanılabilirler), afişler, basın ilanları, posta yolu ile evlere ulaştırılan broşürler, flayerler bilgilendirme amaçlı hazırlanan panolar gösterilebilir. Bu örnekleri çoğaltmak mümkündür.

## 2.2.2. Dış Mekân (Out Door) İlanları

Dış mekân ilanları, insanların ortak kullanımına açık olan dış alanlarda kitlelere hitap eden, çok çeşitli reklâm araçlarını kapsar. Billboardlar, tabelalar, ışıklı ilanlar, nakil araçlarının dış cephelerinde kullanılan giydirmeler, duvar ve çatı reklâmları, durak reklâmları, dijital ortamda yapılan dinlenme ve tatil amaçlı tesislerin kapalı alanlarında kullanılan her tür materyal, örnek gösterilebilir.

### **İlan tasarımı yaparken şu unsurlara dikkat etmek gerekir:**

Bir ilanın etkili olabilmesi için genel olarak üç faktörün sağlıklı olması gerekir. Bunlar; **içerik, anlatım ve tasarımıdır.**

İlan hazırlanırken en önemli konu ilanın amacıdır. Her şeyden önce ilanın amacını karşılayacak bir içeriğe sahip olması, verilmesi gereken eksik bir bilgi kalmaması gerekir. Ardından hedef kitlenin kolaylıkla anlayacağı uygun bir anlatım ve ilanın, göze hitap etmesini, ilgi çekici olmasını sağlayacak uygun tasarım gelir.

İlanlarla birlikte sayfa tasarımı konusuna da giriş yapmaktayız. Sonraki öğrenme faaliyetlerinde tasarım süreci ve sayfa tasarımı konusunda ayrıntılı bilgiler verilecektir. Ancak bu öğrenme faaliyetinde bir ilan tasarımı denemesi yapabilmemiz için yukarıdaki açıklamalara tasarım boyutuyla ilgili olarak bir takım eklemeler yapmamız gerekir.

- **Öncelikle ilanın amacı ve kullanılacağı mekân göz önünde bulundurulmalıdır.**

Bu iki unsur son derece önemlidir çünkü tasarımı en çok etkileyecek olan ilanın amacı ve kullanılacağı mekândır. Tasarımın tanımını hatırlayınız.

- **İlanın sınırları (fiziksel, ekonomik, psikolojik) tespit edilmelidir.**

İlanın boyutları, hangi tür kâğıda kaç adet basılacağı, hedef kitlenin özellikleri gibi sınırların tasarım üzerinde belirleyici etkisi bulunmaktadır.

- **Gerekli araştırma yapılarak, amacı karşılayacak en iyi içerik temin edilmelidir**

Ticari ilanlarda reklâm havası olması sebebiyle görüntüler ağırlık kazanır. Ancak genel olarak ilanlarda asıl unsur metinlerdir.

- **Metin ve görüntüler arasında amacı karşılayacak hiyerarşi oluşturulmalıdır.**

Metin ve görüntülerden hangilerinin ne derece ön plana çıkarılacağı belirlenmelidir. Özellikle metin ağırlıklı ilanlarda, metinlerin biçim özellikleri ve konumlandırılmaları amacın gerçekleşmesinde son derece önemlidir.

➤ **Tasarım görselleştirilmelidir.**

Bu süreç içinde kafamızda oluşan tasarımlar, elle ya da bilgisayar ekranında taslak çizerek görselleştirilmelidir. Bu süreç bizi tatmin edecek sonucu alıncaya kadar sürdürülmelidir. Tasarımı eğer kendimiz için yapmıyorsak ki çoğu zaman böyledir, bu kişi ya da kişilere tasarım alternatiflerini sunmak ve onay almak durumundayızdır.

**Tasarım süreci içerisinde, aşağıdaki noktalara dikkat edilmelidir:**

- Metinler ve görüntüler, tasarım alanına dengeli bir şekilde yerleştirilmelidir.
- Tasarım yüzeyinde bir araya gelecek unsurlar arasında, belli bir orantı olmalıdır.
  - Gözün hareketleri göz önünde bulundurularak devamlılık sağlanmalıdır.
  - Görsel unsurlar bir bütünlük içerisinde olmalıdır.
  - Vurgulamalarda değişik yöntemler denenmelidir.

Tasarımın zor taraflarından biri de bütün bu sürecin iç içe olmasıdır. Bu nedenle tasarımda deneyim büyük önem kazanmaktadır. Yapacağınız çalışmaların sadece tasarım süreci ile tanışmaya yönelik bir deneme olduğunu aklınızdan çıkarmayın. Cesur olun ve denemekten korkmayın. Bu modülde ya da başka bir yerde karşılaştığımız ilanları dikkatli inceleyin. Bu ilanlar, yapacağınız tasarımlar konusunda size ilham verecektir.

Aşağıdaki ilan örneklerini inceleyiniz.

**İSVİÇRE PATENTLİ ASTRO- PSİKİYATRİ KONUSUNDA DANIŞMANLIK VEREN BİR ŞİRKET İÇİN:**

**PSİKOLOG**

- B.Ü, O.D.T.Ü, Hacettepe veya eşdeğer üniversitelerin psikoloji bölümlerinden mezun,
- Microsoft yazılımını çok iyi derecede kullanabilen,
- Almanca bilen,
- 24- 32 yaşları arasında, sigara kullanmayan.

**ALMANCA ÇEVİRMEN**

- İstanbul Üniversitesi Alman Edebiyatı veya Almanca çeviri bölümünden mezun, (veya eşdeğer üniversitelerin bu bölümlerinden)
- Microsoft yazılımını ve diğer softwareleri çok iyi derecede kullanabilecek bilgisayar bilgisine sahip,
- 24- 30 yaşları arasında, sigara kullanmayan.

**SANTRAL**

- Telefonlara ve ofis işlerine bakacak,
- Lise mezunu, 18- 25 yaşları arasında,
- Sigara kullanmayan,
- Avrupa yakasında şehir merkezinde oturan.

Tüm adayların açık doğum tarihi, saati ve doğum yerini içeren resimli CV'lerini aşağıdaki e-maile göndermeleri rica olunur. Eksik bilgi gönderenler değerlendirilmeye alınmayacaktır.

e-mail: \_\_\_\_\_com

**İHALE İLANI**

Avrupa Birliği'nin desteklediği, İŞKUR'un yürütücüsü olduğu "Tarihi Binalar İçin Ahşap İşçisi Eğitimi" projesinde kullanılmak üzere aşağıdaki miktarda matzeme alınacaktır.

II. Sınıf meşe (ahşap konstrüksiyon) _____	13.630 m3
II. Sınıf çam (doğrama, kaplama, döşemelerde) _____	19.828 m3
I. Sınıf çam (çatı, kirişlemelerde) _____	26.490 m3
Çimento (50 torba) _____	2.500 ton
2 numaralı macir _____	6.000 m3
Sıva kumu _____	15.000 m3
2 mm asfalt kaplı cam tülü pestilli _____	150.000 m2
5 cm cam yünü _____	120.000 m2
12 numaralı çinko _____	40 tabaka
Alaturka kiremit _____	3000 adet

**Teklif Verilme Tarihi :** 05.08.2005 Saat:10:00  
**Teslim Tarihi :** Ahşap malzemeler 10.08.2005, diğerleri işverenin vereceği takvime göre 3 ay içerisinde.

**Müracaat:** Kültür Bilincini Geliştirme Vakfı  
Barbaros Bulv. Pinar Apt. No:135/7 Balmumcu-İstanbul  
Tel: 0212 347 24 25 /0212 347 63 89

Bu yayının içeriklerinin sorumluluğu yalnızca Kültür Bilincini Geliştirme Vakfına aittir ve hiçbir şekilde Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtmamaktadır.

**KAĞIT GIDA TEMİZLİK VE TEKSTİL SAN. TİC. LTD. ŞTİ.**

**Endüstriyel Temizlik Kağıtları, Laminasyonlu Muayene Masa Örtüleri, Tuvalet Kağıtları, Dispenser Peçete, Havlu ve Peçete gibi zengin bir ürün yelpazesine sahip şirketimiz; ürünlerimizi pazarlayacak veya bayiliğini yapacak ciddi ve teminat verebilecek**

**! Kişi yada ! FİRMALAR**

**aramaktadır.**

**Müracaat:** \_\_\_\_\_



**ORMAN YANGINLARININ İZLERİNİ SİLELİM!**

Her yıl milyonlarca metrekare ormanımız kül oluyor. Yalnızca 2006'da kaybettiğimiz orman arazisi tam 76.760.000 metrekare! Şimdi, Radyo ve Televizyon Üst Kurumu, Telekomünikasyon Yatırımları Dergisiyle birlikte bu göze birikte "1 SMS 1 Fidan" adıyla Orman Yangınlarının İzini Silelim Kampanyasını başlatıyor.

Gelin, siz de Türkiye'nin geleceğine destek verin. İsteddiğiniz GSM operatöründen 3177'ye bir sms gönderin, bir fidan da siz dikin.

**RTÜK** **TRT**




*Yapılacak işler*

- Amemi aramayı unutmaya,
- Elektrik su faturasının ade,
- Zorunlu Deprem Sigortası konusundaki yıllık en fazla 100 TL'lik birikmiş ve kadoları grup poliçenizi yaptırt

**Ev sahipleri!**

Depreme karşı eviniz teminatsız kalmamasın

**"Zorunlu Deprem Sigortanızı" yaptırın, süresi biten poliçenizi yenileyin.**

(0212) 368 0 800  www.dask.gov.tr

Poliçenizi tüm sigorta acentelerinden yaptırabilirsiniz.

10 GARANTİ

**Bırakın teknoloji temizlesin...**

Normal lavabo

Serel ExtraClean lavabo

Türkiye'de ilk kez İyon teknolojisiyle üretilen SEREL ExtraClean lavabo ve klozetler:

- Kır, leke ve bakteri barındırmaz
- Her zaman temiz ve yeni kalır
- Banyo ve tuvaletlerde maksimum temizlik sağlar
- Kolay temizlenir, tasarruf sağlar

**ExtraClean**

SAĞIR DAKİME (İZMİR) Sanayi Mahallesi No: 3, Şişli, 35100, İzmir - Türkiye. Tel: (0232) 234 70 00 - Fax: 02322347000  
 SAĞIR DAKİME (ANKARA) Sanayi Mahallesi No: 3, Şişli, 06550, Ankara - Türkiye. Tel: (0312) 365 50 00 - Fax: 0312 31 84 100  
 GÖZTEPE YATIRIMCI SİGORTA PAZARI: 0 800 261 85 13 - SAĞIR DAKİME PAZARI: 444 0 322



**KALACAK YERİ OLMAYAN ŞAHISLARI GEÇİCİ OLARAK BARINDIRMAK AMACIYLA**

**320 23 20**

**NUMARALI TELEFONU ARAMANIZI RİCA EDERİZ.**

**KAYSERİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ**

Şekil 2.1. İlan örnekleri

## UYGULAMA FAALİYETİ

İstiklal Marşımızın Şairi Mehmet Akif Ersoyun vefatının 70. yıldönümü sebebiyle 27 Aralık 2006 Çarşamba günü saat 14:30'da okulumuzun spor salonunda (ya da okulunuzun uygun bir yerinde) yapılacak olan anma töreninin ilanını hazırlayalım.

İlanımız, yapılacak anma törenini öğrenci ve velilere duyurarak, içerik hakkında kısaca bilgilendirecektir. Tasarımımız, şairimizin özelliklerini yansıtmaya nitelikte ve metin ağırlıklı olmalıdır.

İlanımız okul panolarında teşhir edilecek ve A4 boyutunda (dikey) olacaktır.

Aşağıda verdiğimiz basamaklar birbirinden katı bir şekilde ayrılmış bağımsız aşamalar değil, iç içe geçmiş ve birbirini tamamlar niteliktedir. Tasarımın özelliklerine ve sizin kişisel özelliklerinize göre, çok farklı bir süreç de izleyebilirsiniz. Yaratıcı bir süreci belli sınırlandırmalara tabi tutmak, işin doğasına aykırıdır.

İşlem Basamakları	Öneriler
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Şairimiz hakkında kapsamlı bir araştırma yapın ve görsel materyaller edinin.</li><li>➤ Bu süre içerisinde tasarımınız hakkında bir fikir oluşturma çalışmasına da başlayın.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Yapacağınız araştırmanın kalitesi, tasarımınıza da yansıtacaktır.</li><li>➤ Araştırma süresince yararlanabileceğiniz metin, fotoğraf gibi unsurları belli bir yere kaydedin.</li><li>➤ Aklınıza gelen fikirleri hemen not edin.</li><li>➤ Benzer amaçla tasarlanmış ilanları incelemeniz, fikirleriniz için size esin kaynağı olacaktır.</li><li>➤ Bütün tasarım süreci boyunca 'bu ilanın etkisini nasıl artırabilirim?' sorusunun cevabını arayın.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Görsel materyallerinizi tasarımınızda kullanmak üzere, resim işleme programlarından yararlanarak düzenleyin.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Çözünürlüğün yüksek olmasına ve formata dikkat edin.</li><li>➤ Kullanacağınız görsel unsurların sıradan olmamasına dikkat edin. Özgün ve farklı olma çabası içinde olun.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Kullanacağınız metinleri oluşturun.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Yazım hatalarına karşı dikkatli olun.</li><li>➤ Metinlerin tasarımınıza katkı oluşturacak nitelikte olmasına dikkat edin. Gereksiz metin kullanmayın.</li><li>➤ İlanda bulunması gereken bilgilerin eksik olmamasına dikkat edin.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Tasarımınızı görselleştirme (taslak, eskiz) çalışmaları yapın.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Taslak çalışmalarında bilgisayarın avantajlarından yararlanın.</li><li>➤ Sabırlı olun, aklınıza gelenleri denemekten çekinmeyin.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Tasarımınız konusunda netleştikten sonra sayfanızı düzenleyin.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Tasarımınızın özelliklerine göre, hangi yazılımda tasarımı rahat yapabilecekseniz o yazılımı kullanın.</li><li>➤ Bu tip çalışmalar için çoğunlukla vektörel çizim programları kullanılır.</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Çalışmanızı görsel açıdan ve metin açısından kontrol edin.</li> <li>➤ Çalışmanızı jpeg formatında kaydederek öğretmeninize teslim edin.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Çalışmanızda yazım hatası olmadığından emin olun.</li> <li>➤ Denge, orantı, devamlılık, bütünlük ve vurgulamalar açısından kontrol edin.</li> </ul>
---	--

GÖZLENECEK DAVRANIŞLAR	EVET	HAYIR
1. Yeterli araştırmayı yapabildiniz mi?		
2. Yapacağınız tasarım konusunda bir fikir oluşturabildiniz mi?		
3. İlan içeriğini, tasarımınıza yansıtabildiniz mi?		
4. Fikrinizi sayfaya istediğiniz gibi yansıtabildiniz mi?		
5. Düzenlemeniz teknik olarak yeterli mi?		

## DEĞERLENDİRME

Cevaplarınız arasında Hayır yoksa bir sonraki öğrenme faaliyetine geçebilirsiniz. Eğer Hayır cevabı vermişseniz, yapamadığınız işlemi ve varsa konularını tekrar ederek ya da öğretmeninizden yardım alarak eksikliğinizi gideriniz.



**ANMA TÖRENİ**

*Vatan için çarpan bir yürek*

**Mehmet Akif Ersoy**

*Hayatı, mücadelesi ve şiirleri*

İstiklal Şairimizi, vefatının 70. yıldönümünde saygıyla anıyoruz. Anma törenine tüm öğrenci ve velilerimiz davetlidir.

**Tarih** : 27 Aralık 2006  
**Saat** : 14:30  
**Yer** : Spor Salonu



...  
Sen ki, son el-i sultân kırarak savdığını;  
Şarkın en seçili sultân Selâhaddin'i,  
Kılıç Arslan gibi icâline ettin hayrân...  
Sen ki, İslâmı kuşatmış, boğuşorken fusrân;  
O demir çemberi göğsünde kırıp parçaladın;  
Sen ki rühanla ferâber gezer ceâmü adın;  
Sen ki âsıra gömülsen taşacakmış... Heyflât!  
Sana gelmez bu şifuklar, seni almaz bu cilât...  
Ey şehid vâfâ, şehid istene bendem maklûb.  
Sana âhşâsını açmış duruyor Peygamber.  
Çanakkale Şehitlerine

Ölümünün 70. yıldönümünde İstiklal Şairimiz  
**Mehmet Akif Ersoy'u**  
saygıyla anıyoruz

Yüreğinde taşıdığı vatan sevgisi ile İstiklal Marşımızı yazan büyük şairimizi, örnek hayatı ve şiirleri ile anacağımız törene tüm öğrenci ve velilerimiz davetlidir.

**Tarih** : 27 Aralık 2006  
**Saat** : 14:30  
**Yer** : Spor Salonu

Şekil 2.2. Öğrenci çalışmalarından örnekler

# ÖĞRENME FAALİYETİ-3

## AMAÇ

Afişin özelliklerini tanıyarak, temel niteliklerine uygun afiş tasarlayabileceksiniz.

## ARAŞTIRMA

- Çevrenizde karşılaştığınız afişleri inceleyerek, en az bir tanesine alternatif bir proje hazırlayıp arkadaşlarınızla ve öğretmeninizle paylaşınız.

## 3. TASARIM SÜRECİ – AFİŞLER

### 3.1. Tasarım Süreci

Tasarım bir yaratıcılık sürecidir ve bunun doğal sonucu olarak da bu süreci tanımlayacak kesin bir formül ya da kuram bulunmamaktadır. Her ne kadar tanımlanamazsa da tasarım süreci ve temel yaklaşım biçimleri üzerine birçok şey söylenebilir.

Bir tasarım probleminin çözümünde, genel olarak beş aşama bulunmaktadır.

- Problemin Tanımı,
- Bilgi Toplama,
- Yaratıcılık ve Buluş Süreci,
- Çözüm Bulma,
- Uygulama.

Bu aşamalar kesin ve değişmez değildir. Bir tasarım süreci planlı ve yöntemsel olabileceği gibi, rastlantısal ve sezgisel özellikler de gösterebilir.

#### 3.1.1. Problemin Tanımı

Bir tasarım probleminin çözümünde, her şeyden önce problemi tanımlamamız gerekir. Bu noktada sorulacak bazı temel sorulara verilecek yanıtlar, tasarımı belirleyici niteliktedir. Kime, neyi, nasıl iletteceğimiz üzerinde odaklanmamız, bize çok yardımcı olacaktır.

Tasarımla ne yapmak istediğimizi belirlememiz çok önemlidir. Amacımız toplumu bilgilendirmek, karmaşık bir kuramı tanıtmak olabileceği gibi, sadece eğlendirmek de olabilir. Tasarımın amacı, tasarımı yönlendirici temel unsurlardan biridir.

Mesajınızı kime iletteceğiniz de önemli bir noktadır. Hedef kitlenizin büyüklüğü, yaş grubu, cinsiyeti, yaşadığı yer gibi birçok faktör; tasarımı önemli ölçüde etkileyecektir.

Mesajınızı nasıl iletceğiniz de diğere bir önemli noktadır. Mesajınızı iletme için afiş, broşür, ilan gibi birçok yöntem kullanabilirsiniz. Önemli olan mesajın ve hedef kitlenin özelliklerine göre, en işlevsel yöntemin hangisi olduğunun doğru tespit edilmesidir.

Bu sorular şüphesiz ki artırılabilir. Her tasarım probleminin kendine özgü bir takım özellikleri bulunmaktadır. Bu durum, işin başında cevaplanması gereken birçok yeni soruyu beraberinde getirebilir. Örneğin tasarım sadece bir ürünün varlığını ve fiyatını tanıtmakla sınırlı olabileceği gibi, uzun vadeli amaçlar taşıyor da olabilir. Bu noktada elbette ki başlangıçta sorulan soruların niteliklerinde de bir takım farklılıklar olacaktır.

Bu aşamada çağdaş bir tasarımcı için en önemli nokta, problemin tanımlanmasında sınırları zorlamak ve alışılmış düşünce sistemlerini aşabilmektir. Bir başka deyişle tasarımcının yaratıcı olması, bazı gelenekselleşmiş kalıpların dışına çıkabilmesi ve bir takım alışkanlıkları sorgulayıcı bir düşünceyle hareket etmesi, daha etkili tasarımlar yapabilmesi için son derece önemlidir.

### **3.1.2. Bilgi Toplama**

Bir tasarımda hareket noktasını yakalamak, problemi çözenin en önemli adımlarından biridir. İyi bir hareket noktası yakalamak ise problem hakkında mümkün olduğu kadar bilgi toplamaktan geçer.

Bilgi toplamak, sadece belli bir problemi çözme amacına yönelik değildir. Tasarımcının içinde olması gereken ve sonu olmayan bir süreçtir. Bir tasarım problemini çözmek için tasarımın özelliklerine göre bu çalışma elbette ki yapılmalıdır (Tasarımı talep edenin ihtiyaçlarını ve faaliyet alanlarını öğrenme, diğer tasarımcıların benzer problemleri nasıl çözdüklerini araştırma, mesajın iletileceği ortamı denetleme, varsa daha önce ne gibi çözümler üretildiği gibi çözüme yardımcı olabilecek birçok konu hakkında bilgi toplama gibi.).

Sağlıklı bir bilgi toplama süreci, hareket noktasını iyi tespit etmenin yanında, tasarımcıyı daha önce yapılanları tekrar etme ve daha önce yapılan hatalara yeniden düşme tehlikesinden korur.

Tasarımcı, belli bir tasarım problemine çözüm arama dışında; tasarımla ilgili sürekli bir bilgi toplama çalışması içerisinde olmalıdır. Tasarımcı önceden neler yapıldığını, bugün neler yapıldığını bilmeli, tasarım dergilerini, yıllıklarını sürekli olarak takip etmelidir. Tasarımla ilgili çağdaş üslup ve yaklaşımları yakından izlemelidir. Başarılı tasarımcılar genellikle, sinema, tiyatro, güzel sanatlar, edebiyat gibi alanlardaki gelişmeleri ve gündemi takip eden, edindiği izlenimleri çalışmalarına yansıtan meraklı ve gözlemci kişilerdir.

### **3.1.3. Yaratıcılık ve Buluş**

Yaratıcılık kelimesi, toplumumuzda kullanımından kaçınılan bir kelimedir. Bu kelimeyi sık kullanmamamızın üç ana sebebi olduğu söylenebilir: Birincisi, bu kelimenin Allaha ait “yaratmak” kavramını çağrıştıran olmasındaki rahatsızlık duygusudur.

İkincisi, bu kavramın büyük bilim adamı ya da sanatçılara has bir ayrıcalık olarak algılanmasıdır. Üçüncüsü de birçok davranışımızı sonradan öğrenebildiğimizi düşünürken yaratıcı yeteneğimizin doğuştan gelen bir beceri olarak kabul edilmesidir.

Her üç yaklaşım da elbette doğru değildir. Hiçbir zaman yaratıcılık kavramıyla Allaha ait olan, yoktan var etme anlamındaki “yaratıcılık” kastedilmemektedir. Nasıl ki, “Allah bilir” derken “bilmek” kelimesiyle günlük hayattaki “bilmek” kavramı kastedilmiyorsa “yaratıcı düşünce” ya da “yaratıcı davranış” kavramlarıyla da tanrısal yaratıcılık kastedilmemektedir. Yaratıcılık; sadece şanslı birkaç kişiye tanınmış bir güç olarak düşünülür. Oysa yaratıcılık; birkaç seçkin kişinin ayrıcalığı olmayıp, ihtiyaç duyan her insanın başvuracağı çok önemli bir davranıştır. Büyük bilim adamları veya sanatçıların yaratıcı olmaları, diğer insanların yaratıcı olmadıklarını göstermez. Yaratıcılık, değişik alanlarda ve değişik yoğunlukta, her insanda var olan bir özelliktir. Bu sebeple kesin bir dille, bazı insanlar yaratıcıdır, bazıları değildir denemez. Her insan az ya da çok yaratıcı davranış sergileyebilir. Kişilerdeki bu yaratıcı davranış farklılıkları: Kalıtıma, kültüre ortamına, eğitime ve öğretime bağlıdır. Nasıl ki mantıksal kurallar öğrenilebilir ve zamanla geliştirilebilirse yaratıcı yaklaşımlar da öğrenilebilir ve geliştirilebilir.

Yaratıcı davranış biçimi, insanların en çok ihtiyaç duydukları bir özelliktir. Yaratıcı olmayan toplumlar, milletler mücadelesinin her alanında yenik duruma düşme tehlikesiyle karşı karşıyadırlar. Sürekli değişen dünyada her alandaki yeni ihtiyaçlar, karşılaşılan problemler, insanı yaratıcılığa zorlamakta ve yeni çözümler üretmeye yöneltmektedir.

Yaratıcılığı genel olarak, “olmayan bir şeyi hayal edebilme, bir şeyi herkesten farklı yollarla yapabilme ve yeni fikirler geliştirebilme yeteneğidir” şeklinde tanımlayabiliriz. Başka bir deyişle yaratıcılık, herkesin gördüğü şeyi aynı görüp onunla ilgili farklı şeyler düşünebilmektir.

Özellikle tasarım ve sanat gibi alanlarda yaratıcılık ile zekâ arasında bir birini destekleyici bir ilişkiden söz etmek pek mümkün değildir. Birçok başarılı tasarımcı, zekâ testlerinde sıradan sonuçlar almıştır.

Hiçbir sistemde hayal gücü olmadan düşünce üretilemeyeceği, tartışılmaz bir gerçektir. Yaratıcı bir insan okuyan, gözlemleyen, dinleyen ve araştıran kişidir. Bu sebeple bir görüş ve düşünceyi dogma olarak kabul edip, körü körüne savunan kişilerin tasarım alanında başarılı olmaları oldukça güçtür.

Sosyal Psikolog Dr. Irwing Taylor, insanın yaratıcılık özelliğini beş kategoride inceler:

- 1. Dışa vurumcu yaratıcılık:** Yetenek ve beceri ön planda değildir.
- 2. Üretken yaratıcılık:** Bu aşamada ustalık vardır ancak yoğun bir gerçekçilikle birliktedir.
- 3. Buluşçu yaratıcılık:** Bu aşamada sanatçı, eski parçalarla yeni şeyler yaratan bir kâşif gibidir.
- 4. Yenilikçi yaratıcılık:** Bu aşamada soyutlama yeteneği sergilenir.

**5. Gelişmeci yaratıcılık:** Bu aşamada sanatçı, bütünüyle yeni ilkelerden yararlanır. Üstün bir soyutlama yeteneği söz konusudur.

Tasarımcı için düşünürsek, bir kâğıda eskizlerini karalayan bir tasarımcı, dışavurumcu yaratıcılık aşamasındadır. Eskiz biraz daha ayrıntılı hâle geldiğinde üretken yaratıcılık aşaması devreye girer. Çoğu tasarımcı bu iki aşamadan yararlanarak çalışmasını sonuçlandırır. Ancak üstün yeteneklere sahip tasarımcılar yenilikçi ve gelişimci yaratıcılık aşamasına ulaşabilir.

Yaratıcılık düzeyi ne olursa olsun kuramsal olarak bir tasarımcı, yapıtını oluştururken dört aşamadan geçer:

#### **1. Pozlandırma Aşaması:**

Bu aşamada tasarımcı içinde bulunduğu durumu ve yapması gerekenleri gözden geçirir. Bu aşamayı, verileri gözden geçirme olarak da tanımlayabiliriz.

#### **2. Kuluçka Aşaması:**

Bu aşamada tasarımcı, üzerinde çalıştığı konudan biraz uzaklaşarak bilinçaltının devreye girmesini sağlar.

#### **3. Aydınlanma Aşaması:**

Tasarımcı bu aşamada bir çözüme ulaşır. Çözüme ulaşma bir rastlantıyla da olabilir.

#### **4. Uygulama Aşaması:**

Bu aşama son aşamadır. Tasarımcı bu aşamada hızla eyleme geçer.

Ancak tasarımcı çoğunlukla zaman sınırlamasıyla karşı karşıyadır ve bütün bu kuramlara karşın, dört aşamalı bir ‘yaratıcılık lüksü’ne sahip değildir. Bu durumda gerçek ilham perisi konu ile ilgili gerekli bilgi ve verileri toplayıp, bunları değerlendirebilmektir. Diğer bir deyişle konu ile ilgili ne kadar çok veri toplanmışsa çözüm üretmek o kadar kolaylaşacaktır. Sağlıklı bir bilgi toplama süreci, yaratıcılık noktasında da çok faydalı olacaktır.

Yeni ve etkileyici bir fikir bulma ve bunu geliştirme yönünde yapılan araştırmalar, tasarım sürecinin en kritik evresidir. Bu süreç içerisinde birçok çözüm üretilir ve bunların içinden en etkili olanı seçilmeye çalışılır. Birçok tasarımcı bu aşamada belli bir plana göre hareket etmez ve kendi bilgi ve deneyimlerinden yararlanarak çözüm bulmaya çalışır.

Yaratıcılık üzerine yazılmış birçok kitapta, yaratıcı düşünce üretmek için belli yöntemlerden söz edilmektedir. Bu yöntemlerden günümüzde, iş dünyasında da problem çözme teknikleri olarak yararlanılmaktadır. Yaygın olarak kullanılan yöntemleri kısaca tanıyalım.

#### **➤ Dikey ve Kapsamlı Düşünme Yöntemi**

Dikey düşünme yöntemi, insan beyninin normal çalışma sistemidir. Açık ve mantıksal bir çizgi izler.

Kapsamlı düşünme yöntemi ise umulmayan ve denenmemiş bir bakış açısını bulmayı hedefler. Bu konuyu açıklayıcı nitelikte bir çukur kazma örneği bulunmaktadır. Buna göre dikey düşünme yönteminde çukur tek bir noktaya açılmakta ve sürekli olarak derinleştirilmektedir. Bu alışla gelen çözümdür. Kapsamlı düşünme yönteminde ise çukurlar birçok değişik noktaya açılır. Tasarımcıların hedefi elbette ki alışılmadık, umulmayan yeni yöntem ve buluşlar üretmek olmalıdır.

#### ➤ **Beyin Fırtınası Yöntemi**

Birçok kişi, beyin fırtınasının çok etkili bir yöntem olduğunu savunmaktadır. Bu yöntemde birbirinden farklı görüşlere sahip kişilerden oluşan bir grup, problem çözmek için bir araya gelir ve hiçbir sınırlama olmaksızın aklı gelen her şey, değerlendirilmek üzere ortaya konur. Genellikle yarım saat kırk beş dakika süren oturumda üretilen birçok fikir, daha sonra aynı grup ya da başka bir grup tarafından değerlendirilir.

#### ➤ **Kuluçka Yöntemi**

Tasarımcı bir problemin çözümüne belli bir zaman ayırdıktan sonra, dikkatini bir süreliğine başka bir konuya çevirir. Bu arada bilinçaltı, problem üzerinde çalışmaya devam eder ve düşünceler bir anlamda kuluçkaya yatırılmış olur. Bu süreç içerisinde rastlantısal olarak çözüm üretilebilir. Üretemesi bile konuya tekrar döndüğünde daha büyük bir enerji ile çalışabilir. Birçok ünlü tasarımcı bu yöntemden yararlanmaktadır.

#### ➤ **Not Alma Yöntemi**

En sık kullanılan yöntemdir. Bir köşeye oturup kâğıt kalemle not almak en etkili yöntemlerden biridir. Eskizler ve küçük karalamalarla yaratıcı düşünceler, kâğıt üzerine çabucak aktarılabilir. Kâğıtların şeffaf olması birbiri üzerine bindirilerek çalışma imkânını sağlayacak ve yaratıcı düşüncelerin çeşitlenmesine yardımcı olacaktır.

Bu yöntem bilgisayar ekranında da kullanılmaktadır. Üstelik bilgisayar ekranı değişikliklerin hızlı yapılmasına imkân sağladığı için yaratıcılığa daha fazla zaman ayrılabilmesini sağlamaktadır.

Yukarıda tanıtılan yöntemler dışında tasarımcılar, esinlenme amacıyla çeşitli görsel incelemeler yapma ya da aklına yeni düşünceler geldikçe bunları not etme ve sonra değerlendirme gibi yöntemleri de kullanmaktadırlar. Bu yöntemler dışında burada değinemediğimiz birçok yöntem bulunmaktadır.

### **3.1.4. Çözüm Bulma**

Bu aşamaya kadar yapılan çalışmalar, problemin ortaya konulması ve olasılıkların araştırılması süreci olarak toparlanabilir. Çözüm bulma aşamasında bu araştırma süreci, bir karara varılarak sonuçlandırılır.



Bulunan çözüm hakkında bir takım endişelerimiz varsa bu çözümü mesaj, biçim, boşluk ve yankı açısından; üç evreli bir sınamadan geçirmek yararlı olacaktır.

Bu evrelerde soracağımız sorular bir tasarımın sahip olması gereken özellikler açısından da bir yol haritası niteliğindedir. Bu açıdan oldukça önemlidir.

#### ➤ **Mesaj Açısından Sınama**

- Tasarım elemanları, içeriği anlaşılır bir biçimde aktarıyor mu?
- Benzer alanda yapılmış çalışmalara kıyasla, tasarımda kullanılan mesajın gücü nedir?
- Kullanılan mesaj belirsizlik, karışıklık ya da çift anlamlılık içeriyor mu?
- Kullanılan Tipografi rahat algılanabiliyor mu?
- Tipografi normal görüş uzaklığından kolay okunabiliyor mu?
- Kullanılan görsel materyaller, bilgiyi istenildiği gibi iletebiliyor mu?
- Hedef kitlenin mesajı anlamasını güçleştirecek her hangi bir şey var mı?
- Yazı ve görsel unsurlar, mesajı yeterince destekliyor mu?
- Tasarımda kullanılan simge ve işaretler, yeterince anlaşılır mı?
- Kullanılan renklerin çağrışımı uygun mu?
- Tasarımda istenmeyen bir çağrışım ya da amaçlanmamış bir simgeleme söz konusu mu?

#### ➤ **Biçim ve Boşluk Açısından Sınama**

- Tasarımda yararlanılan görsel unsurlar, bir bütünlüğe sahip mi?
- Tasarımda doğru ve kolayca ayırt edilebilen bir görsel hiyerarşi sağlanmış mı?
- Kullanılan görsel unsurlar arasında, belirgin ve ayırt edici bir kontrast oluşturulabilmiş mi?
- Yazı ve görsel unsurların boşluk içindeki düzenlenişi yeterince işlevsel mi?
- Etkileyici bir görsel yapı kurulabilmiş mi?
- Okuyucunun gözü, tasarım üzerinde öngörülen sırayı izliyor mu?
- Görsel unsurların çevresinde yer alan boşluklar işlevsel olarak düzenlenebilmiş mi?

#### ➤ **Yankı Açısından Sınama**

- Tasarımda kullanılan üslup, konunun içeriğine ve niteliğine uygun mu?
- Görsel unsurlardaki anlatımcı ve dikkat çekici özellikler yeterli mi?
- Kullanılan yazı karakterleri, izleyen üzerinde doğru çağrışımlar yaratabiliyor mu?
- Tasarımda alışılmadık, beklenmedik unsurlar kullanılmış mı? Eğer kullanılmışsa bunların tasarıma katkısı ne düzeyde, katkı mı sağlıyor yoksa zarar mı veriyor?

- Yapılan tasarım, ele aldığı konu ve hedef kitle açısından doğru bir ses tonuna sahip mi?
- Tasarımda kullanılan biçim ve renkler, bu ses tonuna katkıda mı bulunuyor yoksa zarar mı veriyor?

Sınama amacıyla soracağımız bu sorular, mantık çerçevesinde tasarımı değerlendirmemize yardımcı olacaktır. Ancak insanın yaratıcı gücünün mantık sınırlarını aştığını unutmamalı ve bu soruları katı kurallar olarak algılamamalıyız. Yaratıcılığı değerlendirmenin oldukça güç bir iş olduğunu hiçbir zaman unutmadan, bu sınama sürecine önsözümüzü de katmalıyız.

### 3.1.5. Uygulama

Tasarım sürecinin son aşaması, bulunan çözümü uygulamadır. Bu aşamada eğer tasarımı kendimiz için yapmıyorsak çözümü ilgili kişiye sunmak ve onu ikna etmek durumundayız. Bu sebeple bulunan çözümü her yönüyle savunabilir bir durumda olmamız oldukça önemlidir.

Son aşamada bir sorun çıkmaması için en etkili yöntem, hizmet alan bu kişi ya da kişilerin tasarım sürecine ortak edilmesidir. En azından bilgilendirilmesidir. Özellikle problemin tanımlanması ve bilgi toplama aşamalarında ortak bir çalışma yapmak, sonradan oluşabilecek anlaşmazlıkları büyük ölçüde çözecektir. Ortak çalışma yapmak, hizmeti alan kişilerden kaynaklanan bilgi ve belgeleri, tasarımcıya zamanında ulaştırılmama gibi sorunları da büyük ölçüde ortadan kaldıracaktır.

## 3.2. Afişler

### 3.2.1. Afişin Tanımı ve Türleri

Afişi, *'bir şeyi duyurmak ya da tanıtmak amacıyla hazırlanan, çok sayıda insanın görebileceği yerlere asılan, genellikle resimli duvar ilanı'* şeklinde tanımlayabiliriz. Kelimenin kökeni Fransızca "duvar ilanı" anlamına gelen "*affiche*" kelimesidir.

Afişler, tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu grafik ürünlerdir. Bu sebeple bir afiş tasarlamak için teknik bilgi asla tek başına yeterli değildir.

Afişlerde en genel ayrım: İç mekân, dış mekân ayrımıdır. Dış mekân afişleri, büyük boyutludur. Duvar yüzeylerine ve ilan panolarına asılır. İç mekân afişleri ise lobi, salon ve koridorlarda kullanılmak üzere, tasarlanan daha küçük boyutlu afişlerdir.

Bu temel ayrım, afişin tasarım sürecini de önemli ölçüde etkilemektedir. Dış mekân afişlerinin izlenme süresi kısadır. Buna karşın, iç mekân afişleri daha uzun süre incelenebilecek afişlerdir. Bu da afişin izlenme süresini tasarım aşamasında dikkate alınması gereken en önemli ölçütlerden biri hâline getirmektedir.

Afişleri üç ana gruba ayırabiliriz:

- **Reklâm Afişleri:** Bir ürün ya da hizmeti tanıtan afişlerdir. Moda, endüstri, kurumsal reklâmcılık, basın – yayın, gıda, turizm sektörlerinde yaygın olarak kullanılır.



Şekil 3.1. Reklâm afişlerine örnekler

- **Kültürel Afişler:** Festival, seminer, sempozyum, balo, konser, sinema, tiyatro, sergi ve spor gibi kültürel etkinlikleri tanıtan afişler bu gruba girer.



Şekil 3.2. Kültürel afişlere örnekler

- **Sosyal Afişler:** Sağlık, eğitim, ulaşım, sivil savunma, trafik, çevre gibi konularda; eğitici ve uyarıcı nitelikteki afişlerin yanı sıra, politik bir düşüncüyü ya da siyasi bir partiyi tanıtan afişler de sosyal afişler grubunda yer alır.



Şekil 3.3. Sosyal afişlere örnekler

### 3.2.2. Afiş Tasarımında Değerlendirme Kriterleri

- **Mesaj:** Afişte verilmek istenen mesaj mümkün olduğunca açık ve anlaşılır olmalıdır. Oluşturulan görsel sistem, verilmek istenen bilgiyi dolaysız bir şekilde aktaracak nitelikte olmalıdır.
- **Mesaj-İmge Bütünlüğü:** Tasarımın temelini oluşturan düşüncenin, hangi yolla vurgulanacağı iyi araştırılmalıdır. Düşüncenin fotoğraf yoluyla mı, illüstrasyonla mı, yoksa salt tipografi ile mi daha iyi vurgulanacağı araştırılmalı, bunun yanında hangisinin anlatımı daha da güçlendirdiği iyi belirlenmelidir.
- **Sözel Hiyerarşi:** Afişte yer alan başlık, alt-başlık, slogan gibi sözel bilgiler arasında hiyerarşik bir yapı kurulmalıdır. Bu yapı izleyiciyi, mesajdaki önem sırasına göre yönlendirici nitelikte olmalıdır.
- **Fark Edilirlik:** Bir afiş için en önemli kriter, fark edirliliktir. Fark edirliliği sağlamak için hayal gücü belirleyici rol oynamaktadır.

#### Afişteki İmgelerin Düzenlenmesinde Yararlı Olabilecek Öneriler:

- Tasarımcı, çalışmaya başlamadan önce geniş bir ön araştırma evresi geçirmelidir.
- Afiş, insanları uyarıcı ve duygusal mesajlar içermelidir. Okuyucuda çarpıcı şekilde hızlı ve etki yaratıcı mesaj taşınmalıdır.
- Afişteki imge sayısı mümkün olduğunca az olmalıdır. Bu afişin mesajı iletmedeki başarısını artıracaktır. Bir afiş üzerinde ana tipografik unsurlar, fotoğraf/illüstrasyon ve zemin üç ayrı imge olarak algılanır.
- Afiş, vereceği mesajı, doğrudan, kısa ve öz olarak vermelidir. Afişteki sözel unsurlar mümkün olduğunca azaltılmalıdır. Bu mesajın daha çabuk iletilmesi açısından oldukça önemlidir. Üç dört ya da beş sözcükten oluşan başlık ve sloganlar mesajı daha çabuk iletacaktır. Sözel mesaj on sözcüğün üzerine çıktığında, okuma zorluğu başlar. Bu nokta özellikle dış mekân afişlerinde daha da önem kazanmaktadır. Çünkü Amerikan Reklamcılık Enstitüsüne göre; bir dış

mekân afişi ana düşünce ve mesajını en çok altı saniye içerisinde iletebilmelidir.

- Fotoğraf ya da illüstrasyon, afiş üzerinde mümkün olduğunca büyük bir ölçekte kullanılmalıdır. İmgeyi bütünüyle göstermek her zaman gerekmez. İmgelere (resimlere) ağırlıklı mesaj iletme görevi yüklenerek, sözcüklerin sayısı azaltılmalıdır.
- Yazı ile görüntü birbirini tekrar etmemelidir. Aralarındaki ilişki daha çok birbirini destekleyici, açıklayıcı nitelikte olmalıdır.
- Yazıların okunaklı olmasına dikkat edilmelidir. Özellikle belli bir mesafeden (genellikle 30 metre) okunaklı olması oldukça önemlidir. Bu amaçla eğer özellikle gerekmiyorsa süslü ve dekoratif yazılar tercih edilmemelidir.
- Renkler geniş yüzeyler hâlinde kullanılmalı, parlak ve canlı renkler tercih edilmelidir. Renkler arasında oluşturulacak kontrast (karşıtlık) afişin fark edilirliliğine katkıda bulunur. Afişte kullanılan renk okumayı kolaylaştırmalıdır. Okumayı kolaylaştıran siyah ve sarı gibi zıt renkler tercih edilmelidir.
- Afiş, kendine özgü olmalı ve benzer konulu afişlerden ayırt edilebilmelidir. Özgünlük yanında alışılmışın dışında dikkat çekici unsurlar içermelidir.
- Afişlerin dış ve iç mekânlarda tek, yan yana ve toplu hâlde yaratacakları etki dikkate alınmalıdır.

Afişler önceleri süslenmiş duyurular biçimindeyken, daha sonra bu dekoratif unsurlar mesaj iletici bir nitelik kazandı. Görüntülere mesaj iletici bir işlev yüklenmesinin ardından giderek sözcüklerin sayısı azalmaya başladı. Günümüzde ise bir afişte imge, sözel unsurdan daha fazla önemsenmektedir.

Afişler artık tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu grafik ürünlerdir. Dünyanın çeşitli ülkelerinde kültürel nitelikte afiş yarışmaları düzenlenmektedir. Bunlardan başlıcaları; Varşova (Romanya), Lahti (Finlandiya), Kolarado (ABD), Brno (Çekoslovakya), Moskova (Rusya) ve Toyama (Japonya) afiş bienalleridir.

Afişler günümüzde tasarlandığı ülkenin kültürel, ticari ve politik özelliklerini yansıtan, canlı ve estetik bir göstergesi durumuna gelmiştir.

## Afiş Üzerine / Milton Glaser

### Afişte Olması Gerekenler:

Afiş dikkat çekmelidir.

İzleyiciyi bilgilendirmeli ve/veya istek uyandırmalıdır.

Harekete geçirici ve eyleme itici olmalıdır.

Hedef kitleye göre düzenlenmeli, anlaşılır bir dil bütünlüğüne sahip olmalıdır.

### Afişte Olmaması Gerekenler:

Afiş, izleyicinin dünya görüşünü değiştirmek zorunda değildir.

Güzel ya da dekoratif olmak zorunda değildir.

Afişi tasarlayanın bakış açısını yansıtmak zorunda değildir.

Mesaj iletilme işlevi dışında, sanatsal bir değere sahip olmak zorunda değildir.

Yukarıdaki iki liste, afiş konusundaki düşünceleri yansıtıyor. İlk liste ile ilgili hiçbir sorunum olmadı. Ama ikincisi, beni bayağı sıkıntıya soktu. Afişte olması gerekmeyen unsurlar, uygulama sırasında olması gereken unsurlar hâline dönüştü. Tasarladığım her afişte, mesaj ileten unsurların yanı sıra, süsleyici unsurlara da yer veririm. Bunlar; benim kişisel bakış açımı yansıtır. Ve afişe asıl amacının dışında sanatsal bir değer kazandırır. İzleyici, afişte olması gerekmeyen unsurları da algılamalıdır.

Afişin ana işlevi, bir ürün ya da hizmetin tanıtımını yapmaktır. Buna karşın; afiş tarihine yön veren kişiler, reklam ya da pazarlama uzmanları değil, grafik tasarımcıları ya da ressamlardır. Birçok tanıtım ve reklam hizmeti; muhasebe, pazarlama, medya, metin yazarlığı ve sanat yönetmenliği konularında uzmanlaşmış, profesyonel gruplar tarafından yürütülür. Fotoğrafçı, tipograf ve illüstratörler, üretim aşamasında bu gruba katkıda bulunur. Afiş tasarımı ise, hâlâ bireysel bir etkinlik olma özelliğini koruyor.

Başarılı afiş çalışmalarında alışılmış ve anlaşılır unsurlarla; umulmadık, şoke edici ya da mizahi unsurlar arasında, dengeli bir bütünlük kurulmuştur. Tasarımcının aklından, mantık dışı biçimlerde ortaya dökülen bu şaşırtıcı unsurlar; profesyonel bir grubun entelektüel kararlarından çok daha etkili sonuçlar meydana getirir.

*(Milton Glaser'in İsviçrede yayınlanan "Graphis Posters 82" yıllığının sunuş yazısı)*

Uygulamaya geçmeden önce çeşitli afiş örnekleri temin ederek, verilen temel bilgiler doğrultusunda, bu afiş örneklerini inceleyiniz. Görüşlerinizi sınıf ortamında arkadaşlarınızla ve öğretmeninizle paylaşınız.

## UYGULAMA FAALİYETİ

Çevre temizliği ve okul yaşamı ile ilgili bir afiş çalışması yapalım. Bu afiş çalışmasında temel amacımız, öğrenci arkadaşlarımızın okul binası (sınıflar, koridorlar, spor salonu, kantin, tuvaletler vb.) ve çevresini temiz kullanma yönünde dikkatini çekmek ve duyarlılıklarını artırmaktır.

Bu çalışmamızda farklı olarak orijinal görsel materyaller kullanalım. Bir başka deyişle kullandığımız görsel materyalleri de (fotoğraf, illüstrasyon) kendimiz üretelim. Örneğin; okulunuzda bu anlamda olumlu ya da olumsuz davranışları yansıtan fotoğraflar çekebilirsiniz.

Afişler okul binası içinde uygun yerlerde teşhir edilecektir. Afişlerin boyutu A3'den küçük olmamak üzere serbesttir.

Aşağıda verdiğimiz basamaklar birbirinden katı bir şekilde ayrılmış bağımsız aşamalar değil, iç içe geçmiş ve birbirini tamamlar niteliktedir. Tasarımın özelliklerine ve sizin kişisel özelliklerinize göre, çok farklı bir süreç de izleyebilirsiniz. Yaratıcı bir süreci belli sınırlandırmalara tabi tutmak, işin doğasına aykırıdır.

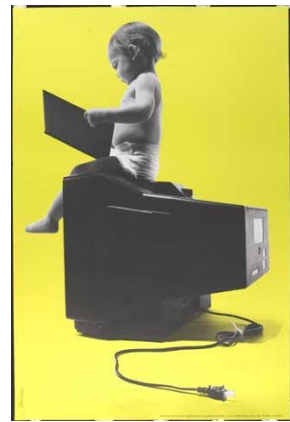
İşlem Basamakları	Öneriler
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Çevre temizliği ve okul yaşamı konusunda araştırma yapınız.</li><li>➤ Bu anlamda öğrenci arkadaşlarımızın davranışlarını gözlemlemeniz, fikir oluşmasına çok yardımcı olacaktır.</li><li>➤ Bu süre içerisinde tasarımınız hakkında bir fikir oluşturmaya çalışın.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Yapacağımız araştırmanın kalitesi, tasarımınıza da yansıtacaktır.</li><li>➤ Araştırma süresince yararlanabileceğiniz metin, fotoğraf gibi unsurları belli bir yere kaydediniz.</li><li>➤ Aklınıza gelen fikirleri hemen not edin.</li><li>➤ Benzer amaçla tasarlanmış afişleri incelemeniz, fikirleriniz için size esin kaynağı olacaktır.</li><li>➤ Bütün tasarım süreci boyunca 'bu afişin etkisini nasıl artırabilirim?' sorusunun cevabını arayınız.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Kendi oluşturduğunuz görsel materyallerinizi tasarımınızda kullanmak üzere, resim işleme programlarından yararlanarak düzenleyiniz.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Çözünürlüğün yüksek olmasına ve formata dikkat edin.</li><li>➤ Kullanacağınız görsel unsurların sıradan olmamasına dikkat edin. Özgün ve farklı olma çabası içinde olun. Örneğin çekeceğiniz fotoğrafın değişik bir bakış açısından olması daha çarpıcı olacaktır.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Kullanacağınız metinleri oluşturun.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Yazım hatalarına karşı dikkatli olun!</li><li>➤ Metinlerin tasarımınıza katkı oluşturacak nitelikte olmasına dikkat edin. Gereksiz metin kullanmayınız.</li><li>➤ Görsel anlatıma ağırlık verin.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Tasarımınızı görselleştirme (taslak, eskiz) çalışmaları yapınız.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Taslak çalışmalarında bilgisayarın avantajlarından yararlanınız.</li><li>➤ Sabırlı olun, aklınıza gelenleri denemekten çekinmeyin.</li></ul>

➤ Tasarımınız konusunda netleştikten sonra, sayfanızı düzenleyiniz.	➤ Tasarımınızın özelliklerine göre hangi yazılımda rahat yapabilecekseniz o yazılımı kullanınız.
➤ Çalışmanızı görsel açıdan ve metin açısından kontrol ediniz. ➤ Çalışmanızı jpeg formatında öğretmeninize teslim ediniz.	➤ Çalışmanızda yazım hatası olmadığından emin olun. ➤ Denge, orantı, devamlılık, bütünlük ve vurgulamalar açısından kontrol edin.

GÖZLENECEK DAVRANIŞLAR	EVET	HAYIR
1. Yeterli araştırma (gözlem) yapabildiniz mi?		
2. Ne yapacağınız konusunda bir fikir oluşturabildiniz mi?		
3. Afiş içeriği itibarı ile amacınıza ulaşabiliyor musunuz?		
4. Fikrinizi sayfaya istediğiniz gibi yansıtabildiniz mi?		
5. Düzenlemeniz teknik olarak yeterli mi?		

## DEĞERLENDİRME

Cevaplarınız arasında “Hayır” yoksa bir sonraki öğrenme faaliyetine geçebilirsiniz. Eğer “Hayır” cevabı vermişseniz, yapamadığınız işlemi ve varsa konularını tekrar ederek ya da öğretmeninizden yardım alarak eksikliğinizi gideriniz.



Şekil 3.4. Mesajın iletilmesi için bazen yazıya gerek yoktur.



# ÖĞRENME FAALİYETİ-4

## AMAÇ

Broşürün özelliklerini tanıyarak, temel niteliklerine uygun broşür tasarlayabileceksiniz.

## ARAŞTIRMA

- Çeşitli broşür örneklerinden en az bir tanesine, alternatif bir proje hazırlayarak; arkadaşlarınızla ve öğretmeninizle paylaşınız.
- Renklerin insanlar üzerindeki etkilerini araştırarak, sınıf ortamında arkadaşlarınızla ve öğretmeninizle paylaşınız.

## 4. TASARIM İLKELERİ–BROŞÜRLER

### 4.1. Tasarım İlkeleri

#### 4.1.1. Tasarımı Oluşturan Elemanlar

Bir grafik tasarım ürünü oluşturulurken kullanılan elemanlar; çizgiler, ton, renk, doku, biçim, ölçü ve yöndür.

- **Çizgi:** Çizgilerin tasarımda çoğunlukla objenin dikkat çekmesi, objelerin birbirinden ayrılması gibi işlevleri vardır. Bazı durumlarda çizgiler mesaj iletici bir işlev de üstlenebilirler. Örneğin; yatay çizgi durgunluk, düşey çizgi saygınlık, diyagonal çizgi canlılık, kıvrımlı çizgi ise zarafeti simgeleyen mesajlar iletebilirler.
- **Ton:** Tasarım yüzeyleri üzerinde en çok kullanılan tonlar, gri ve siyahın tonlarıdır. Tasarımda kullanılan ton ve çizgiler, kontrast oluşturan elemanlardır.
- **Renk:** Renklerin insanlar üzerinde etkili olduğunu ve birçok değişik duygu uyandırdığını biliyoruz. Bu da tasarımda renk kullanımının ne kadar önemli olduğunu açıkça göstermektedir. Ancak renklerin insanlar üzerindeki etkisinin kesin standartları bulunmamaktadır. Oluşturduğu duyguların bir bölümü genellenebilir nitelikte iken bir bölümü kişisel düzeye kadar inebilmektedir. Genellenebilir nitelikteki etkileri ise insanların mensup oldukları kültürlere göre değişiklikler gösterebilmektedir (Renklerin insanlar üzerindeki genellenilebilir etkileri üzerine bir araştırma yaparak arkadaşlarınızla paylaşınız).

Rengin, bir tasarımı meydana getiren yapı taşlarından biri olduğunu bilerek, tasarımcının renk seçiminde dört önemli unsuru dikkate alması gereklidir.

- Rengin kültürel çağrışımı,
- Hedef kitlenin renk tercihleri,

- Firma, marka ya da ürünün karakteri ve kişiliği,
  - Tasarımdaki yaklaşım biçimi.
- **Doku:** Bir yüzey üzerinde tekrarlara dayalı biçimsel bir düzen bulunuyorsa orada bir dokunun varlığından söz edilebilir. Tasarım yüzeyinde kullanılan dokular, optik ya da fiziksel olarak duyguları yönlendirici bir işleve sahiptir.
  - **Biçim:** Birçok çizginin bir arada bulunuşu, tek bir çizgi içindeki dönüş ve kıvrımlar ile değişik tonların oluşturduğu yüzeyler, bir tasarımda biçimi oluşturan unsurlardır.
  - **Ölçü:** Bir grafik tasarım ürünü, değişik ve belirli ölçülere sahip, görsel unsurların bir araya gelmesiyle oluşur. Ölçülerdeki değişiklikler, tasarımın etkileyciliğini ve algılanırlığını etkiler.
  - **Yön:** Bir grafik tasarım üzerindeki çizgiler ve noktalar, değişik noktalara yönelerek bir hareket oluşturur. Tasarımcı, vereceği mesaj doğrultusunda bu hareketi yönlendirmelidir.

#### 4.1.2. Tasarımın Temel İlkeleri

Tasarımı oluşturan elemanların nasıl kullanılacağını belirleyen kesin ilkeler bulunmaktadır. Bir tasarımcı bu ilkeleri bilmeli ve gerekli yerlerde kullanabilmelidir. Bir yazar için gramer kuralları ne kadar önemliyse bir tasarımcı için de tasarım ilkeleri o kadar önemlidir. Ancak tasarımcılar bir grafik tasarımda, hangi ilkenin daha etkili olacağı konusunda değişik görüşlere sahip olabilirler.

Tasarımın beş temel ilkesi; denge, orantı ve görsel hiyerarşi, görsel devamlılık, bütünlük ve vurgulamadır.

Şimdi bu ilkeleri inceleyelim:

##### ➤ **Denge**

Bir tasarımda denge unsuru varsa o tasarım kendisiyle ‘barışık’ demektir. Denge, tasarımın çatısı altında bulunan temel ilkelere biridir.

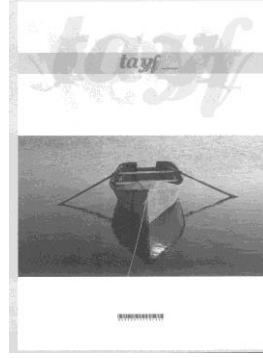
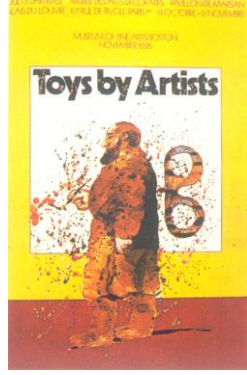
Bir tasarım simetrik ya da asimetrik denge sistemi içerisinde düzenlenebilir:

- **Simetrik Denge**

Simetri dendiğinde ilk olarak; iyi orantılanmış ve dengelenmiş parçaların oluşturduğu bir yapı akla gelir. Simetrinin hayalî bir çizgi ya da düzlemle ayrılmış, iki yönlü biçim benzerliği anlamında da kullanılmaktadır.

Özellikle insan anatomisinin simetrik yapısı, sanat ve tasarım dallarında simetrik biçimlere doğru, güçlü bir eğilimin oluşmasına yol açmıştır.

Geleneğin, resmîyetin, otoritenin vurgulanacağı tasarımlarda; simetrik denge tercih edilir. Ayrıca simetri psikolojik olarak, dürüstlük ve saygınlık etkisi verir (Örneklere inceleyiniz).



Şekil 4.1. Simetrik dengeye örnek tasarımlar

- **Asimetrik Denge**

Asimetriyi simetri eksikliği ya da bir bütünün parçaları arasında orantıya dayalı bir eksiklik olarak tanımlayabiliriz.

Simetrik dengede olduğu gibi asimetrik dengede de bir optik ağırlık merkezi vardır. Ama bu merkez, geometrik merkezden farklı bir konumdadır. Asimetrik denge, duygu yüklü ve dışavurumcudur.

Simetride durağanlık ve kasılma duygusu varken asimetride hareket ve gevşeme duygusu vardır. Simetri, katılık ve sınırlılığı simgelerken asimetri; hayatı, eğlenceyi ve özgürlüğü simgeler.

Bir kompozisyonun hangi dengeye dayalı olması gerektiğini belirleyecek olan ölçüt, tasarımın konusu ve içeriğidir.

Asimetrik bir kompozisyonu nesnel olarak test etmenin en pratik yolu, kompozisyonu ters çevirmek ya da aynadan izlemektir. Dengenin sağlanıp sağlanmadığı, bu durumda daha iyi izlenebilecektir.

Kompozisyonun üst ve alt bölümünde yer alan unsurlar arasındaki ilişki, hiçbir zaman yok edilmemeli; bütün görsel unsurlar optik bir merkez çevresinde toplanmalıdır. Yani tasarım kendi içinde bir dengeye sahip olmalıdır. Tasarım yüzeyi dikey bir eksenle ortadan ikiye bölünerek optik ağırlığın çizginin iki tarafına da eşit olarak dengelenip dengelenmediği izlenebilir.

Denge sağlamada tasarım yüzeyinin belirli bir bölgesinde kümelenen 'beyaz boşluk'tan da yararlanılabilir.

Denge ilkesi tıpkı diğer tasarım ilkeleri gibi tartışmasız bir kural niteliğinde değildir. Örneğin tasarımcı, izleyicinin dikkatini çekmek için dengesiz bir kompozisyon oluşturma yoluna gidebilir.



Şekil 4.2. Asimetrik dengeye örnek tasarımlar

#### ➤ Orantı ve Görsel Hiyerarşi

Tasarım yüzeyinde çoğu zaman birden fazla görsel unsur bir araya gelir. Bu sebeple de hemen her tasarımda, bir orantı sorunu ile karşı karşıya kalınır. Bir görsel unsurun tasarımdaki diğer unsurlarla kurduğu orantısal ilişkiler, algı ve iletişimi doğrudan etkiler.

Genişliğin uzunluğa, renkli olanın renksiz olana, bir ölçünün diğerine eşit olduğu bir tasarım, tekdüze olmaktan kurtulamaz. Bu nedenle bir tasarımcı, görsel unsurların orantısal ilişkilerinde değişken yapılar kurmaya çalışır.

Uyumlu orantısal ilişkilere doğada sıklıkla karşılaşmaktayız. Örneğin parmaklarımızın boğumları arasındaki uzaklıklar farklıdır. Bir ağacın gövdesinin çapı, dallarından genişir ama asla iki katı değildir.

Bu konuda en çok yararlanılan kural: **Altın Oran** kuralıdır. Doğadan esinlenerek bulunan altın orandan, tarihte birçok sanatçı ve bilim adamı yararlandığı gibi bugün de yararlanılmaktadır. Altın oranı kısaca, 'Bir çizgi herhangi bir yerinden ikiye bölündüğünde; küçük parçanın büyük parçaya oranı, büyük parçanın bütüne oranına eşittir' şeklinde tanımlayabiliriz. Altın oranı sayısal olarak; 3:5, 5:8, 8:13 gibi dizilerle gösterebiliriz (*Altın oran konusunda araştırma yaparak öğrendiklerinizi arkadaşlarınızla paylaşınız*).

Bir tasarımda uyumlu orantılara ulaşabilmek için matematiksel verilerden de yararlanılabilir.

**Görsel hiyerarşi** ise tasarım içindeki görsel unsurları, vurgulamak istenen mesaja göre ölçülendirme anlamına gelir. Tanımdan da anlaşılacağı gibi burada önemli olan verilmek istenen mesajdır.

Örneğin bazı tasarımlarda fotoğraf ya da illüstrasyon büyük boyutlarda kullanılarak vurgulanırken bazı tasarımlarda tipografi ön plana çıkarılır. Hatta verilmek istenen mesajla göre, beyaz boşluğun ön plana çıkarıldığı tasarımlar da yapılabilir.

Görsel hiyerarşi sadece boyutlarla sağlanmaz. Renk, ton (açıklık-koyuluk), uzaklık-yakınlık ve konumlandırma da görsel hiyerarşiyi etkiler. Tasarımcı görsel hiyerarşi yoluyla izleyicinin gözünü, tasarım üzerinde yönlendirme imkânını bulur.

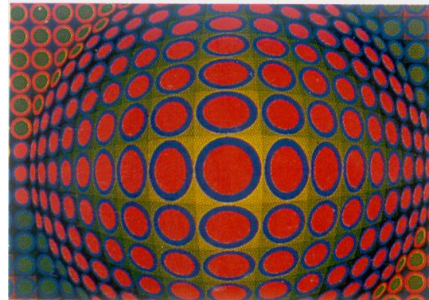
### ➤ Devamlılık

Bir tasarımda göz, bir unsurdan diğerine doğru kesintisiz geçişler yapabiliyorsa tasarımda devamlılık sağlanmış demektir. Tasarımcı, izleyicinin ilgisini konuya yönelterek, onu tasarımın içerisinde dolaştıracak görsel devamlılığı sağlamalıdır. Devamlılığı sağlamada en sık kullanılan yöntemler şunlardır:

- Görsel elemanlar gözün normal hareketlerine uyacak bir yönde yerleştirilmelidir.
- Algılama yönü, okuyucunun dikkatini dağıtmayacak biçimde düzenlenmelidir.
- Tasarımda gözün alışkanlıkları dikkate alınmalıdır. Göz alışkanlıkları gereği, soldan sağa ve yukarıdan aşağıya doğru bir yön izler. Gözün yatay hareketleri dikey hareketlerine göre daha hızlıdır. Ayrıca göz; büyükten küçüğe, koyu tondan açık tona, renkliden renksize, alışılmamış olandan alışılmış olana doğru bir algılama sırası izler.

Görsel unsurların biçimleri ve boyutları arasında oluşturulan benzerlikler, tekrarlamalar ve görsel hiyerarşi, devamlılığı sağlamada etkili araçlardır. Göz hareketlerinin ustaca denetlendiği bir tasarım, her zaman hedefine ulaşır.

Okuyucu bir tasarımdaki devamlılığı zaman ve mekân içerisinde algılar. Bu oldukça önemli bir noktadır. Çok sayfalı bir yayının sayfaları arasında ya da bağımsız tasarımlar arasında tekrar eden görsel özellikler, devamlılık sağlamada tek başına yeterli olabilir. Buna dergi sayfalarını ve bir yayınevinden çıkan dizi kitaplarını örnek olarak verebiliriz.



Şekil 4.3. Tekrara dayalı ritim oluşturan tasarımlar

## ➤ **Bütünlük**

Tasarım ilkeleri içerisinde en önemli olanı bütünlüktür. Tasarımcı, kompozisyonunda bir arada kullanabileceği unsurları seçerek gruplandırılmalı ve bunları birbirleriyle uyum içerisinde düzenlemelidir. Kompozisyonda dağınıklık ve parçalanmanın önüne geçmelidir.

Aynı temel biçime, boyuta, dokuya, renge ya da duyguya sahip unsurlar bir tasarımda ideal bütünlüğü oluştururlar. Benzer nesnelere gördüğümüzde bunları doğal olarak gruplandırırız. Benzerliğe dayalı bir bütünlük içindeki farklı unsur dikkati çeker. Farklı olanı öne çıkarmak için diğer unsurların bir bütünlük içerisinde olması gerekir.

Sayfalar arasında bütünlük oluşturmak için çoğunlukla yatay ve dikey eksenlerden yararlanır.

Tasarımda bütünlük oluşturmak için birçok yöntem bulunmaktadır. Bu yöntemler şunlardır:

- Eksenlerden yararlanmak en yaygın kullanılan yöntemdir. Eksenler gizli ya da görünen şekilde kullanılabilir. Bu yöntem özellikle çok sayfalı yayınlarda kullanılır. Tasarım yüzeyinin çatısı, en az iki olmak üzere çok sayıda yatay ve dikey eksenin üzerine kurulur. Eksenlerden tipografinin hizalanmasından da yararlanır.
- Bir diğer yöntem üç nokta yöntemidir. Göz bir yüzey üzerinde yer alan üç unsur hayalî çizgilerle birleştirilerek bir üçgen oluşturmaya eğilimlidir. Buna dayanarak tasarımcı yüzeyde belirleyeceği üç odak noktasını, tasarımın birbirinden bağımsız birimlerini birbirine bağlayan unsurlar olarak kullanabilir. Bu yaklaşımla kullanılan unsur sayısı fazlaysa bu unsurlar, belirlenen üç ayrı odak noktasına gruplandırılır.
- Tasarım yüzeyini çevreleyen bordürler, bütünlük sağlamada kullanılabilir.
- Gerekli yerlere beyaz boşluklar bırakarak, bütünlük sağlanabilir. Bazı durumlarda beyaz boşluk, dış kenarlara yakın bölgelerde kullanılarak bordürlere benzer bir işlev kazandırılabilir.

Sayfa tasarımında, karşılıklı sayfalar arasında bütünlük sağlamak büyük önem taşımaktadır. Bunu sağlamak amacıyla eksenlerden yararlanıldığına yukarıda değinmiştik. Karşılıklı sayfalar arasında bütünlük sağlamak amacıyla aşağıdaki yöntemlerden yararlanılabilir.

- Organik yapılı ve kıvrımlı hatlardan oluşan görsel unsurlarla yazı grubunun ayrı sayfalarda toplanması,
- Her iki sayfada da aynı rengin, yazı karakterinin, ya da tasarım üslubunun kullanılması,
- Sol sayfadaki eksenin konum ve ölçüsünün, sağ sayfada da aynı olması.

Örnekleri inceleyiniz.



Şekil 4.4. Üç vurgulama noktası ve bordürle sağlanan bütünlüğe örnekler

#### ➤ Vurgulama

Bir tasarımda hangi görsel unsurun vurgulanacağını belirlemek, başlı başına bir problemdir. Vurgulanacak unsur, tasarımın özelliklerine göre değişiklik arz eder.

Tasarımcı hangi görsel unsuru vurgulayacağını önceden belirlemelidir. Ardından vurgulamanın hangi yöntemle (boyut büyütme, kalınlaştırma, koyu ton, canlı renk kullanımı, değişik kompozisyon vb.) yapılacağını saptamak gerekir. Yöntemi belirlemede en etkili yol seçenekleri denemek olacaktır.

Bir diğer sorun ise vurgulamanın tasarımın neresinde yapılacağını saptanmasıdır. Vurgulama çoğu zaman tasarımın optik noktasında yapılır. Ancak değişik durumlarda tasarımın özelliklerine göre farklı konumlar tercih edilebilir.

Vurgulamada dikkat edilmesi gereken en önemli kural, vurgulanacak unsurun birden fazla olmamasıdır. Bu ideal sayı, tasarımın özelliğine göre belki artırılabilir ancak vurgulanan unsur sayısının artmasının tasarımda vurgulamayı yok edeceğini bilmemiz gerekir.

Tasarımı yaratıcı bir faaliyet olarak tanımlamamız zaten onun kesin kurallarla sınırlandırılmaması gerektiğini kavramamızı da sağlar. Tasarımcı üzerinde çalıştığı konuya göre, bilerek ya da bilmeyerek tasarım ilkelerini devreye sokar. Yukarıda açıklamaya çalıştığımız ilkelerin hepsi bir tasarımın amacına göre eşit ölçüde yer almayabilir. Tasarımcı çalışmasında hiçbir zaman formüle edilemeyecek olan kişisel özelliklerini de yansıtacağı için bu ilkelerden birini ya da birkaçını çiğneyebilir. Kısaca tasarım ilkeleri, her durumda uyulması gereken kesin kurallar değildir. Bu ilkeler daha çok yol gösterici ve hatırlatıcı olarak değerlendirilmelidir.



Şekil 4.5. Vurgulamaya örnek afişler

### 4.1.3. Tasarımın Görselleştirilmesi

Görselleştirme, bir tasarımın en önemli yaratıcı evresidir. Görselleştirmenin ilk aşaması taslaklardır. Taslakları yaratıcı düşüncenin sadeleştirilerek aktarılmasını sağlayan notlar ya da karalamalar şeklinde ifade edebiliriz.

Taslaklar aslında bir zihinsel alıştırmadır ve bu çok önemli aşamaya mümkün olduğunca uzun zaman ayrılmalıdır.

Taslaklar, tasarımın görünümü hakkında üretim öncesinde bilgi vererek tasarımın olgunlaşmasını sağlarlar. Taslaklara yeterli zaman ayırmak ve mümkün olduğunca çeşitleme yapmak, tasarım sürecinin sağlıklı işleminde oldukça yararlı olacaktır.

Taslaklar yaratıcı düşüncenin doğruluğu ve uygunluğu konusunda önceden karar alınmasını sağladığı gibi üretim sonrası fark edilebilecek hataları da büyük oranda giderir.

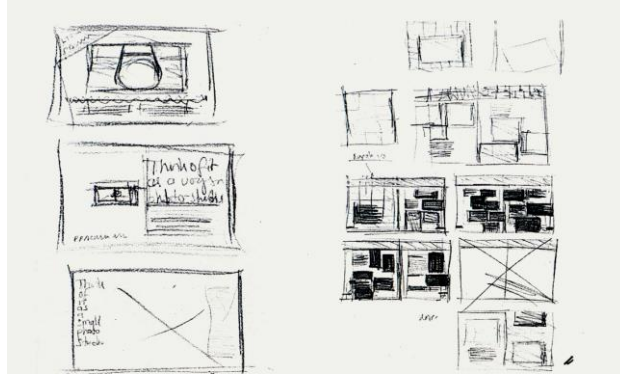
#### ➤ Taslak Çalışmasının Evreleri

Taslak çalışmaları bir tasarım sürecinin önemli bir bölümü içerisinde yer alabilir. Sağlıklı ve ayrıntılı bir taslağın hazırlanabilmesi için belli aşamalar söz konusudur.

- **Karalamalar**

Tasarımcı, aklına gelen her yaratıcı düşüncüyü unutmadan hızlı bir şekilde not etmelidir. Bu aşamada probleme getirilen çözüm ve kompozisyonun temel yapısı kabaca belirlenir. Karalamalar bir yaratıcı düşüncenin, buluşun görsel notlarıdır. Karalamalar boyut, renk, yazı karakteri gibi ayrıntıları içermez.

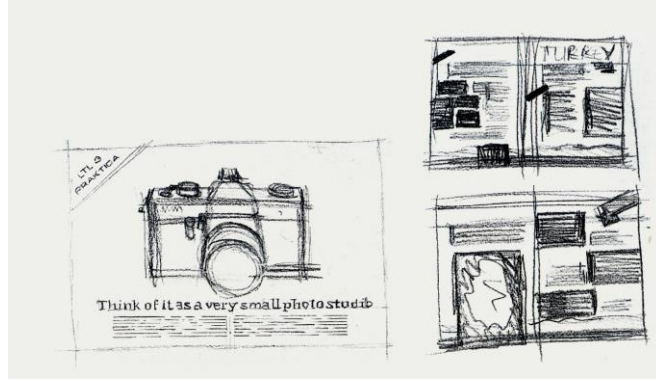




Şekil 4.6. Karalama taslakları

- **Ön Taslaklar**

Bu aşamada tasarımcı, karalamaları arasından seçtiklerini hızlı bir görselleştirme tekniği ile daha ayrıntılı bir hâle getirir. Bu çalışmalar gerçek ya da gerçek boyutları ile orantılı boyutlarda yapılır. Renk, yazı karakteri, ışık, gölge gibi özellikler daha belirgin duruma getirilir. Metin, paralel çizgiler hâlinde gösterilir. Bu çizgiler, metnin konumlandırılması ile ilgili bilgi verici nitelikte olmalıdır. Ön taslaklarda tasarımın görsel özellikleri büyük oranda netleşir.



Şekil 4.7. Ön taslaklar

- **Ayrıntılı Taslaklar**

Çalışmanın son aşaması, ayrıntılı taslaklardır. Çoğunlukla bu konuda uzmanlaşmış sanatçılar tarafından yapılır. Bu aşamada gerekli olan her teknik ve araçtan yararlanarak, basılacak çalışmaya en yakın görünümüne ulaşılmaya çalışılır.

Taslak çalışmalarının izleyeceği sıra, tasarımcının ve çalıştığı ortamın özelliklerine göre değişiklik gösterebilir.

Bazı durumlarda karalamalardan ayrıntılı taslak aşamasına geçilirken bazı durumlarda ayrıntılı taslak aşamasından, tekrar ön taslak aşamasına geçilebilir.

Eğer yaratıcı bir süreçten söz ediliyorsa esnek olmayan katı bir sıralamadan ya da kurallardan söz etmenin mümkün olmayacağı açıktır. Ancak genel olarak on farklı taslak yaklaşımının, grafik tasarım ürünlerinde yaygın olarak kullanıldığını söyleyebiliriz.

#### **Bunlar:**

1-) Mondrian taslakları, 2-) İmge ağırlıklı taslaklar, 3-) Metin ağırlıklı taslaklar, 4-) Çerçevesiz taslaklar, 5-) Sirk taslakları, 6-) Çok panolu taslaklar, 7-) Silüet taslaklar, 8-) Tipografik taslaklar, 9-) Rebus taslaklar, 10-) Harf biçimli taslaklar *(Bu taslak türleri hakkında araştırma yapınız. Örnek tasarım örnekleri temin ederek, arkadaşlarınızla paylaşınız. Çalışmayı gruplar hâlinde paylaşarak yapmanız, daha verimli olacaktır.)*

## **4.2. Broşürler**

‘İlan, Broşür ve Afiş Hazırlama’ modülünde, broşürlerle ilgili temel bilgileri vermiştik. Bu temel bilgileri biraz daha ayrıntılı bir şekilde hatırladıktan sonra, uygulama faaliyetimize geçelim.

Broşürü, açıklayıcı ve tanıtıcı nitelikte olan tanıtıcı materyal şeklinde tanımlayabiliriz. Ayrıca broşür küçük kitapçık olarak da tanımlanabilmektedir. Broşürler de tıpkı ilan ve afişlerde olduğu gibi çok çeşitli amaçlarla hazırlanabilir. Örneğin bir ürünün tanıtım amacıyla hazırlanabileceği gibi, bir hastalık hakkında bilgilendirme amacıyla da hazırlanmış olabilir.

Broşürler çok sayfalı ve genellikle küçük ebatlıdır. Küçük ebatlı olmalarının en önemli sebebi kolay taşınmasını sağlamaktır. Küçük bir kitapçık şeklinde düzenlenmiş broşürler olduğu gibi katlanmak suretiyle belli bir ebatla düzenlenmiş broşürler de bulunmaktadır. Piyasada karşılaştığımız broşürlerin çoğu, kırılımlı (katlamalı) broşürlerdir.

Şimdiye kadar yaptığımız çalışmalardan farklı olarak, broşürlerde birden fazla sayfa söz konusu olduğu için broşürlerin tasarımında sayfa organizasyonunu da göz önünde bulundurmamız zorunda olduğumuzu daha önce öğrenmiştik.

Öğrenmiş olduğumuz temel tasarım ilkeleri dışında, bir broşürün tasarımı konusunda aşağıdaki önerilerden yararlanılabilir. Ancak bu önerilerin vazgeçilmez kurallar olmadığını da bilmemiz gerekir.

- Görsel unsurların aşırı simetrik düzenlenmesinden kaçının. Biraz asimetri görsel ilginçlik katarak, daha hareketli ve dikkat çekici olabilir. Ancak ilginçliğin dozunu iyi ayarlamamız gerektiğini de unutmayın.
- Mümkün olduğunca beyaz boşluk bırakmaya çalışın. Bu şekilde sayfanın okunurluluğunu artıracaktır. Sadeliğin kaliteyi artıracaklarını unutmayın.

- Özellikle gerekmiyorsa gövde metinlerini asla büyük harflerle yazmayın. Bu şekilde büyük harf kullanımı, okunurluğu güçleştireceği gibi görünümü de bozacaktır.
- Dekoratif yazı tiplerini kullanırken tasarım üslubuna uyumlu ve okunaklı olmasına dikkat edin ve tümünü büyük harf olarak kullanmaktan kaçınınız.
- Başlıklar için ayrı, gövde metni için ayrı yazı karakterleri kullanarak; daha kolay ayırt edilmelerini sağlayın. Bu konuda yaygın göz alışkanlıklarını da dikkate alın. Örneğin, metinler için Times New Roman, başlıklar için Arial kullanımı oldukça yaygındır.
- Metnin tamamını ya da büyük bölümlerini kalın ve italik olarak kullanmayın. Bu tür biçimlendirmelerden daha çok vurgulama amacıyla yararlanın.
- Kıvrımlı broşürlerde, katlanma yerini gösteren dikey çizgiler kullanmayın; katlamayı baskı sonrası bu hat üzerine denk getirmek mümkün olmayabilir.

Son olarak iyi bir tasarım yapmak için teknik ve teorik bilgi yanında, deneyimin de çok önemli olduğunu hatırlatmakta yarar görüyoruz. İhtiyacımız olan bu deneyimi kazanabilmek için eğitiminiz boyunca günlük hayatınızda sıklıkla karşılaştığımız grafik tasarım ürünlerini, sıradan bir okuyucudan farklı bir gözle incelemeniz yanında, bol bol tasarım çalışması yapmanız da gerekmektedir.

Uygulama çalışmasına başlamadan önce, grafik tasarım hakkında şu hususları tekrar hatırlatmakta yarar görüyoruz:

- Grafik tasarım, iletişimin görselleşmesi olarak da nitelendirilebilir. Görselleşen tasarım, insanlar tarafından daha hızlı ve kolay anlaşılır.
- Görselleşen tasarımda verilen mesajlar, açık net ve estetik olmalıdır.
- Tasarlama bir planlamadır. Tasarım süreci karışıklığa ve aynılığa bir düzen getirmelidir. Tasarım elemanları doğru yerleştirildiğinde tasarımın gücü artar. Düzen, verilen mesajın daha kolay anlaşılmasını sağlar.
- Başarılı tasarım, içeriği tam ve basit olarak aktaran tasarımdır. Bu sebeple sayfaları çok bilgiyle doldurmak, çeşitli problemlere sebep olabilir. Önemli olan okuyucuyu yormadan ve sıkmadan, iletilmek istenen şeyi aktarmaktır. Sadelik, beraberinde şıklık da getirecektir.
- Sayfayı ilgi çekici hâle getirmek de oldukça önemlidir. Görsel uyarıcı okuyucuyu sayfaya daha çok çeker.

### **Uygulamaya Hazırlık**

Uygulamaya geçmeden önce çeşitli broşür örnekleri temin ederek, verilen temel bilgiler doğrultusunda bu örnekleri inceleyip değerlendiriniz. Görüşlerinizi sınıf ortamında arkadaşlarınızla ve öğretmeninizle paylaşınız.

## UYGULAMA FAALİYETİ

Okulumuzu tanıtan bir broşür hazırlayalım. Doğal olarak bu broşürde kullanacağımız görsel materyaller, okulumuza ait olacaktır. Broşürümüzü, 2-3 kişilik ekipler oluşturarak hazırlayalım.

Temel amacımız, hazırlayacağımız broşürle okulumuz hakkında bilgi edinmek isteyen bir kişiyi; okulumuzun amaçları, verilen eğitimin içeriği, eğitim olanakları, sosyal faaliyetler, adres, telefon, web adresi, ulaşım olanakları vb. konularda bilgilendirmektir.

Broşürümüz A4 (yatay) tek kırımlı ya da iki kırımlı olarak hazırlanacaktır.

İşlem Basamakları	Öneriler
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Ekip arkadaşınızla iş bölümü yapın.</li><li>➤ Broşürde yer alması gereken bilgileri tespit ederek, gerekli araştırmayı yapın.</li><li>➤ Bu süre içerisinde tasarımınız hakkında bir fikir oluşturmaya çalışın.</li><li>➤ Ekip olarak problem çözme yöntemlerinden yararlanmaya çalışın.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Yapacağınız araştırmanın kalitesi, tasarımınıza da yansıtacaktır.</li><li>➤ Araştırma süresince yararlanabileceğiniz metin, fotoğraf gibi unsurları belli bir yere kaydedin.</li><li>➤ Aklınıza gelen fikirleri hemen not edin.</li><li>➤ Kendi okulunuzun ya da başka okulların broşürlerini incelemeniz hem içerik hem de fikir oluşturmanız açısından oldukça faydalı olacaktır</li><li>➤ Vereceğiniz bilgilerin doğruluğundan emin olun.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Görsel materyallerinizi tasarımınızda kullanmak üzere, resim işleme programlarından yararlanarak düzenleyin.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Çözünürlüğün yüksek olmasına ve formata dikkat edin.</li><li>➤ Kullanacağınız görsel unsurların sıradan olmamasına dikkat edin. Özgün ve farklı olma çabası içinde olun.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Kullanacağınız metinleri oluşturun.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Yazım hatalarına karşı dikkatli olun.</li><li>➤ Vereceğiniz bilgilerin organizasyonu ve sayfalardaki konumları konusunda hassas olun.</li><li>➤ Okuyucunun işine yaramayacak gereksiz metinler kullanmaktan kaçının.</li><li>➤ Metinleri okuyucunun kolaylıkla okuyup anlayabileceği şekilde oluşturun.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Tasarımınızı görselleştirme (taslak, eskiz) çalışmalarını yapın.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Taslak çalışmalarında, bilgisayarın avantajlarından yararlanın.</li><li>➤ Sabırlı olun, aklınıza gelenleri denemekten çekinmeyin.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Tasarımınız konusunda netleştikten sonra sayfanızı düzenleyin.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Tasarımınızın özelliklerine göre hangi yazılımda rahat yapabilecekseniz o yazılımı kullanın.</li><li>➤ Bu tip çalışmalar için çoğunlukla vektörel çizim programları, sayfa düzenleme programları kullanılır.</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sayfalar arasında bütünlük olmasına, kullandığınız metin ve görsellerin uyum içerisinde olmalarına dikkat edin.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Çalışmanızı görsel açıdan ve metin açısından kontrol edin.</li> <li>➤ Çalışmanızı jpeg formatında öğretmeninize teslim edin.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Verdiğiniz bilgilerin doğruluğu konusunda çok dikkatli olun. Örneğin telefon numarasında bir rakamın yanlış yazılmasının sonuçlarını düşünün.</li> <li>➤ Çalışmanızda yazım hatası olmadığından emin olun.</li> <li>➤ Sayfa ve bilgi organizasyonu, denge, orantı, devamlılık, bütünlük ve vurgulamalar açısından kontrol edin.</li> </ul>

<b>GÖZLENECEK DAVRANIŞLAR</b>	<b>EVET</b>	<b>HAYIR</b>
1. Yeterli araştırma, inceleme yapabildiniz mi?		
2. Ne yapacağınız konusunda bir fikir oluşturabildiniz mi?		
3. Broşür içeriği itibarı ile amacına ulaşabiliyor mu?		
4. Fikrinizi sayfalara istediğiniz gibi yansıtabildiniz mi?		
5. Düzenlemeniz teknik olarak yeterli mi?		

## **DEĞERLENDİRME**

Cevaplarınız arasında Hayır yoksa bir sonraki öğrenme faaliyetine geçebilirsiniz. Eğer Hayır cevabı vermişseniz, yapamadığınız işlemi ve varsa konularını tekrar ederek ya da öğretmeninizden yardım alarak eksikliğinizi gideriniz.

## ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

**1. Aşağıdakilerden hangisi bir amblem çeşidi değildir?**

- a -) Formlarını harflerden alan amblemler    b -) Harf ve kurum hakkında imaj veren amblemler  
c -) Kurum hakkında imaj veren amblemler    d -) Düz amblem

**2. Aşağıdakilerden hangisi logonun özelliklerinden biri değildir?**

- a -) Açık renkli olmalıdır    b -) Değişik durumlarda okunabilir olmalıdır.  
c -) Özgün olmalıdır    d -) Renk ve biçim olarak bütünlük içinde olmalıdır

**3. Aşağıdakilerden hangisi uygulamalı tasarım alanlarından biri değildir?**

- a -) Endüstri tasarımı    b -) Çevre tasarımı  
c -) Grafik tasarımı    d -) Afiş tasarımı

**4. Aşağıdakilerden hangisi bir tasarım probleminin çözümündeki aşamalardan biri değildir?**

- a -) Problemin tanımı    b -) Çoğaltma  
c -) Çözüm Bulma    d -) Bilgi toplama

**5. Sinema afişi aşağıdaki kategorilerden hangisine uygundur?**

- a -) Sosyal Afişler    b -) Reklâm Afişleri  
c -) Kültürel Afişler    d -) Hiçbiri

**6. Aşağıdakilerden hangisi tasarımı oluşturan elemanlardan biri değildir?**

- a -) Çizgi    b -) Denge  
c -) Renk    d -) Ton

**Aşağıdaki cümlelerde boş bırakılan yerleri uygun ifadelerle tamamlayınız.**

7. Bir tasarımda göz bir unsurdan diğerine kesintisiz geçişler yapabiliyorsa tasarımda ..... sağlanmış demektir.
8. İki ya da daha fazla tipografik karakterin, sözcük hâlinde okunacak biçimde bir araya getirilmesiyle oluşturulan ve bir ürün, kuruluş ya da hizmeti tanıtan, marka ya da amblem özelliği taşıyan simgelere ..... denir.
9. Afişlerde en genel ayırım ..... ve ..... ayırımıdır.
10. Grafik bir dil kullanılarak hazırlanan ve farklı diller arasındaki iletişim engelini ortadan kaldırmaya yönelik simgesel işaretlere ..... adı verilir

### **DEĞERLENDİRME**

Verdiğiniz cevapları cevap anahtarı ile karşılaştırarak performansınızı ölçünüz. Bu öğrenme faaliyeti ile ilgili eksikleriniz varsa eksiklerinizi öğrenme faaliyetinden ya da öğretmeninizden yardım alarak giderebilirsiniz.

# MODÜL DEĞERLENDİRME

Modülü bitirdiniz. Modül sonunda kazanacağınız yeterliği kazanıp kazanmadığınızı ölçmek amacıyla organ nakli konusunda bilgilendirici ve teşvik edici nitelikte, yukarıda yaptığımız çalışma ile benzer özellikler içeren bir broşür hazırlayınız.



# CEVAP ANAHTARLARI

## ÖĞRENME FAALİYETİ-4 'ÜN CEVAP ANAHTARLARI

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
D	A	D	B	C

<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
B	Devamlılık	Logotype	İç mekân Dış mekân	Piktogram

## KAYNAKÇA

- Amblem/Logo Reprodüksiyonu Modülü, MEGEP, Ankara, 2006.
- BECER Emre, İletişim ve Görsel Tasarım, Dost Yayınları, Ankara, 2005.
- İSTEK Ragıp, Görsel İletişimde Tipografi ve Sayfa Düzeni, Pusula Yayınları, İstanbul, 2005.
- Ketenci H.F., Bilgili C., Görsel İletişim & Grafik Tasarımı, Beta Yayınları, İstanbul, 2006.
- PEKTAŞ Hasip, Basın İlanlarında Grafik Tasarımın Yeri ve Önemi, Y. Lisans Tezi, Ankara, 1988.
- Reklam ve Tasarım Modülü, Eğlence Hizmetleri Alanı, MEGEP, Ankara, 2006.
- UÇAR Tefik Fikret, Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İnkılâp Yayınları, İstanbul, 2004.