

Grafiğin Tasarımı:

'Tasarımın Temel Prensiplerine Bir Daha Bakmak'

"Tasarım geleceği düşüncede yaratmaktır..."

Karl Marx'la başlayalım. Tasarım kavramının en güzel tanımlarından birini yapıyor Marx: "Örümcek, işini dokumacıya benzer şekilde gördüğü gibi, arı da peteğini yapmada pek çok tasarımcıyı utandırır. Ne var ki, en kötü tasarımcıyı en iyi arıdan ayıran şey, bir tasarımcının, ürününü gerçekte kurmadan önce, onu hayalinde kurabilmesidir." Karl Marx'ın bu düşünceleri yeni değil. Platon'a bakalım. Platon düşüncesinin temeli *idealar* dünyasına inanmaya dayanıyordu. Platon'a göre, bizim kendilerini duyu/deneyim yoluyla değil de, düşünce ve akıl yoluyla bildiğimiz idealar, kendilerine ait ayrı bir dünyada var olurlar. Platon doğada görülenin arkasında mutlak ve değişmez resimler bulunduğunu ifade ederken, kendisinin iyi olarak nitelendirdiği mükemmel gerçekliğin varlığını kanıtlamaya çalışır. Platon dış dünyada görülenleri *idealar dünyasının* bir kopyası olarak kabul ederken, su yüzeyinden yansıyan *eidola* adını verdiği imgeler, ona göre kopyanın kopyasıdır.

Çağdaş dünyada ideaların yerini alan imgeler ise farklı içeriklerle farklı amaçlarla yaratılmaktadır. Günümüzde ise, *amaçlı* olarak herhangi bir yüzeyden yansiyarak muhatabına erişen imgeler, kullanılan teknik/estetik unsurlar, özel kurgu ve tasarımlarla orijinallerinden daha etkileyici, daha canlı, daha parlak ve daha ideal bir dünyayı temsil etmektedir. Yaratıcı endüstrilere dahil her tür tasarım, bu söylediğimizi örnekleyen amaçlı çabaların en iyi örnekleridir. Bugün Platon'un idealarından çok uzakta bir anlayışla, 21. yüzyılın sanat formunun gösterilere dönüşen yaratıcılıklarıyla bu tasarımların olup olmayacağı tartışılmakta.

Grafik tasarım, okunan/izlenen görüntülerin belli bir düzende tasarlanması şeklinde tanımlanır. Bu kavramlardan tasarım, genelde harcıâlem olarak kullanılan bir kavram olmasından dolayı, ne anlama geldiği çoğu zaman tam olarak anlaşılamaz. Çok sayıda tanımı olmasına rağmen, en önemli özelliği ise planlamadır. Tasarım bu anlamda planlamaya dayalı belirli bir amaç gözetilen yaratıcı bir eylemdir. Planlamanın olduğu her yerde bir tasarımdan söz edilebilir. Eski Yunancadaki *graphein* (yazmak) kelimesinden dilimize geçen grafik kavramı ise, harfleri, sözcükleri, tümceleri, fotoğrafları, biçimleri, renkleri kâğıt üzerinde bir zevk ve oranla yerleştirme işi olup, bu yerleştirmede yenilik ve çekicilik oluşturma sanatıdır.

Grafik iletişimde, görsel malzemelerin/görüntülerin değiş-tokuşu söz konusudur. Yazılar, resimler, simgeler ve fotoğraflar gibi başlıca grafik iletişim araçlarının iletimi grafik iletişimidir. Grafik tasarım diğer taraftan, görsel iletişim sanatlarından biridir. Bir grafik tasarımcı, aynı fotoğrafçı, seramikçi, ressam, moda tasarımcısı ve heykeltıraş gibi görsel sanatların dinamikleri içinde çalışır ve çoğu zaman onlarla ortak bir dil kullanır. Ambalaj gibi bazı biçimleri bir kenara bırakırsak, bütün grafik tasarımlar (film, video, bilgisayar, kâğıt vb. biçimler) iki boyutlu yüzeyler üzerinde dört köşe ile sınırlandırılmış olarak gerçekleştirilirler.

Bir tasarımda temelde mesajların görsel ve sözel öğeleri, bu iki boyutlu yüzey üzerinde bütünleştirilmeye çalışılır. Bir yüzeyin yatay ve dikey kenarları, kompozisyonun içinde yer alacağı tasarımın ilk dört çizgisidir. *İnsanın görmeye bağlı doğası ve boşluk* olgusu burada, grafik tasarım belirlenirken dikkate alınacak iki önemli unsur olarak karşımıza çıkar. Belirleyici olan, insanın görme duyusunun izlediği yolun, grafik iletişim açısından anlamı belirleyici bir önem arz etmesidir. İnsan gözünün tasarım yüzeyi üzerindeki hareket yönü, yine insan gözünün tasarım yüzeyindeki odak noktası, tasarımın ayrıştırılması ve tasarım unsurlarının anlamlandırılması hususunda önemli kıstaslardır.

Grafik tasarımın öğelerine baktığımızda ton, doku, renk, biçim, ölçü, çizgi, yön, boşluk (beyaz alan) gibi kavramlarla karşılaşırız. Tasarımda tonlar, görsel imgenin yarım ton reproduksiyon tekniği ile tramlanması ifade eder. Doku, bir yüzey üzerinde tekrarlara dayanan biçimsel bir düzendir. Tasarıma bakanlar üzerinde farklı psikolojik etkileri olan renkler, bir tasarımın taşıyıcı unsurudur. Her tasarımın bir ölçüsü vardır. Bir grafik tasarım ürünü, farklı ölçülerdeki görsel ürünlerin belli bir oranla bir araya getirilmesinden oluşmuştur.

Bir diğer tasarım unsuru çizgide ise, çizginin karakteri ve konumu önem kazanır. Tasarımda çizgiler, karakterlerine ya da konumlarına göre mesajlar iletirler. Canlılık, prestij, hareket ve durgunluk gibi anlamlar, çizgilerin karakterlerine göre belirlenebilir. Renkler, ışıkla birlikte var olurlar ve izleyen üzerinde değişik etkiler yaratırlar. Renkleri de çizgi ve tonla birleştirecek, anlam iletici unsurlar olarak bu üçü, kişisel ve genellenebilir duyguların ifadesi olurlar. Bir grafik tasarım ürününün yönü, tasarımda izleyici için birincil anlamı göstermesi açısından belirleyici olabilir. Örnek olarak, görsel unsurlar tasarımın kenar çizgileri ile aynı yönde düzenlendiklerinde, düzenli ve hareketsiz; karşıt yönde yerleştirildiklerinde dinamik bir yapı oluştururlar.

Tasarımın unsurlarıyla birlikte denge, bütünlük, oran ve görsel hiyerarşi gibi tasarım ilkelerinden de bahsetmek gerekir. Grafik tasarım için denge, tasarımı teşkil eden görsel malzeme, tipografi vb. hareketli unsurların belirlenen düzlem üzerinde dengeli dağıtılmış olmasıdır. Tasarımda simetrik ve asimetrik olarak

bir denge kurulabilir. Bir tasarımın dengesi olmadığı durumlarda, yaratılan tasarımın beklenen etkiyi oluşturması beklenemez. Orantı ve görsel hiyerarşi de, tasarım ilkelerinin vazgeçilmezleridir. Bir tasarım içerdiği görsel unsurların orantısız ilişkilerinde değişken yapılarla iş görür. Bunun nedeni, iyi tasarımın çeşitli orantısız ilişkileri içeren, tekdüzelikten uzak bir biçim olması gerektiği durumudur.

Görsel hiyerarşi, tasarım içinde vurgulanmak istenen mesaja göre görsel unsurların ölçülenmesi anlamına gelir. Kimi tasarımlarda görsel unsurlar öne çıkarılırken, kiminde renk, kiminde tipografik unsurlar öne çıkarılabilir. Tasarımda görsel hiyerarşiyi sağlamak için boyutla birlikte görsel unsurların yakınlık/uzaklık ilişkileri ya da renk tonlamaları gibi kontrastlık unsurları da kullanılabilir. Hiyerarşik yapı içindeki unsurların birbiri içine geçirilmesi yoluyla da hareketli tasarımlar elde edilebilir. Görsel unsurların birinin boyutuyla, diğerinin rengiyle, bir başkasının ise yakınlık/uzaklık ilişkisiyle kullanılması, bu söylediğimize örnek teşkil eder.

Tasarımda devamlılık anlayışı, görsel hiyerarşinin sağlanması konusunda önemli bir unsurdur. Örneğin Batı merkezli toplumların geçmiş deneyimleri nedeniyle, gözün bir alışkanlıkla, soldan sağa ve yukarıdan aşağıya doğru bir yön izlemesi; yine gözün büyükten küçüğe, koyu renkten açık renge, renkliden renksiz, alışılmamış olandan alışılmış olana doğru bir yol izlemesi, tasarımda devamlılığı sağlayan örnekleri ifade eder. Bu durumlar, gözün bir unsurdan diğerine kesintisiz geçişler yapabildiği durumları ifade eder ki, sürecin sonucu devamlılığın sağlanmasıdır. Görsel unsurların boyutları ile biçimleri arasında oluşturulan benzerlikler ve tekrarlamalar da, birer devamlılık unsurudur. Tasarımda görsel hiyerarşi, bu şekilde de sağlanabilir.

Tek bir tasarımda değil de, belli bir dizi dâhilinde sağlanan devamlılıktan da burada bahsetmek gerekir. Mesela reklamcılık uygulamalarına bakalım. Markaların sürekli tekrarlanan kurumsal kimlik uygulamaları, renk tercihleri, belirli font kullanımları, belirttiğimiz bir dizi kullanımı ifade etmektedir. Bu tercihlerin nedeni, görsel devamlılığın sağlanmasıdır. Görsel hiyerarşi yanında bütünlük anlayışı, önemli tasarım ilkelerinden biridir. Bir tasarımda bulunan görsel unsurlar, bütünlük oluşturacak şekilde bir araya getirilir ki istenilen etkiyi yaratabilsinler. Buradan hareketle, benzer temel biçime, boyuta, renge, hatta duyguya sahip unsurlar, tasarımda bütünlüğü oluştururlar. Bu ilkeye göre, reklamın tüm öğeleri (görsel öğeler, metin, başlık, logo vs.) bütünlük içinde düzenlenmelidir. Bunun tersi bir durumda reklam, görsel bir karmaşaya neden olur ve amacına ulaşamaz.

Grafik tasarım belli kuralları olan bir disiplindir. Tasarım kuralları, renk seçimi, oran, psikoloji ya da tüketici davranışları gibi nosyonları bilmeyi gerektirir. Bu

kuralları bilmek, tasarım düzeninin özümsemek, tüm bu kuralları alt beyinden üst beyine çıkarmak, iyi bir tasarımcı olma yolunda büyük adımlardır. Bir tasarımcı kuşkusuz kanun yapmaz, yalnızca öneriler sunar. Basitin en karmaşık olduğu bu dünyada kurallar, karmaşıklığı kolaylaştıranlar olur. Bu kurallar aynı zamanda tasarımcının ürettiği rasyonelleri de içerdiği için, grafik tasarımcının kendisini tasarım sonrasında da ifade etmesine yardımcı olur. Grafik tasarımcının bu söz konusu temel prensipleri uygulaması, aynı zamanda kendisini denetlemesi anlamına gelir. Ne de olsa Bernard Show'un söylediği gibi; "Bir işi yapmadan önce düşünmeyen yaptıktan sonra düşünür".