

BİLGİLENDİRME TASARIMINDA TEKNOLOJİ KULLANIMI:
ÇAĞDAŞ SANAT MÜZESİ UYGULAMA ÖNERİSİ

BERK MEHMET ÖZEL

ARALIK, 2021

BİLGİLENDİRME TASARIMINDA TEKNOLOJİ KULLANIMI:
ÇAĞDAŞ SANAT MÜZESİ UYGULAMA ÖNERİSİ

BERK MEHMET ÖZEL

YÜKSEK LİSANS TEZİ
GRAFİK TASARIM BÖLÜMÜ

DANIŞMAN: Dr. Öğr. Üyesi DİDE AKDAĞ SATIR

YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ
ARALIK, 2021

İNTİHAL SAYFASI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum, bu çalışmayı, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yol ve yardıma başvurmaksızın yazdığımı, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserleri her kullanışında alıntı yaparak yararlandığımı belirtir; bunu onurumla doğrularım.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara katlanacağımı bildiririm.

Tarih : 20.12.2021

Ad/Soyad : Berk Mehmet Özel

ÖZET

Gelişen teknoloji sayesinde, günümüzde bilgiye erişim kolaylaşmıştır fakat doğru bilinen yanlış bilgiyi hızla kabullenmek ve sınırsız bilgi arasında bilgi kirliliğiyle karşılaşmak da mümkündür. Bu durum bilgiyi tasarlama ihtiyacı oluşturmaktadır. Toplumun her kesimine hitap eden kurumların bilgilendirme tasarımlarına daha fazla ihtiyaç duyduğu görülmektedir. Bu kurumlar tarafından aktarılan bilgi gereksiz metinlerden ve görsellerden arındırılarak, sıralı ve sistemli bir şekilde tasarlanmalıdır. Bu doğrultuda bilgilendirme tasarımına ihtiyaç duyan en önemli kurumlardan biri de müzelerdir. 20. yüzyılın ortalarından itibaren çağdaş müzeler bilgiyi koruma, düzenleme ve sergileme çalışmalarına ek olarak eğitim etkinlikleriyle tüm topluma ulaşmayı hedefleyerek müzeleri yaşayan mekânlar haline getirmiştir. Bu doğrultuda tezin son bölümünde örnek bir çağdaş sanat müzesi oluşturulmuştur. Bilgilendirme tasarımında teknoloji kullanımı sayesinde eğitim odaklı ve yaşayan bir mekâna uygun olarak Töz çağdaş sanat müzesi üzerinden hem kendisi hakkında genel bir bilgilendirme hem de yaptığı sergiler, atölye çalışmaları, etkinlikler gibi alanlarda bilgilendirme tasarımları sunulacaktır. Gerçek dünyayla eş zamanlı olarak dijital dünyada da konumlandırılması için öneriler ortaya konulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Görsel İletişim, Grafik Tasarım, Bilgilendirme Tasarımı, Çağdaş Müzecilik

ABSTRACT

Thanks to the developing technology, access to information has become easier today, but it is also possible to quickly accept the wrong information that is known to be true and it is possible to encounter information pollution among unlimited information. This creates to design information need. It is seen that institutions which appeal to all parts of society need information designs more. The information conveyed by these institutions should be purified from unnecessary texts and visuals, and it should be designed in a sequential and systematic manner. Accordingly, one of the most important institutions which need information design is museums. Since the middle of the 20th century, modern museums have turned museums into living spaces, aiming to reach the whole society with educational activities in addition to their efforts to preserve, organize and exhibit information. In this direction, an exemplary contemporary art museum was created in the last part of the thesis. Thanks to using technology in information design, in accordance with an education-oriented and living space, Töz contemporary art museum will provide both general information about itself and informational designs in areas such as exhibitions, workshops and events. Suggestions will be made to position it in the digital world simultaneously with the real world.

Keywords: Visual Communication, Graphic Design, Information Design, Contemporary Museum

TEŞEKKÜR

Öncelikle bu tez çalışmasını ortaya koyarken desteği ve ilgisi için tez danışmanım, değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Dide Akdağ Satır'a ve kıymetli arkadaşım İbrahim Can'a, hayatımın her noktasında koşulsuz şartsız bana destek olan aileme, beni ufkuyla yönlendiren ve her zaman bana inanan çok kıymetli hocalarıma, bu noktaya gelmemde emeği olan herkese teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

İNİHAL SAYFASI	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
TEŞEKKÜR	iv
İÇİNDEKİLER	v
GÖRSEL DİZİNİ	ix
1. GİRİŞ	1
2. İLETİŞİM	4
2.1. İletişim Nedir?	4
2.2. Sözlü İletişim	4
2.3. Görsel İletişim	5
2.3.1. Görsel İletişimde Anlama ve Anlamlandırma	6
3. GRAFİK TASARIMI ve İLKELERİ	8
3.1. Grafik Tasarım Nedir?	8
3.2. Tasarım İlkeleri ve Elemanları.....	9
3.2.1. Grafik Tasarım İlkeleri	9
3.2.2. Grafik Tasarım Elemanları	11
3.3. Görsel Algı ve Dikkat.....	12
3.4. Gestalt İlkeleri	13
3.4.1. Şekil-Zemin İlişkisi	13
3.4.2. Tamamlama İlkesi	14
3.4.3. Benzerlik İlkesi	15
3.4.4. Yakınlık İlkesi	16
3.4.5. Devamlılık İlkesi	17

3.4.6. Simetri İlkesi	17
3.5. Tipografi	18
3.5.1. Harf Anatomisi	19
3.5.2. Modern Sanat Akımları ve Yeni Tipografi	22
3.5.3. Kinetik Tipografi.....	29
3.5.4. Dijital Tipografinin Temelleri	30
3.5.4.1. Web Safe Font ...	31
3.5.4.2. @font-face	31
3.5.4.3. Google Web Fonts	31
3.6. İşaret Sistemlerinde Tipografik Standartlar	32
4. BİLGİLENDİRME TASARIMI	33
4.1. Bilgilendirme Tasarımı Nedir?	33
4.2. Bilgilendirme Tasarımının Tarihi.....	35
4.3. Bilgilendirme Tasarımının Uygulama Alanları.....	38
4.3.1. Belge Tasarımı	38
4.3.2. Form Tasarımı	39
4.3.3. Kullanım Kılavuzu Talimatları	39
4.3.4. Haritalar	40
4.3.5. İnfografikler	41
4.3.6. Çevresel Grafik Tasarımı	42
4.3.6.1. Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımı	43
4.3.6.2. Sergileme Tasarımı	46
4.3.6.3. Yer İmleri	47
4.3.6.4. Piktogramlar	48
4.4. Bilgilendirme Tasarımının Uygulama Ortamları.....	49

4.4.1. Durağan Ortamlarda Bilgilendirme Tasarımı	49
4.4.2. Hareketli Ortamlarda Bilgilendirme Tasarımı	50
4.4.3. Etkileşimli Ortamlarda Bilgilendirme Tasarımı	51
4.5. Bilgilendirme Tasarımının Aşamaları	52
4.5.1. İçeriği Belirleme / Analiz Aşaması	53
4.5.2. Kullanıcıyı Tanıma / Empati Aşaması	53
4.5.3. Uygun Ortam Seçme Aşaması	54
4.5.4. Taslak Hazırlama / Planlama Aşaması	55
4.5.5. Bilgiyi Düzenleme Aşaması.....	55
4.5.6. Bilgiyi Tasarlama Aşaması.....	56
5. MÜZE VE TEKNOLOJİ KULLANIMI	57
5.1. Müze Nedir?	57
5.2. Çağdaş Sanat Müzesi	57
5.3. Çağdaş Sanat Müzesi Kapsamları	58
5.4. Sanal Müze Kavramı ve Gelişimi	59
5.5. Müzelerde Teknoloji Kullanımı	60
5.5.1. Sesli Rehber Sistemleri	61
5.5.2. Hologram	62
5.5.3. İnteraktif Uygulamalar	63
5.5.4. Video Projeksiyon Haritalama	64
5.5.5. Beacon (Bluetooth Düşük Enerji Teknolojisine Sahip İşaretçi)	65
5.5.6. Sanal Gerçeklik	65
5.5.7. Artırılmış Gerçeklik	66
5.6. NFC (Yakın Alan İletişimi)	67
5.7. NFT (Değiştirilemeyen Dijital Varlık/Jeton).....	69

5.8. Metaverse: Sanal Evren	69
6. TÖZ ÇAĞDAŞ SANAT MÜZESİ UYGULAMA ÖNERİSİ	71
6.1. Logo Tasarımı	72
6.2. Tipografi	72
6.3. Renk	74
6.4. Piktogram Seti	74
6.5. Kartvizit	75
6.6. Web Tasarımı	76
6.7. Mobil Uygulama	88
6.8. Yönlendirme	89
6.9. Bilgilendirme Kartları	90
6.10. Açık Hava Reklamları	91
6.11. Yaka Kartı	92
7. SONUÇ	93
KAYNAKÇA.....	97
Ek : Görsel Tasarımlar.....	101

GÖRSELLER DİZİNİ

Görsel 1. Şekil ve Zemin İlişkisi.....	14
Görsel 2. Tamamlama İlkesi	14
Görsel 3. Benzerlik İlkesi	15
Görsel 4. Yakınlık İlkesi	16
Görsel 5. Devamlılık İlkesi	17
Görsel 6. Simetri İlkesi	17
Görsel 7. Harf Anatomisi	20
Görsel 8. Kerntype Harf Aralığı Oyunu	21
Görsel 9. Kerntype Harf Aralığı Oyunu	22
Görsel 10.F. Tomasso Marinetti “Zang Tumb Tumb” (1914).....	24
Görsel 11. Zang Tumb Tumb İç Sayfa Tasarımı	25
Görsel 12. Kurt Schwitters&Theo van Doesburg "Kleine Dada Soiree" için Poster ..	26
Görsel 13. El Lissitzky "Dlia Golosa (For the Voice) kitabı iç sayfa tasarımları.....	27
Görsel 14. Alexander Rodchenko - The Soviet Political Poster 1918–1929.....	28
Görsel 15. Saul Bass "North by Northwest" Açılış Jeneriği.....	30
Görsel 16. Bilgilendirme Tasarımının Gelişimine Katkıda Bulunan Meslekler.....	35
Görsel 17. William Playfair, Danimarka İthalat Dengesi Çizelgesi, 1786	36
Görsel 18. Florence Nightingale, CoxComb Grafiği	37
Görsel 19. Otto Neurath, Almanya'da Bir Yılda Evlenen Erkekler	37
Görsel 20. Belge Tasarımı "Gmk Yazılar"	38
Görsel 21. Kaynak Oluşturma Form Tasarımı.....	39
Görsel 22. Arçelik Çamaşır Makinesi Kullanım Kılavuzu	40
Görsel 23. Harry Beck Paris Metrosu Haritası	41
Görsel 24. Atom Bilimcileri Bülteni İçin İnfografik	42

Görsel 25. Blank Studio Silesian Müzesi için Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımı..	43
Görsel 26. Calori&Vanden-Eynden, Crate&Barrel Genel Merkezi	44
Görsel 27. İstanbul Şehir içi Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımı.....	45
Görsel 28. İstanbul Şehir içi İşaretleme Tasarımı.....	45
Görsel 29. Ekavart Gallery "Women in Black" Sergisi	46
Görsel 30. Açık Alan Reklamı "Hollywoodland"	47
Görsel 31. Yer İmi "Hollywood" Yazısı.....	48
Görsel 32. Köpek Balıkları Temalı İnfografik.....	50
Görsel 33. Visuwoods Etkileşimli Çevrim İçi Görsel Sözlük	51
Görsel 34. Visuwoods Etkileşimli Çevrim İçi Görsel Sözlük Detay.....	52
Görsel 35. Almanya Deutsches Müzesi ‘Rhino’	60
Görsel 36. Sesli Rehber Sistemi.....	61
Görsel 37. Roseline de Thelin, Hologram Sanat Eseri	62
Görsel 38. CerModern Göbeklitepe Sergisi.....	63
Görsel 39.Şerefiye Sarnıcı Video Mapping	64
Görsel 40. Beacon Bluetooth Düşük Enerji Teknolojisine Sahip İşaretçi	65
Görsel 41. Sanal Gerçeklik Kullanan Ziyaretçiler	66
Görsel 42. Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları	67
Görsel 43. Nfc etiketler.....	68
Görsel 44. Logo Bileşenleri	72
Görsel 45. Logo	72
Görsel 46. Yazı Karakteri Ailesi.....	73
Görsel 47. Bulanık Metinlerde Okunabilirlik	73
Görsel 48. Neon Renkler.....	74
Görsel 49. Piktogram Örnekleri	74

Görsel 50. Nfc Teknolojisinin Kartvizitte Kullanımı	75
Görsel 51. Web Sitesi Anasayfa	76
Görsel 52. Web Sitesi Anasayfa 2	77
Görsel 53. Web Sitesi Anasayfa 3	77
Görsel 54. Web Sitesi Üye Olma Ekranı	78
Görsel 55. Web Sitesi Hamburger Menü	78
Görsel 56. Bireysel Profil Oluşturma.....	79
Görsel 57. Bireysel Profil Düzenleme	79
Görsel 58. Üniversite Profil Oluşturma	80
Görsel 59. Üniversite Eğitim Ekleme Sayfası	81
Görsel 60. Reklam Görseli Oluşturma.....	82
Görsel 61. Eğitim Materyali Tasarlama.....	83
Görsel 62. Üyelik Sonrası Anasayfa.....	84
Görsel 63. Üyelik Sonrası Anasayfada Sergi Görünümü	85
Görsel 64. Kullanıcı İstatistikleri 1	86
Görsel 65. . Kullanıcı İstatistikleri 2	86
Görsel 66. . Kullanıcı İstatistikleri 3	87
Görsel 67. Kullanıcı İstatistikleri 4.....	87
Görsel 68. Mobil Uygulama Tasarımları	88
Görsel 69. Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımları	89
Görsel 70. Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımı 2	90
Görsel 71. Bilgilendirme Kartları	90
Görsel 72. Örnek Sergi Afişi	91
Görsel 73. Billboard Tasarımı.....	92
Görsel 74. Yaka Kartı Tasarımı	92

1. GİRİŞ

Bu çalışmanın araştırma sürecinde kitap, makale, yüksek lisans tezleri gibi Türkçe kaynaklara ek olarak birçok yabancı kitaptan, makaleden ve internet sayfasından yararlanılmıştır. Tez sürecinde en çok zorlanılan nokta teknolojinin ve dijitalleşme sürecinin her geçen gün hızla değişmesi olmuştur.

İkinci Bölümde, iletişim kavramı tanımlanarak iletişim türlerine ve görsel iletişimde anlama ve anlamlandırmaya kısa bir giriş yapılacaktır. Görsel iletişimde anlamlandırmanın kişiden kişiye yaşadığı coğrafya büyüdüğü toplum ve kültüre göre farklılık gösterebileceği vurgulanmıştır.

Üçüncü Bölümde, grafik tasarım, tasarımın ilke ve elemanları, gestalt ilkeleri ve tipografi gibi alanlar açıklanmıştır. Tipografi başlığı altında modern sanat akımları yeni tipografi, hareketli tipografi ve dijital tipografi gibi başlıklara yer verilmiştir. Tipografinin estetik kaygılarla görsel imge olarak kullanılmasından bahsedilmiş fakat müze tasarımlarında eğitim ve bilgilendirme niteliği ön planda tutularak estetik kaygılardan önce okunulabilir, anlaşılabilir bir tipografi kullanılmasının önemi vurgulanmıştır.

Dördüncü Bölümde, bilgilendirme tasarımına ayrıntılı bir şekilde yer verilmiştir. Bilgilendirme tasarımının tarihsel gelişimi anlatılarak, bu alanın uygulama alanları ve uygulama ortamları ve aşamaları incelenmiştir. Araştırma, gözlem ve öğrenme yoluyla ulaşılan bilgi, kişinin merak duygusunu kendisine en mantıklı şekilde zihinsel bir süreçle anlamlandırması olarak tanımlanabilmektedir. 2000'li yılların başında araştırma yaparken güvenilir kaynaklar olarak daha çok ansiklopediler, kütüphaneler, kültür merkezleri ve müzeler kullanılmıştır. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte

araştırma yaptığımız bir konu başlığına uygun birçok farklı kaynağa, bulunduğunuz ortamdan mevcut cihazınızla erişim kolaylaşmıştır. İnternet sayfaları, paylaşılan bilgilere dünyanın her yerinden kesintisiz olarak erişim imkanı sağlamıştır. Bu durum beraberinde bilgi karmaşası ve bilgi kirliliğine de yol açmıştır. Güvenilir kaynaklar olarak görülen müzeler ilk ortaya çıktığı yıllarda geçmişe ait nesneleri toplayan, koruyan, belgeleyen ve sergileyen kurumlar olarak tanımlanırken, çağdaş müzecilik anlayışıyla birlikte eğitim kurumu olma görevi kazandığı da söylenebilir.

“Müzecilik konusunda, gerek ekonomik ve teknolojik gerekse nitelikli insan gücünde ortaya çıkan gelişme ile birlikte klasik müzecilik anlayışı, yerini modern müzecilik anlayışına bırakmıştır. Bu süreçte, idareciler sahip oldukları eserlerin ziyaretçilere ulaşmasında modern yöntemler kullanarak müzeciliğe yeni bir bakış kazandırmaya başlamıştır” (Altunbaş & Özdemir, 2012, s. 5)

Beşinci Bölümde, bilgilendirme tasarımına en çok ihtiyaç duyan kurumlardan biri olan çağdaş sanat müzelerinde, teknoloji kullanımının önemi vurgulanmaktadır. Yenilikçi bakış açısı, toplumsal konularda farkındalık oluşturma, eğitim amacı taşıma ve toplumu geçmiş ve gelecek hakkında bilgilendirme yönüyle ziyaretçiyle etkileşimli ortamlar oluşturan müzeler, gelişen teknolojilerle birlikte kendisine dijital dünyada da yer edinmelidir. Aksi takdirde günlük vakitlerinin çoğunu bilgisayarda, telefonda ya da tablet gibi akıllı cihazlarıyla geçiren ziyaretçilerin müzelerdeki etkinliklere fiziksel olarak katılmasını beklemek yetersiz kalacaktır. Müzelerde ziyaretçilerin ilgisini çekebilmek için kullanılan sesli rehber sistemleri, hologram, artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR), video projeksiyon haritalama, beacon, etkileşimli ekran gibi teknolojilerden bahsedilmiştir. Bu bölümün sonunda artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, hologram ve nft gibi hizmetleri bir araya toplayan, küresel anlamda sınırları

ortadan kaldıran ve herkes tarafından geliştirilebilen Metaverse sanal evreninden bahsedilmiş müzeler açısından önemi vurgulanmıştır.

Altıncı Bölümde, bilgilendirme tasarımında teknoloji kullanımını benimseyen bir çağdaş sanat müzesi uygulama önerisi yapılmıştır. Töz Çağdaş Sanat Müzesi'nin kurumsal kimliği gösterilmiş ardından teknoloji kullanımlarına örnekler verilmiştir. Töz çağdaş sanat müzesinin gerçek dünyayla eş zamanlı olarak dijital dünyada da varlığını sürdürmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışma için tasarlanan web sitesinde üniversiteler ve eğitimler eğitimler açabilir, küratörler sanal sergiler sunabilir ve öğrenciler interaktif bir şekilde bu çalışmalara katılabilir. Üniversiteler, eğitimler ve küratörler açtıkları eğitimle ilgili reklam posterini web sayfası üzerinden oluşturarak doğru anahtar kelimelerle ilgili kullanıcılara gösterilmesini sağlayabilmektedir. Eğitimler dersleri için uygun bilgilendirme tasarımı şablonlarını kullanarak eğitim materyalleri tasarlayabilir. Bu müze için Icom tarafından yapılan müzecilik tanımları da göz önünde bulundurularak ziyaretçisine birçok ortamdan katılabilme olanağı sağlayan, interaktif uygulamalarla öğrenme deneyimini artıran ve dijital geleceğin şekillendirilmesinde topluma öncü olan yenilikçi bir anlayış benimsenmiştir. 2021 yılında dünya genelinde hızla yayılan Koronavirüs hastalığı günlük faaliyetleri ve seyahatleri kısıtlamıştır. Müzelerde ziyaretçi sayısının düşmesiyle birlikte birçok müze eserlerini dijital ortama aktararak sanal sergiler ve sanal turlar düzenlemiştir. Tüm bu dijitalleşme adımlarına ek olarak Töz çağdaş sanat müzesinin son zamanlarda birçok şirket ve devlet tarafından değer gören metaverse sanal evrenine konumlandırılması ve sergilediği sanat eserlerini nft olarak satışa sunması planlanmaktadır. Bu süreçte toplumun hızlı bir şekilde adapte olabilmesi için eğitimler düzenleyerek geleceğin teknolojileri ve meslekleri hakkında öncülük etmesi öngörülmektedir.

2. İLETİŞİM

2.1. İletişim Nedir?

İletişim insanların topluluk halinde yaşamaya başladığı andan itibaren var olan bir ihtiyaçtır. “İletişim, insanın varlık sürdürme biçiminin bir ürünü ve insanın varlık sürdürme biçimindeki gelişmelere göre değişimlere uğrayan insana özgü bir olaydır” (Oskay, 2011, s. 1). Bireylerin, toplum içerisinde yaşayabilmek, sosyalleşmek ve gündelik faaliyetlerini devam ettirebilmek amacıyla iletişim kurmaya ihtiyaç duydukları söylenebilmektedir. İletişimi sözlü iletişim, görsel iletişim ve sözsüz iletişim gibi alt başlık üzerinden inceleyebiliriz. İletişim için bireylerin içerisinde yaşadığı toplumun kültürel dinamiklerine ve teknoloji seviyelerine göre sürekli gelişim halinde olduğu söylenebilmektedir. Sözel iletişimde kavramlar ve görsel iletişimde imgeler kültürel yapıya göre farklılık gösterebilmektedir. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte iletişimi çoklu ortam içerisinde görmek ve kavramı anlamlandırmak daha kolay bir hale dönüşmektedir. Örneğin hareketli tasarımlarda ses, görüntü ve tipografi bir araya getirilerek birden fazla duyu organını harekete geçirmek ve akılda kalıcılığını sağlamak amaçlanmaktadır. İnsanlar birbiriyle iletişim kurmak için iletişimin türlerine başvurmalıdır. Bu iletişim türlerinden en önemlilerinin sözlü iletişim, yazılı iletişim ve görsel iletişim olarak söylenebilmektedir.

2.2. Sözlü İletişim

Sözlü iletişim, gönderici ve alıcı arasında konuşma ve işitme yetilerinin kullanıldığı bir iletişim türüdür. Karşıdaki kişi/kişilere duygu ve düşüncelerin aktarılması için en etkili ve en hızlı yol olduğu söylenebilir. İki kişi arasında diyalog yoluyla gerçekleştiği için verilen mesaja geribildirim alınması daha hızlı

gerçekleşebilmektedir. Bu sebeple en çok tercih edilen iletişim yolu sözlü iletişimdir. “İletişim yöntemi ya da aracı, farklı gereksinimlere bağlı olarak değişebilir. Örneğin, bazı durumlarda yeterli olmasına karşın, konuşmak sınırlı bir iletişim yöntemidir. Sözlü iletişim sırasında sık sık yanlış anlamalar olmakta, düşünceler kolaylıkla unutulabilmektedir” (Becer, 2015, s. 28). Fakat kitlelerin ortam kullanım alanlarında acil mesaj vermek ya da sözlü iletişimden doğabilecek yanlış anlaşılımları ortadan kaldırmak amacıyla görsel iletişimin kullanıldığı söylenilmektedir.

2.3. Görsel İletişim

Görsel iletişim, kişi ya da bir topluluk arasında bireyin görme ve anlamlandırma yeteneklerini ön planda tutan bir iletişim türüdür. Görsel olarak mesaj vermek ve yönlendirmek amacıyla kullanıldığı söylenebilir.

“Çevresinde gözlemlediği nesneleri görselleştiren, onları yorumlayan insanoğlu, hayal gücünün de yardımıyla farklı bir boyut keşfetmiş, hatta kimi zaman görmediklerini, görülmeyen soyut kavramları da görselleştirerek yeni sanat türleri yaratmıştır. Hiç kuşkusuz bugün resim dediğinde bir sanat dalı aklımıza gelse de, bundan 17.000 yıl önce bu güçlü bir iletişim, mesaj ve bir dışavurum aracı olarak kullanılmaktaydı” (Uçar, 2004).

Bu bağlamdan yola çıkacak olursak basitleştirilmiş formlar ile resim günümüzde hala iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Görsel olarak bir mesaj verirken ya da yönlendirme yaparken şekiller, işaretler ve sembollere başvurulmaktadır. Görsel iletişimde görsel algının yerinin çok önemli olduğu söylenebilir. “Göz kendisine gelen iletileri bir kayıt cihazı gibi alır, ancak bu alınan görüntülerin algıya dönüşmesi için

edinmiş olduğumuz deneyimlerle ve bilgilerle işlenerek anlamlı hale gelmektedir” (Öncel Taşkiran & Bolat, 2013, s. 56).

Bu nedenle görsel iletişimde dikkat edilmesi gereken unsurlardan bir tanesi de kullanılan işaretlerin, sembollerin ve renklerin yaşanılan topluma ve kültüre göre değişiklik gösterebileceğidir. Görsel iletişim çevre koşullarından etkilenir. Kitleye yönelik oluşturulan tasarımlarda görsel iletişim, mesajın işlevselliği açısından bazı standartlara oturtulabilir.

2.3.1 Görsel İletişimde Anlama ve Anlamlandırma

“Nesnel çevrenin algılanmasındaki ilk basamak görme olayıdır. Nesnelerin üzerine düşen ışık bunlardan yansır ve gözün bilinen fiziki yapısı sonucu göz küresinin içinde bir görüntü oluşturur. Bu görüntü, meydana gelen kimyasal süreç sonucu sinir sinyallerine dönüşerek beyne iletilir. Görme işlemi dediğimiz bu olay, ilke olarak her gözlemcide aynı biçimde yürümektedir. Görme sürecindeki benzerliklerin aksine anlamlandırma kişilerde farklı frekanslarda oluşur” (Uçar, 2004, s. 59).

Bireylere göre değişen anlamlandırma yetilerinin oluşumu ve gelişimi sürecinden Elden, Özdem ise şu şekilde bahsetmektedir;

“Her insanın farklı özelliklerinin olması, tıpkı parmak izlerinin farklı olması gibi hiçbir zaman iki ayrı insanın birebir aynı özellikleri taşıması, bireylerin algılama özelliklerinin de farklı olması sonucunu doğurmaktadır. Aynı ortamda bulunan, benzer ilgilere sahip insanların bile dış uyaranları birbirinden farklı olarak algılamaları kaçınılmazdır” (Elden & Özdem, 2015, s. 147).

Çevreyi algılama ve anlamlandırma süreci insanın doğumundan başlayıp ölümüne kadar devam etmektedir. Yaşadığı zaman içerisinde insan birçok görsel uyarıcıyla karşı karşıya kalır. İnsanların yaşadığı coğrafya, büyüdüğü toplum ve sahip olduğu kültürün, algılama sürecine doğrudan etki ettiği söylenilebilmektedir.



3. GRAFİK TASARIM ve İLKELERİ

3.1. Grafik Tasarım Nedir?

Grafik tasarım iletilmek istenen bir kavramı ya da düşüncüyü özgün bir şekilde görselleştirerek, hedef kitle ile grafik tasarım ürünü arasında yeni bir iletişim boyutu oluşturmak olarak tanımlanabilmektedir. Bir başka tanıma göre grafik tasarım az sayıda görsel eleman kullanarak mesajı estetik ve en etkili bir şekilde iletebilen bir alandır (Gümüştekin, 2013, s. 36). Antik çağda mağara duvarlarına çizilen resimler zaman içerisinde harfleri ve kavramları yansıtan şekillere dönüşmüştür. Bu şekillerin kil hamuru yumuşakken kaleme benzer sivri bir malzeme ile kazındığı ve kurutularak tabletler haline çevrildiği, taşınabilir ve kalıcı hale getirildiği söylenilebilmektedir. Bu durum yazılı kültür oluşumunda önemli bir adımdır. Grafik tasarımın bu dönemde başladığı düşünülmektedir. Fakat asıl yaygınlaştığı dönem kâğıt kullanımının artması ve yüksek baskı tekniğinin bulunmasıyla birden fazla kopyanın alındığı dönemdir. Bu dönemde çoğunlukla dini kitaplar basılmış ve resimlendirilerek çoğaltılmıştır (Uçar, 2004, s.96).

Bu tanımlara ek olarak “Grafik Tasarımı, Görsel İletişim Tasarımı olarak yeniden tanımlamak iyi bir fikirdir. Yeni tanım bu alanın sınırlarını hem teknolojik yeniliklerini hem de demokratik özelliklerini kapsayacak şekilde genişletilmiştir” (Pido, 2012). Görsel İletişim Tasarımcılarının sadece tasarım alanında değil psikoloji, antropoloji, müzik ve yazılım gibi diğer alanlarda da bilgi sahibi olması gerektiği söylenilebilmektedir. Günümüzde artık grafik tasarımcıların ve görsel iletişim tasarımcılarının çeşitli konularda bilgi sahibi olması, tasarlanan projelere daha geniş bir bakış açısı ile bakmasını sağlayabilmektedir. Bu durum tasarım sürecini daha etkili ve güçlü hale getirmektedir.

3.2. Tasarım İlkeleri ve Elemanları

Tasarım İlkeleri ve Elemanları birbirinden ayrılmaz öğelerdir. Tasarım ilkeleri tasarımın teknik yapısıyla ilgilenirken, tasarım elemanları ise yapılan tasarımda kullanılacak görsel yapılarla ilgilenir.

3.2.1. Tasarım İlkeleri

Tasarım ilkeleri, etkili ve çekici bir kompozisyon oluşturmak için tasarımcının uyması gereken kurallardır. Tasarımın temel ilkeleri Vurgu, Denge ve Hizalama, Kontrast, Tekrar, Orantı, Hareket ve Beyaz Boşluktur (Reid, 2019). Bu ilkelere dikkat edilerek oluşturulan tasarımlar, alıcı tarafından daha kolay algılanabilmektedir.

3.2.1.1. Vurgu

Tasarımda vurgu bir görsel öğenin diğerlerine göre daha baskın ve dikkat çekici olması olarak tanımlanabilmektedir. Vurgulanan görsel öğe büyüklük, renk, yazı karakteri ve perspektif gibi etmenler ile diğerlerinden ayırtılarak ön plana çıkarılabilmektedir. Tasarımda görsel imge, yazı, logo gibi öğelerden herhangi biri vurgulanabilmektedir.

3.2.1.2 Denge ve Hizalama

Tasarım üzerine yerleştirilen her bir öğenin bir ağırlığı söz konusudur. Bahsedilen ağırlık renk, doku ya da büyüklük ile sağlanabilmektedir. Simetrik tasarımda merkez ekseninde birbirine hizalı şekilde yerleştirilen öğelerin birbirine denge oluşturduğu gibi, asimetrik tasarımda da birbirine hizalanmayan öğelerin birbirine olan zıt kullanımlarıyla denge oluşturulabilmektedir.

3.2.1.3. Kontrast

Türk Dil Kurumuna göre karşıtlık olarak tanımlanan kontrastı bir ögenin diğerlerine karşı ayırt edilmesi için uygulanan parlaklık, renk ve yazıtipi farklılıkları olarak tanımlayabiliriz. Bu tanımdan yola çıkacak olursak tipografi ile yapılan bir tasarımda yazı tipinin zemin ile arasındaki kontrast renk üzerinden oluşturulabilir. Farklı 2 yazı tipi birbirine kontrast oluşturabilirken tasarımda tek yazı tipinin farklı ağırlıklardaki kullanımlarıyla da oluşturulabilmektedir.

3.2.1.4. Tekrar

Tekrarlama tasarımda benzer ya da aynı öğelerin birçok kez kullanılması olarak tanımlanabilmektedir. “Tekrar; renk, desen, çizgi, şekil veya biçimlerin düzenlenmesiyle oluşur ve tekrar eden bir uyarıcı, sabit uyarıcıdan daha dikkat çekicidir. Düzenlenmeler unsurların büyüyen ya da küçülen tekrarlanmasıdır ve. zihin, boyutlar farklılaşsa da bu biçimleri benzer olarak algılar ve gruplandırır” (Baran, 2014, s. 104). Tasarımda birlik ve bütünlük yaratmak için tekrarın kullanıldığını söyleyebiliriz.

3.2.1.5. Orantı

Bir tasarımdaki parçaların, hem kendi aralarındaki hem de parçalarla bütün arasındaki boyutsal ve konumsal ilişkisi orantı olarak tanımlanabilir. “Görüntü, yazı, biçim, renk vb. tasarım öğeleri arasındaki karşılaştırmalı etki irdelemeleri süreçlerinde söz konusu olmaktadır” (Sayın, 2019, s. 26). Tasarım üzerinde oran-orantıyı en iyi şekilde oluşturmak isteyen tasarımcıların, vurgu ve denge gibi ilkeleri de iyi bir şekilde özümsemesi gerekmektedir.

3.2.1.6. Hareket ve Beyaz Boşluk

Hareketin, çizgi, renk, ton değeri, vb. tasarım elemanlarından yararlanarak izleyiciyi sayfanın içine, çevresine ya da kenarına doğru yönlendiren ritmik devinim olduğu söylenebilmektedir.

Beyaz Boşluk/Alan ise; Bir tasarımı oluşturan grafik öğeler ve metin gibi unsurları çevreleyen boş bırakılmış alandır. Modernist bir tasarım değeri olarak beyaz alan kullanımını savunan Jan Tschichold diğer tasarım unsurlarını vurguladıkları ve tasarıma nefes aldirdiklarını düşünerek beyaz alanları “tasarımın akciğerleri” olarak tanımlamaktadır (Ambrose & Harris, 2014, s. 37).

3.2.2. Tasarım Elemanları

Tasarım öğeleri tasarımda kullanılacak olan görsel yapılardır. Bir başka deyişle tasarıma ruh katan ve hedef kitle/izleyici üzerinde görsel bir beğeni oluşturan yapılar görsel tasarım öğeleridir. “Bir grafik tasarımcının üretimlerinde kullandığı grafik imgelerle, vermek istediği mesajın, o mesajın alıcısı durumunda olan hedef kitle tarafından ne ölçüde ve doğrulukta anlaşıldığı veya algılandığı; karşılaşılan en büyük sorundur. Grafik tasarımcı açısından bu sorun, grafik tasarım öğelerinin estetik kaygılarla, uygun şekilde bir araya getirilmesi ile çözülür. Bu bir araya getirmedeki ustalığın sonucu ortaya çıkan ürün, yani tasarım, grafik tasarımcının içinde yaşadığı topluma ve dünyaya bakışı, sorgulayışı, yorumlayışı, yarattığı ve/veya estetik duyarlılığın göstergesidir” (Gümüştekin, 2013, s. 37). Bu tasarım öğeleri; nokta, biçim, doku, çizgi, renk ve değer olarak sıralanabilmektedir.

3.3. Görsel Algı ve Dikkat

Reklam amaçlı tasarımların asıl amacının hedef kitlenin dikkatini çekmek olduğu söylenilebilmektedir. Hedef kitleyle etkileşim süreci dikkat çekme ile başlar ve hedef kitle dikkatini çeken reklama karşı daha açık hale gelir bu esnada algılama süreci devreye girer. Hedef kitle reklamı algılamaya ve anlamlandırmaya çalışır. “Algı, algılama sürecinin bir ürünüdür. Çevresel olan her şeyin insan bilinçliliğine yansımadır. İnsan bilinçliliğini, bilinç, öğrenilenler, deneyimler, beklentiler, kişisel ya da toplumsal etkenler oluşturur. İnsan bilinci edilgen olmamakla birlikte, sadece insanların içinde bulunduğu kültürel, toplumsal ya da politik bağlamların bir ürünü de değildir” (Baran, 2014, s. 123). Bir başka açıdan inceleyecek olursak “Algı konusunda doğal seleksiyonun dışına çıkıldığında tasarımcının amacı/amaçları devreye girmektedir. Temelde algıya dayalı hareketi hedef alan tasarımcının öz amacı; liderlik yapma ve algılayıcıya yol gösterme noktasında birleşmektedir” (Alparlan, 2019, s. 21). Hedef kitle üzerinde dikkat çekmek ve algılama ve anlamlandırma sürecini harekete geçirmek için şekiller, simgeler, görseller, sesler ve tipografi; tasarım elemanları ve ilkelerinin yardımıyla hedef kitle üzerinde bir etki yaratabilmektedir. Başarılı bir reklam yapmak için insan beyninin algılaması üzerine tasarımcının fikir sahibi olması gerekmektedir. “Reklam sektörü bakış açısıyla irdelendiğinde dikkat çekmenin en temel yolu görsel tasarım elemanlarının kullanım şeklidir. Zira öğrenme aktivitesinin %55’i görsel ipuçlarından, %37’si işitsel ipuçlarından ve %8’i de sözel ipuçlarından yararlanılarak gerçekleşmektedir (Parsıl,2012)” (Elden & Özdem, 2015, s. 143). Buna ek olarak beynin algılama sürecinde görsel mesajların, sözel mesajlara göre 60 bin kat daha hızlı işlendiği söylenilebilmektedir.

3.4. Gestalt İlkeleri

Gestalt Almanca bir kelimedir. Kelime anlamı olarak şekil/form/figür olarak tanımlanabilmektedir. Yapısalcı ekole karşı olarak 20.yüzyılda (1912) Gestalt psikolojisi ya da Gestaltizm olarak Wertheimerın yazdığı bir makalede Almanya’da ortaya çıkmıştır. Gestalt psikolojisi ya da Gestaltizm kuramının ilkeleri Wertheimer, Köhler ve Koffka tarafından geliştirilmiştir. Görsel bir imajı parçalarına indirgeyerek incelemek yerine bütüne odaklanmanın kişiye farklı ve kapsamlı algılama boyutu sunacaktır. “Gestalt psikolojisi, bilişsel süreçler içerisinde özellikle "algı" ve "algısal örgütlenme" konularında yoğunlaşmış psikoloji teorisidir. Gestalt psikolojisi kaotik görünen bir dünyada anlamlı bir algıya sahip olmamızın temelde hangi kanunlara dayandığını anlamaya çalışır. Gestalt psikologları, insan algısındaki bilişsel sürecin organizasyonunu anlamaya çalışmaktadır” (Gezer, 2019, s. 603).

3.4.1. Şekil-Zemin İlişkisi

“Bütün algılamalarda bir şekil ve bir de zemin vardır. Algılama sırasında göze ilk çarpan nesnenin şekli, formudur. Zemin ise görülen şeklin arka planındaki alandır. Görsel alanda şekil zeminden daha yakındır ve bir biçimi vardır. Şekil zemine göre daha etkilidir ve daha iyi anımsanır” (Uğur, 2018, s. 254). Görsel algılama sürecinde öncelikli olarak şeklin algılandığı ve geri kalan kısma da zemin denildiği söylenebilmektedir. Şekil zemin farklı bakış açılarına ve diğer etkenlere göre farklılık gösterebilir. Genelde şekil ve zemin birbirine zıtlık oluşturur. Böylece ilk algılanan olarak şekil zeminden ayrılmış olur (bakınız Görsel 1).



Görsel 1. Şekil ve Zemin İlişkisi

Kaynak: <https://marka-logo.com/fedex-logo/>

Görsel 1’de görüldüğü gibi ilk algılanan Fedex yazısıyla sonradan algılanan ok işareti birbirine zıtlık oluşturmaktadır. İlk olarak Fedex yazısının algılandığı düşünülürse yazıya şekil, ok işaretine de zemin denilmektedir.

3.4.2. Tamamlama İlkesi

Tamamlama ilkesine göre objeler tamamlanmasa bile beyin onu tam bir form olarak algılayabilir. Boşlukta olan kısımları geçmiş çağrışımlarına ve görsel hafızasına dayanarak tamamladığı söylenilebilmektedir. Tasarımda tamamlama ilkesi kullanılarak oluşturulan bir öge varsa siyah ve beyaz alanlar arasındaki yakınlık dengesine dikkat edilmelidir(bakınız Görsel 2).



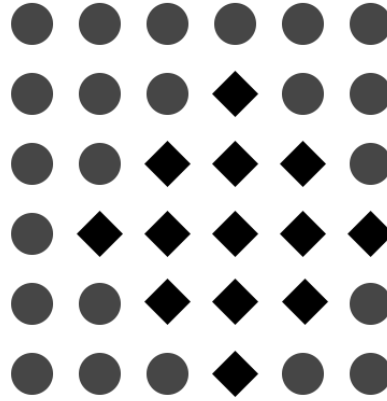
Görsel 2. Tamamlama İlkesi

Kaynak: uxservices.com/blog/arayuz-tasariminda-gestalt-prensipleri/

Görsel 2’de görüldüğü gibi siyah ve beyaz alan arasındaki mesafe dengeli bir şekilde tasarlanmıştır. Böylelikle gözümüz beyaz boşlukları rahatlıkla tamamlayabilmektedir.

3.4.3. Benzerlik İlkesi

Tasarımda farklı olan öğelerin bütüne bakarak belirli gruplar halinde algılanmasıdır. Bir tasarım üzerinde benzerlik renk, şekil, boyut ve yön üzerinden sağlanabilmektedir. Buna ek olarak sosyal medya reklamlarında da hedef kitlenin belirlenmesinde izleyicilerin ortak benzerlik gösteren özelliklerine göre (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, yaşadığı ülke/şehir vs.) gruplamalar yapıldığı söylenebilmektedir. Aslında sadece tasarım alanında değil bu ilkelerle hayatın birçok noktasında karşılaştığımızı söyleyebiliriz (bakınız Görsel 3).



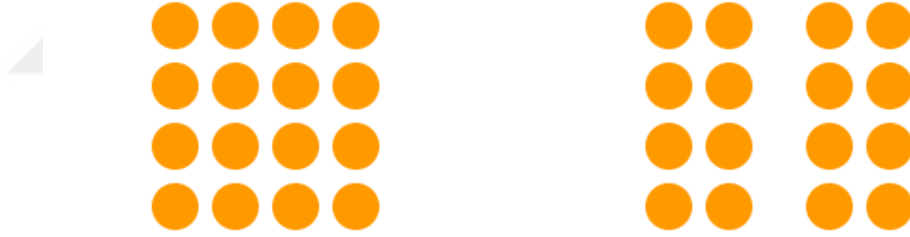
Görsel 3. Benzerlik İlkesi

Kaynak: <https://www.interaction-design.org/literature/article/the-law-of-similarity-gestalt-principles-1>

Görsel 3’te görüldüğü gibi daire olan formlar bir kare olarak algılanırken, kare olan formlarda yine aynı şeklin içinde çapraz bir kare olarak algılanmaktadır. Birbirine benzeyen şekilleri gözümüz tek bir form olarak algılayabilmektedir.

3.4.4. Yakınlık İlkesi

Cisimler birbirine yakınlıklarına bağlı olarak farklı gruplar halinde tanımlanabilmektedir. Bu bağlamda yakınlık ilkesinde birbirine yakın olan şekillerin farklı gruplar halinde algılandığı söylenebilmektedir. İzleyici birbirine yakın olan görsel öğeleri gruplandırarak algılamaktadır. Birbirinden uzak olan öğeleri ise farklı gruplar halinde algıladığı görülmektedir (bakınız Görsel 4).



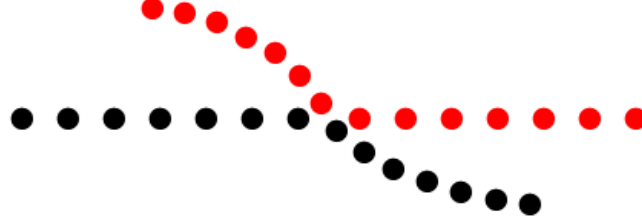
Görsel 4. Yakınlık İlkesi

Kaynak: <https://www.usertesting.com/blog/gestalt-principles>

Görsel 4’te görüldüğü gibi sol taraftaki 10 tane daire birbirine yakın bir şekilde yerleştirildiği için bütün olarak bir kare olarak görülmektedir. Sağ tarafta bulunan daireler ise orta kısmındaki mesafesi açıldığı için iki ayrı dikdörtgen algılanmaktadır.

3.4.5. Devamlılık İlkesi

Devamlılık İlkesi, bir doğru ya da eğri üzerine yerleştirilmiş grafik öğelerin, yerleştirilmemiş olanlara göre daha bağlantılı olarak algılanmasıdır (bakınız Görsel 5).



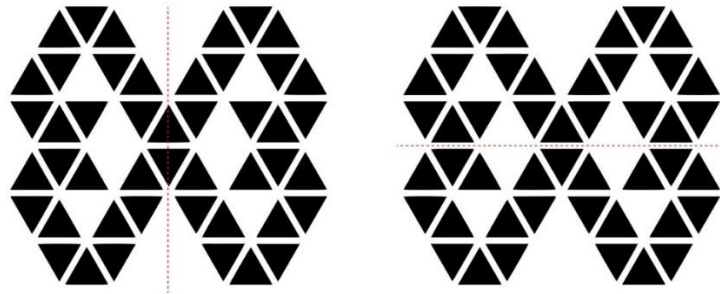
Görsel 5. Devamlılık İlkesi

Kaynak: miesofficial.com

Görsel 5’te görüldüğü gibi renkleri farklı olmasına rağmen, bir eğri üzerine yerleştirilen şekiller birbirlerinin devamı gibi algılanmaktadır.

3.4.6. Simetri İlkesi

Simetri ilkesi görsel öğenin bir eksen etrafında eşit ve dengeli olması olarak tanımlanabilir. Simetrik tasarımlar diğer görsellere göre daha kolay ve çabuk algılanabilmektedir (bakınız Görsel 6).



Görsel 6. Simetri İlkesi

Kaynak: freepik.com

Görsel 6’da görüldüğü gibi görsel orta eksenenden dikey ya da yatay olarak bölündüğünde diğer tarafıyla eşit ağırlığa sahip olduğu görülmektedir. Kurallı, düzenli ve sistemli yapısı tasarıma monotonluk katmaktadır. Bunun aksine asimetrik tasarımlar ise merak uyandırıcı ve ilgi çekicidir.

3.5. Tipografi Nedir?

İletişim türlerinden biri olan yazının, sembol ve işaretlerin alfabetik bir sisteme dönüştürülmüş hali olduğu söylenebilmektedir. Tasarım alanı içerisinde düşünürsek yazı, hedef kitle ya da izleyiciyle en etkili şekilde iletişime geçmenin yoludur. Tipografi ise oluşturulan alfabenin yansıtılmasında estetik kaygıları, okunurluğunu ve işlevselliğini göz önünde bulundurularak yazının görsel bir anlatımla sunulmuş halidir. Tipografi, matbaanın bulunmasıyla metal kalıplar aracılığıyla harflerin kâğıda aktarılmasını tanımlayan yazı formlarından, dijital çağda bilgisayar yazılımları aracılığıyla hızlıca değiştirilebilen, yazı karakterlerini tanımlayan bir kelime haline gelmiştir (Elden & Özdem, 2015, s. 126). Tipografi dili görünür hale getiren bir süreçtir. Kelimeler, satırlar ve paragraflar harf formları aracılığıyla bilgiyi ve duyguları anlamsal ve görünümüne dikkat ederek iletir. Her yazının verdiği bir mesaj vardır ve bu mesajlar duygulara hitap eder (Cullen, 2012, s. 12).

20. yüzyıl öncesinde tipografi kullanımında görsel ve işlevsel yapıyı desteklemek için yazı karakteri, harf büyüklükleri, harf arası boşluklar ve yazının dizilimi gibi bir çok unsura dikkat edilip belirli kurallar çerçevesinde uygulandığı söylenebilmektedir. Fakat 20.yüzyıl sonrasında modernist sanatçıların görsel sanata, mimari ve edebiyat gibi alanlara yenilikçi ve değiştirici açıdan bakması ile birlikte

tipografinin; sadece okunabilir olması değil aynı zamanda görsel bir etki oluşturarak alıcının duygularına hitap etmesi amaçlanmaktadır.

3.5.1. Harf Anatomisi

Sesin yazıdaki karşılığına harf denir. Harfler tipografik yapı içerisinde en önemli unsurdur. Tipografide harfin büyüklüğüne punto, harfin tırnaksız haline sans-serif tırnaklı haline ise serif denmektedir. “Tırnaklı yazıların (harfler arasında oluşturduğu boşluk ve uzamsal gerilimden dolayı) tırnaksız olanlara göre daha okunur bir boşluk düzeni oluşturduğu göz önünde bulundurulabilir” (Elden & Özdem, 2015, s. 132-133). Kitap gazete dergi gibi metin ağırlıklı materyallerde okunaklılığı arttırmak için x yüksekliği büyük olan fontlar tercih edilmektedir. X yüksekliği alt ya da üst kuyrukları dahil edilmeden, bir fontun küçük harflerinden birinin taban çizgisinden başlayıp alçak çizgide biten yüksekliğine verilen isim olarak tanımlanabilmektedir (Ambrose & Harris, 2014, s. 258).

Tipografik terimlerde büyük harflere majiskül, küçük harflere ise miniskül/ denilmektedir. Tipo baskı döneminde büyük harfler yazı kasalarının üst kısmında bulunduğu için üst kasa harfler, küçük harfler ise alt kısmında bulunduğu için alt kasa harfler olarak ifade edilmekteydi. Büyük harfler genelde başlık kısımlarında kullanılırken, küçük harflerin alt metinlerde kullanıldığı söylenebilmektedir. Bu kullanım aynı zamanda yazıların kendi arasındaki düzenlemelerine de olanak sağlamaktadır.



Görsel 7. Harf Anatomisi

Kaynak: Tervik Fikret Uçar, Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, 2018

Bir yazı karakteri tasarımıda vurgulama ve sıralı bir düzenleme yapmak için farklı biçemlerde¹ kullanılmaktadır. Bu biçemler; ultra light (çok ince), light (ince), italik (eğik yazı), normal(dik düz), condensed (daraltılmış), extended (genişletilmiş), bold (kalın), ultra bold (çok kalın) gibi farklı gövde kalınlıklarıyla karşımıza çıkmaktadır. Çok ince ya da çok kalın yazı biçemlerinin kullanımı normal yazıya (dik

¹ Biçem: Anlatma biçimi, deyiş ya da yapış biçimi. (TDK)

düz) göre okunabilirliği bozabilmektedir. Bu sebeple daha çok kısa metinlerde tercih edildiği söylenebilmektedir.

Tasarım içerisinde yazı kullanımında dikkat edilmesi gereken bir diğer unsurun boşluklandırma olduğu söylenebilmektedir. Boşluklandırma, harf arası boşluk (kerning), kelime arası boşluk (word spacing), satır arası boşluk (leading) ve sütun arası boşluk olarak dört başlık altında incelenebilmektedir.

Harf arası boşluk, bir harfin sağındaki ya da solundaki harfe olan uzaklığı olarak tanımlanabilmektedir. Harf arası çok dar olan kelimelerin okunaklılığı bozabileceği gibi harf arası çok açık olan kelimeler de okunaklılığı bozabilmektedir. Harf arası boşluklandırmayı, matematiksel olarak düzenlemeyi denemek harflerin uyumunu bozar. Her harfin kendine özgü bir biçimi bulunmaktadır. A, Y, V, gibi harfleri düzenlemek tamamen tasarımcının tipografi bilgisine, el göz koordinasyonuna ve deneyimlerine bağlı kalarak ilerleteceği bir süreçtir (Becer, 2005. 183).

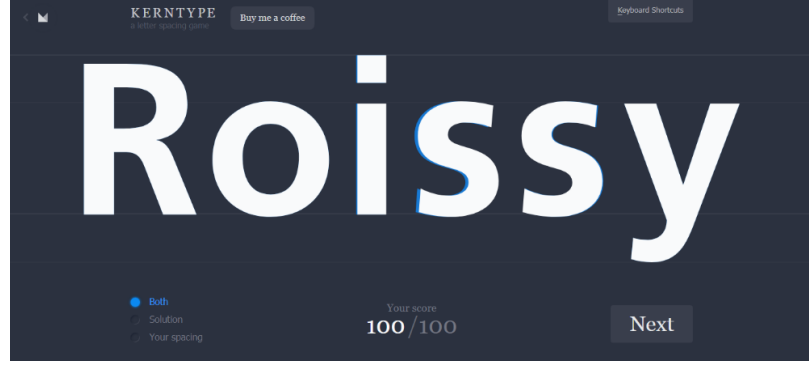


Görsel 8. Kerntype Harf Aralığı Oyunu

Kaynak: <https://type.method.ac/>

Harf arası boşluk düzenlemelerde tasarımcının kendini geliştirmesi için type.method.ac üzerinden Kerntype harf aralığı oyunu kullanılabilir. Aynı zamanda ekranda çıkan yazı karakterinin, tasarımcısı ve tasarlandığı yıl gibi bilgileri de

içermektedir. Bilgilerin üzerine tıklandığında daha detaylı bilgilere ulaşabilmek için başka bir web siteye yönlendirme yapmaktadır.



Görsel 9. Kerntype Harf Aralığı Oyunu

Kaynak: <https://type.method.ac/>

Type method üzerinden yapılan espas düzenlemesinden sonra belli bir skor olarak gelişiminin takip edilmesi sağlanabilmektedir.

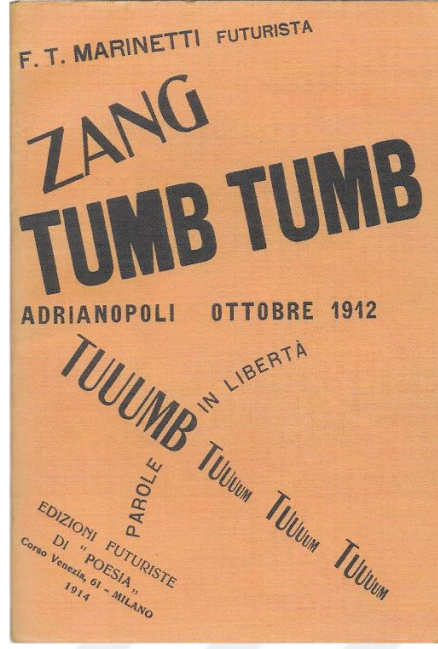
3.5.2. Modern Sanat Akımları ve Yeni Tipografi

Tipografi, uzmanlık gerektiren beş yüz yıllık klasik basımcılık anlayışında kurallar ve ilkeler etrafında belirli bir teknik yapı da ilerlerken 20. Yüzyılda modernizm anlayışıyla birlikte deneysel bir uygulama alanına dönüşmektedir (Gutenberg Tipografisinden Çağdaş İletişim Tasarımına, 2018, s. 14).

“Biz enerjiye, korkusuzluğa ve tehlikeye duyulan aşkın şarkısını söylemek istiyoruz. Cesaret, cüret ve başkaldırı şiirimizin esas elemanları olacaktır. İddia ediyoruz ki, dünyanın görkemi yeni bir güzellikte zenginleşti: hızın güzelliği... [...] Mücadeleden daha güzel bir şey yoktur. Saldırgan bir karakteri olmayan hiçbir çalışma sanat şaheseri olamaz.”

Fütürizmin dikkat çekici bu manifestosu 20 Şubat 1909'da Paris'te Le Figaro gazetesinde yayınlandı. İtalyan şair Filippo Tomasso Marinetti (1876-1944) Fütürizmi, bilim ve endüstri toplumunun yeni gerçekleri karşısında, tüm sanatların düşünce ve biçimlerini yeniden gözden geçirmek üzere devrimci bir hareket olarak tanımlamaktadır (Bektaş, 2013, s. 42-43).

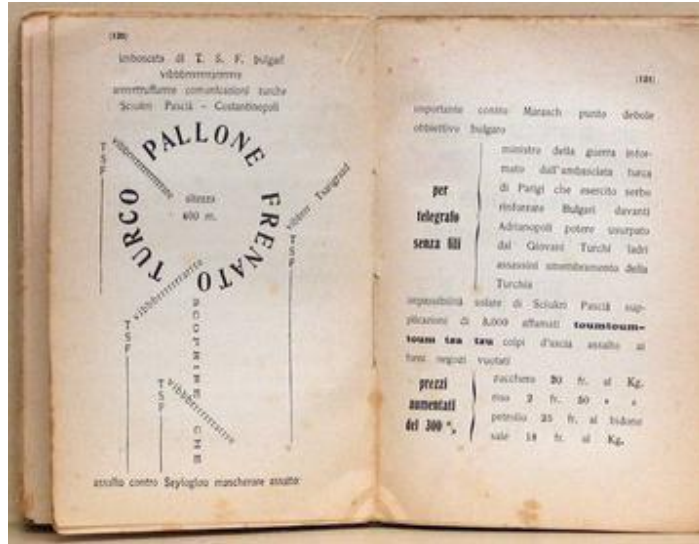
Fütüristler çağdaş uygarlığın getirmiş olduğu bütün yenilikleri, teknik ve bilim alanındaki tüm gelişmeleri kabul ettiklerini 1909 yılında yayımladıkları manifestoyla açıklamışlardır. Fütürist sanatçıların tasarım anlayışının temelini hız, hareket, cesaret ve yenilikçi yaklaşım olarak belirlemişlerdir (Ataseven, 2018, s. 1026). Fütürizmin manifestosuna ve belirtilen tanımlara dikkat ettiğimizde, isyan, cesaret, savaş, hız, devinim, yenilik ve saldırganlığın ön plana çıktığı görülmektedir. Fütürizm akımı edebiyat alanında yazınsal bir hareket olarak ortaya çıkmış olsa da kısa zaman içerisinde birçok görsel sanat dalı üzerinde de etkili olmuştur. Fütürist sanatçıların tipografiyi, okutma amacının dışında sayfa üzerinde görsel formlar oluşturmak amacıyla kullandıkları görülebilmektedir. Tipografinin kurallı yapısına bağlı kalmaktansa, kelimelerin kavramsal gücünden yararlanmak amaçlanmaktadır. Sayfa üzerinde vurgulamayı kalın ve büyük yazılarla, hız ve devinimi italik yazılarla uygulamışlardır. Bu düşünceyi temsil eden ilk tipografik örneklerden biri, 1914'te Marinetti tarafından tasarlanan Zang Tumb Tumb adlı kitap kapağı tasarımıdır.



Görsel 10.F. Tomasso Marinetti “Zang Tumb Tumb” (1914)

Kaynak: (Armstrong, 2012)

Marinetti, 1914 yılında savaşı şiire çevirir ve Zang Tumb Tumb kitabını yayımlar. Zang Tumb Tumb adlı kitap kapağı tasarımı incelendiğinde kelimeler özgür bir yapıda yerleştirilip görsel formlar yakalandığı görülebilmektedir. Top atışları, mermi ve kemik parçaları tasarımda görsel bir biçimde yansıtılmaktadır. Kitap kapağının yanı sıra iç sayfa tasarımlarında da tipografinin görsel anlatımı görülebilmektedir (bakınız Görsel 11).



Görsel 11. Zang Tumb Tumb İç Sayfa Tasarımı

Kaynak: (Armstrong, 2012)

“1913 tarihli manifestosu Sentaksın İmhası- Dizginlenmemiş Hayalgücü- Hürriyette Kelimeler’de de açıkladığı gibi Marinetti, Devrimim doğal akışa aykırı ve sayfadan akıp geçen üslubun sıçrayışlarıyla engel olan sözüm ona tipografik ahenge karşıdır... Bu geleneksel çalım ve özentilikleri çağrıştıran bir his veya bir fikir uyandırmak istemiyorum. Onları avuçlayıp okuyucunun suratına fırlatmak istiyorum” (Armstrong, 2012, s. 51).

20.Yüzyılda ortaya çıkan modern sanat akımlarından biri de Dadaizmdir. “Dada hareketi için estetik ve sosyal değerlere meydan okuyan ilk sanat hareketi denebilir. I. Dünya Savaşı’nın zalimliğine ve korkunçluğuna karşı ilk olarak yazınsal alanda bir tepki olarak 1916 yılında doğan Dada, 1917 yılında uluslararası harekete dönüşmüştür” (Erdem, 2019, s. 128). Dadacılar da gelenekselliğe karşı çıkmış ve yenilikçi bir bakış açısını benimsemişlerdir. Rastlantısallık en çok ilgi duydukları kavram olmuştur. Dadaist tipografide farklı karakter biçimleri ve çizgi kalınlıkları kullanılmaktadır. Rastlantısallık sonucu oluşan kurguyu benimseyip her türlü kurala

karşı çıkan Dadaist sanatçılar din, ahlak, toplum ve savaş gibi konuları önemsiz görmüşlerdir. “Dada tipografik karışımlarını Marinetti’nin Parole in Liberta’sına borçluyken, dramatik etkiler yaratma yöntemlerinin çoğunu da Fütüristlerden uyarlamıştır” (Grafik Tarzlar (6), 1992, s. 2).



Görsel 12. Kurt Schwitters&Theo van Doesburg "Kleine Dada Soirée" için Poster

Kaynak: <https://mcbcollection.com/dada>

Yeni Tipografi'nin açık sözlü bir savunucusu ve modernist tasarımı desteklemek için bir araya gelen bir grup olan Ring of New Advertising Designers'in kurucusu Kurt Schwitters'in Kleine Dada Soirée için bu afişi tasarlamıştır (Art Study Center Seminar: Kurt Schwitters, The Ring, and the New Typography, 2016).

Tipografinin modernleşme sürecine katkısı olan bir diğer sanat akımı ise 1920'de Moskovada ortaya çıkan Konstruktivizm'dir. Geometrik form ve soyutlamalardan yararlanan Konstruktivist “Kübo-Fütürist” (Mazlum, 2017, s. 234) .

sanatçıların, tasarımlarda her türlü süslemeden kaçınarak sadeliğe önem verdikleri söylenebilmektedir. Akımın tipografi alanında en etkili olan sanatçıları El Lissitzky, Alexander Rodchenko'dur. El Lissitzky tasarımlarda fotomontaj tekniğinin yanı sıra tipografik elemanlar ve geometrik formlardan da yararlanmaktadır. Vladimir Mayakovsky tarafından yazılan ve komünizmi destekleyen *Dlia Golosa* (For the Voice) Ses için adlı kitabın tasarımcısı olan El Lissitzky tasarımlarda tipografik elemanları kullanarak yenilikçi bir yaklaşım göstermiştir.



Görsel 13. El Lissitzky "*Dlia Golosa* (For the Voice) kitabı iç sayfa tasarımları

Kaynak: https://josefchladek.com/book/el_lissitzky_vladimir_mayakovsky_-_dlia_golosa



Görsel 14. Alexander Rodchenko - The Soviet Political Poster 1918–1929

Kaynak: <https://fryemuseum.org/exhibition/6262/>

Alexander Rodchenko tarafından tasarlanan bu eserde Lilya Brik tarafından söylenen kelime 'knigi', 'kitap' olarak tercüme edilmektedir. Mesajın devamında ise Tüm Dallar için ifadesi bulunmaktadır. Tasarım incelendiğinde asimetrik düzen, geniş ve tek renk alanlar ve geometrik formlar içine yerleştirilen fotoğraf/serifsiz tipografinin dikkat çektiği söylenebilmektedir.

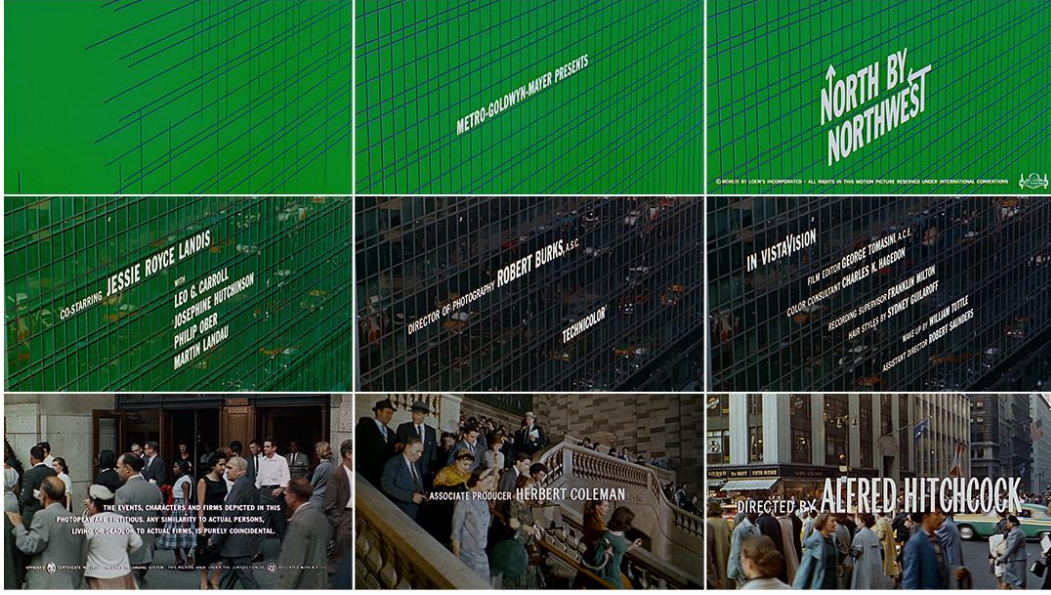
Yeni tipografi için en önemli olan kavramın netlik olduğu söylenebilmektedir. Tasarımlarda tipografinin biçimden çok işleve hizmet ettiği görülmektedir. Metnin vurgu değerlerine ve içeriğine uygun bir yapıda dizilimine dikkat edilmelidir. Doğru bir şekilde yapılan vurgulamalar mesajı daha hızlı ve anlaşılır şekilde iletirken gereksiz vurgulamalar ise mesajı karmaşık ve okunaksız hale getirebilir. “Bir metnin her parçası, bir diğer parçasına içerik tarafından belirlenmiş vurgu ve değere dayalı mantıklı bir ilişki ile bağlıdır. Bu ilişkiyi açıkça ve belirgin biçimde, harf boyutu, ağırlığı, satır düzeni, renk ve fotoğraf kullanımı ile ifade etmek tipografin görevidir. Bir tipograf

alışmalarının nasıl okunduğu ve nasıl okunması gerektiği konusunda yoğun dikkat göstermelidir” (Armstrong, 2012, s. 36).

3.5.3. Kinetik Tipografi Nedir?

Kinetik tipografiyi ‘hareket eden yazı’ olarak tanımlamak mümkündür. Kinetik tipografi mesajı, düşüncüyü ya da sayısal verileri grafik tasarım öğelerinin yardımıyla izleyiciye dikkat çekici bir şekilde sunan tipografik animasyon yöntemidir.

Kinetik tipografi uygulamasında fikir, mesaj, görsel ve tipografik etki ayrıntılı bir şekilde planlanmaktadır. Hareketli tasarım zaman, süre, süreç gibi kavramların görsel iletişim amacıyla kullanılır hale gelmesiyle ortaya çıkmıştır. Ellen Lupton ve Jennifer Cole Phillips (Lupton vd., 2008:214) kitaplarında zaman ve hareket ilişkisini şu şekilde tanımlamaktadırlar; “Zaman ve hareket yakından ilişkili ilkelerdir. Hareket eden her kelime veya görsel hem zamansal hem de mekânsal olarak işlev görür. Kinetik tipografinin ilk örneklerinden biri olarak Açılış filmi Saul Bass tarafından 1959’da tasarlanan, Alfred Hitchcock’un North by Northwest uzun metrajlı filmi olduğu söylenilmektedir.



Görsel 15. Saul Bass "North by Northwest" Açılış Jeneriği

Kaynak: <https://www.artofthetitle.com/title/north-by-northwest/>

Görsel 15’te görüldüğü gibi ilk olarak yeşil zemin üzerinde dikey ve diagonal olarak uzanan çizgiler bir ızgara oluşturmaktadır. Ekrana üstten, alttan, sağdan ya da soldan hareketli bir şekilde giriş yapan metinler için bold ve serifsiz bir yazı karakteri seçilmiştir. Tipografide modern bir yaklaşım sergilenmiş ve mizanpaj asimetrik bir şekilde uygulanmıştır. Açılışın başında oluşan ızgara sistemi yeşil zeminin saydamlaşmasıyla arka planda oluşan bir binanın çerçevelerini temsil etmektedir.

3.5.4. Dijital Tipografinin Temelleri

21. yüzyılda internet ve teknolojinin gelişmesiyle tipografi sadece basılı materyallerde değil, aynı zamanda dijital mecralarda da kendine yer edinmiştir. Dijital ortamlarda tipografiye bir kimlik kazandırmak amacıyla font tasarlama ihtiyacının doğduğu söylenilebilmektedir. Font tasarlama sürecinin zahmetli ve uzun sürdüğü bilinmektedir. “Dijital ortamda binlerce font dosyası, kullanıcıların kullanımına

sunulmuş durumdadır fakat bu fontlar da farklı format ve uzantılar kullanmaktadırlar” (Özdemir, 2017, s. 64).

3.5.4.1. Web Safe Fonts

Tüm bilgisayarlarda olduğu kabul edilen fontlardır. Genelde PowerPoint üzerinden bir sunum hazırlarken ya da içerisinde bilgilerin yer aldığı bir Word dosyasını aktarırken fontun başka bilgisayarlarda hata vermemesi için bu fontlar tercih edilmektedir. Örneğin: Arial, Times New Roman, Courier gibi sistemlerin kendi içlerine dahil edilen yazı karakterleridir.

3.5.4.2.@Font-face

Font face sayesinde web sitesinde kullanılması istenen yazı karakteri seçilebilmektedir. Site css kısmına yazılan bir kod sayesinde @font-face web sitesinde kullanılması istendiğinde fontu olmayan işletim sistemlerine yükleyerek fontun aynı şekilde açılmasına olanak sağlar. Bunun için font formatının .ttf uzantılı olması yeterlidir.

3.5.4.3. Google Web Fonts

Popüler olan fontları Google kendi web servisi üzerinde kullanıcılara sunmaktadır. Web site tasarımlarında önemli bir yere sahip olan tipografinin, tüm bilgisayarlarda aynı şekilde açılabilmesi için Google Fontları tercih edilmektedir. Bu fontların siteye entegre edilmesi diğer tüm seçeneklerden daha basittir.

3.6. İşaret Sistemlerinde Tipografik Standartlar

“İşaret sistemlerinde uygun yazıtiplerinin kullanımı için gerekli gövde genişliği, yükseklik ve çizim kalınlığı oranları Americans with Disabilities Act (ADA-Engelli Amerikalılar Yasası) ile kararlaştırılmıştır. Bu standartlar sayesinde kullanılan yazıtiplerinin daha tekdüze olması, çizim kalınlıklarının fazla kalın veya fazla ince olmaması ve fazla daraltılmış veya genişletilmiş stillerin kullanılmaması sağlanır. Her ne kadar bu standartlar mükemmel bir başlangıç noktası oluşturuyorsa da, yaşlanma sürecindeki gözler için yazıtipi seçiminde bazı ilave faktörleri de göz önünde bulundurmak gerekebilir” (Nini, 2010).

Bu bağlamda bilgilendirme amaçlı tasarımlarda kullanılan tipografi; görme sorunu olan kişileri ve tasarımın bulunduğu ortamdaki ışık kaybını da göz önünde bulundurarak kurgulanmalıdır. Harf arası boşlukların dar tutulduğu ve çizim kalınlığının ince olduğu yazılar bulanıklaştığında dağılabilir, okunurluğu ya da algılamayı bozabilir. Her ne kadar ADA tarafından belirli standartlar doğrultusunda espasların doğru düzenlendiği tırnaksız bir yazı karakteri kullanımının okunurluğu artırdığı söylene de bu kesin bir çözüm olmayabilir. Kişiden kişiye görme sorununa göre değişebilecek bir durumdur. Font tasarımcıları tarafından görme sorunları ve okuma bozuklukları daha iyi analiz edilip buna uygun fontlar tasarlamaları beklenen bir durumdur.

4. BİLGİLENDİRME TASARIMI

4.1. Bilgilendirme Tasarımı Nedir?

Bilgilendirme tasarımını tanımlayabilmek için öncelikle bilginin bir tanımını yapmak gerekmektedir. Bilgi, bireyin kendisini ve çevresini anlamlandırmasını içeren zihinsel bir süreçtir. Diğer bir tanıma göre, özne ve nesne arasındaki ilişkinin bir ürünüdür. Basit olarak bir tanımlı yapılmış olsa da bilgi farklı disiplinlerde alanın özelliklerine göre incelenmektedir. “Bazı yazarlar bilgiyi özelliklerine, bazıları “gerçek” veya “yararlı” olmasına, bazıları bir form ve obje olarak şekillendirilebilmesine, bazıları ise kasıtlı, bilerek ve bir amaca göre iletilmesi gibi özelliklerine göre tanımlamaktadırlar” (Uçak, 2010, s. 706). Bir duruma karşı karar verme sürecinde ihtiyacımız olan şey bilgidir. Zaman içerisinde yanlış bilgileri de değiştiren yine bilgidir. “Bilginin tasarımı ilk başta, iletinin bir dilden diğerine ya da resmi ve teknik söylemden basit İngilizce’ye ya da karmaşık şemalardan basit sıralamalara çevrilmesini içerir.” (Spiekermann, 2009, s. 44)

Bu bağlamda bilgilendirme tasarımını inceleyecek olursak, bilgi tanımını yapmanın zorluğu gibi bilgilendirme tasarımı için net bir tanım yapmanın da oldukça zor olduğu söylenilmektedir. “Bilgilendirme Tasarımı; bilginin, insanlar tarafından etkin ve verimli kullanılmasına olanak sağlayacak şekilde hazırlanma sanatı ve bilimidir. Temel hedefleri şöyledir;

1. Anlaşılabilir, hızlı ve doğru bir şekilde düzeltilebilir ve kolayca etkin eyleme dönüştürülebilecek belgeler geliştirmek.

2. Ekipmanla olabildiğinde kolay, doğal ve keyif verici etkileşimler tasarlamak. Bu etkileşimli arayüz tasarımlarında birçok sorunun çözülmesini sağlar.

3. İnsanların rahatlık ve kolaylıkla üç boyutlu boşlukta yön/yol bulmalarını sağlamak.(Özellikle kentsel alanlarda fakat son gelişmeler göz önüne alındığında sanal alan da bu kapsama dahil edilebilir.) (Horn, 2000, s. 15)

Bilgilendirme tasarımının insan merkezli olduğunu söyleyebiliriz. Verilerin görselleştirilmesi, yazılı metin incelemesinden daha keyiflidir. Gelişen teknoloji ile birlikte bilginin depolanması ve sanal ortam üzerinden erişilebilir olması bilgiye ulaşabilme yolunu kolaylaştırmıştır. Fakat bu durum beraberinde bilgi karmaşasına da yol açmaktadır. Bir konu üzerinde verimli, etkileyici ve anlaşılabilir şekilde oluşturulan sistemli düzenlemeler doğru bilgiye ulaşmayı kolaylaştırabileceği gibi yanlış kurgulanmış bir bilgilendirme tasarımı karmaşıklığa yol açabilmektedir.

Bilgilendirme tasarımı, farklı disiplinlerde değişik şekillerde adlandırılmaktadır. Bilgilendirme grafiği, sunum grafiği, bilimsel görselleştirme, arayüz tasarımı, işaret sistemi ya da yönlendirme olarak her alana özgü bir kavram ile adlandırılrsa da özünde temsil ettiği anlayış ve uygulamalar benzerlik göstermektedir.

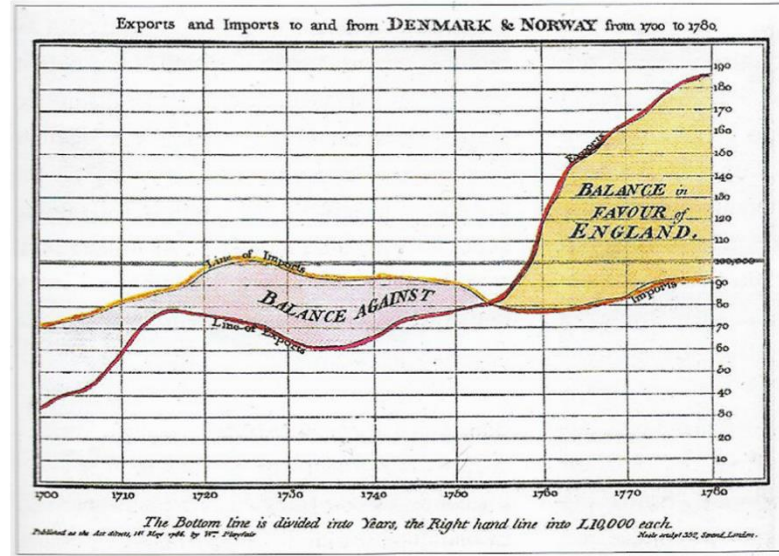


Görsel 16. Bilgilendirme Tasarımının Gelişimine Katkıda Bulunan Meslekler

Kaynak: Robert E. Horn, Information Design: Emergence of a New Profession

4.2. Bilgilendirme Tasarımının Tarihi

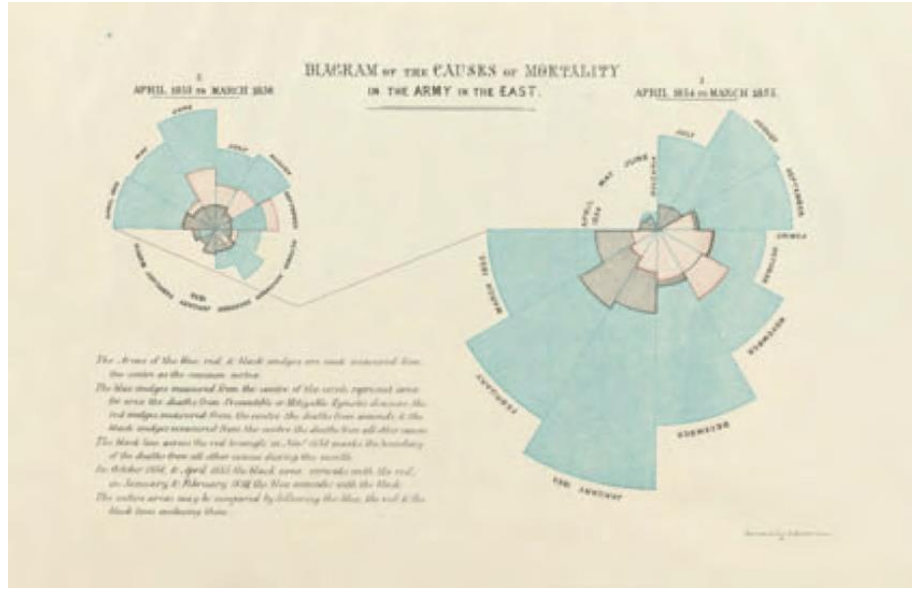
Bilgilendirme tasarımının keşfi ve tarihsel gelişimine baktığımızda farklı disiplinlerden birçok uzman görmek mümkündür. Bu uzmanlar alanlarının özelliklerini yansıtacak şekilde oluşturdukları bilgilendirme sistemleriyle bilgilendirme tasarımının temelini oluşturmaktadır. 18. yüzyılda William Playfair geliştirdiği tablo ve grafik tiplerini ekonomik ve politik konularda kullanarak yaygınlaşmasını sağlamıştır (Horn, 2000, s. 18).



Görsel 17. William Playfair, Danimarka İthalat Dengesi Çizelgesi, 1786

Kaynak: Robert E. Horn, Information Design: Emergence of a New Profession

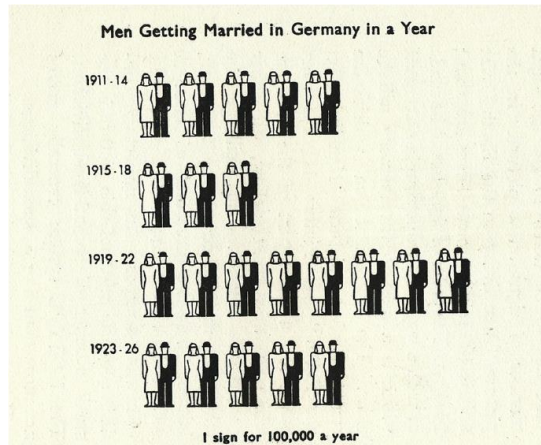
1854’de İngiltere, Fransa ve Osmanlı’nın Rusyaya karşı yapmış olduğu kırım savaşı sırasında dönemin İngiltere savaş bakanı olan Sidney Herbert İstanbul İngiliz Hastaneleri Kadın Hemşirelik Teşkilatının başına Florence Nightingale’yi getirmiştir. Florence Nightingale 1854 yılında İstanbul’a taşınmıştır. İngiliz Askeri Hastanesinde karşılaştığı yüksek ölüm oranı ve kayıtların tutulmaması karşısında hastane istatistiksel kayıtlarının tutulmasında çok işe yarayacak olan yeni bir düzen ve yöntem oluşturmuştur (Statics, 2020). Günümüzde hala tasarımlarda kullandığımız ve pasta dilimi olarak adlandırdığımız şekil de Florence Nightingale’nin tasarımıdır.



Görsel 18. Florence Nightingale, CoxComb Grafiği

Kaynak: <https://thisisstatistics.org/florence-nightingale-the-lady-with-the-data/>

Michael George Muhall, 20. yüzyılın başlangıcından hemen önce resimli istatistikleri icat etmesine rağmen, onları etkili bir şekilde sergilemek için bir metodoloji geliştiren Avusturyalı sosyal bilimci Otto Neurath'dı. (Horn, 2000, s. 18)



Görsel 19. Otto Neurath, Almanya'da Bir Yılda Evlenen Erkekler

Kaynak: researchgate.net

4.3. Bilgilendirme Tasarımının Uygulama Alanları

Bilgilendirme tasarımının başlıca uygulama alanları; Belge tasarımı, form tasarımı, kullanım kılavuzu talimatları, haritalar, infografikler ve çevresel grafik tasarımıdır. Çevresel grafik tasarım yine kendi içerisinde 4 alt başlıkta incelenebilir. Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımı, Sergileme Tasarımı, Yer İmleri ve Piktogramlar bu alt başlıkları oluşturmaktadır.

4.3.1. Belge Tasarımı

Belge tasarımında verilmek istenen mesajı izleyiciye basit ve anlaşılabilir şekilde iletmek için öğelerin sunum sıralamasına dikkat edilmesi gerektiği söylenebilir. Sistemli ve görsel yardımıyla oluşturulan doğru tasarlanmış bir belge izleyicinin bilgiye daha kolay ulaşmasını sağlamaktadır. “Bilgilendirme tasarımının yaklaşımına göre bilgi verme amacıyla olan her iki boyutlu yüzey “belge”dir. Katalog, broşür, bülten, gazete ve dergilerde sayfa düzeni, tek sayfa duyurular vb. gibi basılı yayınlar belge tasarımı kapsamına girmektedir.” (Dur, 2011, s. 48)



Görsel 20. Belge Tasarımı "Gmk Yazılar"

Kaynak: gmk.org.tr/publications/yazilar/ocak-2018-sayi-184

4.3.2. Form Tasarımı

Formun amacı en etkili ve basit şekilde bilgi toplamaktır. Form tasarımında, formun düzeni, biçimi, kullanıcı deneyimi, görünümü ve diğer faktörler göz önünde bulundurulmalıdır. Seçim pusulaları, sınav kağıtları, iş başvuru formları bunlara örnek olarak verilebilmektedir. Formlar, web sitesi ya da uygulamalarda kullanıcılar için en önemli etkileşim türlerinden biridir. Kayıt, abonelik hizmetleri, müşteri geri bildirimi ve ödeme sayfalarında ya da bilgi paylaşımı için veri girişi olan her yerde kullanılmaktadır (Babich, 2016).

Görsel 21. Kaynak Oluşturma Form Tasarımı

Kaynak: Microsoft Word

4.3.3. Kullanım Kılavuzu Talimatları

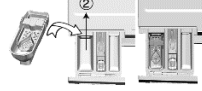
Kullanım Kılavuzu Talimatları, sanayi ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte üretilen ürünlerin müşteri tarafından nasıl yapılacağı ya da nasıl kullanacağına ilişkin talimatlardır. Günümüzde çoğu ürün kullanım kılavuzuna bakılmadan kullanılsa da, daha önce hiç görmediğimiz bir ürün için kullanım kılavuzuna başvurmak gerekebilir. Bu talimatların tasarımında ürün fotoğrafları/illustrasyonları detaylar halinde verilir, kullanım sürecinde bir sıralama varsa rakamlar ile belirtilmektedir. Tasarımların sade ve anlaşılabilir bir yapıda sunulmasına dikkat edilmesi gerektiği söylenebilmektedir.

Kullanım kılavuzlarında görsel olarak sunulan bilgilerin yanı sıra içerisinde ürünün kurulumu, teknik özellikleri ve güvenlik talimatları gibi teorik bilgilerde yer almaktadır. Kullanım kılavuzları basılı ya da dijital olarak paylaşılabılır.

Sıvı deterjan kullanımı

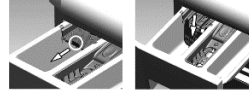
Üründe sıvı deterjan kabı varsa

- Sıvı deterjan kabını "2" nolu göze yerleştirin.
- Sıvı deterjan akışkanlığını kaybetmişse, deterjan kabına koymadan önce suyla seyreltin.



Üründe sıvı deterjan aparatı varsa

- Sıvı deterjan kullanmak istediğinizde aparatı kendinize doğru çekin, aşağıya düşen parça sıvı deterjan için bariyer görevi görecek.
- Gerekli olduğu yerde yada yerinden çıkararak su ile temizleyin.
- Toz deterjan kullanıyorsanız aparat yukarıda olmalıdır.



Üründe sıvı deterjan kabı yoksa

- Ön yıkama bir programda, ön yıkama için sıvı deterjan kullanmayın.
- Sıvı deterjan, Gecikmeli başlatmak için "Bitti Süresi" fonksiyonu kullanıldığında çamaşırlarınızın üzerinde leke bırakır. Bitti Süresi özelliğini kullanıyorsanız sıvı deterjan kullanmayın.

13 / TR

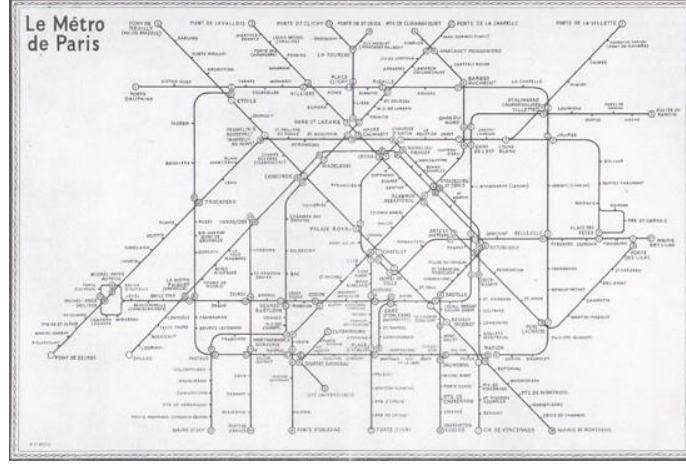
Çamaşır Makinesi / Kullanma Kılavuzu

Görsel 22. Arçelik Çamaşır Makinesi Kullanım Kılavuzu

Kaynak: arcelik.com.tr

4.3.4. Haritalar

Günümüzde bir noktadan diğerine ulaşmak için yapılan yolculuklarda toplu taşıma araçları (metro, tranvay, metrobüs, vb.) kullanılmaktadır. Kentsel alanlarda farklı ulaşım biçimleri hakkında yerel halkı ya da ziyaretçileri bilgilendirmek amacıyla haritalar yapılmıştır. Seyahat esnasında bilinmeyen noktalara ulaşım için şehrin geometrik ve basitleştirilmiş bir temsili olan şematik diyagramları kullanma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu şematik yaklaşım ilk olarak 1933'te İngiliz teknik ressamı Harry Beck tarafından Londra Yeraltı metro sisteminin ikonik ve topolojik haritasını oluşturmasıyla tanıtıldı.



Görsel 23. Harry Beck Paris Metrosu Haritası

Kaynak: <http://www.parisdeuxieme.com/2008/05/paris-metro-meets-london-tube.html>

4.3.5. İnfografikler

Bir konuya ilişkin bilgi ve sayısal verileri görsel tasarımlara dönüştürmek amacıyla infografikler tasarlanmıştır. İnfografik, bazı kaynaklarda bilgi grafiği olarak adlandırılrsa da bilgi grafiğinin daha kapsamlı bir alana hizmet ettiği söylenebilmektedir. Bir konuya yönelik genel bir bakış açısı sağlayan infografikler bilgi aktarımındaki karmaşıklığın önüne geçmektedir. Görsel tasarımların yanı sıra infografik içerisinde kullanılan metinlerin çarpıcı noktalara değinmesi ve konuyu özetlemesi önemlidir. “Karmaşık süreci ya da soru işaretleriyle dolu bir bilinmeyeni infografikler daha başarılı açıklayabilirler. İki boyutlu olmaları nedeniyle [...] izleyiciyi konuya daha kısa sürede çekebildikleri gibi durağan yapıları sayesinde de izleyiciye konu üzerinde istediği kadar inceleme yapma olanağı sağlar” (Güler, 2009, s. 50-51).

şekillendirmeye ilgilenen birçok tasarım disiplini kapsar” (What is Environmental Graphic Design (EGD)?).

Çevresel grafik tasarım, insanların açık ya da kapalı mekanlarda ihtiyacı olan bilgileri kolaylıkla algılayabilecekleri ve anlamlandırabilecekleri grafik öğeler yerleştirerek sunmaktadır. “Çevresel grafik tasarım ürünleri ve kullanıldıkları yerler günümüzde çeşitli başlıklar altında toplanmaktadır. Farklı kaynaklarda farklı yaklaşımlar bulunmasına karşın temelde işlev ve içeriksel açıdan aşağıdaki gibi gruplandırma yapılmaktadır” (Güler, 2009, s. 51-52).

4.3.6.1. Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımı

Yönlendirme tasarımı, açık ya da kapalı alanlarda insanların bir noktadan diğerine ulaşımını kolaylaştıran semboller, oklar ya da tipografik öğelerdir. İşaretleme tasarımı ise varılan noktayı temsil eden isim tabelası, kapı numarası ya da bina numarası gibi yerin işlevini ya da adını içeren imlerdir (Dur, Çevresel Grafik Tasarımın Uygulama Alanları, 2011, s. 161). Diğer bir tanıma göre yönlendirme, insanların mevcut konumdan varış noktasına kadar karşılaştığı açıklayıcı ve tanımlayıcı grafik, sembol ya da işaretlerdir.



Görsel 25. Blank Studio Silesian Müzesi için Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımı

Kaynak: europeandesign.org

Havaalanları, müzeler, hastaneler, üniversiteler gibi insan merkezli mekanların bilgilendirme tasarımına ihtiyaç duyduğu söylenebilmektedir. Bu mekanlarda farklı milletlerden farklı dilleri konuşan ziyaretçiler için ortak bir dil kullanmalı mekan içi/dışı yönlendirmede evrenselliği kabul edilen işaretler ve semboller kullanılmalıdır. Yapılan tasarımlar çevre ve mimari yapıya uygun şekilde hedef kitle göz önünde bulundurularak planlanmalıdır.



Görsel 26. Calori&Vanden-Eynden, Crate&Barrel Genel Merkezi

Kaynak: sedg.org

Mekanlar dışında kentsel alanlarda da kendine yer bulan yönlendirme ve işaretleme tasarımı, taşıt/yaya trafiğini düzenlemek, şehre görsel kimlik kazandırmak ve insanın çevresini anlamlandırmasını kolaylaştıracak görsel tasarım ile ilgilidir.



Görsel 27. İstanbul Şehir içi Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımı

Kaynak: <https://uym.ibb.gov.tr/hizmetler/trafik-bilgilendirme>



Görsel 28. İstanbul Şehir içi İşaretleme Tasarımı

Kaynak: uym.ibb.gov.tr

“Kentsel mekanının başarılı bir iletişim işlevi sağlaması öncelikle insanların kentte bulunduğu bir noktada kolayca kentin tümüne göre konumunu kestirebilmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda sağlanan görsel iletişim ve hazırlanan tasarımlar hem mekansal hem de kültürel tarihe bağlı gerçekleştirilmeli, aynı zamanda geleceğe dönük esnek bir şekilde üretilmelidir. Tasarlanan mekanın hangi tür birimlerin denetimi altında bulunduğu ve kurum

kimliği ile yapılan tasarımın tutarlılığı irdelenmeli, böylece günümüzün kamusal mekanları korunmalıdır.” (Satır, 2014, s. 6)

Sergileme tasarımları, kültürel/sosyal içerikli sergilemeler, ticari fuar sergilemeleri, sanat galerisi sergilemeleri ve müze sergilemeleri olarak dört ana başlık altında incelenebilmektedir.

4.3.6.3. Yer İmleri

Yer imleri temsil ettiği kavramla ilgili bilgi veren benzersiz görüntülere sahip işaretlemelerdir. Çevresel grafik tasarım başlığı altında ufak bir alana sahip olan yer imlerinin anıtsal işleve sahip oldukları söylenebilmektedir. “Yer imleri bulundukları alanla ilgili bilgi taşımakta ve içeriği bağlamında iletişim kurmaktadır” (Dur, 2011, s. 104). Tuğcan Güler ise yer imlerini “Yer imleri, iç ya da dış mekanda önemli bir giriş ya da kavşak noktasını güçlü bir biçimde vurgulamak, ilgili noktayı alandaki kullanıcıların tümünün algılamasını sağlamak amacıyla tasarlanmış soyut ya da somut üç boyutlu tasarım ürünleri” olarak tanımlamaktadır” (Güler, 2016, s. 134).

Bir emlak şirketinin açık alan reklamı olarak mimar Thomas Fisk Goff tarafından Hollywoodland yazısı tasarlanmıştır (bakınız Görsel 30).



Görsel 30. Açık Alan Reklamı "Hollywoodland"

Kaynak: <https://www.lamag.com/askchris/history-hollywood-sign-16-rare-photos/>

Daha sonraki yıllarda bu yazı kısaltılarak Hollywood olarak kullanılmış ve Amerika'nın simgesi haline gelmiştir (bakınız Görsel 31).



Görsel 31. Yer İmi "Hollywood" Yazısı

Kaynak: https://www.tripadvisor.com.tr/ShowUserReviews-g32655-d144152-r391658814-Hollywood_Sign-Los_Angeles_California.html

4.3.6.4. Piktogramlar

Piktogramların, genellikle sade ve yalın bir anlatıma sahip grafik simgeler olduğu söylenebilir. Piktografi ise genellikle resim yazı olarak bilinir ve objenin doğrudan resmi çizilir. En eski örnekleri Mısır hiyeroglafileri olarak kabul edilebilir.

Piktogramların evrensel kullanım alanlarında her ülkeden insana hitap etmek amacıyla ortak bir dil yaratması ve evrensel olarak kabul gören işaret ve sembollerden oluşması gerektiği düşünülmektedir. Piktogramların ortak kullanım alanlarında (havaalanı, otoyol, hastane, müzeler gibi), Yaygın kullanılan ürünlerde (deterjan, ilaç, tekstil ürünleri.. gibi) uyarı, yönlendirme ve bilgilendirme amacıyla kullanıldığı görülmektedir.

Piktogramların insanların gün içerisinde maruz kaldığı görsellerin, resimlerin, ve yazıların aksine kolay algılandıkları ve doğrudan yönlendirme yaptıkları düşünülmektedir. Bu nedenle çoğu ülkede kitlelerin ortak kullanım alanlarına uygun piktogramlar tasarlandığı görülmektedir. “ABD Ulaştırma Bakanlığı’nın isteğiyle uluslararası karşılaşmalara ve sergilere gelen ziyaretçilere, yayalara ve yolculara rehberlik etmede kullanılmak amacıyla Amerika Grafik Sanatlar Enstitüsü (AIGA) tarafından tamamı 34 sembol olan bir işaret sistemi geliştirilmiştir. Yine, Fransız hava yolları uçuş planının işaretleri, uluslararası Tokyo havalimanında kullanılan piktogramlar, İsviçre telefon rehberindeki piktogramlar görsel bildirişime birkaç örnektir. Bu görsel bildirişim simgeleri, farklı dili konuşan insanlara kolaylıkla anlaşılabilen bir ortak dil yaratma imkânı sağlamıştır. Bu işaretleme diline yönelik yapılan araştırmalarda, insanlar birçok olay, durum, renk ve biçim karşısında aynı algılama ve davranış özellikleri göstermişlerdir.

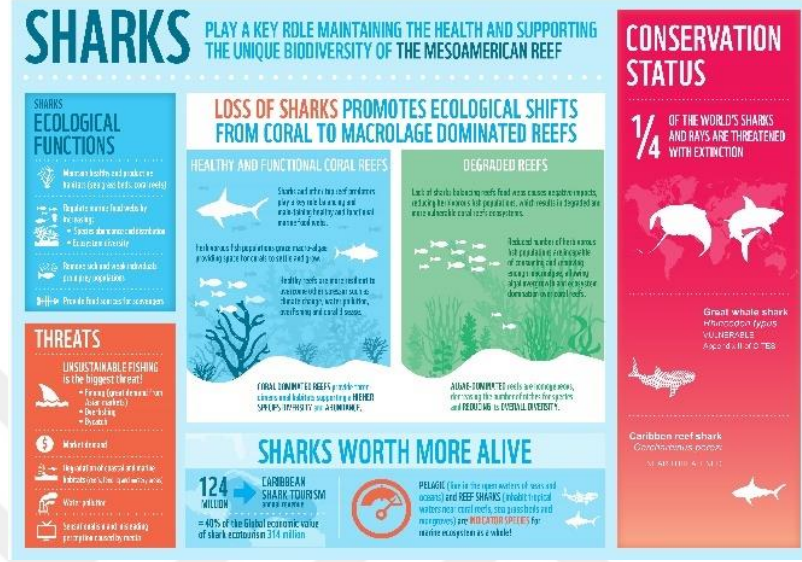
4.4. Bilgilendirme Tasarımının Uygulama Ortamları

Bilgilendirme tasarımının doğru olarak aktarılabilmesi için hedef kitleyle buluşacağı ortam fazlasıyla önemlidir. Her ortam kendine has uzmanlık gerektirdiği söylenebilmektedir.

4.4.1. Durağan Ortamlarda Bilgilendirme Tasarımı

Durağan ortamlar bilgilendirme tasarımında en yaygın olarak kullanılan ortamdır. Durağan ortamlarda sabit görüntüler belirli bir sıralama ve akışa bağlı kalarak izleyicinin konuyla ilgili hızlı ve kolay bilgi edinmesini sağlamaktadır. Yapılan tasarımlar baskı alınarak ya da daha fazla kişiye erişebilmesi için dijital ortamda .jpeg .png .pdf gibi formatlarda kaydedilerek paylaşılabilir. İzleyicinin yapılan tasarım

üzerinde uzun süre bakabilmesine ve konuyu detaylı olarak incelemesine olanak sağlamaktadır. Karmaşık ya da anlaşılması zor olan konuları görsel tasarım desteğiyle basit ve anlaşılabilir bir hale getirmektedir.



Görsel 32. Köpek Balıkları Temalı İnfografik

Kaynak: <https://www.wwfca.org/en/resources/infographics/sharks/>

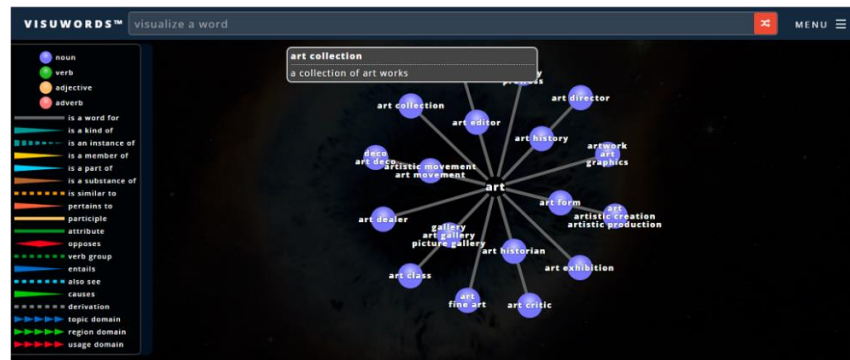
4.4.2. Hareketli Ortamlarda Bilgilendirme Tasarımı

“Televizyon, bilgisayar ekranları, video ve izdüşüm (projeksiyon) vb. gibi hareketli ortamlar basılı ortamlardan çok farklıdır. Hareketli ortamlar, daha fazla ilgi uyandırarak, bilgi iletişimini daha kolay ve akılda kalıcı hale getirebilirler.” (Dur, 2011, s. 112) Hareketli bilgilendirme tasarımları oluşturulurken verilecek olan bilgilerin ayıklanarak önemli noktaları vurgulayacak şekilde sadeleştirilmesi gerekmektedir. Gereksiz bilgiler izleyicinin konudan sapmasına ve dikkatinin dağılmasına sebep olabilmektedir. Bilgilerin belirli bir zaman akışı ve sıralama üzerinden izleyicinin takip edebileceği hızda anlaşılması kolay bir şekilde aktarılmasını sağlar. Hareketli bilgilendirme tasarımında devreye giren bir diğer öge ise sestir. Ses insanların duygularına hitap eden ve video içerisindeki sevinç, hüzn, gerilim, korku gibi

kavramları izleyiciye hissettiren ve dikkat toplayan bir araçtır. Hareketli bilgilendirme tasarımcısının yapılacak olan bilgilendirme tasarımında; verilen mesajın niteliği, ekranda kalma süresi, kullanılan ses, zaman akışı, renk, boyut gibi birçok unsuru belirlemesi ve izleyici yönünden verimli ve anlaşılabilir bir şekilde süreci tasarlaması gerekmektedir.

4.4.3. Etkileşimli Ortamlarda Bilgilendirme Tasarımı

Bilgisayar, cep telefonları, tabletler, kiosk sistemleri ve interaktif ekranlar gibi izleyicinin etkileşime girebildiği ortamlardır. Oluşturulan bilgilendirme tasarımı izleyiciye tercihler sunar ve bu tercihlerin sonucunda öğrenmek istediği bilgiye yönlendirir. Etkileşimli ortamlar izleyiciyi bilgiyi dinleyen ya da izleyen durumundan çıkararak, alıcısı olduğu bilgi için fiziksel ya da zihinsel harekete geçen kişi konumuna getiren ortamdır. Bu ortamlarda kullanıcılar pasif izleyici durumundan aktif katılımcı rolüne geçmektedir. Bağlantılar ve seçenekler ile bilgiye ulaşma, veri girişi ya da dokunmatik olarak yönlendirmeye ya da canlı bağlantılar ile video konferanslara katılmaya olanak sağlar.



Görsel 33. Visuwords Etkileşimli Çevrim İçi Görsel Sözlük

Kaynak: visuwords.com

tanımlanabilmektedir. Süreç içerisinde dikkat edilmesi gereken belli başlı aşamalar bulunmaktadır.

Bu aşamalar Banu İnanç Uyan Dur’a göre İçeriği anlama, kullanıcıyı tanıma, taslak hazırlama, uygun ortamı seçme, bilgiyi düzenleme ve tasarlama olarak belirtilmektedir (Dur, 2011, s. 167). Tuğcan Güler ise bilgilendirme tasarımının aşamalarını; problemin tanımlanması, verilerin toplanması, personanın oluşturulması, bilgi mimarlığının oluşturulması, stratejik planlama, arayüz tasarımı olarak sıralamaktadır (Güler, 2008, s. 133-143). Bu sıralamalardan yola çıkacak olursak bilgilendirme tasarımının aşamalarını şu şekilde sıralayabiliriz.

4.5.1. İçeriği Belirleme/Analiz Aşaması

Bu aşama bilgilendirme sürecinin başlangıç aşamasıdır. Yönlendirme ya da bilgilendirme yapılacak olan konu ile ilgili içerik bilgilendirme tasarımcısı tarafından iyi analiz edilmelidir. Tasarımcının içeriği iyi anlamasının, ortaya konan tasarımın niteliğiyle doğrudan bağlantılı olduğu düşünülmektedir. Bilgilendirme tasarımında, disiplinler arası iş birliği sayesinde içerik ile ilgili etkin uzmanlar bir araya toplanıp, içeriğin anlamlandırılması ya da problemin tanımlanmasına dair farklı görüşler ortaya koymaktadır.

4.5.2. Kullanıcıyı Tanıma/Empati Aşaması

Farklı kaynaklardan edinilen demografik bilgiler ile projenin ulaşacağı kullanıcıyı belirlemek önemlidir. Yaş, cinsiyet, eğitim durumu, sosyo-ekonomik faktörler gibi kişisel özelliklere göre hedef kitle belirlenmelidir. Hedef kitle birçok türde kullanıcıyı kapsıyorsa, bilgi tasarımcılarının hedef kitle türlerindeki aralığı

yansıtan bir dizi kişilik oluşturmaları gerekecektir. Bilgilendirme ya da yönlendirme sürecinde tasarımcı kendisini hedef kitlenin yerine koyarak belirli senaryolar oluşturmaktadır.

Senaryo 1: “70 yaşında okuma yazma bilen ve düzenli olarak kan tahlili yaptıran bir kadın hafta içi sabahları hastaneye gelir ve doğrudan merkez laboratuvarına gider. Yaptırdığı kan tahlilinin ardından önceki sonuçları da bağlı olduğu polikliniğe götürmesi gerekmektedir. Poliklinik sekreterliğine bıraktığı sonuçlardan sonra işi biter ve çıkışa doğru yönelir.” Bu senaryoya göre tasarımcılar, ortaya koyacakları bilgilendirme tasarımı ürünüyle ileri yaşta ve büyük olasılıkla görme duyusu zayıflamış bir ziyaretçinin hastanenin girişini algılayabilmesini, laboratuvarı bulabilmesini, laboratuvardan polikliniğe geçiş yapabilmesini ve tekrar çıkışa yönelmesini sağlayacak ürünler tasarlamalıdır” (Güler, 2008, s. 137)

Bilgilendirme tasarımcısı, mesaja ya da probleme karşı yaklaşımını oluşturulan senaryolara göre belirlemelidir. Tasarımcı estetik yönden güçlü deneysel çalışmalardan ziyade, içerik ve işlevselliğin ön planda tutulduğu bilgi tasarımları üretmelidir.

4.5.3. Uygun Ortamı Seçme Aşaması

İçerik ve hedef kitle belirlendikten sonra bilgilendirme tasarımının durağan, hareketli ya da etkileşimli ortamlardan hangisinde kullanılacağına karar verilir. Uygun ortamı seçmek taslak hazırlama aşamasında durağan ortamlarda statik görüntüler üzerinden taslak hazırlanırken, hareketli ortamlarda hareket ve ses ilişkisinin dahil

olduğu bir süreç tasarlanır. Etkileşimli ortamlarda ise yapılacak olan etkileşimli bilgilendirme ve bu uygulamanın nasıl kullanılacağına dair bir taslak hazırlanmaktadır.

4.5.4. Taslak Hazırlama/Planlama Aşaması

İçerik, hedef kitle ve uygun ortam seçme aşamaları tamamlandıktan sonra proje için çok detaya girmeden fikir üzerinden eskizler yapılmaktadır. Durağan ortamlar için (afiş, poster, dergi) için temsili ölçüler belirlenir ve bu ölçüler içerisinde içeriğe dair fikirler çizilir. Bilgilendirme grafiğini paylaşmak için hareketli ortamlar seçilmişse, (televizyon, tablet, bilgisayar) süreci anlatan storyboardlar oluşturulmaktadır. Bu storyboardlarda bilgilendirme tasarımının zamansal sürecini anlatabilmek için bir senaryo oluşturulur. Bu senaryo doğrultusunda verilecek bilgilerin ekranda kalma süresine, kullanılacak seslere, görsellere, tipografi ya da animasyonlara karar verilir. Sahne sahne basitçe çizilerek süreç storyboard üzerinde gösterilir. Etkileşimli ortamlar için (web sitesi, kiosk) etkileşimin planlandığı bir yönerge oluşturulmaktadır. Bu bir web sitesi ise

4.5.5. Bilgiyi Düzenleme Aşaması

Bilgiyi düzenleme aşamasında toparlanan veriler, karmaşık ve fazla bilgilerden arındırılarak en yalın ve anlaşılabilir şekilde önem sırasına göre düzenlenmektedir. Bu aşamada verilen bilgilerin doğruluğunun kontrol edilmesi gerekmektedir. Bilgiler gerçeklikten saptırılmamalı, kullanıcı metin ya da görseller üzerinde oynanarak manipüle edilmemelidir. Bu tarz işlerde her ne kadar bilgi veriliyor olsa da bilgilendirme tasarımıyla tamamen ters düşmektedir. Bilgiyi düzenleme ortam seçimine bağlı olarak da değişen bir süreçtir. Durağan ortamlarda sayfanın boyutuna

göre daha fazla bilgi verilmektedir. Hareketli ortamlarda ise uzun metinler yerine daha kısa metinler vurgu yerlerine göre belirli bir sıralamada planlanmaktadır. Etkileşimli ortamlarda kullanıcının uygulamayla iletişimine bağlı olarak verilecek bilgiler uygulama kullanımı üzerinden oluşturulmaktadır.

4.5.6. Bilgiyi Tasarlama Aşaması

Son aşama olan bilgi tasarımı sürecinde, düzenlenen bilgi, hazırlanan taslaklar referans alınarak tasarım öğeleri ve ilkeleri doğrultusunda tasarlanmaktadır. Dijital ortamda oluşturulacak tasarımlar için, kullanılacak yazı fontu, harf arası espaslar, kullanıcının metni okuma yönü, renk kullanımı gibi tasarımcı tarafından belirlenmesi gereken birçok belirsizlik mevcuttur. Bilgi tasarımı sürecinin son aşamasında, bilgi tasarımı ürününün prototiplerinin geliştirilmesi ve uygulamanın izleyiciler üzerinde test edilmesi yer alır. Tasarım geliştirme süreci boyunca geri bildirim ve hedef kitlenin yorumlarını almak tasarımın nihai halinde başarıya ulaşmasını sağlamaktadır.

5. MÜZE ve TEKNOLOJİ KULLANIMI

5.1. Müze Nedir?

Türk Dil Kurumunun tanımına göre müze; “Kazılarda bulunan yapıtların, sanata ve bilime ilişkin nesnelerin, sanat ve bilim yapıtlarının, budunbilimsel vb. nesnelerin bir arada ya da ayrı ayrı sergilendiği, saklandığı, korunduğu yapı” olarak tanımlanmıştır. ICOM’un (Uluslararası Müzeler Konseyi) 2012 yılında güncellediği tanıma göre ise “İnsan ve yaşadığı çevrenin somut ve somut olmayan mirasını inceleme, eğitim ve zevk alma amacıyla toplayan, koruyan, araştıran, ileten ve sergileyen toplumun ve gelişiminin hizmetinde, halka açık, kar düşüncesinden bağımsız sürekliliği olan bir kurumdur.” (ICOM, 2012) olarak tanımlamıştır.

Müzeler bulunduğu kent içinde en önemli yapı taşlarından biridir. Müzeler; Arkeoloji, Tarih ve Kültürel Miras Müzeleri, Etnografya Müzeleri, Modern Sanat Müzeleri olarak çeşitlendirilmektedir. Müzelerin bilim, kültür, sanat ve eğitim gibi alanlara hizmet eden kâr amacı gütmeyen kurumlar olduğu söylenebilmektedir.

“Eğitim kurumu olarak müzelerin kabul görmesi 1980’li yıllara dayanır. Tony Benneth, müzenin amacını “eğitim kurumu olarak müzeleri kabul etmek müzeleri laboratuvar ortamı haline sokmakta ve ziyaretçiyi önemli kılmaktadır. Ziyaretçi odaklı müzelerde sergileme, ziyaretçinin interaktif katılımı önem kazanmaktadır” (Erbay, 2011, s. 6).

5.2. Çağdaş Sanat Müzesi

Çağdaş sanat, yakın zamanda üretilen heykel, resim, video, enstalasyon ve performans sanatları alanında eserlerin üretildiği günümüzün sanatı olarak tanımlanmaktadır. Çağdaş sanatın tam olarak başlangıcını belirtmek oldukça zordur. Yakın zamanda üretilen eserler olarak adlandırılrsa da aslında tarihinin 1960-1970

yıllarına dayandığı düşünülmektedir. Çağdaş sanatçıların genellikle toplum bilincini arttırma yönünden feminizm, küresel ısınma, çevre olayları ve savaşlar gibi konularda eserler ürettiği söylenebilmektedir. Geçmişten bilgi veren ve tarihi yansıtan eserleri sergileyen müze anlayışından ziyade çağdaş sanat müzeleri güncel konulara uygun yakın zamanda üretilen eserlere yer vermektedir. “Çağdaş sanat müzeleri, sanatın tarihini sergileme amacıyla kurulmuyor artık. Daha ziyade, çağdaş sanatın suretinde, genişleyen dünyayı temsil etme iddiasında bulunuyorlar” (Belting, 2017). Çağdaş sanat müzeleri içinde sergilenen eserlerin haricinde, modern çağın mimarları tarafından tasarlanan binaları ile mimari açıdan incelenmesi gereken sanat eserleri haline dönüştürülmüştür.

“Sanat akımları ile mimari arasındaki etkileşim sonucu müze binaları geleneksel neo-klasik üsluptan ayrılıp modernizmin uç noktalarını keşfe çıktılar. Modern çağın dahi mimarları Frank Gehry, Philip Johnson, Jean Nouvel, Frank Lloyd Wright, Mies [...] gibi isimler, 20. Yüzyılda müzelerin çehresini değiştirdiler. Saraylardan müzeye dönüştürülmüş binaların yoğun tarihi atmosferine alternatif olarak modern ve çağdaş sanat eserleri kendileriyle uyumlu binalarda sergilenmeye başlandı, ışık, sergileme sistemleri sanat eserlerini izlemeyi tam bir sanat deneyimine çevirdi. Bu ve benzeri mimarların tasarladıkları binaların kendileri bizzat sanat eseri olarak seyre ve incelemeye değer hale geldi. Çağdaş müzeler sanatseverleri sanatın içine alan aktivitelerle bütünleşerek benimseme ve kabulün yaygınlaşmasında da önemli rol oynadılar” (Baraz, 2010, s. 393).

5.3. Çağdaş Sanat Müzesi Kapsamları

Çağdaş sanat müzeleri düzenlediği atölye eğitimleri, sergiler, seminerler, film gösterimleri ve bienal gibi etkinliklerle, bu etkinliklere katılan kişilerin zevk olarak öğrenebildiği, sosyalleştiği ve kendini rahat hissederek vakit geçirmek istediği ortamlar

sağlamaktadır. “1970’ler de iletişim teknolojilerinin (multimedya) tüm imkanlarını kullanmaya başlayan müzeler, eğitim ve eğlence işlevlerini bir arada etkili şekilde kullanarak topluma sunmaya başlamışlardır” (Karabıyık, 2007, s. 30). Hedef kitlesini oldukça geniş tutmayı hedefleyen müzeler, etkinliklerin, sergilerin, seminerlerin ve bienallerin dijital ve basılı ortamlarda reklamını yapması gerekmektedir. Çevrim içi ortamlar ve dış mekanlar için tasarlanan öğeler bireylerin dikkatini çekmeli ve vermek istediği mesajı doğrudan iletmelidir.

5.4. Sanal Müze Kavramı ve Gelişimi

Sanal müzeler fiziki bir yapı ihtiyacı duymaksızın dünyanın her yerinden kesintisiz olarak erişim imkanı sağlayan ve ziyaretçileriyle sürekli farklı iletişim yöntemleri geliştiren müzeler olarak tanımlanabilmektedir. Modern müzecilik anlayışı ile kendine dijital ortamda yer edinen sanal müzelere olan rağbet Covid-19 salgınıyla birlikte artış göstermiştir. Günlük yaşantılarını evlerinde geçirmek zorunda kalan insanlar, eğitim ve işlerini devam ettirebilmek ve boş vakitlerinde eğlenceli vakit geçirebilmek amacıyla teknolojik cihazlara yönelmiştir. Salgın döneminde eğitim kurumları, müzeler ve birçok kurum dijital dünyadaki etkileşimini arttırmaya yönelik uygulamalar ve yenilikler sergilemiştir. Bu dönemde müzeler yıl içerisinde planladıkları program akışlarını sekteye uğratmamak ve kişilerin kuruma karşı olan aidiyetlerini kaybetmemesi için dijital sayfalar üzerinden sanal turlar, çevrim içi eğitimler, oyunlar ve podcastler gibi çeşitli etkinlikler düzenleyerek kurum varlığını devam ettirmiştir. Sanal müzelerin deneyim olarak eksik kalacağı düşünülse de, dünyanın her yerinden kesintisiz olarak erişim imkanı sağlayarak ziyaretçi sayısını artırabilir. Öğrencileriyle birlikte müzeleri gezmek isteyen öğretmenleri ulaşım,

güvenlik, maliyet gibi zorlu bir süreç planlamasının dışında tutarak bulundukları ortam içinde bu gezintiye çıkarabilmektedir. İnteraktif olarak tasarlanmış dijital platformlar ile ziyaretçilerin daha çok vakit geçirmesi de sağlanabilmektedir.

5.5. Müzelerde Teknoloji Kullanımı

Teknoloji kişinin istek ve ihtiyaçlarını karşılayan imkanlar bütünü olarak tanımlanabilmektedir. Müzeler de insan merkezli mekanlar olduğu için güvenlik, sergileme, bilgilendirme, yönlendirme ve envanter kaydı tutma gibi birçok açıdan teknolojiye faydalandığını söyleyebiliriz.

“1997 yılında Almanya’nın Bonn şehrinde bulunan Deutsches Müzesi’nde ilk kez. “Rhino” adlı robot, müzede ziyaretçilere eserler hakkında bilgi vermiştir. 1998 yılında “Minerva” adlı robot Amerika’da Washington, DC’de Ulusal Amerikan Tarihi Müzesi’nde kullanılmıştır. Bu iki prototip robot, müze için üretilmiş ilk rehber robotlardır” (Erbay M. , 2017, s. 265).



Görsel 35. Almanya Deutsches Müzesi ‘Rhino’

Kaynak: https://www.researchgate.net/figure/The-Robot-RHINO-in-the-Deutsches-Museum-Bonn_fig1_2503762

Müzelerde sesli rehber, hologram, artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR), video projeksiyon haritalama, beacon, etkileşimli ekran gibi teknolojilerin kullanıldığı söylenebilmektedir. Çağdaş sanat müzeleri teknoloji alanındaki gelişmeleri yakından takip ederek yönlendirme, bilgilendirme, sergileme ve eğitim alanlarına bunu dahil etmelidir.

5.5.1. Sesli Rehber Sistemleri

Turistler tarafından ziyaret edilen müzelerde kullanılan sesli rehber sistemleri, sanat eserleri ve gezilen mekanla ilgili bilgiler vermektedir. Müze içerisinde kullanılan bu sistemler ziyaretçiye birçok farklı dil seçeneğiyle sunulmuştur. Eskiden sadece sesli destek sağlayan bu rehberler, günümüzde kendilerine ait uygulamaların akıllı telefonuna indirilmesiyle video, metin ve etkileşimli içeriklere erişim sağlamaktadır. Aynı zamanda bu uygulamalar ziyaretçi verilerini toplayarak, müze deneyimini arttırmasına yönelik katkı sağlamıştır.

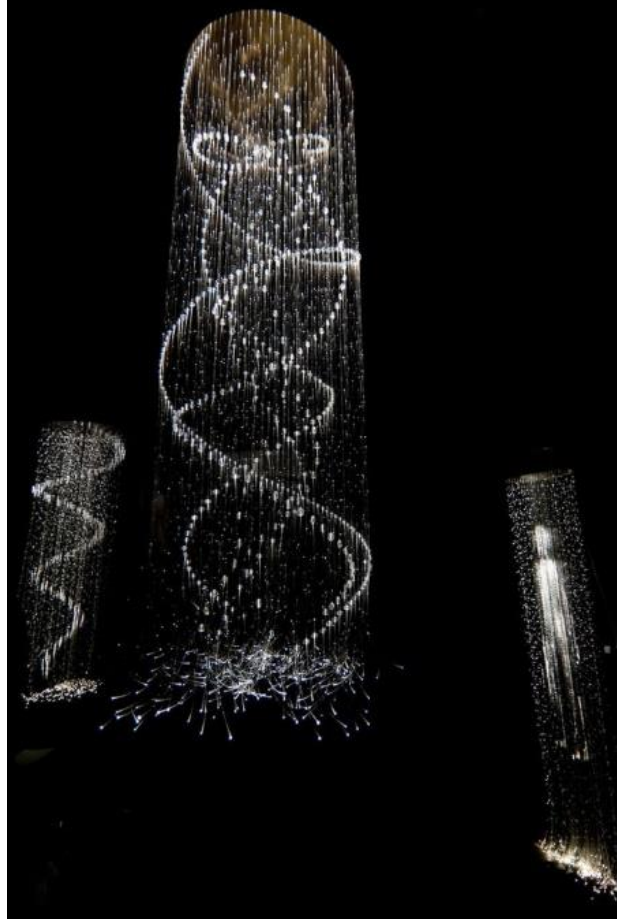


Görsel 36. Sesli Rehber Sistemi

Kaynak: <https://www.metmuseum.org/blogs/digital-underground/2015/improving-the-audio-guide-a-look-at-our-visitors>

5.5.2. Hologram

Hologram teknolojisi özel bir ekipman gerektirmeden görülebilen üç boyutlu bir görüntü olarak tanımlanabilir. Bu görüntü lazer ışınlarıyla oluşmaktadır. Hologram teknolojisini eğitim, eğlence, sağlık, güvenlik ve sanat gibi alanlarda kullanılmıştır. Müzelerde bulunan ve koruma altına alınan nadir eserleri üç boyutlu olarak deneyimleme imkanı yaratmıştır. Müzelerde varolan eserleri sergilemek dışında bu teknoloji ile üretilen yeni sanat eserleri de sergilenmiştir. Tarihimizde yer edinen önemli kişilerde bu teknoloji sayesinde ziyaretçiyle buluşturulmuştur.

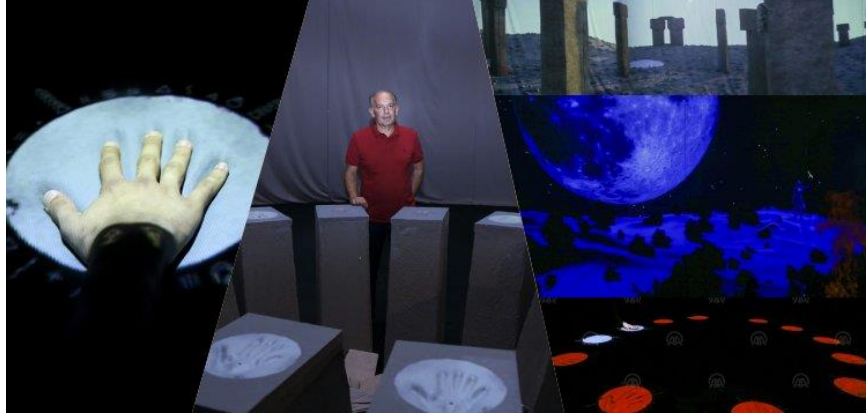


Görsel 37. Roseline de Thelin, Hologram Sanat Eseri

Kaynak: <https://www.roselinedethelin.com/homosluminosos/>

5.5.3. İnteraktif Uygulamalar

Türk Dil Kurumuna göre interaktif kelimesinin karşılığı etkileşimlidir. Teknolojik yeniliklerle birlikte internet platformları iletişimlerini tek boyutlu olmaktan çıkarmış, kullanıcıya sunulan seçeneklerle şekillenen etkileşimli ortamı yaratmıştır. Dijital ekranlar, kiosk sistemleri, web sayfaları, hologramlar, video projeksiyon haritalama, sanal ve arttırılmış gerçeklik uygulamaları müzelerde bilgilendirme, eğitim ve sergileme amacıyla kullanılmıştır. Bu etkileşim tasarımının en güncel örneklerinden biri olarak CerModern’de düzenlenen The Gathering sergisi gösterilebilir.



Görsel 38. CerModern Göbeklitepe Sergisi

Kaynak: [https://www.arkeolojikhaber.com/haber-cermoderndeki-gobeklitepe-the-gathering-sergisi-yogun-ilgi-gordu-23396/](https://www.arkeolojikh Haber.com/haber-cermoderndeki-gobeklitepe-the-gathering-sergisi-yogun-ilgi-gordu-23396/)

5.5.4. Video Projeksiyon Haritalama

Video haritalama teknolojisi önceden hazırlanan animasyon ve filmlerin yüzeye ya da mimari bir yapıya bir ya da birden fazla yüksek ışıklı projeksiyon yardımıyla yansıtılmasıdır. Bu yansıtma işlemi sırasında ilk olarak oluşturulan görüntü video haritalama yazılımında açılır sonrasında gerekli düzenlemeler yapılarak dokuya yansıtılır. (Aksu, 2019, s. 107) Şerefiye Sarnıcı Müzesi Türkiye'de bu teknolojinin ilk olarak entegre edildiği, 1600 yıllık bir yapıttır. Mekan algısının 3 boyutlu olarak tecrübe edilebildiği bu müze, Türkiye'nin su kültüründe gezintiye çıkılabilen tarihi bir deneyim sunmaktadır.



Görsel 39.Şerefiye Sarnıcı Video Mapping

Kaynak: https://kultur.istanbul/gorsel/2021/09/SerefiyeSarnici_8-

1024x683.jpg

5.5.5. Beacon (Bluetooth Düşük Enerji Teknolojisine Sahip İşaretçi)

Beacon konum tabanlı çalışan kablosuz bir cihazdır. BLE (Bluetooth Low Energy) teknolojisiyle akıllı cihazlar arasında sinyal gönderir. Müze içerisinde kullanılan beacon teknolojisi önüne geçtiğimiz eser hakkında bilgi verebilir. Müze içerisinde bulunduğumuz konumu algılayıp detaylı yönlendirme ve bilgilendirme mesajları iletebilir.



Görsel 40. Beacon Bluetooth Düşük Enerji Teknolojisine Sahip İşaretçi

Kaynak: <https://vizyonergenc.com/icerik/bir-sinyalden-daha-fazlasi-beacon>

5.5.6. Sanal Gerçeklik

Sanal gerçeklik, kullanıcının kendini sanal bir ortamda hissetmesini sağlayan bilgisayar tabanlı programlar sayesinde çalışan giyilebilir bir teknolojidir. Kullanıcı VR teknolojisiyle deneyime başladığı anda gerçekte varolmayan sanal bir dünyada gezintiye çıkmaktadır. Bu teknoloji sayesinde oyunların sanal dünyasına girebilir, eğitim simülasyonlarına katılabilir, fiziksel bir ürünü 3 boyutlu bir şekilde dijital olarak deneyimlenebilir. Bu deneyimlerle kullanıcı dinleyen ve izleyen konumundan katılımcı rolüne geçiş yapmış olur. Kullanıcıların öğrenme deneyimleri de

zenginleştirilmiş olur. Sanal gerçeklikte giyilebilir bir teknoloji kullanmak gerekmektedir.



Görsel 41. Sanal Gerçeklik Kullanan Ziyaretçiler

Kaynak: <https://unsplash.com/photos/NN9HQkDgguc>

5.5.7. Artırılmış Gerçeklik

Artırılmış gerçeklik varolan bir görüntü üzerine ses, video, animasyon ya da sanal bir görüntü eklenerek gerçekliğinin artırılması olarak tanımlanabilir. Artırılmış gerçeklik uygulamalarına kafa monteli ekranlar, avuç içi ekranlar ve mekânsal ekranlardan erişim sağlanabilmektedir. Artırılmış gerçeklik teknolojisi sağlık, mimarlık, oyun, askeri ve eğitim gibi birçok alanda kullanılmıştır.

“Artırılmış gerçeklik teknolojisi de sergileme yöntemlerden biridir ve gerek sanat etkinliklerinde gerekse müzelerde tercih edilerek kullanılmaktadır. Tasarımcıların ve sanatçıların teknolojinin sunduğu olanakları farkındalık içinde kullanmaları yaratıcılık sınırlarının genişlemesine ve daha fazla kitlelere

ulaşmalarına imkân sağlamaktadır. Bir sergiyi görsel bir izlenimden öteye taşıyan artırılmış gerçeklikle hem sergilenen eser daha fazla ilgi çekmekte hem de daha etkili bir hale gelebilmektedir” (Kamacioęlu, 2018, s. 57).



Görsel 42. Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları

Kaynak: <https://www.queppelin.com/2018/05/how-we-used-augmented-reality-to-bring-museums-to-life/>

5.6. NFC (Yakın Alan İletişimi)

NFC (Near Field Communication), Yakın Alan İletişimi olarak Türkçeye evrilmektedir. Nfc radyo dalgaları üzerinden veri aktarımı yapan kablosuz iletişim teknolojisidir. Daha basitçe tanımlayacak olursak nft etiketler, nfc teknolojisine sahip akıllı cihazlarla manyetik olarak iletişim kurar. Yaklaşık olarak 4 cm mesafeden elektromanyetik alan indüksiyonuyla çalışmaktadır.

Sony ve Philips ile birlikte geliştirilmiş olan NFC teknolojisi 2002 yılının sonlarında, ECMA Standartlar Birliği(Avrupa) tarafından kabul görmüştür. Yaklaşık bir yıl sonra 2003 yılı sonlarında, ISO/IEC (international organization for standardization/ international

electrotechnical commission) tarafından bir standart olarak kabul edilmiştir. ECMA ve ISO/IEC tarafından NFC için ISO/IEC 18092/ECMA-340 NFCIP-1 ve ISO/IEC 21481/ECMA-352 NFCIP-2 olmak üzere iki ayrı standart geliştirilmiştir. 2004 yılında Philips, Nokia ve Sony firmaları NFC Forum'u oluşturmuşlardır. NFC standartları, kar amaçlı olmayan bu organizasyon tarafından geliştirilmektedir. İş ve eğitim sektöründe NFC teknolojisinin bilinirliğinin, güvenilirliğinin ve kullanımının arttırılması amaçlamaktadır. Standartlar kamuya açık olup isteyen herkes tarafından erişilebilmektedir. (Karabulut, 2018, s. 13)

Son yıllarda otoyol ücretli geçişleri, ödeme işlemleri, ulaşım turnikeleri gibi birçok noktada kullanımı yaygınlaşmıştır. Telefonunuza yükleyeceğiniz Nfc uygulaması üzerinden etiketi okutarak tanımlayacağınız kişisel wifi bağlantıları, web site yönlendirmeleri, telefonu sessize alma, alarm kurma gibi hazır seçenekleriyle de kullanımı gayet basittir. Nfc geliştirmeye açık bir teknolojidir.



Görsel 43. Nfc etiketler

Kaynak: <https://www.teknostore.com/yazilabilir-nfc-etiketi>

5.7. NFT (Değiştirilmeyen Dijital Varlık/Jeton)

Gelişen teknolojiler sayesinde sanat eserlerinin dijital ortamdaki orijinal dosyasını yaratabilmek mümkündür. Günümüzde milyonlarca kullanıcı kendilerine en uygun dijital platformlar üzerinden eserlerini satışa sunmaktadır. Satışa sunulan eserler platform üzerinde sertifikalanarak eşsiz bir dijital imzaya dönüştürülmektedir. Bu sayede satışa sunulan eserin asla kaybolmayacağı ve çalınmayacağı garanti altına alınmış olur. Nft'yi kısaca tanımlamak gerekirse kripto paralar ile alınıp satılabilen, eşsiz ya da az sayıda kopyası olan ürünlerdir. Satışa sunulan bu nftlerden birine sahipseniz eşsiz bir ürüne sahipsiniz demektir. Bu eşsiz ürün bireysel koleksiyon üzerinden yeni bir fiyatla tekrar satışa sunulabilmektedir. Ürünün başka kişiye yeni bir satışı gerçekleşirse nft'yi ilk üreten sanatçı belirlediği yüzde oranı kadar kar elde etmektedir.

Çağdaş sanat müzeleri dijital ortamdaki varlığını oluştururken NFT'nin gücünden de faydalanması gerektiği düşünülmektedir. Nft koleksiyonerleri dijital platformlar üzerinden sergilediği eserleri satışa sunabilmektedir. Bu durumun müzenin ziyaretçisini evrensel boyuta taşıyarak satış hacmini yükselteceği öngörülmektedir.

5.8. Metaverse/Sanal Evren

Metaverse isminin Türkçe karşılığı olarak sanal evren tabiri kullanılsa da bu kavram yunanca meta (sonra, öte) verse (evren) kelimelerinden oluşmaktadır. Metaverse kavramının ilk olarak Neal Stephenson tarafından 1992 yılında yayımlanan bilim kurgu romanı Snow Crash'de ortaya çıktığı söylenebilir. Bu kitaptan esinlenerek 2003 yılında Linden Research firması tarafından second life (ikinci hayat) isimli sanal

bir dünya internet tabanlı olarak hizmete sunulmuştur. Her geçen gün firmalar tarafından bu kavrama uygun video oyunları yaratılmaktadır. Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid 19 pandemi sürecinde firmalar tarafından bu kavram sahiplenilerek yeni metaverse adımları atılmaya başlanmıştır. Firmalara ek olarak Güney Kore Seul şehri için bir metaverse yarattıklarını ve sanal gerçeklik ile bu şehirdeki turistik yerleri gezmenin, konserlere katılmanın ve devlet işlerini halledebilmenin mümkün olacağını açıklamıştır. Son dönemde oldukça popüler hale gelen bu kavramla ilgili hâlâ bilinmeyen birçok nokta bulunmaktadır.

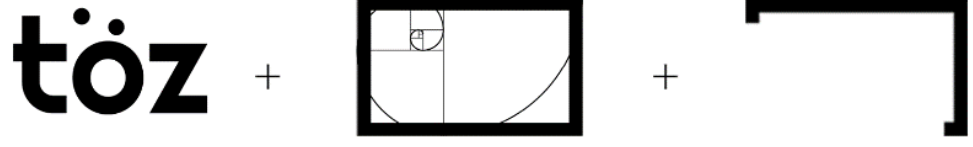


6. TÖZ ÇAĞDAŞ SANAT MÜZESİ UYGULAMA ÖNERİSİ

Bilgilendirme tasarımına ihtiyaç duyan kurumlardan biri de müzelerdir. Müzeler, bilgilendirme tasarımının belge tasarımı, form tasarımı, infografik ve çevresel grafik tasarım gibi uygulama alanlarından faydalanmaktadır.

Bir uygulama önerisi olarak sunulacak olan çağdaş sanat müzesinin ismi Töz olarak belirlenmiştir. Felsefe biliminde töz, değişen yüklemelere desteklik eden bir takım değişmez gerçekliklere verilen isimdir. Bu doğrultuda töz için, mimari yapının temeli, meyvenin çekirdeği ve bir ağacın kökü gibi benzetmeler yapılabilir. “Mekânın tözü denildiğinde, mekânın varlığını sürdürebilmesi için ona temel oluşturan ve onun varlığını destekleyen yapı iskeleti (strüktür) tanımlanmaya çalışılmaktadır” (Taşçıoğlu, 2013, s. 28). Bu tanımdan yola çıkılarak oluşturulan Töz logosu bir mekânın iskeletini oluşturmaktadır.

6.1. Logo Tasarımı



Görsel 44. Logo Bileşenleri

Altın orana uygun olarak tasarlanan töz logosu dikdörtgen bir form ile birleştirilip mekan hissiyatı yaratılmak istenmiştir. Tipografinin etrafını çevreleyen dikdörtgen çizgi aynı zamanda tözün anlamına uygun olarak altta bulunma durumu oluşturmuştur. Serifsiz ve bold olarak kullanılan yazı karakteri ile güçlü ve modern bir yaklaşım sergilenmiştir.



Görsel 45. Logo

6.2. Tipografi

Töz çağdaş sanat müzesi'nin fontu Cerebri Sans olarak belirlenmiştir. Okunurluğu artırmak için x yüksekliği büyük olan bu font tercih edilmiştir. Başlık ve vurgulu metinler Cerebri Sans Heavy, Bold alt metinler ise Cerebri Sans Book kullanımı uygun

görülmektedir. Bold olan metinlerde harf arası boşluklar daha dar, light metinlerde ise daha geniş tutulabilir.

Cerebri Sans Heavy

Cerebri Sans Bold

Cerebri Sans Book

Cerebri Sans Italik

Görsel 46. Yazı Karakteri Ailesi



Görme sorunu olan kişiler için ışık kaybı yüzünden oluşabilecek bulanık görüntü de bile harfler form halinde algılanabilir ve okunabilir durumdadır.

Cerebri Sans Heavy

Cerebri Sans Bold

Cerebri Sans Book

Cerebri Sans Italik

Cerebri Sans Heavy

Cerebri Sans Bold

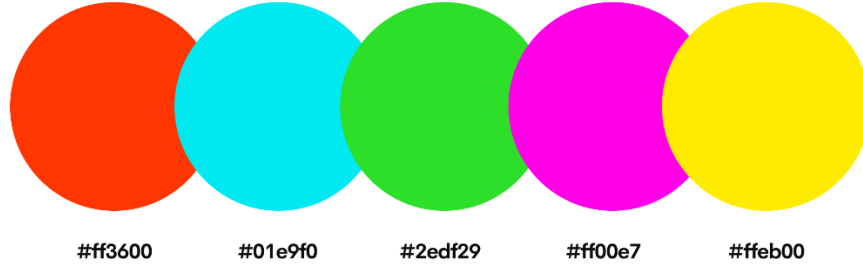
Cerebri Sans Book

Cerebri Sans Italik

Görsel 47. Bulanık Metinlerde Okunabilirlik

6.3. Renk

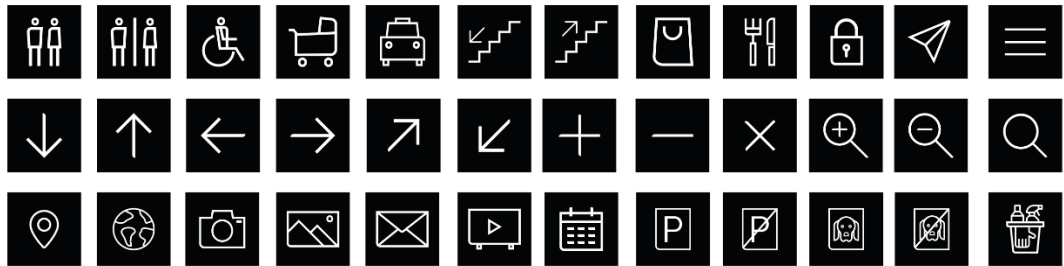
Siyah zemin üzerinde dikkat çekmek ve vurgu yapmak için renk kullanımı tercih edilirse seçilen 5 neon renk kullanılacaktır. Neon renkler normal renklere oranla daha canlı ve parlak olan renklerdir.



Görsel 48. Neon Renkler

6.4. Piktogram Seti

Töz logosunun dikdörtgen yapısından yola çıkarak tek köşesi yuvarlatılmış olarak kullanılmıştır. Piktogramlar arasında ortak bir görsel dil oluşturmak amaçlanmıştır. İçerisinde tuvalet, kafe, kamera ve park gibi piktogramlar mevcuttur.



Görsel 49. Piktogram Örnekleri

6.5. Kartvizit

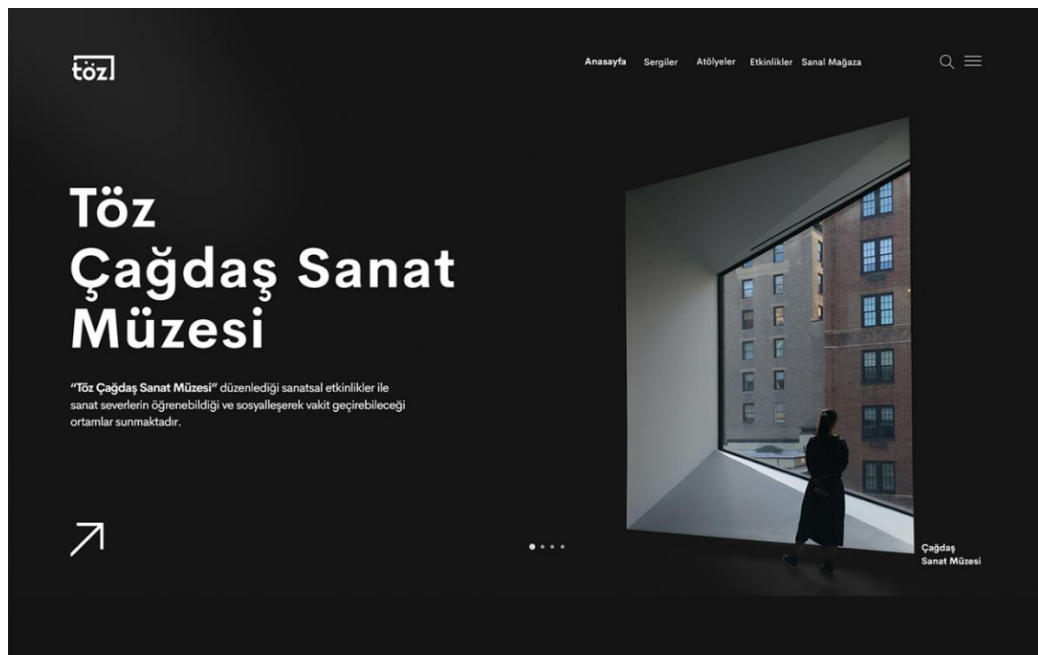
Kartvizit ölçüleri 8x5 cm olarak belirlenmiştir. Türkçe ve İngilizce olarak çift yüzeye ayrılmıştır. Tasarımda kontrast oluşturmak amacıyla beyaz zemin üzerine siyah yazı, siyah zemin üzerine beyaz yazı olarak tercih edilmiştir. Kartvizit üzerine yerleştirilen Nfc ile ad soyad, telefon mail ve adres gibi bilgiler direkt olarak telefona aktarılacaktır.



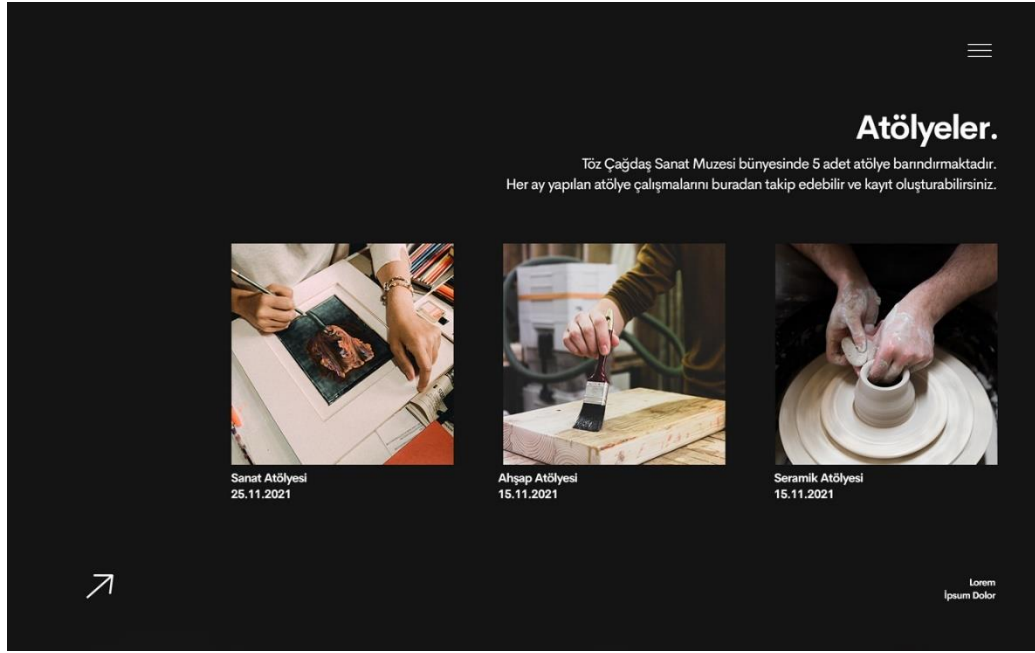
Görsel 50. Nfc Teknolojisinin Kartvizitte Kullanımı

6.6. Web Tasarımı

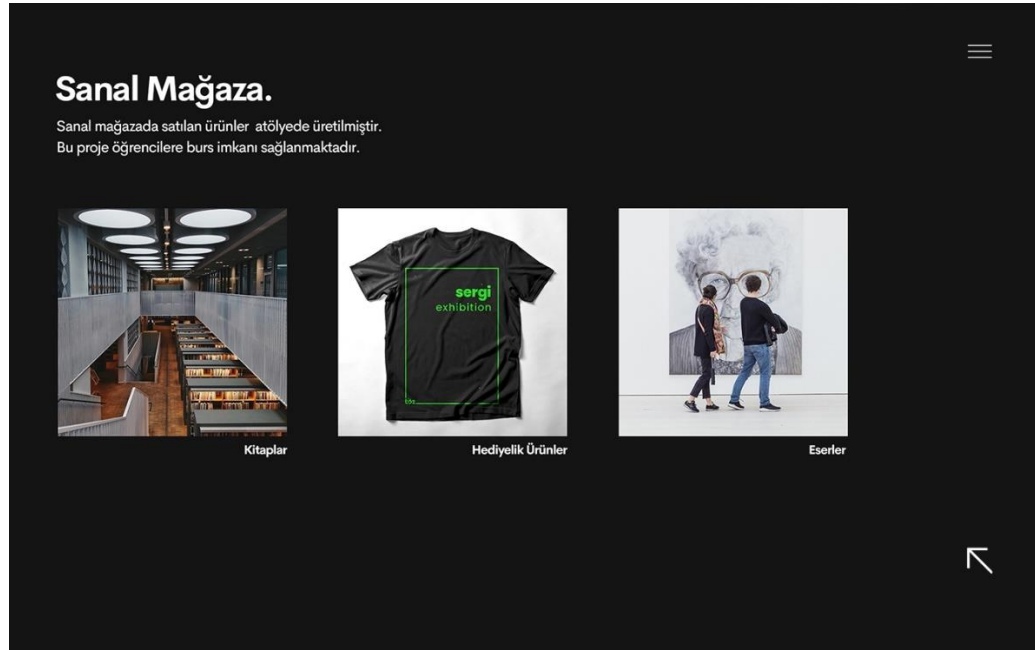
Töz Çağdaş Sanat Müzesi kurum içi çalışmaları aynı zamanda dijitalleştirerek web sayfası üzerinden de sunmaktadır. Düzenlenen sergiler sanal tur ile gezilebilecektir. Kaçırılan seminer ve söyleşiler 360° videolar ile tekrardan izlenebilecektir. Etkinlikler ve atölye eğitimleri takip edilebilir ve kayıt oluşturulabilir. Kullanıcı internet sayfasına üye olmadan önce kısıtlı erişime sahip olacaktır.



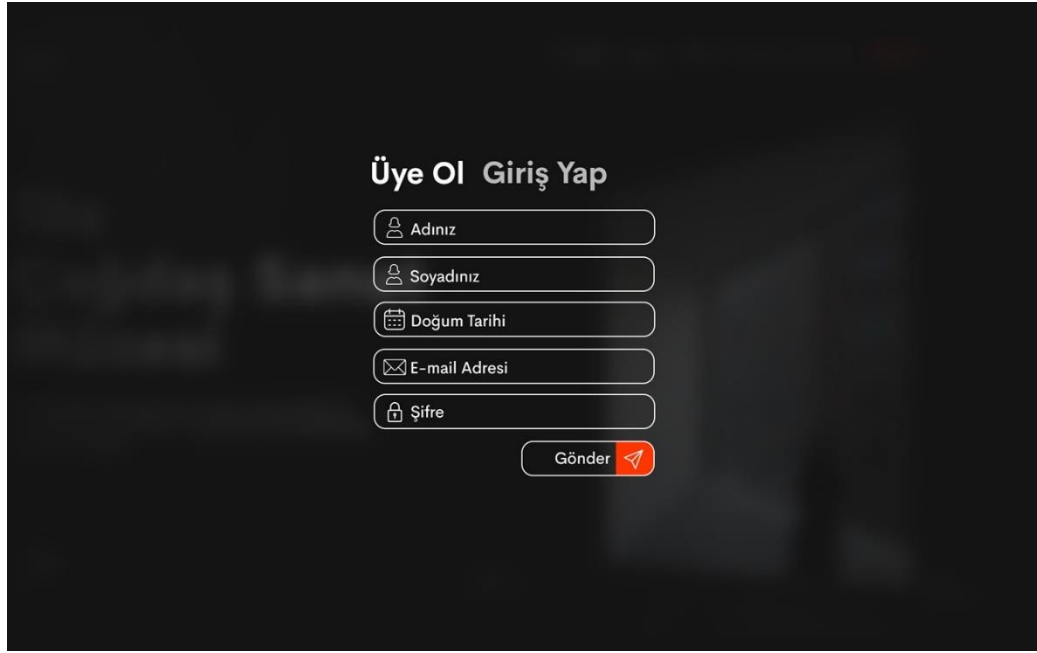
Görsel 51. Web Sitesi Anasayfa



Görsel 52. Web Sitesi Anasayfa 2



Görsel 53. Web Sitesi Anasayfa 3



Üye Ol Giriş Yap

Adınız

Soyadınız

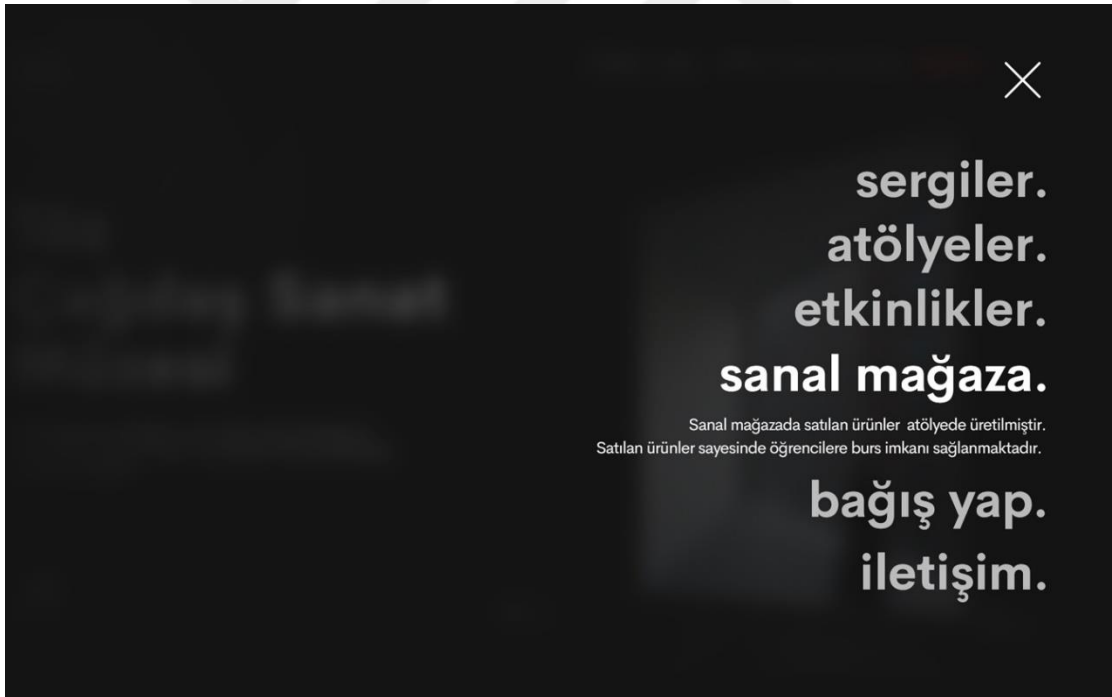
Doğum Tarihi

E-mail Adresi

Şifre

Gönder

Görsel 54. Web Sitesi Üye Olma Ekranı



Görsel 55. Web Sitesi Hamburger Menü

Kullanıcılar ücretsiz bir şekilde üyelik oluşturduktan sonra profilini düzenleyebilir, etkinliklere, çevrim içi olarak sunulacak olan atölye eğitimlerine ve seminerlere katılabilir.

Görsel 56. Bireysel Profil Oluşturma

Görsel 57. Bireysel Profil Düzenleme

Üniversiteler tarafından oluşturulan profillere sosyal medya hesapları bağlanabilecektir. Oluşturulan profillerdeki banner tasarımları ilgili kutucuklar doldurulduğunda site tarafından belirlenen şablonlar üzerinden oluşturulacaktır. Bu sayede site içerisindeki görsel karmaşa önlenerek, okunabilirlik sorunlarının önüne geçileceği öngörülmektedir.

Görsel 58. Üniversite Profil Oluşturma

Web sitesinde üniversiteler, kurumlar, küratörler ve eğitimler eğitim ya da sergiler oluşturabilecektir (bakınız Görsel 59). Eğitim ekleme sayfasında bulunan kutucuklar doldurulduğu zaman site tarafından

Yeditepe Üniversitesi
Graphic Designer

Profil Fotoğrafını Değiştir

Profil Fotoğrafını Sil

Özgeçmiş
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.

Hesabımı Bağla

GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ Sil Ekle

Çevrim içi Eğitimler Sergiler Makaleler Kitaplar Lorem Ipsum

Bilgisayar Destekli Tasarım Ücretsiz

Açıklama 220 karakter

Tarih Saat

E-mail

Aktif Olan Dersler

Sanat Okumaları Mitoloji Tipografi

Görsel 59. Üniversite Eğitim Ekleme Sayfası

Oluşturulan eğitim ve sergilerin reklam posterini web sayfası üzerinden oluşturarak doğru anahtar kelimelerle ilgili kullanıcılara gösterilmesi sağlanabilmektedir (bakınız Görsel 60).


Çağdaş Sanat Müzesi

Keşfet
Proje Ortaklığı
Reklam Ekle
Yeditepe Ünl.



Yeditepe Üniversitesi
3.400 takipçi

Mesaj Gönder

Takip Et

Özgeçmiş
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.

Hesabını Bağla

Facebook Instagram Twitter YouTube

REKLAM POSTERİ OLUŞTUR

Temel Bilgiler

Sil Kaydet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

220 karakter

İlgili Alanlar

Eğitim Tasarım Grafik Sanat Tarihi Mitoloji



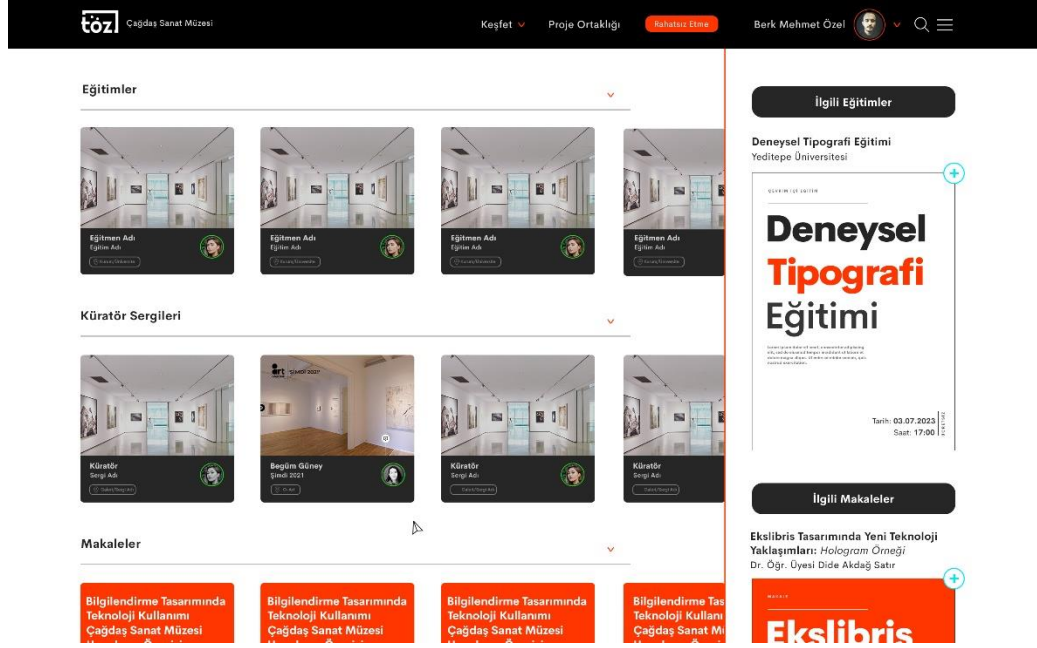
Önizleme

Görsel 60. Reklam Görseli Oluşturma

Eğitmenler dersleri için uygun bilgilendirme tasarımı şablonlarını kullanarak eğitim materyalleri tasarlayabilir (bakınız Görsel 61). Bu şekilde verilen eğitimlerin öğrenmeyi kolaylaştıracağı ve akılda kalıcılığı artıracığı düşünülmektedir.

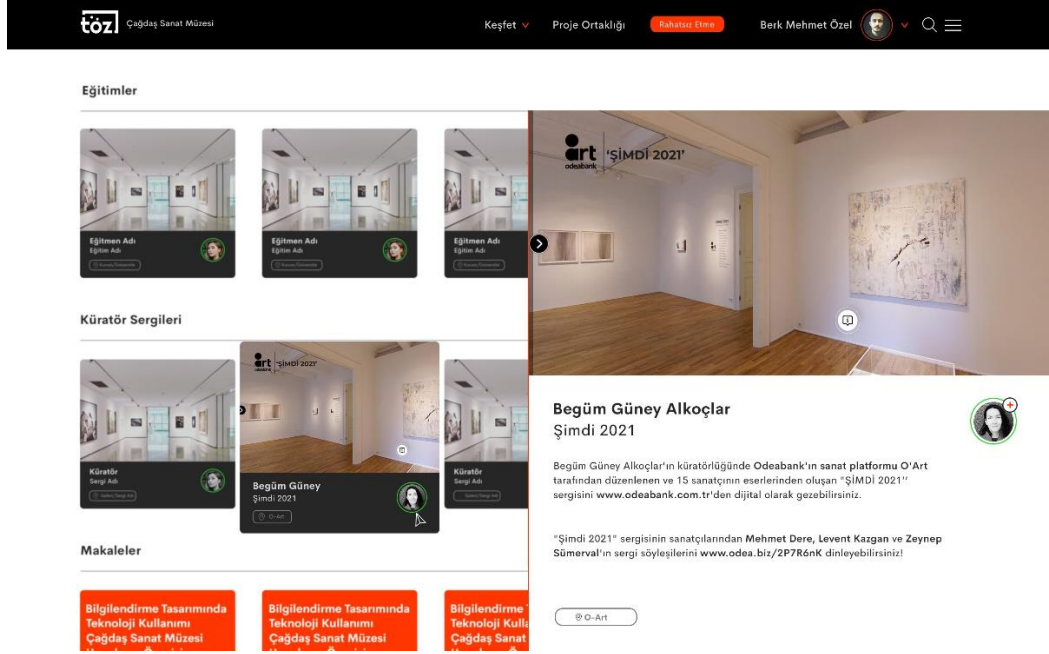
Görsel 61. Eğitim Materyali Tasarlama

Kullanıcı üye olup profil ayarlarını düzenledikten sonra anasayfa üzerinde eğitim çalışmalarını, sergileri, makaleleri ve atölye çalışmalarını takip edebilecektir. Üniversiteler tarafından oluşturulan dersler ve yüklenen makaleler ekranın sağ tarafında kullanıcıların ilgi alanlarına göre listelenmektedir.



Görsel 62. Üyelik Sonrası Anasayfa

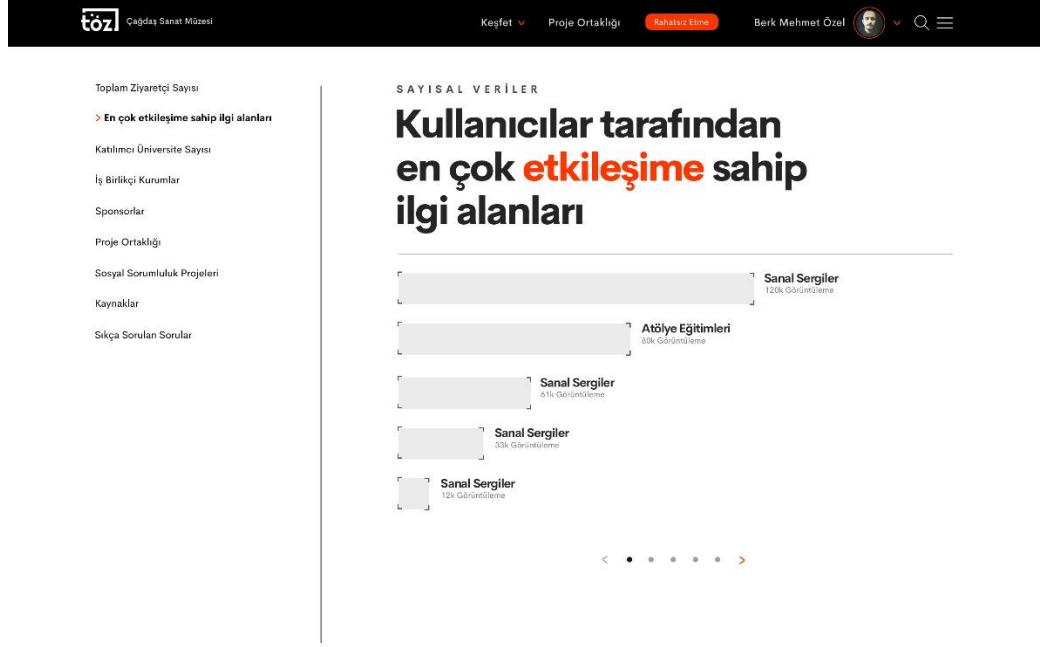
Kullanıcılar imleci ilgilendiği alana getirdiklerinde imlecin bulunduğu görsel büyüyecek ve sağ kısımda yarım ekran olarak detaylı bilgilendirme yapılacaktır. Bunlara ek olarak ilgili alan haricindeki görsel öğeler bulanıklaştırılarak odaklanmanın artırılması planlanmaktadır (bakınız Görsel 63).



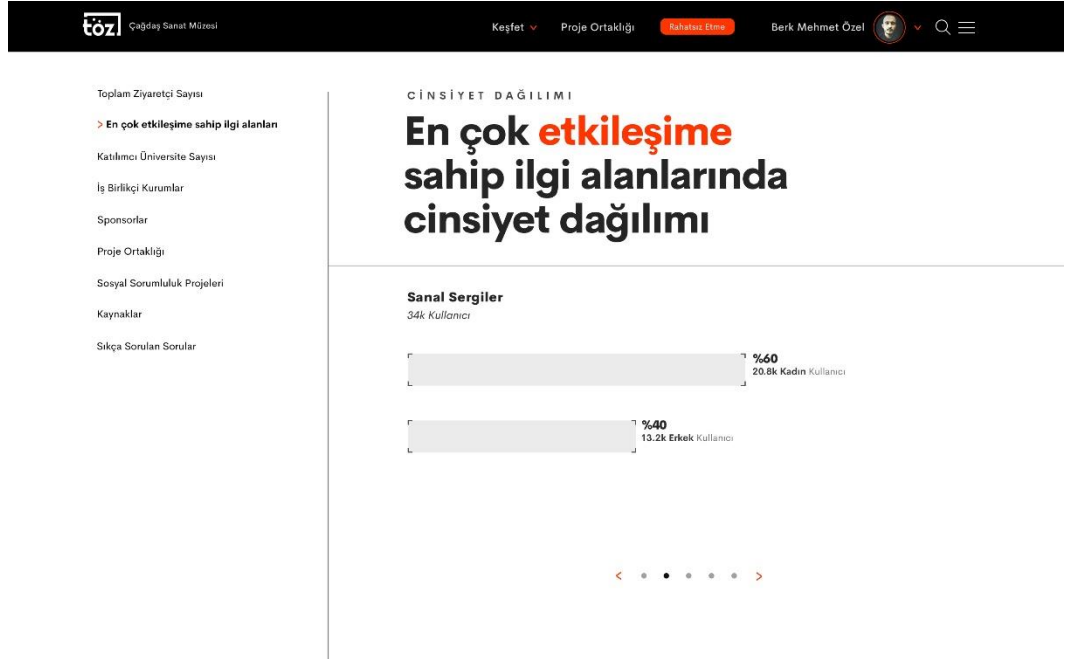
Görsel 63. Üyelik Sonrası Anasayfada Sergi Görünümü

Küratörler site üzerinden açabileceği sanal sergilere ek olarak önceden farklı bir kurumda düzenledikleri sanal tur ile gezilebilen sergileri de ziyaretçileriyle buluşturmaktadır. Görsel 63'te Begüm Güney Alkoçlar'ın küratörlüğünde Odeabank'ın sanat platformu O'Art tarafından düzenlenen ve 15 sanatçının eserlerinden oluşan "ŞİMDİ 2021" sergisi görülmektedir. Bu sergi www.odeabank.com.tr'den dijital olarak gezilebilmektedir.

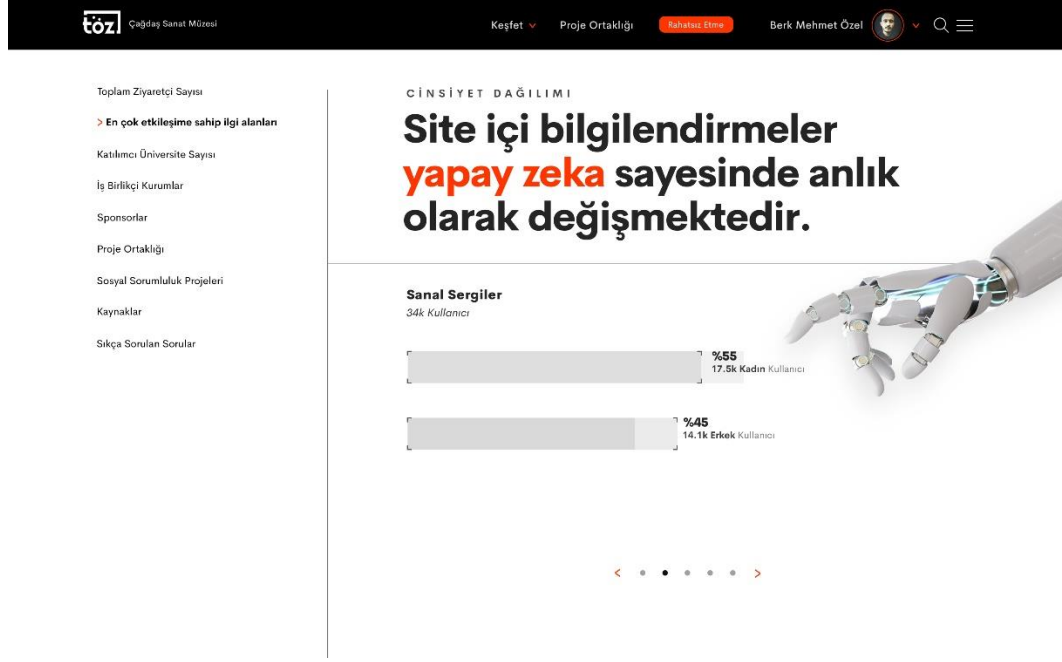
İş ortaklığı, projeler ve reklamverenler için kullanıcılar ile ilgili bilgiler anlık olarak yapay zeka tarafından güncellenmesi planlanmaktadır.



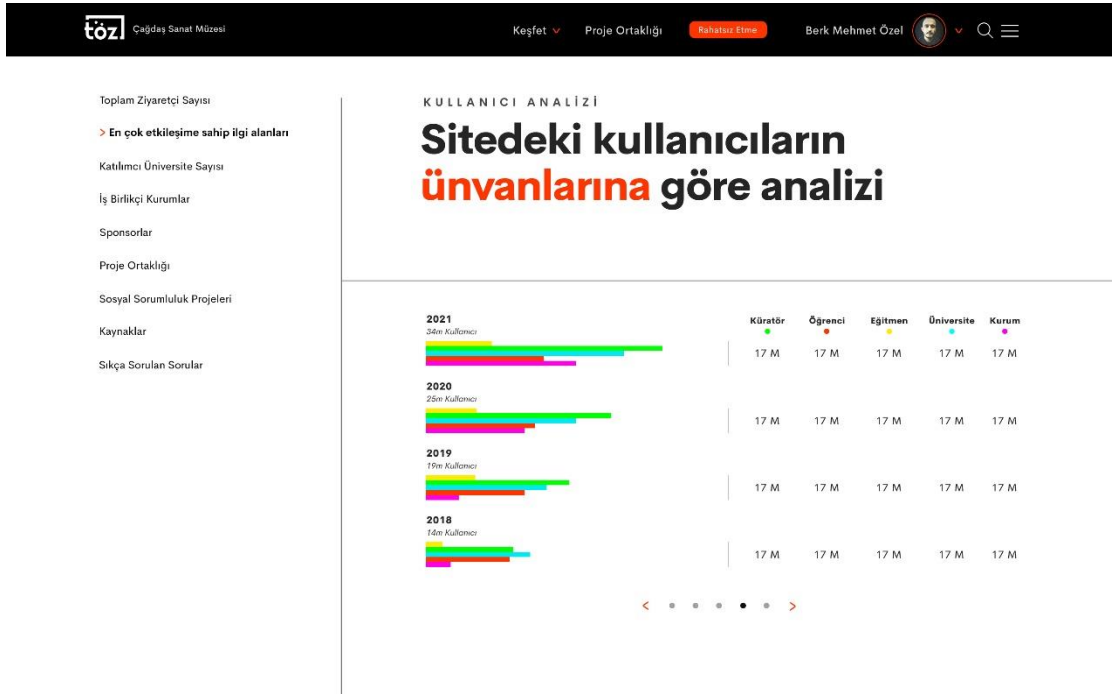
Görsel 64. Kullanıcı İstatistikleri 1



Görsel 65. . Kullanıcı İstatistikleri 2



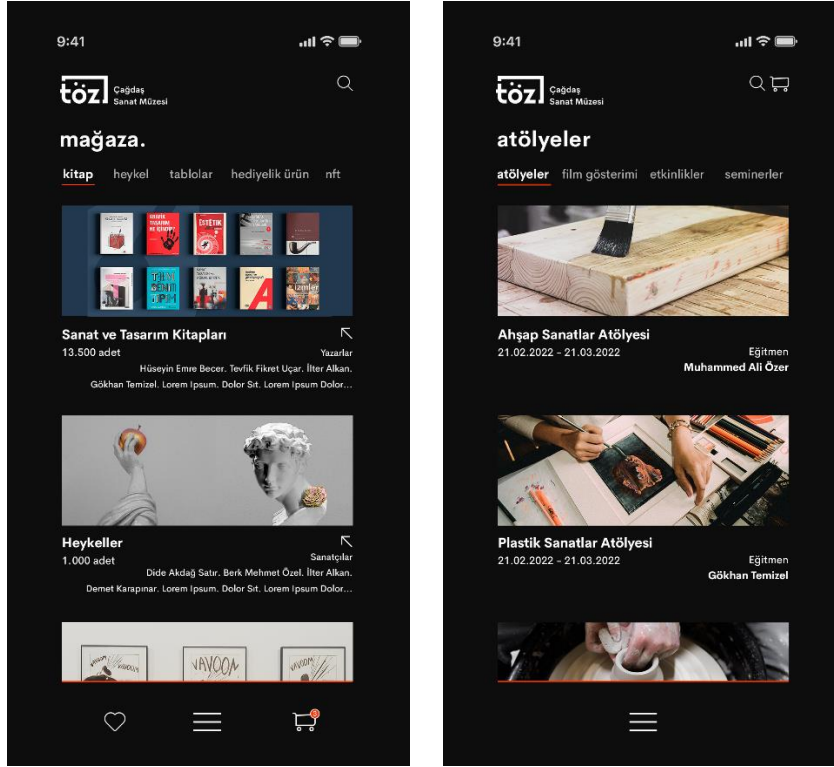
Görsel 66. . Kullanıcı İstatistikleri 3



Görsel 67. Kullanıcı İstatistikleri 4

6.7. Mobil Uygulama

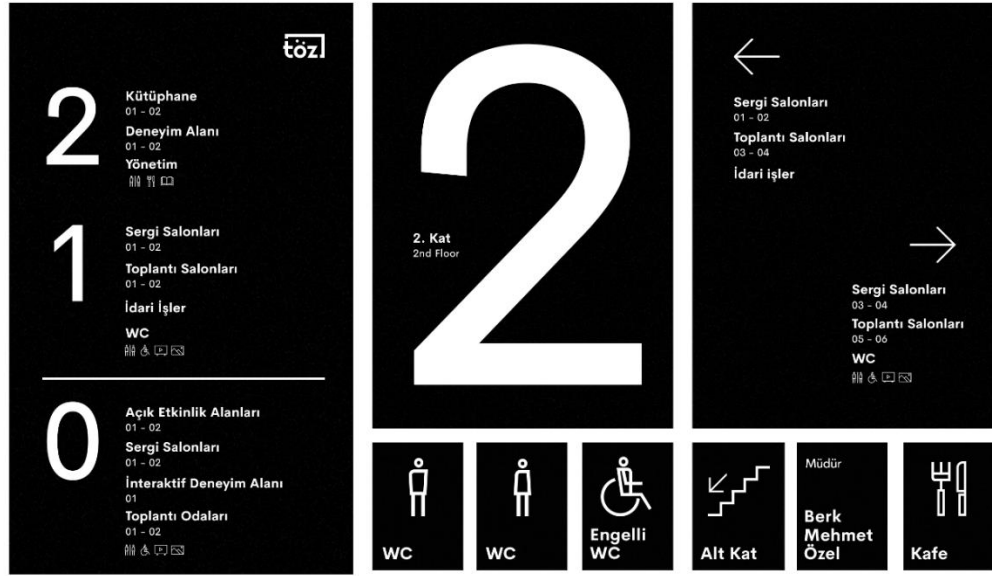
Google Play ve App Store'dan rahatlıkla indirilebilecek olan mobil uygulama da sanat severlere uygun makaleler, eserler ve müzikler yer almaktadır. Kullanıcılar istediği zaman mağaza kısmından alışveriş yapabilir ya da hediye gönderimi sağlayabilir. Atölyelerin videolarını izleyebilir, ön kayıt olabilir.



Görsel 68. Mobil Uygulama Tasarımları

6.8. Yönlendirme

Mekân içinde bulunan yönlendirme tabelaları siyah ve beyazın kontrast gücünden yararlanarak tasarlanmıştır. Basit ve sade bir anlatım sağlamak için piktogramlardan faydalanılmıştır. Aynı zamanda tabelaların siyah zemin rengi, binanın beyaz mimari yapısına da kontrast oluşturmaktadır.



Görsel 69. Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımları

Kapı yanı ve kapı üstü isimliklerde kelimelerin uzun olma ihtimaline karşı boş alanlar bırakılmıştır (bakınız Görsel 70).



Görsel 70. Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımı 2

6.9. Bilgilendirme Kartları

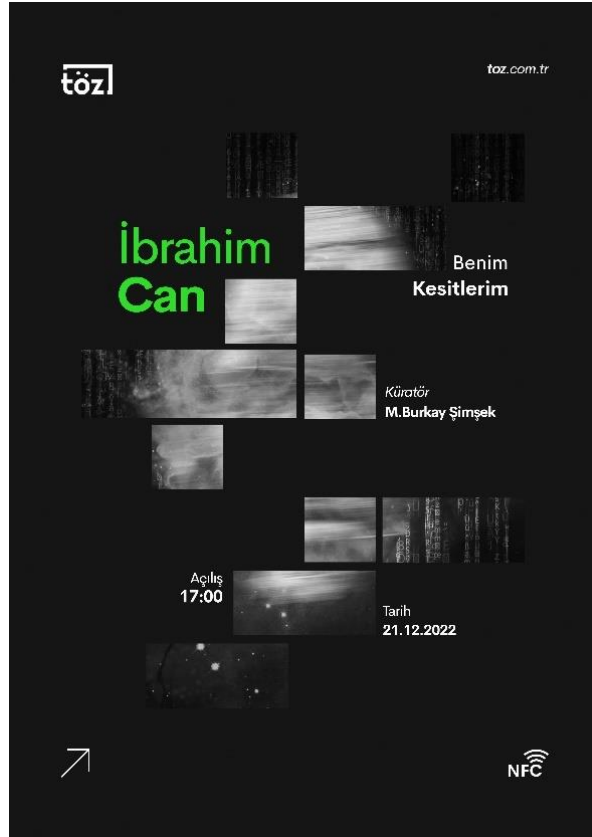
Müze içinde bulunan eserlerin kavramsal metnini aktarmak ve müze içerisinde genel bilgilendirmeleri yapmak amacı ile kart tasarımı düşünülmüştür. Eser bilgilendirmesi amacı taşıyan kart üzerinde NFC teknolojisi kullanılmıştır. Bu sayede telefonumuzu karta yaklaştırdığımızda mobil uygulama üzerinden eserin sayfası açılacaktır.



Görsel 71. Bilgilendirme Kartları

6.10. Açık Hava Reklamları

Mekân içinde ve dışında bulunan dijital ekranlarda sergi afişleri, etkinlikler ve atölyeler sırasıyla gösterilerek ziyaretçilere bilgi verilecektir. Bu alanda NFC teknolojisi kullanılmaktadır.



Görsel 72. Örnek Sergi Afişi

Şehirde yaya trafiğinin çok olduğu alanlarda sergi hakkında afişler gösterilecektir.



Görsel 73. Billboard Tasarımı

6.11. Yaka Kartı

Müze çalışanlarının çeşitli alanlara girebilmesini sağlayan yaka kartı tasarımı yan tarafta gösterilmektedir. Bu kartlar aynı zamanda çalışan hakkında bilgi vermektedir.



Görsel 74. Yaka Kartı Tasarımı

7. SONUÇ

Bilgi, bireyin çevresini anlamlandırabilmesini ve aklındaki sorulara mantıklı cevaplar bulmasını sağlayan gerçek, olgu ve ilkelere verilen genel ad olarak tanımlanabilmektedir. Bu doğrultuda yanlış bilginin ise bireyi yanlış kararlara ve tecrübelerle sürüklediği çıkarımına varılabilir. Gelişen teknolojiler sayesinde her türlü yaş grubunun erişebileceği doğru ve yanlış birçok bilgi kaynağı mevcuttur. Bazen kampanya için yapılan mecaz anlatımla sunulan bir bilgi asıl mesajının dışında bir yönlendirme sağlayabilmektedir. Fakat bilgi açık, anlaşılabilir ve doğruluğu kanıtlanabilir olmalıdır. Bilgilendirme tasarımı kendi içerisinde aşamaları ve ilkeleri olan multidisipliner bir alandır.

Bilgilendirme tasarımında karmaşık verilere temsili bir görsel yaklaşım belirlenebilir fakat burada görsel öğeler içerik metninin önüne geçmek yerine verilen içerik metnini destekleyici olmalıdır. Aynı şekilde bilgiler sınıflandırılarak, özetlenerek ve anlamlı vurgulara bölünerek en sade ve yalın anlatımla düzenlenmelidir. Bilgilendirme tasarımı sürecinde tasarımcı tarafından çözümlenmesi gereken birçok belirsizlik söz konusudur. Bilgilendirme tasarımının uygulama ortamları, alanları, aşamaları iyi analiz edilmeli ve tasarımda kullanılacak görsel öğeler hedef kitlenin ihtiyaçları doğrultusunda belirlenmelidir.

Eğitim amacı taşıyan ve güvenilirliği yüksek olan müzeler, çağdaş müzecilik anlayışı ile birlikte insanların nitelikli vakit geçirebildiği, sosyalleşebildiği ve düzenli etkinliklerle keyif alarak bilgilendikleri yaşayan mekanlar haline gelmiştir.

Gelişen teknolojiler sayesinde 20. yüzyılın sonlarına doğru fiziksel bir yapıya gerek duymayan, dünyanın her yerinden kesintisiz erişim ve iletişim imkanı sağlayan sanal müzelerin ortaya çıktığı görülmektedir. Sanal müzeler, bağlı olduğu müzenin ya

da müzelerin koleksiyonlarını dijitalleştirerek izleyicisine sunmaktadır. Günümüzde neredeyse her müzenin bir web sayfası bulunmaktadır. Tanıtım ve reklam amaçlı bilgileri barındıran web sayfaları yerine kullanıcısıyla etkileşime geçen aynı zamanda kullanıcı deneyimi dikkate alınarak kurgulanan web siteleri daha çok ilgi görmektedir.

Müzeler sergileme, bilgilendirme, yönlendirme gibi amaçlarla bilgilendirme tasarımına ihtiyaç duymaktadır. Basılı materyallerin haricinde dijital ekranlar, hologram, video projeksiyon haritalama, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi interaktif uygulamalarla ziyaretçi aktif olarak bilgilendirilmiştir. Ziyaretçinin interaktif katılımını önemseyen çağdaş sanat müzeleri yeni medya sanatçıların eserlerini sergileyebilmek için bu alanın gelişmelerini takip ederek teknolojik ekipmanlar kullanmıştır. Çağdaş sanat müzelerinin son dönemde herkes tarafından ilgi duyulan metaverse ile ilgili gelişmeleri de yakından takip ederek, topluma bu konuda öncülük etmesi ve eğitici çalışmalar üstlenmesi gerektiği sonucu çıkarılabilir.

Bu çalışmanın sonucunda bilgilendirme tasarımı aşamalarına uygun olarak bir proje önerisi sunulmaktadır. Bilgilendirme amaçlı tasarımlarda kullanılan tipografi; görme sorunu olan kişileri ve tasarımın bulunduğu ortamdaki ışık kaybını da göz önünde bulundurarak kurgulanmıştır. Okunurluğu arttırmak için siyah zemin beyaz yazı, beyaz zemin siyah yazı kontrastı kullanılmıştır. Aynı zamanda bilgilendirme tasarımlarındaki siyah zemin rengi kurumun beyaz mimarisiyle de bir kontrast oluşturmaktadır. Siyah zemin üzerinde dikkat çekmek ve vurgu yapmak için renk kullanımı tercih edilirse seçilen 5 neon renk kullanılacaktır.

Ayrıca bu projede çağdaş sanat müzesi örneği üzerinden, bilgilendirme tasarımında teknoloji kullanımının önemi vurgulanmıştır. Fiziksel bir yapı içerisinde eğitim odaklı, yaşayan bir mekân oluşturmayı hedefleyen Töz aynı zamanda kent

içerisine yerleştirilecek olan Nfc etiketler ile müzenin web sitesine yönlendirme yapmayı hedeflemektedir. Bireylerin boş zamanlarında bireysel hesapları üzerinden ilgilendiği konularla ilgili ulaşabileceği eğitimler, bültenler ve seminerler kullanıcıyla etkileşimli bir yapıda oluşturulacaktır. Bu sayede fiziki olarak müzede bulunamayan ziyaretçiler de şehir içerisinde bulunan nfc etiketlerine uyumlu cihazlarını dokundurduklarında nitelikli ve eğitici vakit geçirebilecektir.

Bu çalışma sonucunda Nfc ile insanların akıllı cihazlarından da ücretsiz olarak kolaylıkla erişebileceği bir çağdaş sanat müzesi tasarlanmıştır. Bu çağdaş sanat müzesi zaman içerisinde tüm tanıtımlarını şehirlerde bulunan nfc uyumlu dijital ekranlar yardımıyla sağlayacaktır. Bu sayede tamamen dijital odaklı bir tanıtım hedefleyerek basılı materyal kullanımını minimumda tutmak amaçlanmıştır. Bu yaklaşım sayesinde kurumun kâğıt israfı önlenecek, Töz Çağdaş Sanat Müzesi ziyaretçi odaklı projeleri ücretsiz olarak sunacaktır. Kullanıcılar web sitesi üzerinden seminer ve atölye eğitimlerini 360° videolar sayesinde çevrim içi olarak takip edebilecektir. Aynı zamanda müze içerisinde düzenlenen sergiler de dijital olarak web sitesine aktarılacak ve kullanıcılar kesintisiz olarak dünyanın her yerinden akıllı cihazları yardımıyla bu sergileri gezebilecektir.

Projenin durağan, hareketli ve etkileşimli ortamlardaki görsel dili, bilgilendirme tasarımı aşamalarına uygun olarak planlanmıştır. Kullanıcıya aktarılmak istenen bilgi tasarlanırken sayfa üzerinde gereksiz süslemeye yer verilmemiş, bilgi ve görsel arasında bir hiyerarşi oluşturularak tasarlanmıştır. Töz Çağdaş Sanat Müzesinin bütün görsel materyalleri bu anlayış ekseninde oluşturulmuştur.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte insanların davranışları, alışkanlıkları ve dünyayı algılayış biçimleri sürekli olarak değişmektedir. Bu insanların günlük

ihtiyaçlar ve aktiviteler dışında kalan vaktinin çoğunu sosyal medya da geçirdiği düşünülürse, ziyaretçileri sadece müze içerisinde beklemek yetersiz kalacaktır. Ortaya konulan bu proje güncel teknolojilerden faydalanarak, Töz Çağdaş Sanat Müzesini dijital dünyaya da konumlandırmayı hedeflemektedir.



Kaynakça

- Aksu, M. (2019). Mimarlıkta Video Projeksiyon Haritalama Kullanımı. *Tasarım Enformatiği*, 1(2). <https://dergipark.org.tr/tr/pub/te/issue/52433/469302> adresinden alındı
- Alparslan, C. (2019). *Tasarım Tarihine Giriş Daha'dan Deha'ya*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Altunbaş, A., & Özdemir, Ç. (2012). Çağdaş Müzecilik Anlayışı ve Ülkemizde Müzeler. Ankara. <https://teftis.ktb.gov.tr/Eklenti/4655,makale.pdf> adresinden alındı
- Ambrose, G., & Harris, P. (2014). *Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü* (2 b.). (B. Barhana, Çev.) İstanbul: Literatür.
- Armstrong, H. (2012). *Grafik Tasarım Kuramı - Tasarım Alanından Okumalar*. (M. E. Uslu, Çev.) İstanbul: Espas Yayınları.
- Art Study Center Seminar: Kurt Schwitters, The Ring, and the New Typography. (2016, 11 04). Cambridge, Amerika Birleşik Devletleri / Massachusetts. 05 28, 2021 tarihinde <https://harvardartmuseums.org/calendar/art-study-center-seminar-kurt-schwitters-the-ring-and-the-new-typography> adresinden alındı
- Ataseven, S. Y. (2018). Modernizmin Sanatsal Gelişimi. *İdil*, 7(48), 1026.
- Babich, N. (2016, 07 31). *10 Rules For Efficient Form Design*. 06 09, 2021 tarihinde uxplanet: <https://uxplanet.org/10-rules-for-efficient-form-design-e13dc1fb0e03> adresinden alındı
- Baran, D. (2014). Yazılı Basında Görsel Algıyla Yaratılan Algı Parçalanmaları. 123. İstanbul.
- Baraz, Y. (2010). *Sanat Müzeleri*. İstanbul: Baraz Yayınları.
- Bektaş, D. (2013). *Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi*. Yapı Kredi Yayınları.
- Belting, H. (2017, 1 29). 09 23, 2021 tarihinde e-skop: <https://www.e-skop.com/skopbulten/cagdas-estetik-cagdas-sanat-muzeleri/3236> adresinden alındı
- Cullen, K. (2012). *Design Elements, Typography Fundamentals: A Graphic Style Manual for Understanding How Typography Affects Design*. China: Rockport Publishers.
- Çalışkan, C. (2016, 06 03). Sergileme Tasarımının Gelişimi ve Müze ile Sanat Galerilerinin Karşılaştırması. *Yıldız Journal of Art and Design*, 3(1), 27.
- Dokuzlar, B. K. (2015). Toplumsal Farkındalık İçin Grafik Tasarım. *SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 8(16), 273.
- Dur, B. İ. (2011). Bilgilendirme Tasarımında İlkeler, Öğeler ve Uygulama Sorunları "Bilgilendirme Tasarımı Uygulaması". 48. Ankara. 06 09, 2021 tarihinde

https://www.academia.edu/7042656/Bilgilendirme_Tasar%C4%B1m%C4%B1_Tarih%C3%A7esi adresinden alındı

- Dur, B. İ. (2011). Çevresel Grafik Tasarımın Uygulama Alanları. *Sanat ve Tasarım*, 1(7), 161. 06 10, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sanatvetasarim/issue/20660/220408> adresinden alındı
- Elden, M., & Özdem, Ö. O. (2015). *Reklamda Görsel Tasarım; Yaratıcılık ve Sanat* (1 b.). İstanbul: Say Yayınları.
- Erbay, D. D. (2011). *Müzelerde Sergileme ve Sunum Tekniklerinin Planlanması*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Erbay, M. (2017). Yeni Nesil Teknolojiler ile Müzelerde Eğitim. *Milli Eğitim*, 265. <https://dergipark.org.tr/en/pub/milliegitim/issue/36135/405935> adresinden alındı
- Erdem, S. (2019). Geçmişten Günümüze Dada Hareketi ve Modern Tasarım Sanatına Etkisi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*(24). 05 28, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sanatvetasarim/issue/51009/665631> adresinden alındı
- Erkmen, N. (2009). *Bauhaus: Modernleşmenin Tasarımı*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Gezer, Ü. (2019, Eylül). Çağdaş Sanat ve Tasarım Eğitiminde Görsel Tasarım Öğeleri ve İlkeler. *ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 603.
- Grafik Tarzlar (6). (1992, Şubat). *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar: Grafikerler Meslek Kuruluşu*(52). 05 28, 2021 tarihinde <http://gmkn.org.tr/uploads/news/file-1447100650311039563.pdf> adresinden alındı
- Gropius, W. (2021, 1 12). <https://bauhausmanifesto.com/>. <https://bauhausmanifesto.com/>: <https://bauhausmanifesto.com/> adresinden alındı
- Gutenberg Tipografisinden Çağdaş İletişim Tasarımına. (2018). *Konya Sanat*(1), 14. 05 28, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/615810> adresinden alındı
- Güler, T. (2008). Grafik Tasarımda Yeni Bir Alan: Bilgilendirme Tasarımı ve Bir Uygulama. 06 11, 2021 tarihinde <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden alındı
- Güler, T. (2009). Bilgilendirme Tasarımının Uygulama Alanları. *Grafik Tasarım Görsel İletişim Kültürü Dergisi*(28), 50-51.
- Güler, T. (2016). Büyük Mekanların Yönlendirme ve İşaretleme Tasarımında Yer İmlerinin Kullanıcı Hareketlerine Katkıları. *Sanat*(28), 134. 06 10, 2021

tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunigsfd/issue/45079/563034> adresinden alındı

Horn, R. E. (2000). Information Design: Emergence of a New Profession. R. Jacobson (Dü.) içinde, *Information Design* (s. 15). The MIT Press.

Kamacıoğlu, B. (2018, Ekim). İnteraktif Bir Alan Olan Artırılmış Gerçeklik Teknolojisi ve Uygulama Örneği. İstanbul.

Karabıyık, A. (2007). Çağdaş Sanat Müzeciliği Kapsamında Türkiye'deki Müzecilik Hareketlerine Bir Bakış. Erzurum.

Karabulut, Z. E. (2018). Mobil Sistemler Üzerinde, Biyometrik, Nfc ve Konum Bilgilerini Kullanarak Kişi Tanıma. İstanbul.

Mazlum, H. (2017). Modernizm Sürecinde Yeni Tipografi'nin Doğuşu ve Jan Tschichold. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 234. 05 31, 2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/361166> adresinden alındı

Nini, P. (2010, Şubat). Tipografi ve yaşlanma sürecindeki gözler: Görme Sorunları olan yaşlı izleyiciler için yazıtipi okunaklılığı. *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar: Grafikerler Meslek Kuruluşu*(89). <http://gmkn.org.tr/publications/yazilar/subat-2010-sayi-89> adresinden alındı

Özdemir, F. (2017). Font Tasarlama Süreçleri ve Temel İpuçları. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 3(2), 64.

Packadore Collective. (2021, 03 01). <https://packadore.com/white-is-the-new-green/> adresinden alındı

Pido, J. O. (2012, 10). Görsel İletişim Tasarımı Yoluyla Büyük Bütünlük. (L. T. Basmacı, Çev.) İstanbul. 11 03, 2021 tarihinde <http://gmkn.org.tr/uploads/news/file-1457209696764603343.pdf> adresinden alındı

Reid, M. (2019). *The 7 principles of design*. 06 16, 2021 tarihinde 99design: <https://99designs.com/blog/tips/principles-of-design/#:~:text=The%20principles%20of%20design%20are,Proportion%2C%20Movement%20and%20White%20Space.> adresinden alındı

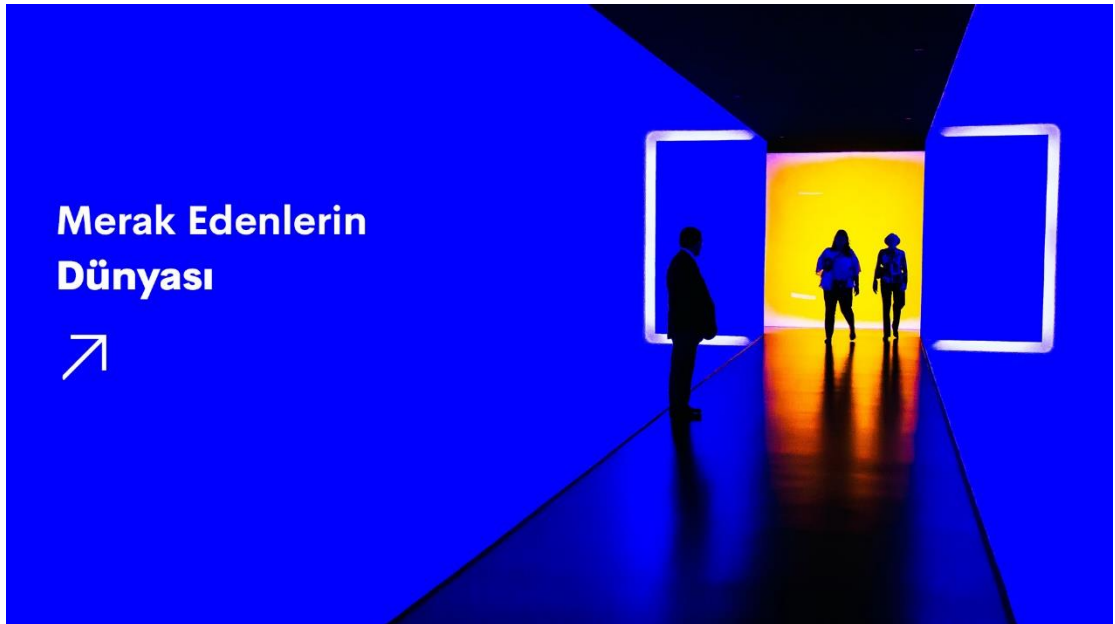
Richards, J., & Mock, E. (1966). *Modern Mimarlığa Giriş*. Ankara: Odtü Mimarlık Fakültesi Yayınları.

Satır, D. A. (2014). Grafik Tasarım Öğelerinin Kent Dokusu İçinde Yer Alış Biçimleri: İstanbul Örneği. İstanbul. 06 10, 2021 tarihinde <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> adresinden alındı

Sayın, Z. (2019). Grafik Tasarımda "Etki". Z. Sayın içinde, *GRAFİK TASARIMDA ETKİ Görsel İletişimde Etki Uygulamaları* (s. 22). Ankara: Pegem Akademi.

- Spiekermann, E. (2009, 01). Bilgilendirme Tasarımı. (Ö. Durmaz, Dü.) *Grafik Tasarım Görsel İletişim Kültürü*(28), 44.
- Statics, T. i. (2020, 03 15). *Florence Nightingale: The Lady with the Data*. thisisstatistics: <https://thisisstatistics.org/florence-nightingale-the-lady-with-the-data/> adresinden alındı
- Taşcıoğlu, M. (2013). *Bir Görsel İletişim Platformu Olarak Mekân*. İstanbul: YEM Yayın.
- Uçak, N. Ö. (2010). Bilgi: Çok Yüzlü Bir Kavram. *Türk Kütüphaneciliği*, 24(4), 706. 06 2021, 08 tarihinde https://dergipark.org.tr/tr/pub/tk/issue/48858/622489#article_cite adresinden alındı
- Uğur, E. (2018). Afişte Yer Alan Tipografik Unsurların Zemin Rengi Açısından Okunabilirlik Analizi. *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 254.
- Uslu, B. (2006). 1980 Sonrası Tipografik Tasarımda Deneysel Yaklaşımlar. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi GSF.
- What is Environmental Graphic Design (EGD)?* (tarih yok). 06 09, 2021 tarihinde Society of Environmental Graphic Design: <https://segd.org/article/what-environmental-graphic-design-egd> adresinden alındı
- Yılmaz, İ. (2020). Yönlendirme Öğelerinin Grafik Tasarım Alanında İncelenmesi. 64.
- Yücel, D. (2012). *Yeni Medya Sanatı ve Yeni Müze*. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi.

Ek : Görsel Tasarımlar



01.

Çağdaş
Sanat Müzesi

Manifesto

Logo Bileşenleri

Güvenli Alan

Tipografi

Renk

Müze

Piktogram Seti

Basılı Materyal

Web Tasarımı

Mobil Uygulama

Yönlendirme

Bilgilendirme

Afiş

Billboard

Dijital Ekran

Hediyelik Ürünler



01.

Manifesto

Proje adının töz olarak belirlenmesi, değişen her türlü duruma karşı değişmeyen gerçeklikleri vurgulayacak olmasidir. Belirlenen konuların toplum duyarlılığında alta kalması, geri planda olması, tözün alta bulunan anlamını vurgulayacaktır.

Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Logo Bileşenleri

Altın orana uygun olarak tasarlanan töz logosu dikdörtgen bir form ile birleştirilip mekan hissiyatı yaratılmak istenmiştir.

Tipografinin etrafını çevreleyen dikdörtgen çizgi aynı zamanda tözün anlamına uygun olarak altta bulunma durumu oluşturmuştur. Serifsiz ve bold olarak kullanılan yazı karakteri ile güçlü ve modern bir yaklaşım sergilenmiştir.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Güvenli Alan

X yüksekliği, logo yüksekliğinin yansına eşittir. Bu yüzden logonun diğer görsel öğelere olan yakınlığı bir x yüksekliği olarak belirlenmiştir. Logonun x mesafesi daraltılırsa görsel bir karmaşaya sebep olabilir.

Bu sebeple logo altında kullanılacak olan fotoğraf, tipografi ve formlar x yüksekliği dikkate alınarak yerleştirilmelidir.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Tipografi

Töz Çağdaş Sanat Müzesi'nin fontu Cerebri Sans olarak belirlenmiştir. Okunurluğu arttırmak için x yüksekliği büyük olan bu font tercih edilmiştir.

Başlık ve vurgulu metinler Cerebri Sans Heavy, Bold alt metinler ise Cerebri Sans Book kullanımı uygun görülmektedir. Bold olan metinlerde harf arası boşluklar daha dar, light metinlerde ise daha geniş tutulabilir.

Cerebri Sans Heavy
Cerebri Sans Bold
 Cerebri Sans Book



AaBbCc..
 1234567890

AaBbCc..
 1234567890

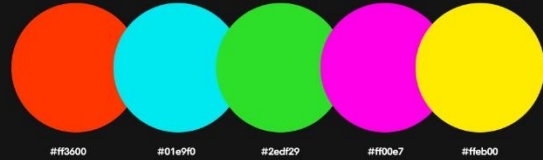
Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Renk

Siyah zemin üzerinde dikkat çekmek ve vurgu yapmak için renk kullanımı tercih edilirse seçilen 5 neon renk kullanılacaktır.

Neon renkler normal renklere oranla daha canlı ve parlak olan renklerdir.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Müze Binası

Tarihi bir mimari yapıya sahip olan "Töz Çağdaş Sanat Müzesi" şehrin her yerinden kolayca ulaşılabilen bir konuma sahiptir. İçerisinde bulunan Atölyeler, Sergi Salonları, Toplantı Salonları, İnteraktif Deneyim Alanları, Kafe, Mağaza ile eğitici ve yaşayan bir mekan olmayı hedeflemektedir.



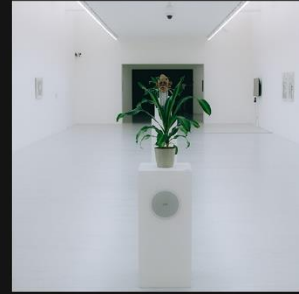
Çağdaş
Sanat Müzesi



01.

Müze

"Töz Çağdaş Sanat Müzesi" düzenlediği sanatsal etkinlikler ile sanat severlerin öğrenebildiği ve sosyalleşerek vakit geçirebileceği ortamlar sunmaktadır.



Çağdaş
Sanat Müzesi



01.

Piktogram Seti

Töz logosunun dikdörtgen yapısından yola çıkarak tek köşesi round olarak kullanılmıştır. Piktogramlar arasında ortak bir görsel dil oluşturmak amaçlanmıştır. İçerisinde Tuvalet, Kafe, Kamera ve Park gibi piktogramlar mevcuttur.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Kartvizit

Kartvizit ölçüleri 8x5 cm olarak belirlenmiştir. Türkçe ve İngilizce olarak çift yüzeye ayrılmıştır.

Tasarımda kontrast oluşturmak amacıyla beyaz zemin üzerine siyah yazı, siyah zemin üzerine beyaz yazı olarak tercih edilmiştir. Kartvizit üzerine yerleştirilen Nfc ile ad soyad, telefon mail ve adres gibi bilgiler direkt olarak telefona aktarılabilmektedir.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Web Sitesi

Töz Çağdaş Sanat Müzesi kurum içi çalışmalarını aynı zamanda dijitalleştirilerek web sayfası üzerinden de sunmaktadır.

Düzenlenen sergileri sanal tur ile gezebilirsiniz. Kaçırduğunuz seminer ve söyleşileri 360o videolar ile tekrardan izleyebilirsiniz. Etkinlikleri ve Atölye eğitimlerini takip edebilir ve kayıt oluşturabilirsiniz.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Sanal Tur

Ekrandaki sayfa üzerinden sanal turu başlattığınız da özel olarak seçebileceğiniz Sergi Salonları, Atölyeler ekranı gelmektedir.

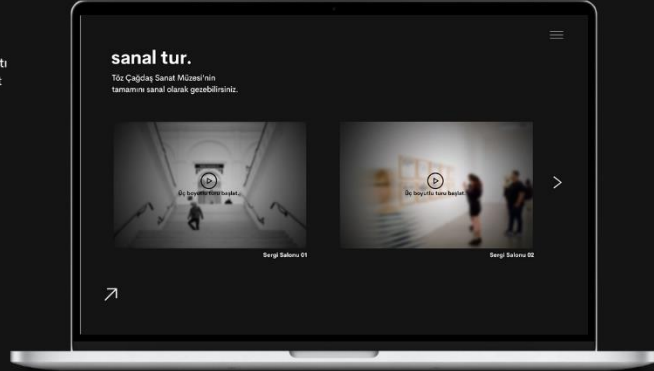


Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Sanal Tur

Gezmek istediğiniz Sergi Salonu, Atölye, Kütüphane, Toplantı Odası Interaktif Deneyim Alanı ve Genel Müze gezisini oynat ikonuna tıklayarak başlatabilirsiniz.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Sanal Tur

Sanal tur odasını seçtikten sonra müze içinde istediğiniz şekilde gezilebilir ve eserler üzerindeki noktolara tıklayarak eser hakkında bilgi sahibi olabilirsiniz.



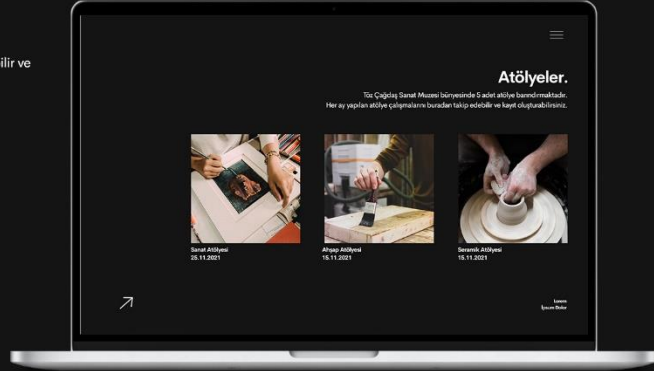
Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Atölyeler

Müze içinde bulunan çeşitli atölyeleri web sitemizden görebilir ve hakkında bilgi edebilirsiniz.

Atölyelere katılmak için ilgi alanınızı belirleyip kayıt yaptırabilirsiniz.



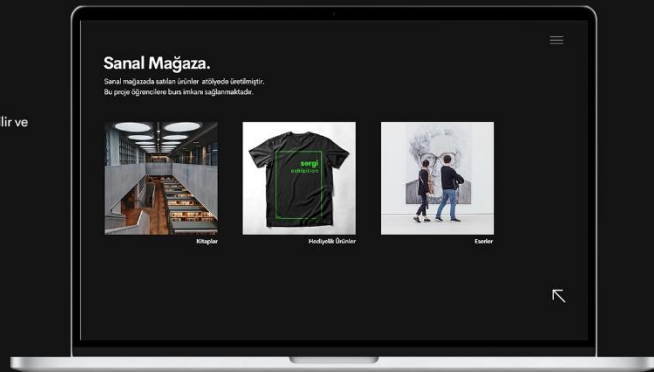
Çagdas
Sanat Müzesi

01.

Sanal Mağaza

Müzemizde bulunan mağaza ürünleri aynı zamanda web sitemizde de yer almaktadır.

Atölyelerde üretilen sanat eserlerini istediğiniz an satın alabilir ve hediye olarak gönderim sağlayabilirsiniz.



Çagdas
Sanat Müzesi

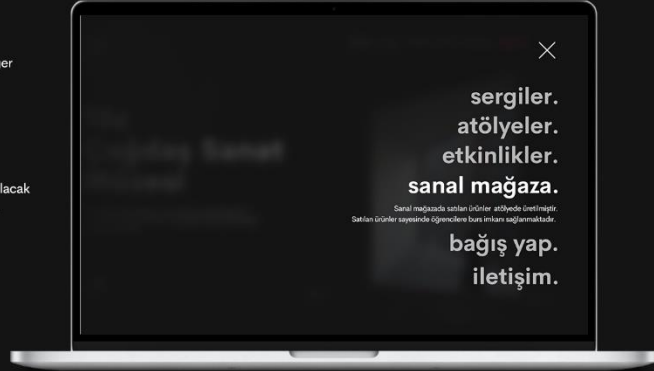
01.

Hamburger Menü

Web sitemizde bulunan her alana ulaşabileceğimiz hamburger menü tasarımı yan tarafta bulunmaktadır.

Bu menüden istenilen bölüme tek tıkla gidilebilmektedir. Kullanıcı deneyimine göre tasarlanan bu bölüm okunurluğu arttırmak için yazı boyutu büyük kullanılmıştır.

İlgili bölümün üzerine gelindiğinde beyaz renk ile vurgu yapılacaktır ve alt tarafında bölümle ilgili kısa bilgilendirme yer alacaktır.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Üye Ol

Web sitemize üye olup müzemizin ayrıcalıklarından faydalanabilirsiniz. Örneğin açılacak olan atölyeler hakkında önceden bilgi alıp ön kayıt oluşturabilirsiniz.

İlgi alanlarınızı belirleyip anasayfa akışınızı kendinize özgü bir şekilde tasarlayabilirsiniz.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Mobil Uygulama

Google Play ve App Store'dan rahatlıkla indirilebileceğiniz mobil uygulamızda sanat severlere uygun makaleler, eserler ve müzikler yer almaktadır.

İstedığınız an mağaza kısmından alışveriş yapabilir ya da hediye gönderimi sağlayabilirsiniz. Atölyelerin videolarını izleyebilir, ön kayıt olabilirsiniz.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Mobil Uygulama

Mobil uygulamamız üzerinden atölyeler hakkında bilgi sahibi olabilirsiniz.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Mobil Uygulama

Mobil uygulamamız üzerinden sosyal medya hesaplarımızı takip edebilirsiniz.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Mekan İçi Yönlendirme

Mekan içinde bulunan yönlendirme tabelalarımız siyah ve beyazın kontrast gücünden yararlanarak tasarlanmıştır. Basit ve sade bir anlatım sağlamak için piktogramlardan faydalanılmıştır.

Aynı zamanda tabelaların siyah zemin rengi binanın beyaz mimari yapısına da kontrast oluşturmaktadır.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Mekan İçi Yönlendirme

Kapı yanı ve kapı üstü isimlikleri tasarlanırken siyah zemin üzerine beyaz yazı tercih edilmiştir. Kapı yanı ve kapı üstü isimliklerde kelimelerin uzun olma ihtimaline karşı boşluk alanlar bırakılmıştır.

SERGİ SALONU 01

İnteraktif
Deneyim
Alanı

01

Toplantı
Salonu

03

Açık
Etkinlik
Alanı



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Mekan İçi Yönlendirme

Kapı üstü isimliklerin kullanımı yan tarafta gösterilmektedir.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Mekan İçi Yönlendirme

Kapı üstü isimliklerin kullanımı yan tarafta gösterilmektedir.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Mekan İçi Yönlendirme

Kapı üstü isimliklerin kullanımı yan tarafta gösterilmektedir.

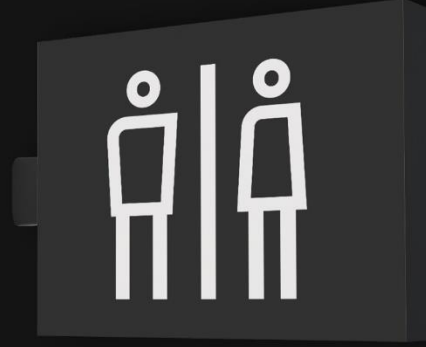


Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Mekan İçi Yönlendirme

Mekan içinde bulunan tuvalet yönlendirmeleri Töz için tasarlanan piktogram setinden yapılmıştır.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Mekan Dışı Yönlendirme

Töz Çağdaş Sanat Müzesinin bahçesinde çeşitli yönlendirme direkleri bulunmaktadır. Bu direkler ziyaretçilerin istedikleri yeri daha kolay bulmalarını sağlayacaktır.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Eser Bilgilendirme Kartı

Müze içinde bulunan eserlerin tanıtımı ve bilgilendirmesini yapmak amacı ile kart tasarımı düşünülmüştür.

Bu kartlarda NFC teknolojisi kullanılmıştır.

Berk Mehmet Özel

Deneyim Foto Manipülasyon
35x50 cm

Bakış

"Lütfen bu kartı elinize almadan önce ellerinizi yıkayın, ellerinizi dezenfekte edin. Bu kartı elinize almadan önce ellerinizi dezenfekte edin. Bu kartı elinize almadan önce ellerinizi dezenfekte edin. Bu kartı elinize almadan önce ellerinizi dezenfekte edin."

NFC



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Bilgilendirme Kartı

Mekan içinde kullanıma uygun olmayan alanların bilgilendirmeleri kapı koluna takılan kartlarla sağlanmaktadır.



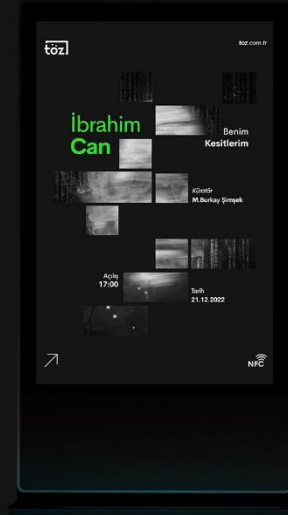
Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Dijital Ekran

Mekan içinde ve dışında bulunan dijital ekranlarda sergi afişleri, etkinlikler ve atölyeler sırasıyla gösterilerek ziyaretçilere bilgi verilecektir.

Bu alanda NFC teknolojisi kullanılmaktadır.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Otobüs Durakları

Sergilerimizin duyurusu otobüs duraklarında bulunan reklam panolarında gösterilecektir.

Afişler üzerinde NFC teknolojisi kullanılmaktadır.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Billboard

Şehirde yaya trafiğinin çok olduğu alanlarda sergi hakkında afişler gösterilecektir.



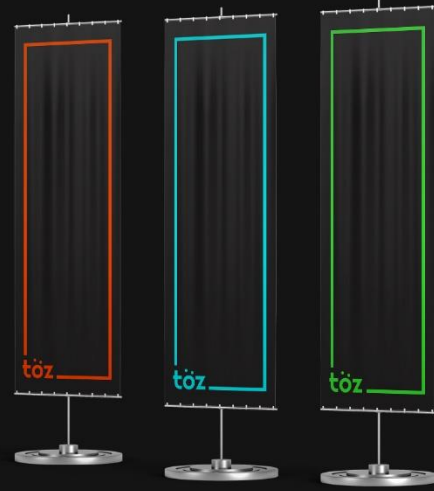
Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Kurum Bayrakları

Müzemizin sokağını süsleyecek ve aynı zamanda müze sokağında olduğunuzu hissettirecek olan kurum bayraklarımız yan tarafta gösterilmektedir.

Kurumsal renklerinize uygun şekilde tasarlanmıştır.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Afiş

Müzemizde yapılacak olan sergilerin afişleri tasarlanmaktadır. Bu afişlerde NFC teknolojisi kullanılmaktadır.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Yaka Kartı

Müze çalışanlarının çeşitli alanlara girebilmesini sağlayan yaka kartı tasarımı yan tarafa gösterilmektedir.

Bu kartlar aynı zamanda çalışan hakkında bilgi vermektedir.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Hediyelik T-shirt

Müze içinde bulunan mağazalarda satışa sunulacak Tshirt tasarımı yan tarafa gösterilmektedir. Aynı zamanda müze çalışanları da bu tshirtlerden kullanmaktadır.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Hediyelik Bardak

Müze içinde bulunan mağazalarda satışa sunulacak bardak tasarımı yan tarafa gösterilmektedir. Bu bardaklar aynı zamanda sanal mağazamızdan da satışa çıkmaktadır. Bardak üzerindeki yazılar kişiselleştirilebilir ve hediye olarak gönderebilirsiniz.



Çağdaş
Sanat Müzesi

01.

Hediyelik Tablo

Müze içinde bulunan mağazalarda satışa sunulacak olan tablolar yan tarafta gösterilmektedir. Bu tablolar aynı zamanda sanal mağazamızdan da satışa çıkmaktadır.



Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Nfc
Teknolojisi

Nfc Teknolojisi
Eser Bilgilendirme
Dijital Ekran
Reklam Panoları
Afiş
Bardak

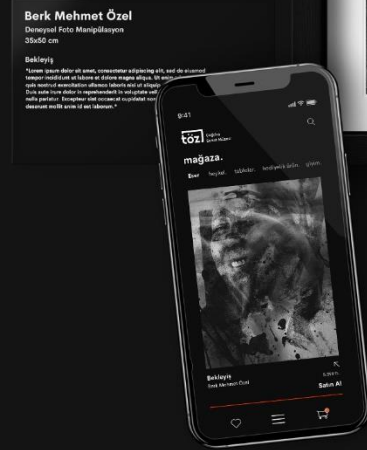
Kartvizit
Yaka Kartı
Nft



02.

Nfc Teknolojisi

Müze içindeki sergilerde kullanılan bilgilendirme kartları
Nfc teknolojisi kullanılarak üretilmiştir. Telefonunuzu yaklaştırdığınızda
eseri satın alabileceğiniz mobil uygulamaya yönlendirme yapılmaktadır.

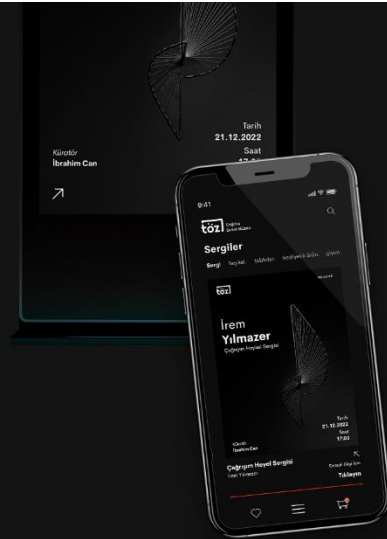


Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Nfc Teknolojisi

Müze içinde ya da dışında konumlandırılan dijital ekranlarda
Nfc teknolojisi kullanılmıştır. Telefonumuzu yaklaştırdığımızda
sergi hakkında bilgi veren mobil uygulamaya yönlendirilecektir.



Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Nfc Teknolojisi

Otobüs duraklarında bulunan sergi afişlerinde Nfc teknolojisi kullanılmıştır. Telefonunuzu yaklaştırdığınızda sergi hakkında bilgi alabileceğiniz sayfaya yönlendirmektedir.



Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Nfc Teknolojisi

Sergi afişlerinde bulunan Nfc teknolojisi sergi hakkında bilgi alabileceğiniz sayfaya yönlendirmektedir.

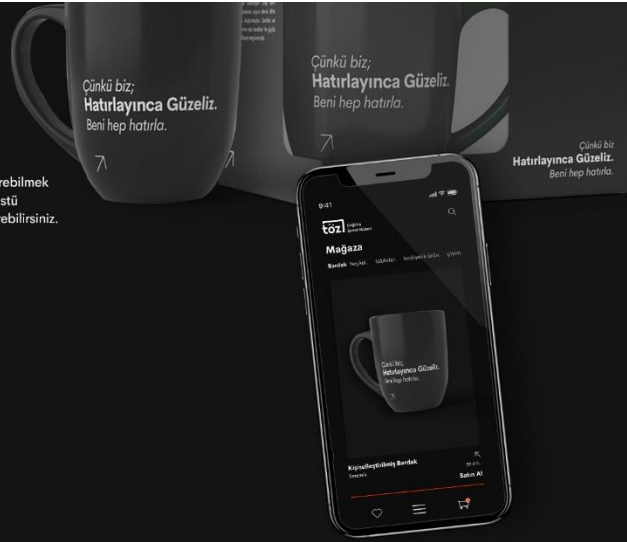


Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Nfc Teknolojisi

Mağazamızda satışa sunulan hediye bardakları kişiselleştirebilmek için Nfc teknolojisi kullanılmıştır. Bu sayede bardak üstü yazıları istediğiniz gibi değiştirebilir ve hediye olarak gönderebilirsiniz.



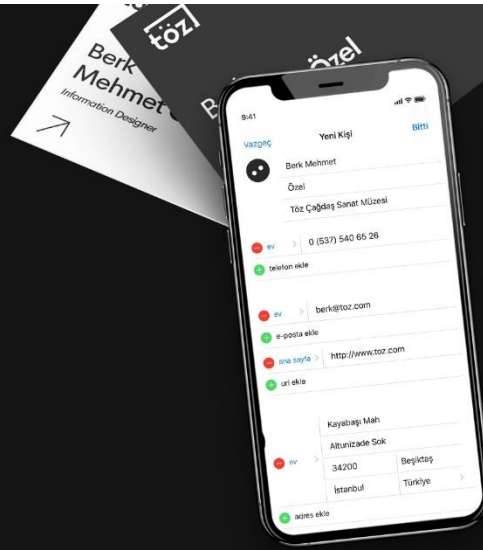
Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Nfc Teknolojisi

Kartvizitlerde kullanılan Nfc teknolojisi kişiyi rehberinize kayıt etmenizi sağlamaktadır.

Telefonunuza yaklaştırdığınızda bütün bilgileri aktarılan kartvizit sahibini telefonunuza kayıt edebilirsiniz.

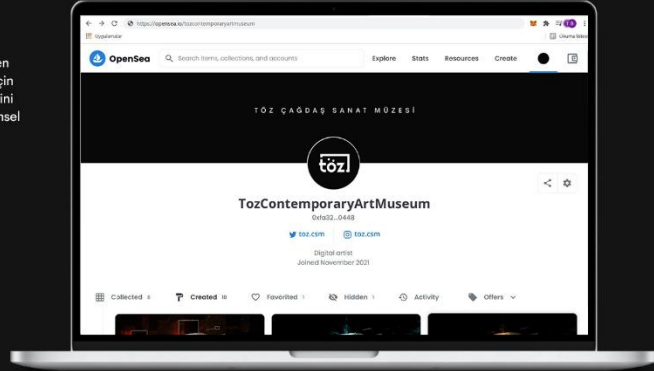


Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

NFT Kullanımı

Çağdaş Sanat Müzeleri dijital ortamdaki varlığını oluştururken NFT'nin gücünden de faydalanmalıdır. Nft koleksiyonları için dijital platformlar üzerinden sergilediği eserlerin dijital hallerini satışa sunabilmektedir. Bu durum müzenin ziyaretçisini evrensel boyuta taşıyarak satış hacmini de yükseltecektir.

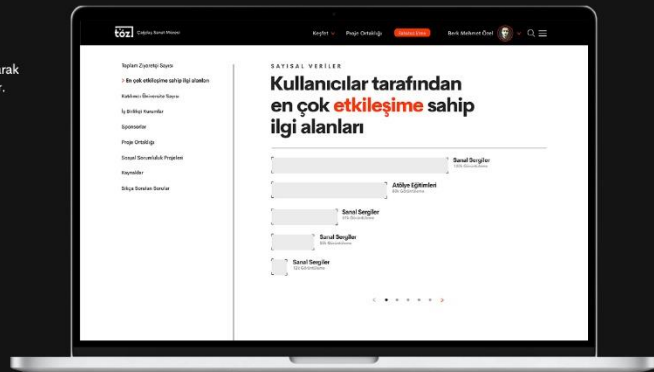


Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Kullanıcı Verileri

Ekrandaki sayfa üzerinden sanal turu başlattığınız da özel olarak seçebileceğiniz Sergi Salonları, Atölyeler ekranı gelmektedir.

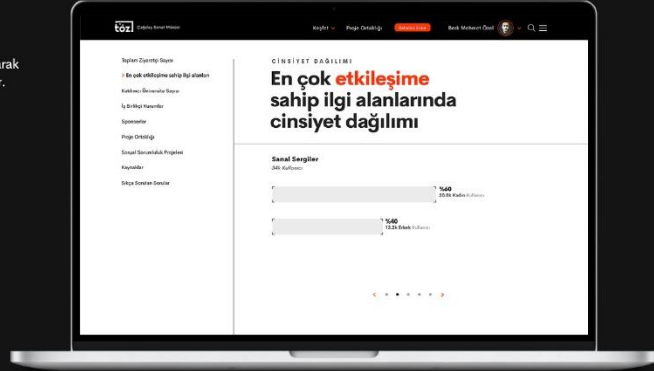


Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Kullanıcı Verileri

Ekrandaki sayfa üzerinden sanal turu başlattığınız da özel olarak seçebileceğiniz Sergi Salonları, Atölyeler ekranı gelmektedir.

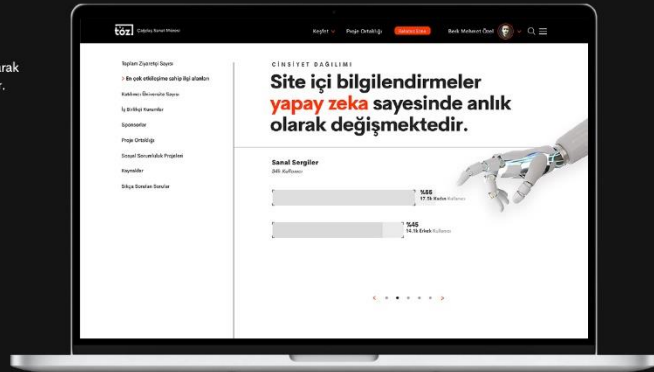


Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Kullanıcı Verileri

Ekrandaki sayfa üzerinden sanal turu başlattığınız da özel olarak seçebileceğiniz Sergi Salonları, Atölyeler ekranı gelmektedir.

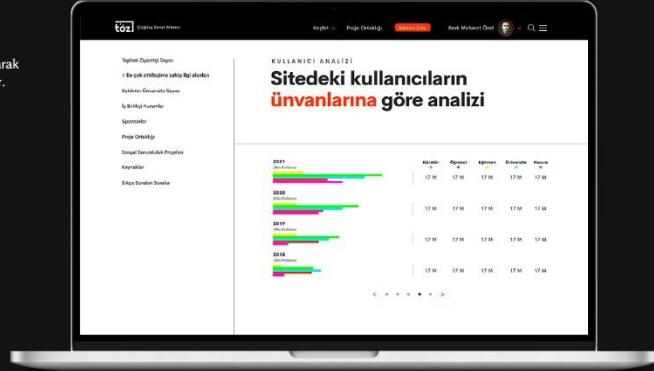


Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Kullanıcı Verileri

Ekandaki sayfa üzerinden sanal turu başlattığınız da özel olarak seçebileceğiniz Sergi Salonları, Atölyeler ekranı gelmektedir.



Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Profil Ayarları

Ekandaki sayfa üzerinden sanal turu başlattığınız da özel olarak seçebileceğiniz Sergi Salonları, Atölyeler ekranı gelmektedir.

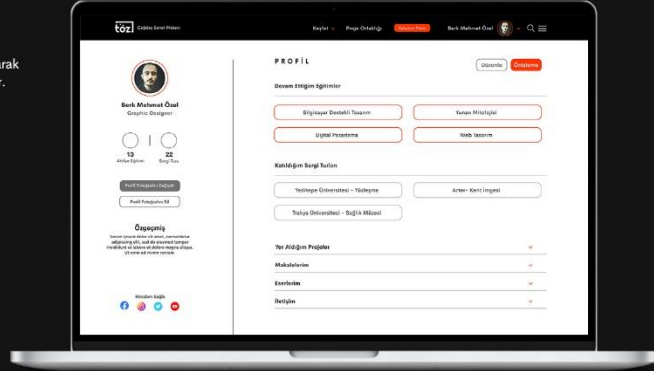


Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Profil

Ekrandaki sayfa üzerinden sanal turu başlattığınız da özel olarak seçebileceğiniz Sergi Salonları, Atölyeler ekranı gelmektedir.

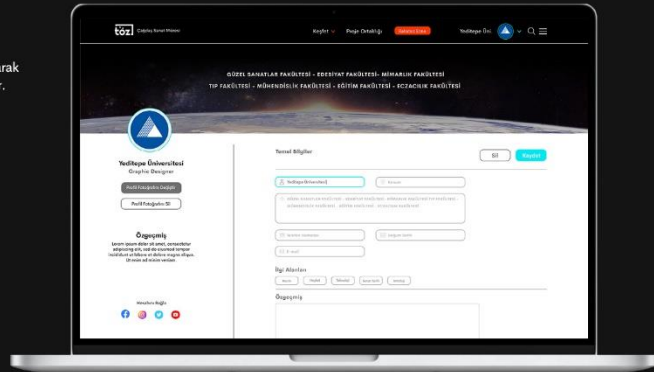


Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Profil

Ekrandaki sayfa üzerinden sanal turu başlattığınız da özel olarak seçebileceğiniz Sergi Salonları, Atölyeler ekranı gelmektedir.

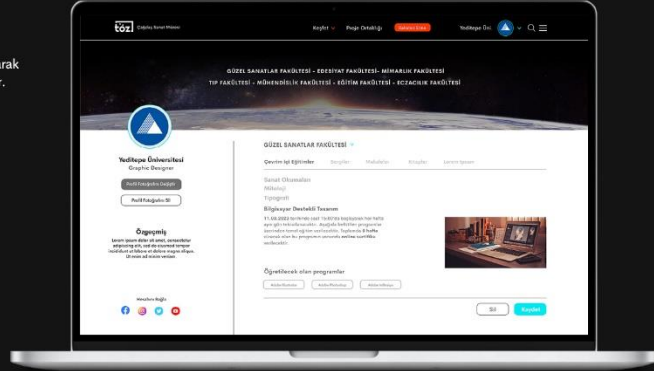


Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Üniversite Sayfaları

Ekrandaki sayfa üzerinden sanal turu başlattığınız da özel olarak seçebileceğiniz Sergi Salonları, Atölyeler ekranı gelmektedir.

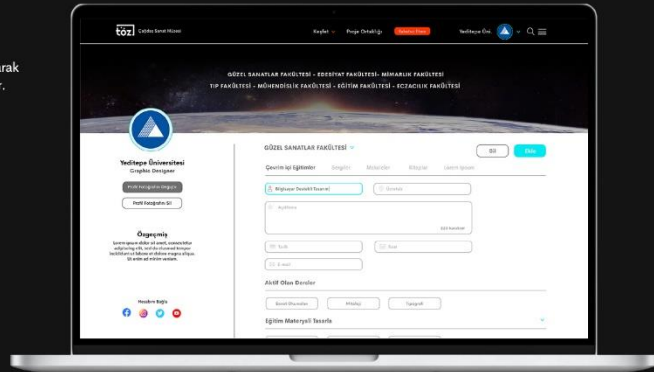


Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Üniversite Sayfaları

Ekrandaki sayfa üzerinden sanal turu başlattığınız da özel olarak seçebileceğiniz Sergi Salonları, Atölyeler ekranı gelmektedir.

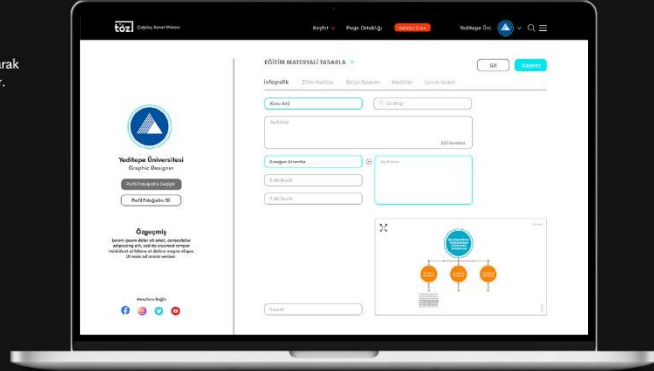


Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Üniversite Sayfaları

Ekrandaki sayfa üzerinden sanal turu başlattığınız da özel olarak seçebileceğiniz Sergi Salonları, Atölyeler ekranı gelmektedir.

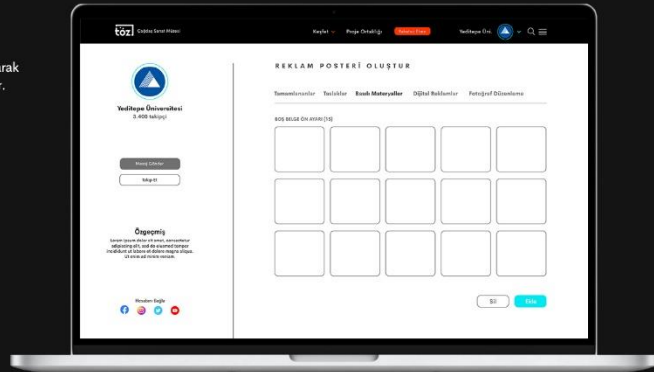


Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Tasarım Şablonları

Ekrandaki sayfa üzerinden sanal turu başlattığınız da özel olarak seçebileceğiniz Sergi Salonları, Atölyeler ekranı gelmektedir.



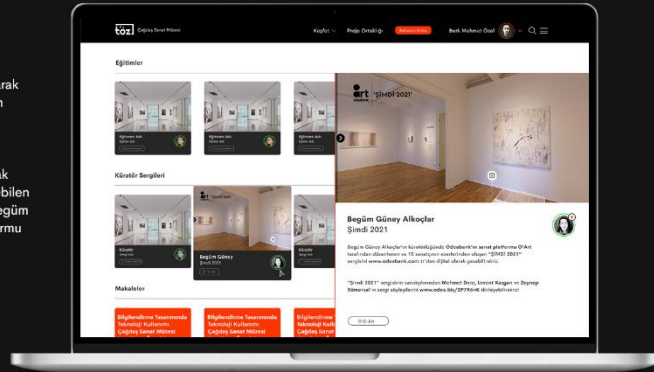
Çağdaş
Sanat Müzesi

02.

Anasayfa

Kullanıcılar imleci ilgilendiği alana getirdiklerinde imlecin bulunduğu görsel büyüyecek ve sağ kısımda yarım ekran olarak detaylı bilgilendirme yapılacaktır. Bunlara ek olarak ilgili alan haricindeki görsel öğeler bulanıklaştırılarak odaklanmanın artırılması planlanmaktadır.

Küratörler site üzerinden açabileceği sanal sergilere ek olarak önceden farklı bir kurumda düzenledikleri sanal tur ile gezilebilen sergileri de ziyaretçileriyle buluşturmaktadır. Görsel 63'te Begüm Güney Alkoçlar'ın küratörlüğünde Odeabank'ın sanat platformu O'Art tarafından düzenlenen ve 15 sanatçının eserlerinden oluşan "ŞİMDİ 2021" sergisi görülmektedir. Bu sergi www.odeabank.com.tr'den dijital olarak gezilebilmektedir.



Çağdaş
Sanat Müzesi

tözi

Teşekkürler.

Berk Mehmet Özel

Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarım Anabilim Dalı

