

# Akademik Perspektiften Güncel Grafik Tasarım Araştırmaları - I

Editör:  
Dr. Öğr. Üyesi Seyit Mehmet Buçukoğlu

Akademik Perspektiften  
Güncel Grafik Tasarım  
Araştırmaları - I  
*“Tasarım Pratiği: Yöntem, Uygulama  
ve Üretim Süreçleri”*

**Editör:**

Dr. Öğr. Üyesi Seyit Mehmet Buçukoğlu



Published by

**Özgür Yayın-Dağıtım Co. Ltd.**

Certificate Number: 45503

📍 15 Temmuz Mah. 148136. Sk. No: 9 Şehitkamil/Gaziantep

☎ +90.850 260 09 97

📞 +90.532 289 82 15

🌐 www.ozgurayinlari.com

✉ info@ozgurayinlari.com

---

## Akademik Perspektiften Güncel Grafik Tasarım Araştırmaları - I

*“Tasarım Pratiği: Yöntem, Uygulama ve Üretim Süreçleri”*

Editör: Dr. Öğr. Üyesi Seyit Mehmet Buçukoğlu

---

Language: Turkish-English

Publication Date: 2026

Cover design by Mehmet Çakır

Cover design and image licensed under CC BY-NC 4.0

Print and digital versions typeset by Çizgi Medya Co. Ltd.

**ISBN (PDF):** 978-625-8998-06-1

**DOI:** <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1244>

---



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

This license allows for copying any part of the work for personal use, not commercial use, providing author attribution is clearly stated.

---

Suggested citation:

Buçukoğlu, S. M. (ed) (2026). *Akademik Perspektiften Güncel Grafik Tasarım Araştırmaları - I*. Özgür

Publications. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1244>. License: CC-BY-NC 4.0

---

*The full text of this book has been peer-reviewed to ensure high academic standards. For full review policies, see <https://www.ozgurayinlari.com/>*

---



## Ön Söz

“Akademik Perspektiften Güncel Grafik Tasarım Araştırmaları” adını taşıyan ve üç ciltten oluşan kapsamlı bir akademik çalışma niteliğindeki serinin birinci cildi, grafik tasarım disiplini “Tasarım Pratiği: Yöntem, Uygulama ve Üretim Süreçleri” çerçevesinde ve farklı yaklaşımlar eşliğinde ele almaktadır. Alanında uzman akademisyenlerin katkılarıyla hazırlanan bu kitap, grafik tasarımın güncel yönelimlerini, dönüşen üretim pratiklerini ve araştırma alanlarını çok boyutlu bir bakış açısıyla tartışmaya açmaktadır. Bu yönüyle farklı araştırmacıların grafik tasarım alanına ilişkin özgün yaklaşımlarını ve çalışma konularını bir araya getirerek, grafik tasarım disiplininin güncel araştırma eğilimlerini görünür kılmayı ve akademik üretime çoğulcu bir zemin sunmayı amaçlamakta, okuru kuramsal tartışmalar ile uygulama temelli çalışmaların birlikte sunulmasına ve tasarım üretim süreçlerinin çok yönlü yapısını birlikte değerlendirilmeye davet etmektedir.

Kitabın ilk bölümünü Doç. Dr. Çiğdem Tanyel Başar kaleme almakta ve “İmgeyi Yeniden Yazmak: Grafik Tasarımda Fotoğraf ve Metnin Eleştirel Birlikteliği” başlığı altında grafik tasarımın fotoğraf ve metin ilişkisi üzerinden nasıl eleştirel bir görsel söylem üretebildiğini incelemektedir. Çalışmada fotografik imgenin anlam katmanları, görsel retorik çözümleme ve betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilerek grafik tasarımın toplumsal ve kültürel eleştiri üretme potansiyeli tartışılmaktadır.

İkinci bölümde ise Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül Sezer, “Grafik Tasarımda Modernist Gridden Ritmik Kompozisyona, Niklaus Troxler Afişleri Üzerine Bir İnceleme” başlığı ile tasarımda düzen kurma ve görsel organizasyonun temel araçlarından biri olan grid sistemini ele alarak, bu yapının grafik tasarımda sayfa düzeni, hiyerarşi ve kompozisyon oluşturmadaki rolünü incelemektedir. Çalışmada özellikle Niklaus Troxler’in afişleri üzerinden grid sisteminin ritmik ve sezgisel bir tasarım diline nasıl dönüşebildiği analiz edilmektedir.

Üçüncü ve dördüncü bölümler Dr. Öğr. Üyesi Ayfer Demirel tarafından hazırlanmıştır. “Ambalaj Tasarımında Renk ve Tipografinin Grafik Tasarım Bağlamında Rolü” başlıklı üçüncü bölüm, ambalaj tasarımını grafik tasarımın önemli bir iletişim alanı olarak değerlendirip, renk ile tipografinin tüketici algısı, marka kimliği ve ürün ailesi kurgusu üzerindeki etkilerini incelemekte, grafik tasarım unsurlarının ürünlerin raf üzerindeki görünürlüğü ve marka

sürekliliği açısından nasıl stratejik bir rol üstlendiğini estetik ve pazarlama boyutlarıyla ortaya koymaktadır.

Dördüncü bölümde ise Dr. Öğr. Üyesi Ayfer Demirel ambalaj tasarımını kek ambalajları özelinde ele almakta; “Kek Ambalajlarında Renk ve Tipografi Odaklı Grafik Tasarım” başlığı altında gıda ambalajlarını grafik tasarımın uygulama odaklı bir alanı olarak incelemektedir. Bu bağlamda kek ambalajları üzerinden renk ve tipografi kullanımının ürün ailesi kurgusu, marka sürekliliği ve raf algısı üzerindeki etkilerini değerlendirirken, ambalaj tasarımında tasarım elemanlarının stratejik kullanımının tüketici tercihlerini yönlendiren önemli bir unsur olduğunu vurgulamaktadır.

Kitabın beşinci bölümü Dr. Öğr. Üyesi Çağdaş Topçu'ya aittir. Grafik animasyon ve deneysel sinema alanının önemli isimlerinden Hans Richter'in sanat ve tasarım tarihindeki yerinin ele alındığı “Avant-Garde'dan Günümüze Hareketli Grafiğin Öncüsü: Hans Richter” başlıklı çalışmasında Çağdaş Topçu, avangard sinema ve soyut animasyonun görsel anlatım dili üzerindeki etkilerini incelemektedir. Çalışma, Richter'in deneysel yaklaşımının çağdaş grafik tasarım ve hareketli grafik pratikleri açısından nasıl bir ilham kaynağı oluşturduğu üzerine odaklanmaktadır.

Ve son olarak altıncı bölümde Arş. Gör. Süeda Şatır Toruk, “Arkeolojik İllüstrasyonun Görsel Anlatı Gücü: Göbeklitepe Üzerinden Bir Değerlendirme” başlıklı çalışmasıyla bilimsel illüstrasyonun grafik tasarım bağlamındaki önemini ele almakta, arkeolojik illüstrasyonun görsel anlatı üretme kapasitesini incelemektedir. Göbeklitepe kazılarında elde edilen bulgular üzerinden gerçekleştirilen dijital illüstrasyon uygulamaları, arkeolojik verilerin daha anlaşılır ve yorumlanabilir hale getirilmesinde grafik tasarımın rolünü ortaya koymaktadır.

Genel çerçevede grafik tasarım alanında akademik üretimde bulunan araştırmacılar, lisansüstü öğrenciler ve eğitimciler için önemli bir başvuru kaynağı niteliği taşıyan bu kitap, tasarım pratiğini geliştirmek ve disiplinlerarası bakış açılarını güçlendirmek isteyen tüm okurlara hitap etmektedir.

Bu kitabın hazırlanmasında katkı sunan tüm yazarlara içtenlikle teşekkür ederim.

**Dr. Öğr. Üyesi Seyit Mehmet Buçukoğlu**

# İçindekiler

Ön Söz iii

## Bölüm 1

---

İmgeyi Yeniden Yazmak: Grafik Tasarımda Fotoğraf ve Metnin Eleştirel Birlikteliği 1  
*Çiğdem Tanyel Başar*

## Bölüm 2

---

Grafik Tasarımda Modernist Gridden Ritmik Kompozisyona: Niklaus Troxler Afişleri Üzerine Bir İnceleme 17  
*Ayşegül Sezer*

## Bölüm 3

---

Ambalaj Tasarımında Renk ve Tipografinin Grafik Tasarım Bağlamında Rolü 31  
*Ayfer Demirel*

## Bölüm 4

---

Kek Ambalajlarında Renk ve Tipografi Odaklı Grafik Tasarım 49  
*Ayfer Demirel*

## Bölüm 5

---

Avant-garde'dan Günümüze Hareketli Grafiğin Öncüsü: Hans Richter 65  
*Çağdaş Topçu*

## Bölüm 6

---

Arkeolojik İllüstrasyonun Görsel Anlatı Gücü: Göbeklitepe Üzerinden Bir Değerlendirme 83  
*Süeda Şatır Toruk*



# İmgeyi Yeniden Yazmak: Grafik Tasarımda Fotoğraf ve Metnin Eleştirel Birlikteliği

Çiğdem Tanyel Başar<sup>1</sup>

## Özet

Bu çalışma, grafik tasarımın postmodern süreçle birlikte estetik bir organizasyon biçimi olmaktan çıkıp toplumsal ve kültürel bir eleştiri mekanizmasına dönüşümünü incelemektedir. Araştırmanın temel amacı, fotoğrafın sunduğu “nesnel gerçeklik” iddiasının, grafik tasarımın kurgusal müdahalesiyle nasıl sarsıldığını ve yeni anlam katmanlarının nasıl inşa edildiğini ortaya koymaktır. Bu kapsamda, fotografik imgeye eklenen metin aracılığıyla nasıl bir direniş ve eleştiri aracına dönüştüğü tartışılmaktadır. Araştırmada izlenen yöntem, nitel araştırma desenlerinden betimsel analiz ve görsel retorik çözümleme üzerinedir. Kuramsal çerçeve, Roland Barthes’ın fotografik imgenin çok anlamlılığını (polisemi) denetim altına alan “ankraj” (sabitleme) kavramı üzerine inşa edilmiştir. Metnin fotoğrafın sunduğu ham veriyi nasıl manipüle ettiği ve izleyiciyi belirli bir ideolojik okumaya nasıl yönlendirdiği bu kuramsal zemin üzerinden çözümlenmektedir. Araştırma amaçlı örneklem yöntemiyle seçilen Lorna Simpson ve Barbara Kruger’in eserleri, metin-imge hiyerarşisi, tipografik tercihlerin ideolojik işlevi ve anlam kaymaları gibi kriterler üzerinden incelenmektedir. Simpson’un anlatısal boşlukları görünür kılan metinleri ve Kruger’in reklam estetiğini tersyüz eden tipografisi karşılaştırmalı olarak ele alınmaktadır.

## 1. Giriş: Fotoğraf, Metin ve Anlamın İnşası

Tasarımda kelimeler ve imgeler birbirleriyle oldukça ilişkili ve yeni anlamlar inşa edebilen, gerçeği çarpıtıp yeni bağlamlarda var olan yapıdadır. Eskiden görseller metinleri destekleyen bir yapıdayken, artık metinler görselin anlamını belirleyen bir statüde yer almaktadır. Bu konuyla ilgili olarak Roland Barthes (1977), geleneksel illüstrasyon mantığının tarihsel bir kırılmaya uğradığını belirterek, imgenin artık metni açıklamadığını, aksine metnin imgeye

1 Doç. Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik tasarımı Bölümü, cigdemtanyel@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5740-336X>

eklemlenen ve onu ikincil anlamlarla “yükleyen” asalak (parasitic) bir mesaj işlevi gördüğünü savunur. Barthes’e göre bu yeni hiyerarşide metin, imgeyi yücelten, dramatize eden veya rasyonelleştiren otoriter bir müdahale biçimine dönüşmüştür (s. 26).

Fotoğraf, optik bir kayıt olarak dünyayı tüm yalınlığıyla önümüze serse de, sunduğu bu görsel yoğunluk aynı zamanda bir sessizliği içinde barındırır. Fotoğrafın bu dilsiz doğası, Susan Sontag’ın (1977, s. 23) da belirttiği gibi, imgeyi tek başına bir hakikat temsilcisi olmaktan çıkarıp metin aracılığıyla yeniden kurgulanmaya açık bir yorum nesnesine dönüştürür. Sontag’a göre fotoğraf sadece bir kanıt sunar; ancak bu kanıtın anlamı ancak kelimelerle inşa edilebilir.

Sanatsal üretim alanlarında metin ile görsel ilişkini tam anlamıyla kavrayabilmek adına Barthes’in geliştirdiği ‘Görüntünün Retoriği’ yaklaşımında bahsettiği ‘ankraj (sabitleme)’ ve ‘röle (aktarma)’ kavramlarını anlamak gerekir. Filomythos (2021) tarafından yayımlanan incelemede belirtildiği üzere; ankraj işlevi, görüntünün sahip olduğu doğal çok anlamlılığı (polysemy) sınırlandırarak izleyiciyi belirli bir yorum alanına hapseden bir kontrol mekanizmasıdır. Bu süreçte metin, görseldeki belirsizliği ortadan kaldırarak anlamı adeta bir çapa yardımıyla belirli bir noktada sabitlemektedir. Örneğin, bir gıda reklamındaki ham içerikler (makarna, peynir), yanlarına eklenen “İtalyan Mutfağının Kalbi” gibi bir sloganla ulusal bir kimlik zeminine “demirler”.

Diğer taraftan, röle ilişkisi metnin ve görüntünün birbirini tamamlayarak anlamı ileriye taşıdığı daha dinamik bir diyalektik sunar. Filomythos (2021) bu yapının özellikle çizgi roman ve sinema gibi anlatısal mecralarda, görselin tek başına iletemediği duygusal veya zamansal verilerin metin aracılığıyla eklenmesini sağladığını vurgular. Barthes için bu kavramlar teknik bir ayırımın ötesinde, izleyicinin konumunu belirleyen stratejik müdahalelerdir; ankraj anlamı “kapatma” ve denetleme eğilimi taşıırken, röle anlamı “açma” ve anlatıyı zenginleştirme işlevi görür.

Barthes, “Image-Music-Text” isimli eserinin “Görüntünün Retoriği” bölümünde ankraj ve röle kavramlarını ayrıntılı olarak açıklar. Buna göre, ankraj görüntünün çok anlamlılığını sınırlayarak kasıtlı olarak yönlendirir. Metin, görünen nesnelerin ne olduğunu tanımlayarak (adlandırma işlevi) ya da yorumu belirli bir ideolojik ve kültürel yöne çekerek anlamların çoğalmasına engel olur. Bu duruma örnek olarak, reklamlarda metnin izleyiciyi önceden seçilmiş olumlu bir anlama yönlendirerek imgenin olumsuz veya istenmeyen çağrışımlarına engel olması söylenebilir. Röle ilişkisinde metin, görüntünün anlamını yalnızca sınırlamakla kalmaz, aynı zamanda eylemi ileri taşır ve

görüntünün kendi başına veremeyeceği ek bilgileri sunar. Bu etkileşim türü özellikle çizgi romanlarda ve filmlerde yaygındır (1977, s. 39-41).

Bu çalışma, grafik tasarımın postmodern süreçte evrildiği eleştirel dili, imge ve metin arasındaki diyalektik ilişki üzerinden çözümlemeyi hedeflemektedir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz ve görsel retorik çözümleme teknikleri kullanılmıştır. Kuramsal çerçeve; Roland Barthes'ın göstergebilimsel yaklaşımı, özellikle de fotografik imgenin çok anlamlılığını (polisemi) denetim altına alan ankraj kavramı üzerine inşa edilmiştir.

Çalışmanın örnekleme, fotoğrafın nesnel otoritesini grafik müdahalelerle sarsan sanatçılar arasından amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen Lorna Simpson ve Barbara Kruger'in eserlerinden oluşmaktadır. Analiz sürecinde; tipografik hiyerarşi, metin-imge mesafesi ve fotoğrafın sunduğu “an”ın metin aracılığıyla uğradığı anlam kaymaları temel çözümleme kriterleri olarak belirlenmiştir. Bu yönetsel yaklaşımla, tasarımın sadece bir organizasyon biçimi değil, yerleşik anlamları yapı sökümü uğratan bir “görsel yazarlık” pratiği olduğu ortaya konulmaktadır.

## 2. Lorna Simpson: Bedensel Geri Çekilme ve Anlatı Boşluğu

1960 yılında Amerika doğumlu fotoğraf sanatçısı Lorna Simpson, kırk yılı aşkın sanat yaşamında çoğunlukla ırk ve cinsiyet konusunu çoğunlukla Afrikalı-Amerikalı kadınlar üzerinden ele almıştır. Sanat eğitiminin ardından Avrupa ve Afrika'ya pek çok seyahat gerçekleştirerek belgesel fotoğrafçılığı üzerine deneyim kazanmıştır. Simpson'ın sanatsal dönüşümü, belgesel fotoğrafçılığın sunduğu “röntgenci” (voyeuristic) deneyimin sınırlarını sorgulamasıyla başlar. Britannica (2024) tarafından belirtildiği üzere, sanatçı izleyiciyi salt bir gözlemci olmaktan çıkarıp sürece dahil etmek amacıyla, fotoğrafların üzerine kısa metin katmanları eklediği “foto-metin” tekniğini geliştirmiştir. Bu yöntemle imge tipografik müdahalelerle yeni anlam seviyelerine taşınır. Sanatçının stüdyo kurgusu olan bu çekimlerde, özellikle Afrikalı Amerikalı kadın öznelerin yüzlerini gizlemesi veya kadraj dışı bırakması, toplumsal algı ve kimlik inşasını sorunsallaştıran bilinçli bir tasarım tercihidir (Britannica, 2024). Örneğin, sanatçının “You're Fine, You're Hired” (1988) adlı eserinde, bir kadının yan yatmış bedeni, tıbbi muayene terimleri ve “sekreterlik pozisyonu” gibi kelimelerle çevrelenerek, bedeni Barthes'ın “ankraj” kavramı ile çözümlenir.

Lorna Simpson, çalışmalarında metin ve fotoğrafı basit bir “görsel ve açıklayıcı alt metin” ilişkisi düzleminden çıkarıp, ırk, toplumsal cinsiyet, kimlik, tarih ve bellek gibi konuları sorgulamak için kullanır. Böylelikle belgesel fotoğrafçılığın sunduğu varsayılan “nesnel gerçeklik” kavramını, kurguladığı

fotoğraflar ile metinleri bir arada kullanarak altüst eder (Brooklyn Museum, 2011).

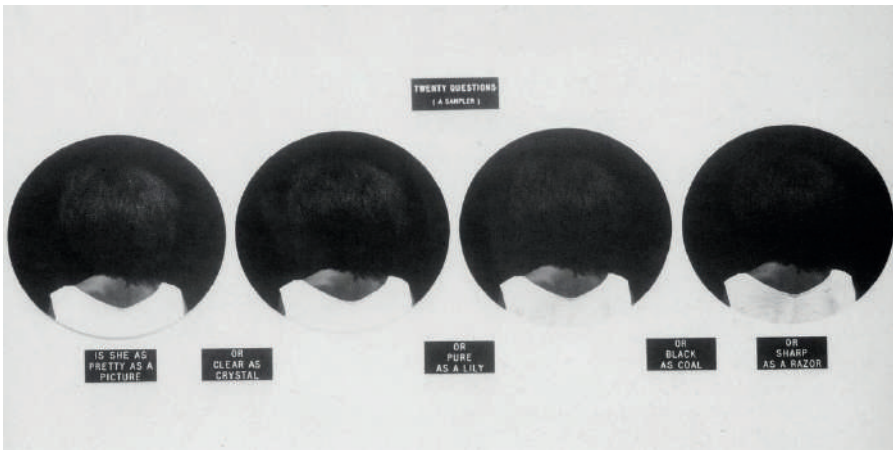
Sanatçının metin ile fotoğrafı bir araya getirme yaklaşımları incelendiğinde dört temel strateji öne çıkar:

## 2.1. Açıklayıcı Değil, Diyalektik ve Sorgulayıcı Bir İlişki

Simpson'ın eserlerinde metin fotoğrafı doğrudan açıklamaz; fotoğraf da metni resmetmez veya yalnızca ona bir illüstrasyon oluşturmaz (De Armendi, 2001). Geleneksel fotoğrafçılıkta metin, görüntünün anlamını sabitlemek ve sınırlandırmak için kullanılırken (Filmithos, 2021), Simpson metin ve görseli açık uçlu ve çok katmanlı bir “diyalektik ilişki” içinde sunar (De Armendi, 2001, s. 70). Simpson'ın kurguladığı bu görsel ve dilsel ikilik, Kaplan'ın (1989, s. 54) “kontrollü anonimlik” olarak tanımladığı stratejiyle birleşerek, izleyiciyi pasif bir gözlemci olmaktan çıkarır. Bu yapı, kasten eksik bırakılan anlamı izleyicinin kendi zihninde tamamlamasına ve kendi inanç sistemleri, klişeleri ve önyargılarıyla doğrudan yüzleşmesine neden olan bir boşluk yaratır.

## 2.2. Klişeleri Ortaya Çıkaran Tahmin ve Eşleştirme Oyunları

Sanatçı Simpson, *Twenty Questions (A Sampler)* ve *Stereo Styles* gibi eserlerinde izleyiciye bir tür tahmin veya eşleştirme oyunu sunar. Örneğin *Twenty Questions (1986)* eserinde (Görsel 1), arkası dönük bir kadının dört özdeş fotoğrafının altına “Resim kadar güzel mi?”, “Zambak kadar saf mı?”, “Kömür kadar siyah mı?”, “Jilet kadar keskin mi?” gibi yazılı plakalar yerleştirir (Belisle, 2011, s. 159).



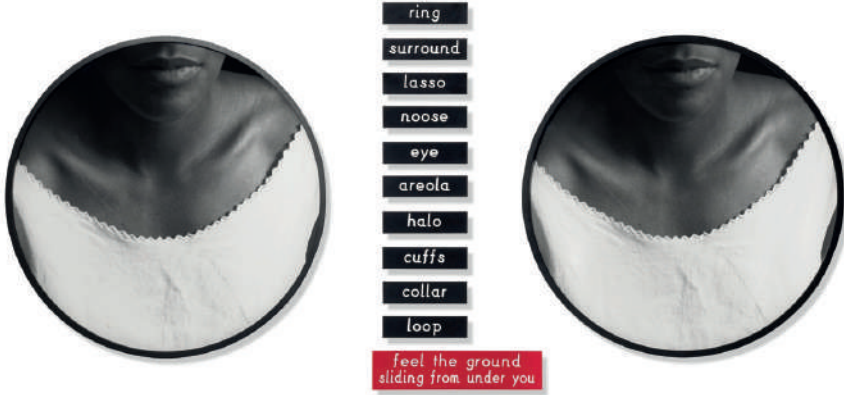
*Görsel 1. Lorna Simpson "Twenty Questions", 1986.*

*Kaynak: <https://www.artchive.com/artwork/twenty-questions-a-sampler-lorna-simpson-1986/>*

Simpson, *Twenty Questions* (1986) eserinde, adli tıp ve biyometri tarihinin “sabıka fotoğrafı” (mug shot) geleneğine atıfta bulunarak fotoğrafın bir denetim aracı olarak kullanımını sorunsallaştırır (BAL TIC, t.y.). Simpson, arkası dönük ve dilsiz bu figürü bir sabıka kaydı gibi peş peşe dizerek bizi adeta bir teşhis sürecinin içine çeker. Ancak fotoğrafların yanına iliştiirdiği o sorularla bu teşhisin imkansızlığını yüzümüze vurur; anlamın ne kadar kırılğan olduğunu ve aslında tamamen kelimelerin insafına kaldığını kanıtlar.

### 2.3. Kelime Oyunları ve Anlamın Kayganlığı

Simpson’ın çalışmalarında metin, sadece imgeye eşlik eden bir açıklama değil; anlamın sürekli yer değıştirdiği, kaygan bir zemin inşa eden tasarım ögesidir. Jones’un (2011) belirttiği üzere, sanatçı eşsesli veya birbiriyle ilişkili kelimelerin farklı çağrışımlarından faydalanarak tekil bir anlam arayışını sekteye uğratar. Bu durum, izleyicinin imgeye dair net bir yargıya varmasını engeller. Sontag’ın (1977) “fotoğrafın dilsizliği” olarak tanımladığı o sessiz boşluk, Simpson tarafından kelime oyunları ile doldurulur; ancak bu doluluk izleyiciyi rahatlatmak yerine, anlamın ne kadar kırılğan ve manipülasyona açık olduğunu gösterir. *Untitled (2 Necklines)* (1989) adlı çalışması (Görsel 2), bu anlatıya önemli bir örnek oluşturur.



Görsel 2. Lorna Simpson, *Untitled (Two Necklines)*, 1989.

Kaynak: <https://www.christies.com.cn/en/lot/lot-6227218>

Untitled (2 Necklines) (1989) adlı çalışmasında (Görsel 2), iki dairesel boyun ve köprücük kemiği fotoğrafının arasına “yüzük”, “kement”, “yaka”, “kemer”, “göz” ve “boyun ilmeği” (noose) gibi kelimeler ile “ayaklarının altındaki toprağın kaydığını hisset” cümlesini ekler. Bu kelime oyunları ve dairesel form vurguları, sıradan bir boyun fotoğrafını aniden Amerikan tarihindeki linç tehdidine ve ırksal şiddete bağlayarak çok sert bir eleştiriye dönüştürür (Belisle, 2011, s. 162). Sanatçı için metin, imgeyi açıklayan bir etiket değil; onu politik bir yüzleşme alanına çeken stratejik bir tasarım ögesidir.

#### **2.4. Anlatı, Röntgencilik ve Bedensel Geri Çekilme**

Simpson’ın ilk işlerinde figürler ön plandayken, zaman içerisinde bu figürlerin yerini tamamen nesnelere aldı ve anlatımın dilsiz objeler üzerinden kurulduğu görülür. Boone (2020, s. 85), sanatçının insan figürünü eserlerinden tamamen çıkarmasını “figüratif geri çekilme” (figurative retreat) olarak adlandırır. Bu aşamada beden artık kareden tamamen çekilmiş, yerini dilsiz nesnelere ve o nesnelere üzerine binen ağır metin katmanlarına bırakmıştır. Bu durum, Sontag’ın “fotoğrafın dilsizliği” tezini en uç noktasına taşır; çünkü artık fotoğrafta konuşturulacak bir “özne” bile kalmamış, tüm anlam inşası metnin ve nesnenin arasındaki o boşluğa bırakır. Boone’a (2020, s. 85) göre Simpson, izleyicinin görmeye alıştığı beden imgeleri yerine eserlerinde boş mekânlara, nesnelere odaklanarak, röntgencilik, bellek ve temsil edilen kimliklerin yapısını keçe paneller üzerine bastığı eserlerle inceler. Bu “figürsüzleşme” sürecinin anlatı, röntgencilik ve mekân bağlamındaki en çarpıcı örneklerinden biri, 9 Props (9 Dekor/Objeler, 1995) adlı çalışmasıdır (Görsel 3).



Görsel 3. Lorna Simpson, 9 Props, 1995. Kaynak: <https://lsimpsonstudio.com/felt-newsprint-works/9-props-1995>

9 Props eserinde sanatçı, yün paneller üzerine basılmış dokuz adet litografi kullanır ve bu çalışmalar duvarda bir ızgara biçiminde düzenlenerek sunulur. Boone'un (2020) söylemiyle, sanatçının daha önce yaptığı birkaç işinde de olduğu gibi keçeyi tercih etmesi, esere üç boyutlu bir derinlik katarken, görünür

lifli yapı izleyicide dokunma arzusu uyandıran dokunsal (haptic) bir etki yaratır. Keçenin kullanılması görsel olanla bedensel hissi birbirine bağlar. Metin ve görsel arasındaki bu kasıtlı uyumsuzluk, eserdeki “eksikliği” vurgular ve izleyiciyi bu boşluğu kendi hayal gücüyle doldurmaya zorlar. Baktığımız tek bir kâse üzerinden, orada olmayan bir bedeni ve anı röntgenliyormuşuz hissi yaratılır.

### 3. Barbara Kruger: Reklam Estetiği ve Otoriter Ankraç

Çağdaş sanatın en etkili isimlerinden biri olan Amerikalı kavramsal sanatçı Barbara Kruger, grafik tasarım alanında ortaya koyduğu eserlerinde siyah-beyaz fotoğraflar üzerine kırmızı bantlı metinler ekleyerek oluşturduğu kendine has dili ile bilinmektedir. Fotoğraf üzerine eklediği metinler aracılığıyla tüketim kültürünü, toplumsal cinsiyet rollerini ve iktidar yapılarını sorgulamaktadır. Sanatçı kapitalizm ve kimlik arasındaki ilişkiyi açığa çıkaran çalışmalar üzerinde yoğunlaşmıştır. Ayrıca sanatçının bu ilişkileri ve reklam stratejilerini eleştiren çalışmaları müze ortamının dışına çıkarak kamusal alana yayılmıştır.

Barbara Kruger, eserlerinde kitle iletişim araçlarından aldığı siyah-beyaz fotoğrafları çarpıcı tipografik metinlerle bir araya getirerek kendine özgü bir görsel dil yaratmıştır (Hernandez, 2022). Kruger, fotoğraf ve metnin birleşimini yalnızca estetik bir tercih olarak değil, tüketim kültürü, ataerkil yapılar, kimlik ve iktidar ilişkilerini eleştiren politik bir araç olarak kullanır (Guy Hepner, t.y.). Alberro'ya (2010, s. 195-196) göre, çoğu sanatçı metni resmin altına bir “alt yazı” veya “başlık” olarak eklerken, dergi tasarımı geçmişine olan Kruger, metni doğrudan imgenin üzerine, görselin içine yerleştirir. Bu hamle, metni sadece fotoğrafı açıklayan bir referans olmaktan çıkarır; metnin bizzat kendisini estetik ve kışkırtıcı bir “görsel eleman” haline getirir.

#### 3.1. Temellük (Appropriation) ve Tasarım Pratiği

Kruger'ın sanatsal pratiği, köklerini profesyonel grafik tasarım ve editörlük deneyimlerinden alan stratejik bir temellük sürecine dayanır (Graphéine, t.y.). Sanatçı, kitle kültürüne ait anonim görselleri ödünç alarak, Barthesçi anlamda imgenin orijinal bağlamını deşifre eder ve onu ideolojik bir dönüşüme uğratar (Barthes, 1977; Andracchio, 2011). Bu dönüşümün en belirgin enstrümanları; ticari ikna dilinden kopyalanan kırmızı-beyaz renk kontrastı ve Futura gibi otoriter tipografik tercihlerdir (Bilirdönmez & Tarlakazan, 2021). Böylece reklam estetiği, bizzat kendi görsel kodları aracılığıyla tüketim toplumunun hegemonik yapısını sorgulayan eleştirel bir aygıtla evrilir.

Kruger'ın fotoğrafları kendine mal etmesi, çağdaş olan diğer sanatçılardan (örneğin ünlü sanat eserlerini kopyalayan Sherrie Levine'den) ayrılır. Alberro, Kruger'ın özellikle anonim, yaratıcısı belirsiz, eski fotoğraf dergilerinden,

ilk yardım kılavuzlarından ve kitle kültürü reklamlarından oluşan “sıradan/gündelik” imgeleri temellük ettiğini vurgular (Alberro, 2010, s. 195). Bu noktada Kruger’ın tasarım pratiği, imgeyi sadece estetik bir malzeme olarak değil, kültürel bir hafıza deposu olarak ele alır. Sanatçının sıradan imgeleri seçmesi, izleyicide bir görsel aşinalık yaratarak savunma mekanizmalarını düşürür; ancak bu tanıdık görsellere yapılan tipografik müdahale, Barthesçi anlamda o imgenin masumiyetini elinden alır. Kruger, reklamcılığın ikna etme kodlarını (kırmızı bantlar ve sans-serif fontlar) kullanarak izleyiciyi alışık olduğu tüketim dilinin içinden vurur. Dolayısıyla temellük eylemi, burada sadece bir görseli kopyalamak değil; o görselin sahip olduğu otoriteyi ele geçirip, onu sistemin kendisine karşı bir silah olarak yeniden konumlandırmaktır. Bu stratejik tercih, tasarımın sadece bir sunum aracı değil, aynı zamanda yerleşik anlamları yıkan bir ‘karşı-okuma’ aygıtı olduğunu kanıtlar.

### 3.2. Anlamın Dönüşümü ve Çift Kodlama (Double Coding)

Tasarım dilini bir eleştiri mekanizması olarak kurgulayan sanatçı, fotoğraf ve metnin sınırlarını zorlayarak çift kodlama adını verdiği özgün bir yöntem geliştirir. Çulha’ya (2019) göre Kruger, fotoğraf ve metni birleştirirken “çift kodlama” yöntemini kullanır; yani izleyiciye sunulan görselin doğal anlamı ile üzerine yerleştirilen sloganın söylediği arasındaki çelişkiyi ve gerilimi görünür kılar. Roland Barthes’in fotoğraf ve metin ilişkisi üzerine (ankraj/röle) belirttiği gibi, Kruger’ın eserlerinde metin görüntüyü basitçe açıklayan bir altyazı olmaktan çıkar; görüntüye yeni bir kültürel, ahlaki veya ideolojik anlam yükleyen “parazit” bir mesaja dönüşür (Barnard, 2005). Sanatçı, hazır imgelerden yansıyan toplumsal cinsiyet rolleri ve basmakalıp mesajlar yerine, kendi saptadığı metinleri yerleştirerek görüntüyü yapı söküme uğratar ve kendi eleştirel mesajını üretir (Çulha, 2019). Barbara Kruger’in eserlerinde “Anlamın Dönüşümü” ve “Çift Kodlama” (Double Coding) stratejilerini en güçlü şekilde yansıtan tasarımlarından biri, sanatçının İsimless serisinden 1981 tarihli “Your Gaze Hits the Side of My Face” (Bakışın Yüzümün Yanına Vuruyor) adlı afiş çalışmasıdır (Görsel 4).



*Görsel 4. Barbara Kruger, "Your Gaze Hits the Side of My Face", 1981. Kaynak: <https://www.glenstone.org/artworks/untitled-your-gaze-hits-the-side-of-my-face-2>*

Kruger, "Untitled (Your gaze hits the side of my face)" (1981) eserinde kadın bedenini, Laura Mulvey'in (1975) kavramsallaştırdığı nesneleştirilen erkek bakışının bir hedefi olarak konumlandırır (Soley, 2022). Sanatçı eserinde, mekanik ve donuk bir ifadenin yer aldığı bir kadın büstü görseli ile sol bloğa negatif ve pozitif olarak yerleştirdiği metni bir arada kurgulamıştır (Çulha, 2019). Folland'a (2020) göre, görseldeki kadın heykeli, ataerkil fantezilere uygun olarak "bakılacak pasif bir nesne" şeklinde taşlaşıp eylemsizleşirken; yanındaki vurucu metin bu edilgenliği reddederek aktif bir direniş gösterir. Eserde birbiriyle bütünleşen bu gerilim, Laura Mulvey'in 1975'te formüle ettiği "eril bakış" kuramınının (Folland, 2020) ve John Berger'in "erkekler seyrederek, kadınlar seyredilişlerini seyrederek" tespitiyle nesneleştirme durumunun

(Çulha, 2019, s. 46) doğrudan bir eleştirisidir. Sonuç olarak, Kruger tasarımının imkânlarını kullanarak bakışın otoritesini sarsmayı başarır. Metin burada sadece bir altyazı değil, taşlaşmış imgeyi harekete geçiren ve izleyiciyi kendi röntgenciliğiyle yüzleştiren bir provokasyondur. Bu stratejiyle sanatçı, kadının tarihten gelen seyirlik nesne statüsünü yapısöküme uğratarak, tasarımın toplumsal mitleri deşifre eden bir eleştiri mekanizması olduğunu kanıtlar.

### 3.3. Doğrudan Hitap ve İzleyiciyi İçeri Çekme

Kruger'in fotoğraf ve metin birlikteliğindeki en güçlü stratejilerinden biri; "Ben", "Sen", "Biz", "Siz" gibi zamirleri kullanarak izleyiciye doğrudan hitap eden bir dil geliştirmesidir (Çulha, 2019; Hernandez, 2022). Görüntülerle kurulan bu dilsel doğrudanlık, izleyiciyi pasif bir bakıcı olmaktan çıkarıp eserin bir parçası haline getirir ve kişiyi kendi tüketim ya da cinsiyetçi alışkanlıklarını sorgulamaya zorlar (Graphéine, t.y.). Örneğin, "Bedeniniz bir savaş alanı" (Your body is a battleground) (Görsel 5) veya "Alışveriş yapıyorum, öyleyse varım" (I shop therefore I am) gibi afişlerde bu zamir kullanımları ve güçlü tipografi toplumda kabul gören eril gerçeklikleri ve meta algısını izleyicinin yüzüne çarpar (Çulha, 2019; Guy Hepner, t.y.). Böylece Kruger, metnin otoritesini izleyicinin kişisel alanı üzerine kurarak, kamusal alanda üretilen ideolojik mesajları kişiselleştirir. Zamirlerin kullanımıyla birlikte imge artık genel bir toplumsal soruna değil, doğrudan o anda ona bakan kişinin vicdanına ve bilincine yöneltilmiş bir soruya dönüşür. Bu stratejik müdahale, tasarımın bakılan bir yapıdan konuşan bir özneye evrildiği noktayı temsil eder.



Görsel 5. Barbara Kruger, "Untitled (Your body is a battleground)", 1989. Kaynak: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-artwork-changed-life-barbara-krugers-untitled-body-battleground>

Sanatçı, diğer çalışmalarında olduğu gibi kırmızı zemin üzerine beyaz, kalın Futura Bold Oblique fontu ile karakterize yazıları kullanarak izleyicide uyarıcı bir his yaratır. Fotoğrafta görünen portrenin pozitif-negatif olarak ikiye ayrılması toplumsal olarak bölünmeye, kutuplaşmaya ve kadın bedeni üzerindeki mücadeleye göndermede bulunur. Piejko (t.y.), sanatçının bu eseri 1989 yılında Washington'da gerçekleşen ve kadın haklarını savunan büyük yürüyüş (Women's March) için bir afiş olarak tasarladığını belirtir. Eserin doğuşu, ABD'de kürtaj haklarını güvence altına alan Roe v. Wade kararının yasal tehdit altında olduğu, siyasi ve toplumsal kutuplaşmanın zirve yaptığı bir döneme denk gelir. Bu tarihsel bağlam, Kruger'ın tasarım dilini sadece estetik bir tercih olmaktan çıkarıp kamusal alanda bir otorite kurma ve doğrudan

politik müdahale aracına dönüştürür. Bu doğrultuda Van Hagen'e (2020) göre, Kruger bu eserde bir kozmetik reklamını temellük ederek izleyiciyi sadece estetik bir nesneyle değil, kendi bedeni üzerindeki politik mücadeleyle yüzleştirir. Fotoğraftaki kadının doğrudan ve keskin bakışı, metindeki "senin" (your) hitabıyla birleştiğinde, izleyici artık pasif bir gözlemci değil, o savaş alanının tam ortasındaki bir aktördür.

Alberro, Kruger'in eserlerinde zamir kullanımını Louis Althusser'in "ideolojik çağırma" (interpellation) kavramıyla açıklar. Kruger'in zamirleri, izleyiciye rastgele seslenmez; izleyiciyi doğrudan "adlandırır/çağırır" ve onu belirli bir ideolojik konumda (suçlu, kurban, tüketici) durmaya mecbur bırakır. Alberro'ya göre eser, ancak izleyici sunulan bu "Sen" veya "Ben" pozisyonlarından biriyle özdeşleştiğinde anlam kazanır (Alberro, 2010, s. 198-199).

Sonuç olarak Barbara Kruger, fotoğrafların sunduğu görsel aşinalığı ve tipografinin dikte edici gücünü birleştirerek, medya ve reklam dilini kendi silahıyla vurur (ACCA, t.y.; MyArtBroker, t.y.). Barbara Kruger, popüler kültürün görsel sözlüğünü tipografik bir istilaya uğratarak medya mesajlarını kendi silahıyla vurmaya başlar. Kontrast renk kullanımı ve sloganvari metinlerle inşa edilen bu dil, fotoğrafın sessizliğini bozar ve izleyiciyi sadece bir görselle değil, o görselin temsil ettiği ideolojik yapıyla yüzleşmeye mecbur bırakır. Böylece tasarım, bir süsleme aracı olmaktan çıkıp yerleşik algıları yıkan politik bir eyleme dönüşür.

#### 4. Sonuç

Bu çalışma; grafik tasarımın, postmodern sanat pratiği içerisinde fotoğrafın "nesnel gerçeklik" iddiasını sarsan ve onu metin aracılığıyla yeniden inşa eden eleştirel bir "görsel yazarlık" biçimine dönüştüğünü ortaya koymuştur. Roland Barthes'ın (1977) kuramsal çerçevesi ışığında incelenen Lorna Simpson ve Barbara Kruger'ın eserleri, metin ve imge arasındaki hiyerarşinin estetik bir tercihin ötesinde, ideolojik bir müdahale aracı olduğunu kanıtlamaktadır.

Postmodern sanat ve göstergebilim, fotoğraf ve metin ilişkisini yalnızca estetik bir tamamlayıcılık olarak değil; toplumsal cinsiyet, ırk, tüketim kültürü ve iktidar ilişkilerinin üretildiği ve yıkıldığı dinamik bir iletişim alanı olarak ele alır (Barnard, 2005, s. 28-29). Roland Barthes'ın kuramsal çerçevesiyle temellendirilen bu ilişki, Barbara Kruger ve Lorna Simpson gibi sanatçıların eserlerinde doğrudan pratik bir başkaldırıya ve sorgulamaya dönüşmüştür. Barthes, metnin fotoğraf üzerindeki bu ideolojik ve yönlendirici işlevini "ankraj" (görüntünün çok anlamlılığını kısıtlayıp sabitleme) ve "röle" (görüntüye yeni bir anlam katmanı ekleme) kavramlarıyla açıklar (Barthes, 1977, s. 38-41). Bu

teori, görüntülerin asla masum olmadığını ve metinle birleştiğinde toplumsal mitleri nasıl doğallaştırdığını gösterir (Barthes, 1977, s. 45-46).

Barbara Kruger, Barthes'ın işaret ettiği bu metin-görsel diyalektiğini, tüketim kültürünün ve ataerkil yapıların manipülatif doğasını açığa çıkarmak için kullanır. Dergi editörlüğü ve grafik tasarım geçmişinden beslenen sanatçı; siyah-beyaz buluntu fotoğraflar, kırmızı-beyaz bloklar ve “Futura Bold Oblique” fontu gibi reklamcılığın çekici ve ikna edici dilini “temellük ederek” (appropriation) kendi eleştirel sanatını üretir (Andracchio, 2011, s. 5-6; Çulha, 2019, s. 40). Lorna Simpson ise fotoğraf ve metin ilişkisini, tarihsel olarak beyaz ve eril bakışın nesneleştirdiği “siyah kadın” kimliğini ve temsiliyetini yeniden tanımlamak için kullanır (Copeland, 2005, s. 63; Jones, 2002, s. 82). Belgesel fotoğrafçılığın sözde tarafsızlığını reddeden Simpson, eserlerinde çoğunlukla yüzü görünmeyen veya arkası dönük duran siyah kadın figürleri kullanarak izleyicinin dikizleyici beklentilerini bilinçli olarak boşa çıkarır (Jones, 2002, s. 82). Simpson'ın fotoğraflarına eklediği eliptik ve muğlak metin panelleri, görüntüyü basitçe açıklamak yerine (ankraj), farklı ve genellikle ırkçı/cinsiyetçi bir dışlanma veya şiddet öyküsüne işaret ederek anlamı çoğaltır (röle) (Belisle, 2011, s. 162).

İncelenen örnekler, fotoğraf ve metin arasındaki hiyerarşinin yalnızca görsel bir tercih olmadığını; aksine yerleşik toplumsal anlamları yapı sökümüne uğratan stratejik bir müdahale aracı olduğunu kanıtlamaktadır. Metin, fotoğrafın sunduğu ham görsel veriyi sadece açıklamakla kalmaz; ona ideolojik, kültürel ve politik yeni katmanlar ekleyerek imgeyi yeniden kurgular. Sonuç olarak, grafik tasarımın sunduğu tipografik ve kurgusal olanaklar, fotoğrafın dilsiz doğasını bozarak imgeyi bir mücadele sahasına dönüştürmüştür. Her iki sanatçının stratejileri, tasarımın artık sadece bir biçim verme süreci değil; toplumsal mitleri deşifre eden ve izleyiciyi pasif bir gözlemci olmaktan çıkarıp sorgulayan bir aktöre dönüştüren entelektüel bir disiplin olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda görsel iletişim, günümüz kültüründe yerleşik stereotipleri yıkan ve toplumsal farkındalık yaratan en güçlü eleştirel aygıtlardan biri haline gelmiştir.

## Kaynaklar

- ACCA. (t.y.). *Barbara Kruger*. Australian Centre for Contemporary Art Education Kit. <https://acca.melbourne/education/resources/barbara-kruger/>
- Alberro, A. (2010). Picturing relations: Images, text, and social engagement. H. Foster (Ed.), *Barbara Kruger* içinde (s. 193-199). Rizzoli.
- Andracchio, A. (2011). *Barbara Kruger: Just a graphic designer*. [https://gina-andracchio.com/PDFs/Andracchio\\_Barbara%20Kruger\\_Just%20a%20Graphic%20Designer\\_Winter%202011.pdf](https://gina-andracchio.com/PDFs/Andracchio_Barbara%20Kruger_Just%20a%20Graphic%20Designer_Winter%202011.pdf)
- BALTIC Centre for Contemporary Art. (t.y.). *Lorna Simpson* [Eğitim paketi]. <https://baltic.art/learning/resources/lorna-simpson>
- Barnard, M. (2005). *Graphic design as communication*. Routledge.
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text* (S. Heath, Çev.). Fontana Press.
- Belisle, B. (2011). Felt surface, visible image: Lorna Simpson's photography and the embodiment of appearance. *Photography & Culture*, 4(2), 157-178. <https://doi.org/10.2752/175145211X12992393431214>
- Bilirdönmez, T., & Tarlakazan, B. E. (2021). Barbara Kruger enstalasyonlarının tipografik açıdan incelemesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11(4), 770-784. <https://doi.org/10.14230/johut1178>
- Boone, E. (2020). *A light in the dark: James Van Der Zee, Lorna Simpson, and the art of the 9 props*. Duke University Press.
- Britannica, T. Editors of Encyclopaedia. (2024, 28 Şubat). *Lorna Simpson*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/biography/Lorna-Simpson>
- Brooklyn Museum. (2011). *Lorna Simpson: Gathered* [Sergi rehberi]. <https://cms-files.brooklynmuseum.org/7c31baab0733d03388466cc4d1e366efbd-49d3e3.pdf>
- Copeland, H. (2005). "Bye, bye black girl": Lorna Simpson's figurative retreat. *Art Journal*, 64(2), 62-77.
- Çulha, D. (2019). Barbara Kruger'in tasarımlarını göstergelerarasılığın yeniden üretim yöntemleriyle okumak. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (Özel Sayı), 38-52. <https://doi.org/10.21733/ibad.603536>
- De Armendi, N. (2001). Lorna Simpson's Public Sex series: The voyeuristic presence and the embodied figure's absence. *Athanor*, 19, 45-53. <https://journals.flvc.org/athanor/article/view/126465>
- Filmythos. (2021, 26 Ağustos). *Roland Barthes: Mit, yazarın ölümü, yazılabilir metin ve fotoğrafın duygusu*. <https://www.filomythos.com/roland-bartnes-mit-yazarin-olumu-yazilabilir-metin-ve-fotograf-in-duygusu/>
- Folland, T. (2020, 27 Haziran). *Barbara Kruger, Untitled (Your gaze hits the side of my face)*. Smarthistory. <https://smarthistory.org/barbara-kruger-untitled-your-gaze-hits-side-face/>

- Graphéine. (t.y.). *Barbara Kruger/Supreme: Who's hijacking whom?* <https://www.graphéine.com/en/history-of-graphic-design/barbara-kruger-supreme-whos-hijacking-whom>
- Guy Hepner. (t.y.). *Barbara Kruger: Text, image, and the politics of power*. <https://guyhepner.com/artist/barbara-kruger/>
- Hernandez, M. L. (2022). *Barbara Kruger*. The Museum of Modern Art (MoMA). <https://www.moma.org/artists/3266>
- Jones, K. (2002). (Un)seen and overheard: Pictures by Lorna Simpson. *Lorna Simpson* içinde (s. 82-123). Phaidon Press.
- Jones, K. (2011). *EyeMinded: Living and writing contemporary art*. Duke University Press.
- Kaplan, S. (1989). New York scene: Lorna Simpson, Josh Baer Gallery. *ETC*, (10), 54–56. <https://id.erudit.org/iderudit/36312ac>
- MyArtBroker. (t.y.). *I shop, therefore I am: Barbara Kruger's social commentary*. <https://www.myartbroker.com/artist-barbara-kruger/guides/i-shop-therefore-i-am-barbara-krugers-social-commentary>
- Piejko, J. (t.y.). *Barbara Kruger: Your body is a battleground*. Art Basel Stories. <https://www.artbasel.com/stories/barbara-kruger-your-body-is-a-battleground>
- Soley, U. (2022, 22 Temmuz). *Barbara Kruger'in practice on power, capitalism, identity, and gender*. Pera Müzesi Blog. <https://www.peramuseum.org/blog/barbara-kruger-s-practice-on-power-capitalism-identity-and-gender/2816>
- Sontag, S. (1977). *On photography*. Farrar, Straus and Giroux.
- Van Hagen, I. (2020, 24 Kasım). This artwork changed my life: Barbara Kruger's "Untitled (Your body is a battleground)". *Artsy*. <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-artwork-changed-life-barbara-krugers-untitled-body-battleground>

## Görsel Kaynaklar

- Görsel 1. Lorna Simpson "Twenty Questions", 1986. <https://www.artchive.com/artwork/twenty-questions-a-sampler-lorna-simpson-1986/>
- Görsel 2. Lorna Simpson, Untitled (Two Neclines), 1989.  
Kaynak: <https://www.christies.com.cn/en/lot/lot-6227218>
- Görsel 3. Lorna Simpson, 9 Props, 1995. Kaynak: <https://lornsimpsonstudio.com/felt-newsprint-works/9-props-1995>
- Görsel 4. Barbara Kruger, "Your Gaze Hits the Side of My Face", 1981. Kaynak: <https://www.glenstone.org/artworks/untitled-your-gaze-hits-the-side-of-my-face-2>
- Görsel 5. Barbara Kruger "Untitled (Your Body is a Battleground)", 1989. <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-artwork-changed-life-barbara-krugers-untitled-body-battleground>

## Grafik Tasarımda Modernist Gridden Ritmik Kompozisyona: Niklaus Troxler Afişleri Üzerine Bir İnceleme

Ayşegül Sezer<sup>1</sup>

### Özet

Grid, bir tasarımda yer alan tasarım öğelerinin konumlarının belirlenmesi konusunda en temelde fikir veren bir araçtır. Grid kavramı, grafik tasarım açısından bakıldığında tasarımda bir düzenleme aracı ve modernist bir yapı sistemi olarak yer almaktadır. Farklı dönemlerde griddede farklı yapı sistemleri kullanılarak, tasarımcılar tarafından grafik tasarım alanında bir tasarım dili oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda bakıldığında Uluslararası Tipografik Stil döneminde grid, nesnel bir görsel iletişim dili oluşturmak ve standartlaştırılmış bir tasarım düzlemi ortaya koymak amacıyla işlevselleştirilerek kullanılmıştır. Bu dönemde grid kavramının tasarım düzleminde kullanılması, tasarımı öznel olma özelliğinden uzaklaştırarak, ölçülebilir ve sistemli bir yapı haline gelmesini sağlamıştır. Ancak teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme ile değişen grafik tasarım pratiklerinde grid, sistemli modüler yapılardan kurtularak, daha özgün, esnek ve tasarımcının tasarlama sezgilerine dayanan bir dönüşüme uğramıştır. İsviçre grafik tasarım geleneği ile yetişen tasarımcı Niklaus Troxler'in afiş tasarımları bu dönüşümün örnekleri olarak değerlendirilebilmektedir. Niklaus Troxler, grid kavramını görsel akış, süreklilik ve ritim ile oluşturduğu tasarımlarında gizleyerek, arka planda gizlenen tasarımın yapısını oluşturduğu bir diyagonal ritim ile bir grid sistemine dönüştürmektedir. Nitel araştırma yönteminde doküman analizi ile yürütülen çalışmada, modern grid anlayışının kuramsal çerçevesi üzerinde durulmuş ve çalışmalarında grid kavramını ritmik olarak bir kompozisyona dönüştüren Niklaus Troxler'in afişleri incelenerek değerlendirilmeleri yapılmıştır. Çalışma ile tasarımcının çalışmalarında grid kavramını doğaçlama hareket edebildiği, sezgisel bir yapı oluşturarak kullanmasının yanı sıra, tasarımda grid sisteminin ritmik bir kompozisyona dönüşümünün görsel bir ifadesi olduğu düşünülmektedir.

1 Dr. Öğr. Üyesi, Ordu Üniversitesi, aysegulsezer03@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-2117-7820

## Giriş

Tasarımda bir düzenleme sistemi olarak kullanılan grid sistemi, en temelde yatayda ve dikeyde kesişen çizgilerden oluşan bir sayfa düzlemini ifade etmektedir. Grid, bilginin hiyerarşik olarak düzenlenmesini sağlamakla birlikte aynı zamanda algıları yönlendiren bir araç olarak kullanılmaktadır. Ellen Lupton'a göre (2024:151) grid, mekân ve zamanı düzenli modüllere bölerek, bir sistem kurulmasını sağlamaktadır. Grid sistemi, esnek bir araç olması ile tasarımcıya statik, simetrik ve asimetrik düzende kompozisyonlar oluşturma fırsatı sunmaktadır. Gridlerin bir sıralama sistemi olarak kullanılması, tasarımcının işini yapıcı ve geleceğe yönelik olarak algıladığını göstermesi açısından bir zihinsel tutumun ifadesidir (Landa, 2014, s. 10). Bununla birlikte tasarım düzleminde yer alan elemanların konumunun belirlenmesi ve düzenlenmesi açısından, tasarımcıların karar verme sürecine katkı sağlamaktadır. Tasarımda kullanılan gridler, bir çalışmanın iskeletini oluştururken aynı zamanda tasarımda dengenin kurulmasını sağlayan bir araç olarak yer almaktadır (Ambrose & Harris, 2015, s. 79). Tasarımda grid kullanımının tercih edilmesi, tasarımcıya tutarlılık ve tasarım öğelerinin bütünlüğü konusunda bir vaatte bulunmakta ve tasarımcıya rehberlik etmektedir.

Grid sistemi, farklı tasarım problemlerinin çözümünde kullanılabilirdiği gibi aynı zamanda dergi, gazete, kitap, yıllık raporlar, broşürler, tabela sistemleri, web tasarımı, mobil uygulamalar, kurumsal kimlik ve marka çalışmaları gibi alanlarda tasarımcıya etkili kompozisyon oluşturabilme ve elemanları organize etme gibi fırsatlar sunan bir araçtır (Poulin, 2018, s. 74). Grafik tasarımda grid kullanımı, tasarım alanının kurgulanmasında soyut olarak bir rehber sisteminin kullanımını mümkün kılmakta ve tasarım elemanlarının birbirleri arasındaki ilişkinin hizalanması ve matematiksel bir oran ile yerleştirilmesini sağlamaktadır. Josef Müller – Brockmann'a göre (1981:10), bir tasarımda grid sisteminin kullanılması, bilginin sistematik bir şekilde sunulmasını, nesneliği, tasarımın renk ve malzeme gibi diğer unsurlarının tasarımın bütünü ile bütünleştirilmesi ve tasarımın yüzeyde hakimiyet kurması gibi özellikler sağlamaktadır. Bunun bir sonucu olarak tasarımda yer alan düzenlenmiş başlıklar, alt başlıklar ve metin ve görselleri arasındaki boşlukları ayarlanmış ve hizalanmış sayfa düzenlemeleri bilgi aktarımının anlaşılır ve okunur özelliklerde gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Taşçıoğlu'na göre (2020:95), gridler bilginin daha düzenli sunulmasını sağlamakla birlikte tasarımcı ve okuyucuya da zaman konusunda yardımcı olmaktadır.

Grid sistemleri, farklı çalışma alanları tarafından farklı şekillerde kullanılmaktadır. Merkezine insanı alan ve insana yönelik toplumsal fayda esaslı gözetilerek bilgilendirme amaçlı çalışmaların yapıldığı grafik tasarım alanında

da bir kitap, broşür veya web sayfasında ya da sergileme tasarımı, ambalaj tasarımı, etkileşimli uygulamalar gibi alanlarda kullanılmaktadır. Tasarımda grid kullanımı sadece tasarımın teknik olarak düzenlenmesini sağlayan bir sistem değil aynı zamanda tasarımda bir anlam üretilmesine katkı sağlayan bir dilin oluşumunu mümkün kılmaktadır. Tasarım düzleminde grid kullanımı, kullanıcıya ya da izleyicisine okunurluk, tutarlılık ve düzen gibi özellikler sunmaktadır.

## 1.Tarihsel Süreçte Grid Kullanımı

Grid sistemi tarihsel süreçte farklı dönemlerde farklı amaçlarla kullanılmıştır. Kimi zaman bir kil tabletin resimli yazılarının hizalanmasında kimi zamanda basılı ürünlerin sayfa ve metin tasarımlarında grid sistemine başvurulmuştur. Meggs ve Harris (2012:8), MÖ.3100 'de Sümer resimli tabletinde (Şekil 1) var olan bilgilendirici resimli yazıların yatay ve dikey bölümlere ayrılarak bir grid sistemi ile yapılandırıldığı üzerinde durmaktadır.



Şekil 1:Erken Sümer resimli tableti, M.Ö.3100, (Meggs & Purris, 2012, s. 8).

Sonraki dönemlerde Gutenberg'in matbaasında metal harf hurufat sistemi kullanılarak basılan kitaplarda kullanılan grid sistemi bu dönemde kitaplarda bir yapı oluştururken Orta Çağ el yazması eserlerin metinlerinde kullanılan sütun grid sistemi gerekli olan bir pratiklik çerçevesinde kullanılmıştır. Rönesans dönemine geldiği zaman sayfa tasarımlarında çeşitli matematiksel oranlar uygulanarak kullanılmış ve grid sistemlerinin oluşmasında etkin bir rol oynamıştır. 19.yüzyılın sonu 20. Yüzyılın başında endüstrileşme ile sanayi merkezlerinde ve fabrikalarda ortaya çıkan iş gücü ihtiyacı, dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan insanların sanayi kentlerine göçü ile bilginin sunumu noktasında yalınlık ve işlevselliğin ortaya çıkmasını sağlamıştır. 20.yüzyılın başlarında hakim olan sanat tasarım akımlarında grid sistemi kullanımı afişlerde

ve broşürlerde yer almaktadır. Viyana Secession stil sanatçısı Koloman Moser'in 13. Secession stil sergisi (Şekil 2) için tasarlamış olduğu afiş, kare, dikdörtgen ve dairesel şekillerden oluşan geometrik bir yapıya sahip olmakla birlikte yatayda ve dikeyde çizgilerden oluşan sistemli bir kompozisyonla oluşturulmuştur (Raizman, 2021, s. 37).



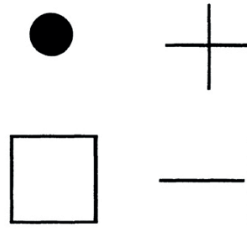
Şekil 2:13.Secession sergisi afişi,Koloman Moser,Litografi,1902, (Raizman, 2021, s. 36).

Kendisi hem mimar, hem tipograf hem de grafik tasarımcı olan Peter Behrens mekân tasarımı çalışmalarında da yapılandırıcı bir unsur olarak grid sistemini kullanmıştır. Peter Behrens, 1907 yılında Alman elektrik şirketi AEG için hazırlamış olduğu reklam broşürleri, tanıtım materyallerinde kullanmış olduğu gridler ve yazı tipi sistemleri ile önemli çalışmalar ortaya koymuştur (Samara, 2023, s. 17). Bauhaus döneminde ise tasarlanan broşür, kitap ve afişlerde yatayda ve dikeyde çizgilerin ve soyut biçimlere yer verilen, asimetrik bir grid yapısının kullanıldığı görülmektedir. Grid sisteminin kullanımı özellikle sergileme tasarımı alanında da Bauhaus sergilerinde kullanılarak, bu dönemde ön plana çıkmıştır (Becer, 2020, s. 194). Yeni Tipografi akımının öncüsü Jan Tschichold, asimetrik düzenlemenin yer aldığı bir grid sistemini çalışmalarına uygulamıştır. 1950'li yıllara gelindiğinde Uluslararası Tipografik Stil olarak adlandırılan dönem etkisini uzun zaman sürdürerek sonraki kuşak tasarımcıları da etkisi altına almıştır. Bu hareketin öncüleri, tasarımı toplumsal açıdan faydalı bir faaliyet olarak tanımlamış, grid sistemini düzenin sağlandığı ve bilginin yapılandırıldığı bir yaklaşım olarak benimsemiştir (Meggs & Purris, 2012, s. 372).

## 1.2.Tasarımda Grid Sistemi

Grid sistemi, tasarımda görsel olarak bir düzenlemenin sağlanmasını mümkün kılmakla birlikte aynı zamanda tasarımda öğeler arasında hiyerarşi kurma ve tasarımın algılanabilmesi gibi özellikler oluşturmaktadır. Grid sistemi, modernist tasarımcılar tarafından matematiksel anlamda doğru tasarımın bir denetimin yapılması amacıyla sıklıkla kullanılmıştır (Becer, 2020). Farklı tasarım disiplinlerinde de kullanılan grid sistemi, tasarım yüzeyinde bir yerleştirme ve düzenleme aracı olmasının yanı sıra aynı zamanda tasarımda yapısal olarak kurulumu sağlayan bir rehber olarak yer almaktadır. Grid, tasarımın içeriğinde yer alan öğeler arasında düzen, süreklilik ve nesnellik gibi kavramların oluşumunu sağlamakla birlikte tasarımcıya da rasyonel ve nesnel bir organizasyon imkânı sunmaktadır. Tasarımcı, kitap tasarımında kitabın türüne göre kullanışlı bir grid sistemi uygulamalıdır. Her kitapta bir grid sistemi kullanımı konusunda zorunluluk mevcut olmamakla birlikte ancak çok parçalı metinlerin yer aldığı kitaplarda grid sistemi kullanmak, kitabın izleyicisi tarafından anlaşılmasında kolaylıklar sağlar (Taşcıoğlu, 2020, s. 95). İzleyicine ve kullanıcıya oluşturulan tasarım dilinin sistemli olarak okunmasında kolaylık sağlayan grid sistemleri aynı zamanda bir düşünme biçimini görsel olarak sunmaktadır.

Grid sistemlerinin tarihi ve kullanımı konulu makalesinde Jack H. Williamson (1986:15), grid sistemlerini anlamak için öncelikle ortaya çıkış noktasına odaklanmak gerektiği üzerinde durmakta ve grid sisteminin yapısal tipolojisini (Şekil 3) koordinat tabanlı, kesişim tabanlı, modül tabanlı ve çizgi tabanlı olmak üzere dört temel özellikte ortaya koymaktadır.



*Şekil 3:Grid sisteminin yapısal tipolojisi şeması, (Williamson, 1986, s. 15).*

Ellen Lupton (2008:182), The Graphic Design:The New Basics isimli kitabında tasarımda grid kullanımının önemini vurgularken aynı zamanda yetenekli bir tasarımcının gridleri aktif olarak kullanması gerektiğine vurgu yapmakta ve gridlerle ilgi çekici şekiller ve öğelerin izleyicilere şaşırtıcı bir

etki ile sunulması gerektiğini belirtmektedir. Grid sistemi görsel iletişimin sağlanmasında önemli bir rol üstlenen grafik tasarım alanı için mesajın etkili bir biçimde verilmesini sağlamaktadır. Grafik tasarımda herhangi bir mesajın net olarak ortaya koyulması grid sisteminin kullanılmasıyla görsel bir birliğin sağlanmasını ve etkisinin arttırılmasını sağlamaktadır (Poulin, 2011, s. 265). Grafik tasarım disiplinde grid, sütun grid, hiyerarşik grid, modüler grid ve diyagonal grid olmak üzere dört farklı başlık altında ele alınmaktadır.

### **1.2.1.Sütun (Column) Grid**

Sütun grid sistemi, metinlerin imgeye oranla daha fazla olduğu durumlarda tercih edilen grid sistemidir. Grafik tasarımda yaygın bir sayfa biçimlendirme sistemi olan sütun grid, sayfaların yatayda ve dikeyde eşit olarak ya da farklı ölçüler verilerek ayarlanabilme fırsatı sunmaktadır. İçeriğin yerleşiminin düzenlenmesinde yapısal bir model olan sütun grid sistemi metin, görsel, tipografik öğelerin hizalanması gibi konularda kolaylık sağlamaktadır. Bu grid yapısı, basılı ya da dijital herhangi bir sayfanın sol, sağ, üst veya alt kenarındaki boş alan olan kenar boşluklarıyla çevrili tek ya da çoklu metin sütunu veya bloğu ile tanımlanmaktadır (Landa, 2014, s. 175). Bununla birlikte izleyicilere okunurluk sağlayarak bilginin yapılandırılmasını mümkün kılmaktadır. Dergilerin sayfa tasarımında kullanılan çoklu sütun grid sistemleri, metinlerin ve görsel elemanların sayfalara yerleşiminde yol gösterici bir eleman olarak tasarım yüzeyinde yer almaktadır.

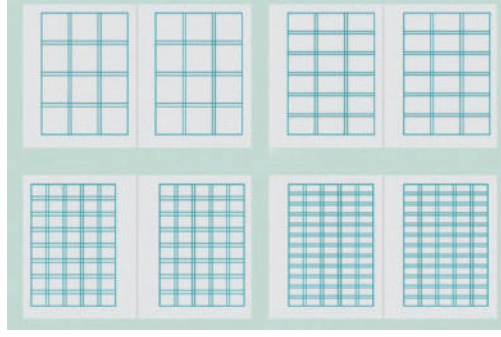
#### *1.2.1.2.Hiyerarşik (Hierarchical) Grid*

Hiyerarşik grid, tasarımda yer alan öğelerin önem sırasına göre yerleştirilmesiyle oluşturulan grid sistemidir. Bu sistemde yer alan bölümlerin alanların ölçüsü öğelerin önem sırasına göre belirlenmektedir. Hiyerarşik grid, tasarım öğeleri arasında önem sırasını ve görsel ilişkileri esas alan esnek bir sistemdir (Samara, 2023, s. 28). Bu grid sisteminin öncelik sırasını göz önünde bulundurarak tasarımda yerleşim düzeni oluşturmasının sebebi, izleyicin dikkatini önemli olan alanlara çekmektir. Bilgilendirme grafiği, web ve ara yüz tasarımları, editoryal tasarım gibi çalışmalarda kullanılan grid sistemidir.

#### *1.2.1.3.Modüler (Modular) Grid*

Yatay ve dikey çizgilerin kesişimiyle oluşturulan modüllerin yer aldığı kılavuz çizgilerdir. Modüler grid sistemi, metinlerin farklı modüllere yerleştirilmesinde ve gruplanmasında tercih edilmektedir. Görsel elemanların fazla olduğu tasarım planlamasında tasarımcıya esneklik sunarak kolaylık sağlamaktadır (Landa, 2014, s. 175). Eşit ve değiştirilebilir ölçülerle oluşturulan modüler alanlar, hizalı, düzenli ve tutarlı bir tasarım düzlemi oluşturulmasını sağlamaktadır.

Pratik kullanım sunmasının yanı sıra modüler ızgara, Bauhaus ve İsviçre Uluslararası Stil'in idealleriyle ilişkilendirilerek kavramsal ve estetik bir imaj geliştirilmesine katkı sağlamıştır (Samara, 2023, s. 30). Dergi, gazete, tasarımı ve web ara yüz tasarımları, bilgilendirme tasarımı ve mobil uygulama tasarımlarında modüler grid sistemi kullanılmaktadır.



Şekil 4: Modüler grid çeşitleri, (Samara, 2023, s. 30).

#### 1.2.1.4. Diagonal (Diagonal) Grid

Tasarımda hareket ve dinamizm oluşturmak amacıyla çapraz eksenler üzerinden oluşturulan grid sistemidir. Tasarım düzlemi belli açılarla kesişen çapraz çizgiler ile bölünerek oluşturulmaktadır. Afiş tasarımı, editoryal tasarım gibi alanlarda kullanımı tercih edilen diyagonal grid sistemi tasarımda modernizm, hareket ve izleyiciyi yönlendiren bir görsel yapı oluşturmaktadır.

## 2. Niklaus Troxler'in Afişlerinde Grid Sistemi

İsviçre'li bir grafik tasarımcı olan Niklaus Troxler, afiş tasarımlarında biçimi bozulmuş geometrik şekiller ve Dadaizm, Op Art ve Sürrealizm akımı etkisinde bir grafik dil kullanmaktadır. Caz müziğe ilgisi sonucunda İsviçre'de düzenlemiş olduğu Caz müzik festivaline düzenli olarak hazırlamış olduğu afişler, kendisinin afiş tasarımıında grafik dilinin gelişmesini sağlamıştır. Çalışmalarında müziği somut hâle getirdiği figürler kullanmış ve tipografiyi ilişkili olarak kullanmıştır. Niklaus Troxler, afiş tasarımının yanı sıra iç ve dış mekân grafikleri, kitap kapakları, albüm kapakları, logolar ve serbest illüstrasyonlar bulunmaktadır. Niklaus Troxler, İsviçre'li bir sanatçı olmasına rağmen çalışmalarında İsviçre grafik tasarımının düzenli ve hiyerarşik stiline meydan okuyarak tasarımlarında hareketi, dinamizmi vurguladığı diyagonal bir yapı kurmuştur. Bu yapı dahilinde caz müzik enstrümanlarını ve müzisyen figürleri bağımsız bir tasarım sistemi ile ortaya koymuştur. Tipografinin sınırsız

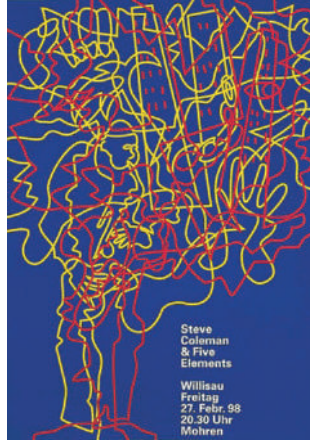




Şekil 6:McCoy Toyner Afişi, Niklaus Troxler,1980.

Kaynak: <https://www.galerie123.com/en/original-vintage-poster/41534/mccoy-tyner-sextet-willisau-3-april-20b-mohren/>

McCoy Tyner isimli afişini (Şekil 6) bir caz piyanisti için hazırlamış ve dikey şeritler halinde hazırlamış olduğu harflerde ritmik bir dalgalanma etkisi oluşturmuştur. Bu afişte dinamizm ve hareket etkisi verilerek oluşturulan diyagonal grid sisteminde, tipografi hareket eden bir görsel eleman olarak kullanılmıştır.



Şekil 7:Steve Coleman & Five Elements afişi, Niklaus Troxler, 1998.

Kaynak: <https://www.troxlerart.ch/posters>

Five Elements isimli müzik grubuna sahip Steve Coleman için tasarlanmış olduğu afişte (Şekil 7), çizgisel geometrik formları tekrar niteliğinde kullanarak müzisyenin sanatındaki asimetrik tonları ortaya koymuştur. Niklaus Troxler, afişte kullanmış olduğu zıt renklerle kompozisyonda gizlenmiş imgelerin fark edilmesini sağlamıştır. Burada kullanmış olduğu grid sistemi ile ritme ve harekete vurgu yaparken diğer taraftan izleyiciyi merak ettiren bir dikkat çekici görsel üzerinde yoğunlaştıran bir yapı oluşturmaktadır.



Şekil 8: Eskelin Bennink afişi, Niklaus Troxler, 1990.

Kaynak: <https://www.troxlerart.ch/posters>

Eskelin Bennink isimli afişinde (Şekil 8), serbest fırça darbelerini kullanarak kimi zaman agresif kimi zaman kural dinlemeyen bir yapı oluşturduğu görülmektedir. Kullanmış olduğu grid sistemi ile enerjisi olan hareketli bir ortamı vurgulamakta ve kaos içerisinde düzene dönüşü anlatmaktadır.



Şekil 9: Uluslararası tekerlekli sandalye maratonu için afiş, Niklaus Troxler, 2008.

Kaynak: <https://www.troxlerart.ch/posters>

Uluslararası tekerlekli sandalye maratonu için tasarladığı afişte (Şekil 9), odak noktasına hareketi ve hızı aldığı görülmektedir. Afişte kullandığı çizgilerin yönü ve renkleri, izleyicide derinlik etkisi oluşmasını sağlamakta ve aynı zamanda renklerin etkisi ile festival sevincini ortaya koymaktadır. Yazı alanını ayırarak uygulamış olduğu grid sistemi ile disiplin vurgusu yaparken, imgenin yer aldığı kısımdaki ritmik kompozisyon anlayışı canlı renklerin kullanımı ile yapılandırılmıştır.

## Sonuç

Grid, tarihsel süreçte farklı amaçlarla kullanılmış olmakla birlikte aynı zamanda günlük hayatta hizalama ve düzenleme aracı olarak kullanılmıştır. Grid kavramı, grafik tasarımda bir yapılandırma aracı olmasının yanı sıra modernist bir duruş olarak grafik tasarımın tarihsel sürecinde yer almıştır. Bununla birlikte tasarımda grid sistemi süreklilik ve düzen gibi yapısal kavramların yanı sıra aynı zamanda izleyiciye bilginin nesnel bir tavır ile sunumunu da mümkün kılmıştır.

Her dönemin kullandığı bir grid sistemi mevcut iken Uluslararası Tipografik Stil döneminde bu sistemler yapısal olarak sistemli bir sınıflandırmaya dönüştürülmüş, o dönem ve sonraki dönemlerde bilginin izleyici sunumunda sistemli bir aktarımın meydana gelmesini sağlamıştır. Grid sistemi son dönem tasarım dünyasında farklı alanlarda da düzenleyici yapısal bir sistem ve duruş olarak kullanılmaktadır.

Niklaus Troxler İsviçreli ve tasarım eğitimini İsviçre’de almış bir tasarımcı olmasına rağmen, çalışmalarında ağırlıklı ritmik ve hareketli kompozisyon kullanımını mümkün kılan çapraz çizgiler üzerinden oluşturulan diyagonal bir grid sistemi kullanmıştır. Bu özellik kendisini yapısal olarak oluşturulan grid sisteminin dışında tutmakta ve hareket eden imgelerin ve harflerin yer aldığı doğaçlama bir yapı oluşturmasını sağlamaktadır. Bilginin nesnel ve sabit bir düzen içerisinde sunulmasını savunan İsviçre stiline yerine sabit olmayan sütunların yer aldığı bir yerleşim sistemi çalışmalarında görülmektedir. Bu durum kendisinin gridin dışına çıkmasını sağlarken aynı zamanda tasarımda grid sisteminin ritmik bir kompozisyona dönüşümünü de sağlamıştır.

Niklaus Troxler, tasarımda grid kavramını doğaçlama hareket edebildiği, hareketli ve ritmik bir yapıya dönüştürerek, tasarımda bilginin katı ve sistematik bir görünüm ile sunulmasının yerine izleyicilere sezgisel olarak da algılayabilecekleri bir yapıya dönüştürmüştür. Tasarımcı, çalışmaları ile grid sistemini bazen görsel bazen de işitsel ve sezgisel bir yapı olarak tercih ederek bu alanda değişim ve dönüşümün öncüsü olmuştur.

## Kaynakça

- Ambrose, G., & Harris, P. (2015). *The Layout Book*. United Kingdom: Bloomsbury Publishing.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2019). *Grafik Tasarımda Sayfa Düzeni*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Armstrong, H. (2007). *Grafik Tasarım Kuramı*. İstanbul: Espas Yayınları.
- Becer, E. (2020). *Modern Sanat ve Yeni Tipografi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Cullen, K. (2005). *Layout Workbook / A Real World Guide to Building Pages in Graphic Design*. United States of America: Rockport Publishers Inc.
- Gomez-palacio, B., & Vit, A. (2009). *Graphic Design Referenced A Visual Guide to The Language, Applications and History of Graphic Design*. United States of America: Rockport Publishers.
- Landa, R. (2014). *Graphic Design Solutions*. Kanada: Wadsworth Cengage Learning.
- Lupton, E. (2024). *Yazı Tipi İle Düşünmek*. Ankara: Nobel Akademik.
- Lupton, E., & Phillips, J. (2008). *Graphic Design The New Basics*. New York: Princeton Architectural Press.
- Müller-Brockmann, J. (1996). *Grid Systems in Graphic Design*. United States of America: Niggli.
- Meggs, P., & Purris, A. (2012). *Meggs's History of Graphic Design*. United States of America: WILEY John Wiley & Son, Inc.
- Poulin, R. (2011). *The Language of Graphic Design*. United States of America: Rockport Publishers.
- Poulin, R. (2018). *Design School Layout / A Practical Guide for Students and Designers*. United States of America: Quarto Publishing Group.
- Raizman, D. (2021). *Reading Graphic Design History*. London: Bloomsbury Publishing.
- Samara, T. (2023). *Making and Breaking the Grid*. United States of America: Quarto Publishing Group.
- Taşçıoğlu, M. (2020). *Bir Görsel İletişim Platformu Olarak Kitap*. Ankara: Dost Yayınevi.
- Williamson, J. (1986). The Grid History, Use and Meaning . *MIT Press*, 15-30.



## Ambalaj Tasarımında Renk ve Tipografinin Grafik Tasarım Bağlamında Rolü

Ayfer Demirel<sup>1</sup>

### Özet

Ambalaj tasarımı, grafik tasarım disiplininin iletişim, estetik ve pazarlama boyutlarını bir araya getiren çok katmanlı bir uygulama alanıdır. Günümüz tüketim ortamında ambalaj, ürünü koruyan bir yüzey olmanın ötesinde marka kimliğini görünür kılan, tüketici algısını yönlendiren ve satın alma kararını etkileyen bütüncül bir grafik tasarım ürününe dönüşmüştür. Renk ve tipografi, ambalajın anlam üretiminde belirleyici iki temel tasarım unsurudur. Bu çalışma, ambalaj tasarımını grafik tasarım disiplini içinde ele alarak birincil iletişim bölgesinde yer alan renk ve tipografinin işlevlerini incelemeyi amaçlamaktadır. Analiz sürecinde söz konusu unsurlar; grafik tasarım elemanları, tasarım ilkeleri ve Gestalt algı ilkeleri doğrultusunda değerlendirilmiş, aralarındaki ilişkiler seçilen örnekler üzerinden çözümlenmiştir. İncelenen ambalajların birincil iletişim bölgeleri görsel hiyerarşi, okunurluk, kontrast ve görsel bütünlük ölçütleri temel alınarak incelenmiştir. Elde edilen bulgular, renk ve tipografinin estetik tercihlerle sınırlı olmadığını; tasarımın stratejik yönünü belirleyen temel karar alanları arasında yer aldığını göstermektedir. Renk ve tipografinin birlikte ele alınması, marka sürekliliği, ürün algısı ve görsel ayırt edicilik üzerinde doğrudan etki yaratmaktadır. Bu iki unsur arasındaki uyum, ambalajın grafik tasarım ürünü olarak iletişim gücünü belirleyen temel unsurlardan biri olarak değerlendirilmektedir.

### 1. Giriş

Ambalaj tasarımı, grafik tasarım disiplininin işlevsel ve iletişimsel boyutlarını keşiştiren temel uygulama alanlarından biridir. Ambalaj, ürünü korur ve taşır. Bunun yanında tüketiciyle ilk görsel karşılaşmayı sağlar; marka kimliğini görünür hâle getirir ve satın alma davranışını etkiler. Bu nedenle ambalaj, endüstriyel üretimin teknik bir parçası olarak sınırlanamaz. Yüzeyinde

1 Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü  
ayferdemirel@aydin.edu.tr, 0009-0009-2865-8246

kullanılan renk ve tipografi, görsel düzen kurar; ürünün algılanma biçimini ve markaya yüklenen anlamı da biçimlendirir. Ambalaj yüzeyi, grafik tasarım unsurlarının birlikte çalıştığı bir iletişim alanı niteliği taşır.

Günümüzün rekabetçi tüketim ortamında, özellikle hızlı tüketim ürünlerinde ambalaj tasarımı, ürünün raf üzerindeki algısını doğrudan şekillendirmektedir. Hedef kitlenin sınırlı algılama süresi içerisinde ürünü fark etmesi, tanınması ve tercih etmesi büyük ölçüde ambalajın grafik tasarımsal organizasyonuna bağlıdır. Bu bağlamda renk ve tipografi, ambalaj tasarımının temel yapı taşları olarak öne çıkmakta hem bilgilendirici hem de duygusal etki yaratan görsel iletişim araçları olarak işlev görmektedir.

Başarılı bir grafik tasarım sürecinde tasarımın amacı, hedef kitlesi ve kullanım bağlamı belirleyici unsurlar arasında yer almaktadır. Tasarımın hangi hedef kitleye hitap ettiği, bu kitlenin sosyal ve kültürel özellikleri, beğeni düzeyi ve ihtiyaçları; tasarım unsurlarının biçimlenmesinde yönlendirici rol oynamaktadır. Bu doğrultuda yazı ve görsel unsurların belirlenen ölçütler çerçevesinde düzenlenmesi, grafik tasarım ürününün amacına uygun ve etkili bir iletişim kurabilmesi açısından önem taşımaktadır (Odabaşı, 2006, s. 192). Ambalaj tasarımında da hedef kitleye ilişkin bu verilerin dikkate alınması; renk tercihleri, tipografik yapı ve görsel düzenleme kararlarının bilinçli biçimde oluşturulmasını gerekli kılmaktadır.

Bu araştırmada ambalaj tasarımı, grafik tasarım disiplini içerisinde konumlandırılarak; renk ve tipografinin ambalaj üzerindeki rolü kuramsal bir perspektiften ele alınmaktadır. Ambalajın grafik tasarım ürünü olarak taşıdığı iletişimsel ve algısal özellikler, grafik tasarım elemanları ve ilkeleri doğrultusunda değerlendirilerek renk ve tipografinin ambalaj üzerindeki bütüncül etkisi ortaya konulmaktadır.

## **2. Ambalajın Grafik Tasarım Ürünü Olarak Konumlandırılması**

Ambalaj tasarımı, grafik tasarım disiplininin en somut ve işlevsel uygulama alanlarından biridir. Renk, tipografi, görsel hiyerarşi ve kompozisyon gibi temel tasarım bileşenleri ambalaj yüzeyinde bütünleşerek ürünün kimliğini ve iletmek istediği mesajı biçimlendirir. Ambalaj yüzeyi, tüketiciyle doğrudan temas kuran ve görsel iletişimi başlatan aktif bir tasarım alanıdır. Bu yüzeyde kurulan görsel düzen, algıyı yönlendirir ve satın alma davranışı üzerinde etkili olur. Grafik tasarımcı, hangi unsurların öne çıkarılacağına, vurgu düzeyine ve görsel yoğunluğun yüzeyde nasıl dağıtılacağına bilinçli kararlar verir. Tipografinin tek başına kullanıldığı bazı ambalaj örneklerinde dahi sade ve ayırt edici çözümler üretilebildiği görülmektedir (Becer, 2014).

## 2.1. Ambalaj Tasarımında Grafik Tasarım Elemanları ve İlkeleri

Grafik tasarımcı, ambalaj tasarlama sürecinde grafik tasarım elemanları ve ilkelerini her zaman göz önünde bulundurmalıdır. Bunun yanı sıra hedef kitle üzerinde dikkat çekici bir şekilde görsel algı oluşturmalıdır. Bu da tasarımın yapı taşı elemanlarını ambalajda en dikkat çekici bir şekilde oluşturmakla ilgilidir. Grafik tasarım elemanları: Nokta, çizgi, biçim, doku, leke, boşluk, renk. Grafik tasarım ilkeleri ise; ritim, denge, uyum, zıtlık, bütünlük, egemenlik, vurgu-çekicilik, basitlik, orantı ve görsel hiyerarşi, devamlılıktır. Ambalaj üzeri grafik tasarımın iki boyutlu ilk formunu oluşturduktan sonra biçimlenip kompozisyon üzerinde bütünlük kurması önemlidir.

Becer (2014, ss. 101-102), ambalaj tasarımı bağlamında grafik tasarım ilkelerini belirli başlıklar altında sınıflandırır ve bu ilkelerin, ambalajın görsel bütünlüğü ile iletişim gücünü doğrudan etkilediğini vurgular ve şu şekilde açıklar:

**Denge;** grafik tasarımda görsel unsurların bir bütünlük oluşturacak biçimde yüzey üzerinde konumlandırılmasıyla ortaya çıkan ilişkisel sistemi ifade etmektedir. Tasarım öğeleri arasındaki yakınlık ve uzaklık ilişkileri, izleyicide görsel bir düzen algısı oluştururken; bu düzen simetrik ya da asimetrik kompozisyonlar aracılığıyla sağlanabilmektedir.

**Kontrast;** grafik tasarımda görsel unsurlar arasındaki farklılıkların bilinçli biçimde vurgulanmasıyla oluşturulan bir düzenleme ilkesidir. Boyut, oran, kalınlık-incelik, renk, biçim, pozitif-negatif alan ilişkisi ya da konum gibi değişkenler üzerinden kurulan kontrast, tasarım yüzeyinde öncelikli öğelerin öne çıkmasını sağlayarak iletinin daha hızlı ve etkili biçimde algılanmasına katkıda bulunmaktadır.

**Gerilim;** grafik tasarımda karşıt görsel unsurlar arasında kurulan dinamik bir denge durumunu ifade etmektedir. Görsel ilgiyi canlı tutan bu etki, ancak kontrast ile denge ilkelerinin birlikte ve bilinçli biçimde kullanıldığı kompozisyonlarda ortaya çıkmaktadır. Gerilim, tasarım yüzeyinde durağanlıktan kaçınılarak izleyicinin dikkatinin sürekli olarak aktif tutulmasına olanak sağlamaktadır.

**Vurgu;** bir tasarım unsurunun kompozisyon içerisindeki algısal önceliğini belirleyen bir özelliktir. Bu özellik, ilgili unsurun diğer tasarım öğeleriyle kurduğu boyut, biçim ve renk ilişkilerine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Görsel ağırlığı yüksek olan unsurlar, izleyicinin dikkatini yönlendirmede ve tasarımın odak noktasını oluşturmada belirleyici bir rol üstlenmektedir.

**Ton değerleri;** bir rengin açık ya da koyu olma derecesini ifade eden görsel bir özelliktir. Tasarım sürecinde ton farklılıkları, özellikle açık-koyu karşıtlıkları üzerinden görsel algıyı yönlendirmek ve izleyicinin dikkatini belirli alanlara

çekmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu bağlamda ton değerleri, kompozisyon içinde vurgu oluşturma ve görsel hiyerarşi kurmada etkili bir tasarım aracı olarak değerlendirilmektedir.

**Konum;** kompozisyonu oluşturan tüm görsel ve tipografik öğelerin, izleyicinin bakışını belirli bir düzen ve yön içinde dolaştıracak biçimde yerleştirilmesini ifade eder. Tasarım sürecinde öğelerin konumlandırılması, görsel akışın kontrol edilmesini, bilginin doğru sırayla algılanmasını ve kompozisyonun okunabilirliğinin artırılmasını sağlamaktadır.

**Sıralama;** tasarım öğelerinin bilgi akışını destekleyecek biçimde, belirli bir mantık ve düzen içerisinde gruplanarak yerleştirilmesini ifade eder. Bu ilke, görsel karmaşayı azaltarak algılama sürecini daha konforlu hâle getirmekte ve izleyicinin içeriği daha hızlı ve doğru biçimde okumasına olanak tanır.

**Hiyerarşi;** tasarımda yer alan görsel unsurların önem derecelerine göre düzenlenmesi ve ilişkilendirilmesi ilkesini ifade eder. Görsel öncelik düzeyleri; öğelerin boyutları, ton değerleri, konumları, hizalama biçimleri ve oransal ilişkileri aracılığıyla belirlenir. Bu düzenleme, izleyicinin dikkatinin en önemli bilgidен ikincil unsurlara doğru yönelmesini kolaylaştırır.

**Doku;** tasarımda yüzeye derinlik ve algısal zenginlik kazandıran bir görsel unsurdur. Ambalaj tasarımında kullanılan farklı doku etkileri; ürünün yumuşak, pürüzsüz, yoğun ya da daha ham ve işlenmemiş gibi niteliklerinin izleyiciye sezgisel olarak aktarılmasına olanak tanımaktadır. Bu sayede ürünün fiziksel özellikleri, görsel tasarım aracılığıyla algısal bir deneyime dönüştürülmektedir.

## 2.2. Ambalaj Tasarımında Gestalt Kuramı

Gestalt Kuramı, algı ve algısal örgütlenme süreçlerini açıklayan ve görsel unsurların bütünsel biçimde algılandığını vurgulayan bir yaklaşımdır. Bu kurama göre düzenli biçimde organize edilen görsel bütünlükler daha hızlı algılanır ve zihinde daha kalıcı izler bırakır. İnsan gözü, biçimleri ve formları benzerlik, yakınlık, süreklilik ve bütünlük ilkeleri doğrultusunda gruplandırarak anlamlandırır. Aynı görsel öğeler farklı biçimlerde düzenlendiğinde algısal sonuçlar ve üretilen anlamlar değişir. Bu yaklaşım, görsel iletişim ürünlerinde algının nasıl oluşturulduğunu açıklayan temel kuramsal çerçevelerden biridir (Uçar, 2016, s. 65).

Gestalt yaklaşımı ambalaj tasarımı açısından ele alındığında, ambalaj yüzeyinde yer alan grafik unsurlar bütünsel bir kompozisyon içinde algılanır. Marka adı, logotype, ürün görseli, renk alanları ve tipografik öğeler hedef kitle tarafından birlikte değerlendirilir ve ortak bir görsel anlam oluşturur. Gestalt ilkeleri doğrultusunda kurulan bu kompozisyon, ürünün raf üzerindeki

algılanabilirliğini artırır ve marka tanınırlığını destekler. Renk ve tipografiyle kurulan görsel bütünlük, lezzet çağrışımı ve görsel tanınabilirlik üzerinde etkili olur. Grafik tasarım unsurlarının algısal örgütlenme ilkeleri doğrultusunda ele alınması, ambalaj tasarımında tutarlı ve sürdürülebilir bir görsel iletişim kurulmasını destekler. Bu yaklaşım, markaya ait görsel dilin raf düzeni içinde güçlü ve okunabilir biçimde yer almasına katkı sağlar.

### 2.3. Ambalaj Tasarımında İletişim Bölgeleri

Ambalaj tasarımında birincil iletişim bölgesi, grafik tasarım açısından en kritik alanlardan biridir. Bu alan, markanın pazarlama stratejisinin ve görsel kimliğinin yoğunlaştığı bölüm olup; marka adı, ürün adı, ürün tipi ve miktar bilgileri gibi temel unsurları içermektedir. Kalabalık satış ortamlarında ambalajın dikkat çekme ve iletişim kurma sorumluluğu büyük ölçüde bu bölgeye aittir. İçindekiler, kullanım talimatları, besin değerleri ve yasal açıklamalar gibi ikincil bilgiler ise genellikle ambalajın yan ya da arka yüzlerinde konumlandırılmaktadır. Grafik tasarımcının bu birincil ve ikincil düzeydeki iletişim unsurlarını doğru biçimde ayırt etmesi, bilgi hiyerarşisinin sağlıklı kurulabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Eğer bir ambalajda izleyicinin gözü önce en önemli unsuru algılayıp ardından mantıklı bir sıra içinde ikincil bilgilere yöneliyorsa, ambalaj üzerindeki görsel organizasyonun başarılı olduğu söylenebilir. Ambalajın yan ve arka yüzleri, ön yüz kadar iddialı olmasa da grafik tasarım bütünlüğü açısından ihmal edilmemesi gereken alanlardır. Bu yüzeylerde yer alan bilgilerin düzensiz veya karmaşık biçimde sunulması, tüketiciyle kurulan güven ilişkisini zayıflatabilmekte ve satın alma kararını olumsuz etkileyebilmektedir. Bu nedenle ambalaj tasarımının tüm yüzeyleri, grafik tasarım ilkeleri doğrultusunda bütüncül bir yaklaşımla ele alınmalıdır (Becer, 2014).

## 3. Ambalajda Grafik Tasarım Unsurları

Bir ambalajın raf üzerinde fark edilmesini sağlayan temel tasarım unsurları sınırlı sayıdadır. Bu bağlamda dikkat çekiciliği en yüksek düzeyde etkileyen unsurlar; renk kullanımı, ambalajın fiziksel yapısı ve biçimi, semboller ile sayısal göstergeler ve tipografik düzenleme olarak sıralanabilir (Becer, 2014, s. 103). Bu unsurlar, hedef kitlenin ürünü ilk bakışta algılamasında ve ambalajla görsel temas kurulmasında belirleyici rol oynamaktadır. Özellikle ambalajın birincil iletişim bölgesindeki renk ve tipografik unsurların bütüncül rolü büyüktür.

### 3.1. Ambalaj Tasarımında Renk ve Tipografinin Bütüncül Rolü

Balcı ve Say'a (2005) göre renk, doğal ya da yapay nesnelere yansıyan ışığın göz aracılığıyla algılanmasıyla ortaya çıkan görsel bir olgudur. Renk

algısı fiziksel, fizyolojik ve psikolojik boyutları içeren çok katmanlı bir süreçtir. Fiziksel düzeyde ışığın göze ulaşması, fizyolojik düzeyde bu ışığın gözde oluşturduğu tepkiler, psikolojik düzeyde ise beynin rengi yorumlaması ve buna bağlı duygusal etkiler belirleyici olur. Renklerin psikolojik etkileri bireyler ve toplumlar arasında farklılık gösterebilir. Bireylerin dünya görüşleri, ruh hâlleri ve kültürel deneyimleri renk tercihlerinde etkili olur. Çocukların ve ilkel toplulukların daha canlı ve yüksek kontrastlı renklere yöneldiği; buna karşılık yetişkin ve deneyim düzeyi yüksek bireylerin daha dengeli ve doygun renkleri tercih ettiği gözlemlenmektedir. Toplumsal yaşamda yaşanan savaş, kriz ve refah dönemleri gibi tarihsel süreçler de renk tercihlerinde değişimlere yol açabilir. Renk, ambalaj tasarımında hedef kitlenin algısal ve duygusal özellikleri doğrultusunda kurgulanan temel grafik tasarım unsurlarından biridir. Renk seçimleri, ürünün algılanma biçimini ve tasarımın iletişim etkisini doğrudan belirler.



*Görsel 1. Ülker Çikolatalı Gofret Ürün Ailesi*

*Kaynak: Ülker (t.y.)*

Renk, grafik tasarım ve ambalaj tasarımında nesnelere tanımlayan bir görsel unsur olmanın yanında duygusal ve düşünsel anlamlar taşıyan güçlü bir iletişim aracıdır. Rengin kullanım amacı bir fikri sembolize etmek, belirli bir atmosfer kurmak ve izleyicide duygusal tepkiler uyandırmaktır. Tek bir renk somut bir nesneyi açıklamakta sınırlı kalabilir; buna karşın duygu ve ruh hâlini ifade etmede oldukça etkilidir. Açık ve parlak renkler neşe, rahatlık ve canlılık hissi uyandırırken koyu ve düşük parlaklıktaki renkler hüznü, ciddiyet ve melankoli gibi duygularla ilişkilendirilmektedir. Renk tayfındaki ton çeşitliliğinin farklı duygusal etkiler üretmesi, grafik tasarım sürecinde renk seçimini anlam üretimi açısından belirleyici hâle getirir. Kontrast değeri yüksek renk kombinasyonları görsel canlılık ve dinamizm sağlar; birbirine yakın değer ve düşük doygunlukta renkleri ise sakinlik, güven ve denge hissi oluşturur. Grafik ve ambalaj tasarımcıları, rengin sembolik ve duygusal gücünden yararlanarak tasarımın anlamını ve iletişim etkisini güçlendirir (Uğur, 2007, ss. 288-289).

Gıda ambalajlarında renk, ürünün kimliğini, lezzet vaadini ve hedeflenen tüketici profilini görsel düzlemde temsil eden temel göstergelerden biridir. Ambalaj yüzeyinde kullanılan renkler, tüketicinin ürünle ilk karşılaşma anında tat, içerik ve ürün kategorisine ilişkin hızlı ve sezgisel bir algı oluşturur.

Çikolata ambalajlarında sütlü, bitter ve beyaz çikolata gibi lezzet türlerinin renk kodlarıyla ayrıştırılması yaygın bir tasarım yaklaşımıdır. Sütlü çikolatalarda açık kahverengi ve krem tonları tercih edilirken bitter çikolatalarda koyu kahverengi ve siyaha yakın tonlar kullanılmaktadır. Böylece ürün içeriği ve lezzet profili görsel göstergeler aracılığıyla doğrudan iletilir (Görsel 1).



*Görsel 2. Knorr Baharat Ailesi*

*Kaynak: Knorr (t.y.)*

Renk, grafik tasarımda hem bir tasarım elemanı hem de bir tasarım ilkesi olarak temel bir konuma sahiptir. Tek başına anlam üretebilen güçlü bir görsel araç niteliği taşır (Uçar, 2016). Ambalaj tasarımında renk, ürün kimliğinin tanımlanmasına katkı verir ve tüketici algısını yönlendirir. Gıda ürünlerinde lezzet ve koku çağrışımlarını destekler; temizlik ürünlerinde ise koku ve ferahlık algısını güçlendirir. Raf düzeni içinde renk kullanımı, ürün çeşitlerinin görsel olarak belirginleşmesini ve markanın kolay tanınmasını sağlar.

Baharat ambalajlarında ürünün doğal rengine yakın tonların tercih edilmesi (zerdeçal, zencefil, tatlı toz kırmızı biber, tarçın), hedef kitle açısından gerçekçi ve güven verici bir algı oluşturmaktadır. Hedef kitle, hangi ürünü satın alacağını renk unsuru aracılığıyla hızlı ve kolay biçimde ayırt edebilmektedir. Ambalajın birincil iletişim bölgesinde rengin bu biçimde kullanılması, görsel algıda seçiciliği artırarak algılama sürecini kolaylaştırmakta ve satın alma davranışını desteklemektedir. Bu bağlamda grafik tasarımcı için ürünün fiziksel, duyuusal ve anlamsal özelliklerini tanımak, etkili ve doğru ambalaj tasarımı oluşturmanın temel koşullarından biri olarak öne çıkmaktadır (Görsel 2).



*Görsel 3. Vernel Standart Yumuşatıcı Ürün Ailesi*

*Kaynak: Vernel (t.y.)*

Ev içi temizlik ürünleri arasında yer alan deterjanlar, çoğunlukla sahip oldukları koku özelliklerine göre birbirinden ayrılmaktadır. Ürünün içeriğinde yer alan doğal esanslar, ambalaj tasarımında renk ve görsel dil aracılığıyla hedef kitleye aktarılmaktadır. Grafik tasarımcı, ürünün kokusal özelliğini görsel bir koda dönüştürerek ambalaj üzerinde algısal bir eşleştirme kurmaktadır. Bu bağlamda gül kokulu deterjanlarda kırmızı ve pembe tonlarının, deniz esintisini çağrıştıran ürünlerde mavi tonlarının, lavanta kokulu ürünlerde ise mor ve lila tonlarının tercih edilmesi yaygın bir tasarım yaklaşım olduğu söylenebilir. Renk seçimleri, ürünün kokusal kimliğini görsel olarak destekleyerek tüketicinin ürünü raf üzerinde hızlı biçimde tanımasına olanak tanımaktadır. Bunun yanı sıra “hassas”, “yumuşak” ve “nazik” gibi ürün özellikleri de pastel renkler, yumuşak ton geçişleri ve akışkan formlar aracılığıyla ambalaj tasarımında vurgulanmaktadır. Bu tür görsel tercihler, ürünün algısal konumlandırmasını güçlendirmekte ve tüketiciyle kurulan duygusal bağı desteklemektedir (Görsel 3).



*Görsel 4. Emotion Deodorant Sprey Ailesi*

*Kaynak: Emotion (t.y.)*

Tipografi, ambalaj tasarımında marka ve ürünle ilgili bilgilerin iletilmesini sağlayan temel grafik tasarım araçlarından biridir. Yazı karakterinin seçimi, font ağırlıkları arasındaki farklar, punto düzenlemeleri ve tipografik öğelerin ambalaj yüzeyindeki konumlandırılması; bilgi hiyerarşisinin oluşmasında belirleyici rol oynamaktadır. Bu düzenleme sayesinde tüketici, ambalaj üzerindeki bilgileri belirli bir öncelik sırasına göre algılayabilmekte ve ürünle ilgili temel verilere kısa sürede ulaşabilmektedir (Becer, 2014). Görsel 4'teki kadınlara yönelik deodorant markasının logotypelerin hem stili hem de tasarımdaki konumu belirli bir hiyerarşik düzen içerisindedir. Bu deodorant markasının ürün çeşitliliği doğadan esinlenerek belirlendiği ürün türünün isimlerinden anlaşılmaktadır. Doğadaki çiçeklerin kokusu ürün içeriğini oluştururken rengi ise ambalaj üzerindeki tonların belirlenmesinde kullanıldığı görülmektedir. Ürünün içeriği ve ambalaj üzeri grafiğinin de bir bütünlük içerisinde olması önemlidir. Bu bütünlük Emotion markasının kurumsal web sitesinde izlenebilmektedir. Firma

ürünlerinin koku ailesini; varyant ismi, koku ailesi adı, üst nokta, orta nokta ve alt nokta olarak kategorize ederek ambalaj tasarımları ile ilişkilendirildiği anlaşılmaktadır. Doğadaki çiçek-meyve çiçekleri kokuları ve renk tonlarını tercih ettikleri bunları ambalaj tasarımlarında bütünlük içerisinde kullandığı gözlenebilmektedir (Emotion, t.y.).



*Görsel 5. Emotion Koku Ailesi*

*Kaynak: Emotion (t.y.)*

Günümüz tüketim kültüründe kişisel bakım ve öz bakım pratiklerinin yaygınlaşması, markaların ürün çeşitliliğini artırmasına yol açmaktadır. Görsel 4-5'te bu çeşitlenmenin koku seçeneklerine yansıdığı görülmektedir. Kadınların yaşamlarında kariyer beklentilerinin yükselmesi, toplumsal cinsiyet rollerindeki dönüşüm ve bireysel bağımsızlığın güçlenmesi, ürün ve marka stratejilerinin yeniden şekillenmesini beraberinde getirmektedir. Datamonitor tarafından sunulan tüketici araştırmalarına dayalı değerlendirmeler, kadın tüketicilerin ürünlerden beklentilerini dört temel başlık altında toplandığını göstermektedir. Bu beklentiler haz ve kendini ödüllendirme duygusu (indulgence), kullanım kolaylığı (convenience), performans ve sosyallik olarak tanımlanmaktadır. Söz konusu beklentiler, özellikle hızlı tüketim ürünlerine ait ambalaj tasarımı örneklerinde belirgin biçimde izlenebilmektedir. Günlük yaşamı kolaylaştıran, zamandan tasarruf sağlayan ve kişisel deneyimi öne çıkaran ürünlerde ambalaj, işlevsel gerekliliklerin yanında duygusal ve deneysel bir tasarım yüzeyi hâline gelmektedir. Bu durum, ambalaj tasarımında renk, tipografi ve görsel dilin hedef kitlenin yaşam pratikleriyle uyumlu biçimde kurgulanmasını gerekli kılmaktadır (Hampshire ve Stephenson, 2007, s. 141).



Görsel 6. Peyman Nutzz Popzz Ürün Ailesi

Kaynak: Peyman (t.y.)

Tipografik yapı, ambalaj üzerinde okunurluğu sağlamanın yanında ürünün karakterini, marka kimliğini ve hedef kitleyle kurduğu duygusal ilişkiyi biçimlendirir. Yazı formlarının biçimsel özellikleri ve görsel dili, ürünün algısal konumunu destekleyen bir kimlik ögesi niteliği taşır. Tipografi, ambalaj tasarımında bilgi aktaran bir unsur olmanın sınırlarını aşarak anlam üretir ve markanın kişiliğini görünür kılar (Ambrose & Harris, 2020, s. 6). Ambalajda tipografik düzen en belirgin biçimde logotype aracılığıyla ortaya çıkar. Logotype, marka adını tipografik bir düzenleme ile görsel kimliğe dönüştürür ve ambalaj yüzeyinde güçlü bir algısal odak oluşturur. Harf formlarının karakteri, ağırlığı ve yerleşimi markanın raf üzerindeki tanınırlığını artırır; tüketicinin zihninde süreklilik taşıyan bir görsel iz bırakır (Görsel 6).

Görsel 6, ambalaj tasarımında renk ve tipografinin bütüncül kullanımını somut biçimde ortaya koyan güncel bir örnek sunmaktadır. Aynı marka ve ürün ailesi içinde yer alan ambalajlar, tipografik yapı açısından tutarlılık gösterirken; renk, illüstrasyon ve vurgu öğeleri aracılığıyla ürün çeşitliliğini açık biçimde ayrıştırmaktadır. Bu ayrışma kontrast ve denge ilkesinin beraber kullanımı ile gerçekleştirilmektedir. Bu da hedef kitlede görsel ilgiyi artırır. Görselde yer alan ambalajlar, logotype'ın sabit ve tanınabilir bir tipografik yapı olarak konumlandırıldığını; buna karşılık arka plan renkleri, karakter illüstrasyonları ve yardımcı tipografik unsurların ürün farklılaşmasını sağlamak üzere değişken biçimde kurgulandığını göstermektedir. Bu tasarım kurgusu, ambalaj tasarımında marka sürekliliği ile ürün ailesi düzeyinde farklılaşmanın aynı anda nasıl yönetilebileceğini ortaya koymasından, tipografi ve renk ilişkisine dayalı kuramsal tartışmayı destekleyen işlevsel bir örnek niteliği taşımaktadır.



*Görsel 7. Elidor Şampuan Ürün Ailesi*

*Kaynak: Elidor (t.y.)*



*Görsel 8. Perwoll Deterjan Ailesi*

*Kaynak: Perwoll (t.y.)*

Grafik tasarım sürecinde renk ve tipografi, anlam üreten, yönlendiren ve algıyı biçimlendiren stratejik unsurlar arasında yer alır. Renk dikkat çekme, yön verme ve çağrışım oluşturma işlevi üstlenir. Tipografi ise bilginin düzenli, okunabilir ve hiyerarşik biçimde aktarılmasını sağlar. Bu iki unsurun birlikte kullanımı, tasarımın algılanabilirliğini ve iletişim gücünü doğrudan etkiler. Ambalaj tasarımında renk ve tipografi, tasarımın genel etkisini belirleyen temel görsel bileşenlerdir. Renk, tipografik öğelerin algılanmasını güçlendirir; karşıtlık ve açıklık yaratarak görsel ve mantıksal bir hiyerarşi kurulmasına katkı verir. Ambrose ve Harris'e (2018, s. 134) göre renk ile tipografinin birlikte kullanımı, bilginin daha açık ve düzenli biçimde sunulmasını sağlar. Renk ve tipografi arasındaki etkileşim, ambalaj tasarımında okunurluğu artırır ve kavramsal bütünlüğü destekler. Bu birliktelik marka kimliğinin tutarlı biçimde aktarılmasına yardımcı olur. Aynı tipografik düzenin farklı renk paletleriyle uygulanması, ürün ailesi içinde görsel süreklilik oluşturur; renk aracılığıyla varyasyonların ayırt edilmesini kolaylaştırır. Böylece grafik tasarımda tutarlılık ile farklılaşma dengesi eş zamanlı biçimde yönetilebilir (Görsel 7-8).



Görsel 9. Peyman Nutzz Popcorn Ürün Ailesi

Kaynak: Peyman (t.y.)

Renk ve tipografinin ambalaj tasarımındaki etkisi ürün aileleri üzerinden açık biçimde izlenebilir. Aynı markaya ait farklı ürün çeşitlerinde tipografik düzen büyük ölçüde korunur; renk paletleri ise ürün varyasyonlarını görsel olarak farklılaştırır. Bu sistem, marka kimliğinde sürekliliği destekler ve hedef kitlenin farklı lezzetleri hızlı ve sezgisel biçimde algılamasını kolaylaştırır. Grafik tasarım perspektifinden ele alındığında bu kullanım biçimi, renk, tipografi ve kompozisyonun planlı bir görsel strateji doğrultusunda kurgulandığını ortaya koyar. Gıda ambalajlarında renk, ürün içeriği ve lezzetle ilişki kurarak anlam üretir. Tipografi bu anlamı sabitler ve markayla kurulan görsel bağı güçlendirir (Görsel 9).

Gestalt algı ilkelerinden benzeşme–ayırışma, bir kompozisyon içindeki görsel öğelerin ortak özellikler üzerinden bütünlük kurmasını ve farklı özelliklerle birbirinden ayrılmasını açıklar. Biçim, ölçü ve renk bakımından benzerlik taşıyan öğelerin düzenli biçimde tekrarlanması benzeşme etkisi oluşturur. Bu öğelerden bazılarında yapılan yön, ağırlık ya da biçim değişiklikleri görsel vurguyu güçlendirir ve kompozisyonda odak noktası oluşturur. Tipografik düzenlemelerde genel bütünlük korunurken belirli sözcüklerin italik ya da kalın (bold) karakterle öne çıkarılması, benzeşme–ayırışma dengesine dayalı bir görsel vurgu yaratır (Uçar, 2016, s. 68).

Görsel 9'da yer alan ambalaj tasarımlarında benzeşme ve ayırışma ilkelerinin birlikte kullanıldığı görülmektedir. Ortak tipografik düzen, logo kullanımı ve kompozisyon anlayışı ürünlerin aynı marka ailesine ait olduğunu güçlü biçimde hissettirir. Renk farklılıkları ise ürün çeşitlerinin birbirinden kolayca seçilmesini sağlar ve her bir lezzetin hızlı biçimde tanınmasına yardımcı olur. Bu kullanım, grafik tasarımda tutarlılık ile çeşitlilik dengesinin görsel algı ilkeleri doğrultusunda planlandığını göstermektedir.



Görsel 10. Züber Noutos Cips Ürün Ailesi

Kaynak: Züber (t.y.)

Hızlı tüketim gıda sektöründe markalar arasındaki rekabet, ürün çeşitliliğinin artmasına ve bu çeşitliliğin ambalaj yüzeyinde güçlü görsel kodlarla ifade edilmesine neden olmaktadır. Bu durum özellikle geniş hedef kitlelere hitap eden cips ürünlerinde belirgin biçimde gözlemlenmektedir. Ürünler arasındaki farklılıklar, ambalaj tasarımında çoğunlukla renk unsuru üzerinden oluşturulmakta; her varyant, kendine özgü bir baskın zemin rengi aracılığıyla tanımlanmaktadır.

Ambalaj yüzeyinde hâkim bir rengin kullanılması algısal etkiyi güçlendirirken, tipografik unsurların biçimsel özellikleri ve renk tercihleri ile oluşturulan kontrast görsel hiyerarşinin netleşmesine katkı sağlamaktadır. Bu yaklaşım, grafik tasarım ilkeleri doğrultusunda kurulmuş bir bütünlük sunar; renk, tipografi ve kompozisyon unsurları uyumlu bir tasarım düzeni içinde bir araya gelir. Gestalt algı kuramı bağlamında değerlendirildiğinde, ambalaj üzerindeki bu düzenleme biçimi izleyicinin görsel öğeleri parça parça değil, bütüncül bir düzen olarak algılamasını kolaylaştırmaktadır.

Algısal gruplama ilkesi, birbirine yakın konumlandırılan görsel öğelerin uzak olanlara göre daha hızlı ve bütüncül biçimde algılanmasını ifade etmektedir. Bu ilkeye göre grafik tasarım ürünlerinde öğelerin düzenli ve anlamlı biçimde organize edilmesi, iletilmek istenen bilginin ve mesajın izleyici tarafından daha kolay anlaşılmasını ve hatırlanmasını sağlamaktadır. Duyuru, ilan, reklam

ve ambalaj tasarımlarında görsel unsurların sistemli bir düzen içerisinde kurgulanması, izleyicinin ürüne ilişkin bilgileri kısa sürede kavramasına ve markayla zihinsel bağ kurmasına olanak tanımaktadır (Uçar, 2016, s. 67).

Bütüncül tasarım düzeni, hedef kitlenin ürünü raf üzerinde kısa sürede fark etmesini ve markayla zihinsel bir bağ kurmasını mümkün kılmaktadır. Renkten bağımsız bir tipografik düzenleme ya da tipografik hiyerarşiden yoksun bir renk kullanımı ise ambalajın iletişim gücünü zayıflatmaktadır. Bu nedenle ambalaj, grafik tasarım ürünü olarak ele alındığında renk ve tipografinin birlikte kurgulandığı bütüncül bir sistem olarak değerlendirilmelidir (Görsel 10).



*Görsel 11. Züher Noutos Cips Afiş Ailesi*

*Kaynak: Züher (t.y.)*

Ambalaj tasarımı, ürünle sınırlı bir grafik tasarım çıktısı değildir. Marka bünyesindeki diğer tasarım ürünlerinin biçimlenmesinde yönlendirici bir referans işlevi görür. Ambalajda kullanılan renk paleti, tipografik düzen ve kompozisyon anlayışı; reklam amaçlı dijital mecralarda üretilen afiş tasarımları için görsel bir çerçeve oluşturur. Ambalaj, markanın grafik tasarım dilinde süreklilik sağlayan temel unsurlardan biridir. Görsel 11’de afiş tasarımlarının arka plan renklerinin ambalaj zemin renkleriyle örtüştüğü görülmektedir. Bu tercih, görsel bütünlük ve süreklilik ilkeleri doğrultusunda tutarlı bir tasarım yaklaşımı ortaya koyar. Ambalaj üzerinde kullanılan logotype rengi, afiş tasarımlarında arka plan ya da baskın görsel alan olarak yeniden kullanılır. Böylece marka kimliği farklı mecralarda tutarlı biçimde aktarılır. Renk ve tipografinin mecralar arasında süreklilik göstermesi, markanın görsel hafızadaki kalıcılığını güçlendirir ve hedef kitleyle kurulan algısal bağı pekiştirir. Ambalaj tasarımı, grafik tasarım ürünleri içinde merkezi bir konuma sahiptir. Afiş gibi diğer tasarım alanlarında kavramsal ve biçimsel bütünlüğün korunmasına katkı sağlar; markaya ait görsel sistemin temelini oluşturur.

## 5. Sonuç

Bu araştırmada ambalaj tasarımı grafik tasarım disiplini içinde ele alınmış, renk ve tipografinin ambalaj yüzeyindeki rolü grafik tasarım elemanları ve tasarım ilkeleri doğrultusunda incelenmiştir. İncelenen örnekler, koku ve tat duyularına hitap eden ürün gruplarında grafik tasarım kararlarının ürün

içerikleri ile ilişkili renk ve tipografik düzenlemeler üzerinden kurgulandığını göstermektedir. Tasarım sürecinde bu ilişkinin bilinçli biçimde ele alındığı, ambalajın birincil iletişim bölgesinde kullanılan renk seçimleri ve tipografinin stilistik özelliklerinde açık biçimde izlenmektedir.

Hedef kitlenin dikkatini çekmeye ve ürünle duygusal bağ kurmasına yönelik görsel kodların kontrast, hiyerarşi ve bütünlük ilkeleri doğrultusunda şekillendirildiği görülmektedir. Renk ve tipografinin birlikte ele alındığı bu yaklaşım, ambalajın raf üzerindeki ayırt ediciliğini artırır ve ürün algısının hızlı ve sezgisel biçimde oluşmasına katkı verir. Ambalaj tasarımı, marka kimliği, tüketici algısı ve görsel iletişim stratejilerinin kesişiminde yer alan çok katmanlı bir tasarım sistemidir. Renk ve tipografinin birlikte kurgulanması, ambalajın iletişim gücünü belirginleştirir ve grafik tasarım ürünü olarak işlevsel ve anlamsal etkisini güçlendirir.

## Kaynakça

- Aslan Odabaşı, H. (2006). *Grafik'te Temel Tasarım*, Yorum Sanat Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2020). *Grafik Tasarımda Tipografi*, Çev. Bengisu Bayrak, Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2018). *Tipografinin Temelleri*, Çev. Bengisu Bayrak, Literatür Yayınları.
- Balcı, Y. B. ve Say, N. (2005). *Temel Sanat Eğitimi*, Ya-Pa Yayın.
- Becer, E. (2014). *Ambalaj Tasarımı*, Dost Kitabevi Yayınları.
- Hampshire M. ve Stephenson K. (2007). *Packaging, Design Successful Packaging For Specific Customer Groups*, RotoVision Packaging.
- Uçar, T. F. (2016). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*, Oğlak İnkılâp Kitapevi Yayın.
- Uğur, E. (2007). *Renk Bilgisi ve Renk Yöntemi*. Kuşbakışı Yayınevi.

## Görsel Kaynaklar

- Görsel 1. Ülker Çikolatalı Gofret Ürün Ailesi. (2026, 14 Ocak). <https://www.ulker.com.tr/tr/markalar/ulker-cikolatali-gofret>
- Görsel 2. Knorr Baharat Ailesi. (2026, 14 Ocak). <https://www.knorr.com/tr/urunler/baharatlar.html>
- Görsel 3. Vernel Yumuşatıcı Ürün Ailesi. (2026, 14 Ocak). <https://www.vernel.com.tr/urunler/standart-yumusaticilar.html>
- Görsel 4. Emotion Deodorant Sprey Ailesi. (2026, 14 Ocak). <https://emotion-deodorant.com/urunlerimiz/sprey-deodorant/>
- Görsel 5. Emotion Koku Ailesi. (2026, 14 Ocak). <https://emotiondeodorant.com/koku-ailesi/>
- Görsel 6. Peyman Nutzz Popzz Ürün Ailesi. (2026, 14 Ocak). <https://www.peyman.com.tr/Nutzz>
- Görsel 7. Elidor Şampuan Ürün Ailesi. (2026, 14 Ocak). <https://www.elidor.com.tr/tum-urunler/sampuan.html>
- Görsel 8. Perwoll Deterjan Ailesi. (2026, 14 Ocak). <https://www.perwoll.com.tr/products.html>
- Görsel 9. Peyman Nutzz Popcorn Ürün Ailesi. (2026, 14 Ocak). <https://www.peyman.com.tr/Nutzz>
- Görsel 10. Züber Noutos Cips Ürün Ailesi. (2026, 14 Ocak). <https://www.zuber.com/collections/cipsler>
- Görsel 11. Züber Noutos Cips Afiş Ailesi. (2026, 14 Ocak). [https://www.zuber.com/products/zuber-noutos-tanisma-paketi?recommended\\_by=dynami-c&recommended\\_code=bc4709dbbde94f3bcf5e09c81b8e305a](https://www.zuber.com/products/zuber-noutos-tanisma-paketi?recommended_by=dynami-c&recommended_code=bc4709dbbde94f3bcf5e09c81b8e305a)



## Kek Ambalajlarında Renk ve Tipografi Odaklı Grafik Tasarım

Ayfer Demirel<sup>1</sup>

### Özet

Gıda ambalajları, grafik tasarım disiplininin en görünür ve stratejik uygulama alanlarından biridir. Özellikle kek ürünleri gibi hızlı tüketim kategorisinde yer alan ürünlerde ambalaj, marka kimliğini temsil eden, ürün ailesini tanımlayan ve tüketici algısını yönlendiren kapsamlı bir grafik tasarım ürünü olarak değerlendirilmektedir. Renk ve tipografi, ambalaj tasarımında anlam üretiminin merkezinde yer alan iki temel görsel unsur olarak belirginleşmektedir. Bu çalışmada kek ambalajları grafik tasarım perspektifinden ele alınmış; renk ve tipografinin ürün ailesi kurgusu, marka sürekliliği ve raf algısı üzerindeki rolü incelenmiştir. Örneklem olarak Eti markasına ait Browni Intense ve Paykek ürün aileleri seçilmiş, her iki seri tipografi ve renk kullanım stratejileri açısından karşılaştırmalı biçimde değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, ambalaj tasarımında tipografi ve rengin estetik tercihlerle sınırlı kalmadığını; ürün ailesi kurgusu ve raf algısı açısından belirleyici tasarım kararları arasında yer aldığını göstermektedir.

### 1. Kek Ambalajlarında Renk ve Tipografi Analizi

#### 1.1. İnceleme Yaklaşımı ve Değerlendirme Ölçütleri

Tipografi, grafik tasarım disiplininde metnin okunabilirliğini sağlama işlevinin yanında görsel hiyerarşi kuran, anlam üreten ve marka kimliğini görünür kılan temel tasarım bileşenlerinden biridir. Yazının temel işlevi bilgi aktarmaktır; ancak tipografik düzenleme yazıya estetik, ton ve ifade boyutu kazandırarak metni okunacak bir içerikten görsel olarak yorumlanan bir iletişim unsuruna dönüştürmektedir (Uçar, 2016, ss. 106-107).

1 Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü  
ayferdemirel@aydin.edu.tr, 0009-0009-2865-8246

Grafik tasarımda tipografi, mesajın algılanış biçimini ve iletişim tonunu belirleyen temel unsurlardan biridir. Yazı karakterlerinin biçimi, ağırlığı ve düzenlenişi, iletilen mesajın içeriği kadar göndericinin kimliği ve iletişim tarzı hakkında da ipuçları sunar. Farklı yazı karakterleri resmî, otoriter, samimi ya da dinamik çağrışımlar oluşturarak mesajın yorumlanmasını doğrudan etkiler. Bu nedenle tipografi, okunurlukla birlikte anlamın kurulmasına katkı sağlayan ve görsel iletişimi yönlendiren bir tasarım bileşeni olarak değerlendirilir (Ambrose ve Harris, 2020, ss. 11-14).

Yazı karakteri aileleri içinde yer alan kalın, ince, daraltılmış ya da genişletilmiş biçimler tasarımcıya görsel hiyerarşi kurma ve vurgu oluşturma konusunda önemli olanaklar sunmaktadır. Farklı font ağırlıkları ve biçimleri aracılığıyla bilgi katmanları düzenlenebilmekte; böylece ambalaj, afiş ya da editoryal yüzeylerde okunurluk ve görsel bütünlük sağlanabilmektedir. Tipografinin bu özellikleri, grafik tasarım ürünlerinde mesajın hem işlevsel hem estetik düzeyde iletilmesine katkı sağlamaktadır (A.g.e., ss. 16-18).

Tipografide yazı ailesi kavramı, belirli bir yazı karakterinin farklı ağırlık, genişlik ve italik varyasyonlarını kapsayan bütünsel bir sistem olarak tanımlanmaktadır. İnce, orta, kalın ve italik gibi çeşitlenmeler tasarımcının görsel hiyerarşi kurmasına ve mesajı farklı vurgu düzeylerinde iletilmesine olanak tanımaktadır. Yazı ailelerinin sunduğu bu çeşitlilik, tasarımda hem bütünlük hem esneklik sağlayarak tipografik düzenlemeyi güçlendirmektedir. Yazı karakterlerinin ağırlık çeşitleri tipografik öncelik ve vurgu oluşturma temel araçlarından biridir. İnce, normal, yarı kalın ve kalın gibi farklı ağırlık dereceleri metin içinde bilgi katmanları oluşturulmasına imkân tanımaktadır. Bu çeşitlilik estetik tercih olmanın yanında görsel iletişim açısından işlevsel bir düzen sunmaktadır (Ambrose ve Harris, 2018, ss. 68-69). Dört yazı karakteri biçimi var: Tırnaksız, yarı tırnaksız, yarı tırnaklı, tırnaklı (Ambrose ve Harris, 2020, s. 63).

Grafik tasarımda tipografinin işlevsel ve anlamsal boyutlarını değerlendirebilmek için yazı karakterlerinin sınıflandırılması önemli bir inceleme alanı oluşturur. Yazı karakterleri; tarihsel gelişimleri, biçimsel özellikleri ve geometrik özellikleri doğrultusunda farklı yaklaşımlar çerçevesinde ele alınır. Bu yaklaşımlar, yazı karakterlerinin görsel nitelikleri kadar kullanım alanları ve iletişimsel işlevleri açısından da değerlendirilmesine imkân tanır. Tipografik incelemelerde yazı karakterleri genel olarak tarihsel gelişim, biçimsel özellikler ve geometrik özellikler temelinde ele alınır. Tarihsel yaklaşım, karakterlerin ortaya çıktıkları dönem ve tasarım anlayışına bağlı farklılaşmalarını incelerken; biçimsel yaklaşım serifli (tırnaklı), sans-serif (tırnaksız), slab serif (kalın tırnaklı) ve kaligrafik yazılar gibi temel ayrımlara dayanır. Geometrik yaklaşım ise

karakterlerin daire, kare ve üçgen gibi temel formlarla kurduğu ilişkileri dikkate alır. Serifli yazı karakterleri geleneksel ve klasik bir etki yaratırken sans-serif karakterler daha sade ve modern bir görünüm sunar. Slab serif karakterler güçlü ve vurgulu bir etki oluştururken kaligrafik yazılar kişisel ve ifade odaklı bir karakter taşır. Bu tipografik tercihler, tasarım yüzeyinde oluşturulmak istenen iletişim tonu ve hedef kitleye göre belirlenir. Böylece tipografi, teknik bir yazı düzenleme aracının yanı sıra tasarımın anlam üretimine katılan temel görsel iletişim araçlarından biri hâline gelir. Yazı karakterlerinin sınıflandırılması tasarımcı açısından mesaja uygun görsel ton ve kimlik oluşturma sürecinde yönlendirici bir rol oynar. Serifli karakterler arasında Garamond, Times, Bodoni, Caslon ve Palatino; sans-serif karakterler arasında Helvetica, Futura, Univers, Gill Sans ve Arial öne çıkar. Slab serif karakterlere Clarendon ve Rockwell örnek verilebilirken kaligrafik yazılar daha çok el yazısı etkisi taşıyan dekoratif kullanım alanlarında tercih edilir. Bu karakterler, biçimsel özellikleri ve tarihsel arka planları doğrultusunda farklı iletişim tonları oluşturarak grafik tasarım yüzeyinde anlam üretimine katkı sağlar. Bu çerçevede tipografi, grafik tasarımda okunurluğun sağlanmasının yanı sıra yazı karakteri seçimi ve kullanım biçimi aracılığıyla mesajın algılanışını yönlendiren ve görsel kimlik oluşturan temel bir bileşen olarak değerlendirilebilir (Uçar, 2016, ss. 133-134).

Ambalaj tasarımında renk, estetik tercihlerin yanında marka kimliğini görünür kılan ve görsel sistemi belirleyen temel bir tasarım bileşeni olarak ele alınmaktadır. Ürün ailesi içinde renk, farklı varyantların kodlanmasında ve sistematik biçimde ayrılmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Tipografi ile birlikte kullanılan renk, tasarımın genel etkisini güçlendirerek bilginin algılanma biçimini, okunurluğunu ve iletişim tonunu doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle ambalajlarda renk seçiminde birbirini tamamlayan, armonik, monokromatik ya da kontrast ilişkiler kuran renk dizileriyle çalışmak hem görsel bütünlüğü sağlamak hem de ürün çeşitliliğini görünür kılmak açısından önem taşımaktadır. Ton, kontrast ve renkler arası uyum ilişkileri ambalajın görsel bütünlüğünü belirleyen başlıca unsurlar arasında yer almakta; renk, tipografi ve diğer görsel bileşenlerle birlikte ele alınması gereken bütüncül bir tasarım unsuru olarak değerlendirilmektedir (Becer, 2014, ss. 117-18 ; Ambrose ve Harris, 2018, ss. 134).

Bu kuramsal çerçeve doğrultusunda çalışmada kullanılan değerlendirme başlıkları, tipografi ve renk unsurlarının ambalaj yüzeyindeki kullanımını ortaya koymak amacıyla belirlenmiştir. Tipografik analiz kapsamında ambalajlar; ürün marka adı ve konumu, yazı karakteri ve font ağırlığı, alt marka kullanımı, lezzet adı yerleşimi, tipografik hiyerarşi ve kontrast stratejisi gibi başlıklar çerçevesinde incelenmiştir. Renk analizinde ise baskın zemin rengi, ikincil renkler, ürünle ilişkili ana renk, vurgu renkleri, renk sıcaklığı, kontrast düzeyi, lezzet uyumu

ve renklerin anlamsal rolü dikkate alınmıştır. Belirlenen bu değerlendirme başlıkları, tablolar aracılığıyla sistematik bir biçimde ele alınmıştır.

## 2.2. Browni Intense Ürün Ailesi Analizi

### 2.2.1. Tipografik Yapı



Görsel 1. Browni Intense Mini Ürün Ailesi

Kaynak: ETİ (t.y.)

Tablo 1. Browni Intense Mini Ürünlerinin Tipografik İnceleme Tablosu

Tipografik Unsur	Browni Intense Mini Çikolatalı Kahveli Kek	Browni Intense Mini Karamelli Kek	Browni Intense Mini Çikolatalı Kek	Browni Intense Mini Gold Çikolata Kaplı Krema Dolgulu Kek
Ambalajın Ürün Marka Adı ve Konumu	Browni / Üst Merkez	Browni / Üst Merkez	Browni / Üst Merkez	Browni / Üst Merkez
Ambalajın Ürün Marka Fontu ve Font Ağırlığı	Display nitelikli, kalın ağırlıklı, premium algı oluşturan serif karakter	Display nitelikli, kalın ağırlıklı, premium algı oluşturan serif karakter	Display nitelikli, kalın ağırlıklı, premium algı oluşturan serif karakter	Display nitelikli, kalın ağırlıklı, premium algı oluşturan serif karakter
Ambalajın Ürün Alt Marka Adı ve Konumu	Instense / Ürün marka adının hemen altında	Instense / Ürün marka adının hemen altında	Instense / Ürün marka adının hemen altında	Instense / Ürün marka adının hemen altında
Ambalajın Ürün Alt Marka Fontu ve Font Ağırlığı	Display nitelikli, kalın ağırlıklı, modern ve premium vurgu taşıyan sans-serif karakter	Display nitelikli, kalın ağırlıklı, modern ve premium vurgu taşıyan sans-serif karakter	Display nitelikli, kalın ağırlıklı, modern ve premium vurgu taşıyan sans-serif karakter	Display nitelikli, kalın ağırlıklı, modern ve premium vurgu taşıyan sans-serif karakter
Ambalajın Lezzet Tanım Sözcüğü ve Konumu	Çikolatalı Kahveli Kek	Çikolatalı Karamelli Kek	Çikolatalı Kek	Ambalaj ön yüzünde açık lezzet tanımı yer almamaktadır.
Ambalajın Lezzet Tanım Sözcüğünün Fontu ve Font Ağırlığı	Sans-serif, orta ağırlıklı, üçüncül hiyerarşide	Sans-serif, orta ağırlıklı, üçüncül hiyerarşide	Sans-serif, orta ağırlıklı, üçüncül hiyerarşide	-
Ambalajın Tipografik Hiyerarşisi	Browni İntense Çikolatalı Kahveli Kek	Browni İntense Çikolatalı Karamelli Kek	Browni İntense Çikolatalı Kek	Browni İntense Eti Gold Çikolatasıyla
Ambalajın Kontrast Stratejisi	Açık renk tipografi, koyu zemin (yüksek okunurluk)	Açık renk tipografi, koyu zemin (yüksek okunurluk)	Açık renk tipografi, koyu zemin (yüksek okunurluk)	Koyu tipografi, açık/bej zemin (yüksek okunurluk)
Ambalajın Tipografik Rolü	Duygusal, yoğunluk vurgulu	Duygusal	Duygusal	Premium seri göstergesi

Ambalajın Tipografik Türü	Logotip	Logotip	Logotip	Logotip
Ambalajın Grafik Tasarım Tutarlılığı	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Yüksek

Browni Intense ürün grubuna ait ambalajlar birlikte incelendiğinde, tipografik düzenin seri boyunca istikrarlı bir sistem üzerine kurulduğu görülmektedir. Ürün marka adı her ambalajda üst merkez konumda yer almakta ve en büyük punto ile ilk okuma katmanını oluşturmaktadır. Kalın ve dikkat çekici karakter kullanımı, markanın rafta kolay algılanmasını sağlarken seri içinde ortak bir görsel başlangıç noktası oluşturmaktadır.

Marka adının hemen altında konumlanan alt seri ve lezzet bilgileri ikinci ve üçüncü okuma katmanını meydana getirmektedir. Karamelli, kahveli ve çikolatalı varyantlarda lezzet tanımları orta ağırlıkta sans-serif karakterlerle verilmiş; böylece ana marka tipografisinin baskınlığı korunurken içerik bilgisi dengeli biçimde aktarılmıştır. Bu yapı, ambalaj yüzeyinde okunabilirliği destekleyen açık bir hiyerarşi kurmaktadır.

Gold varyantında ise tipografik düzen kısmen yeniden yapılandırılmıştır. Ön yüzeyde doğrudan lezzet tanımı yerine “Eti Gold çikolatasıyla” ifadesinin ve ürün görselinin öne çıkarılması, alt seri vurgusunun farklı bir biçimde konumlandırıldığını göstermektedir. Açık tonlu zemin üzerinde kullanılan koyu ve altın tonlu yazılar, bu varyantın seri içinde ayrı bir konumda ele alındığını düşündürmektedir.

Ambrose ve Harris (2012, s. 161), logotype’ı bir markayı güçlü yönleri ve tanımlayıcı özellikleri üzerinden ifade eden grafik bir araç olarak tanımlamaktadır. Bu yönüyle logotype, ambalaj üzerinde tutarlı biçimde kullanıldığında raf üzerindeki tanınırlığı ve görsel hafızada kalıcılığı artırmaktadır. Özellikle kek ambalajlarında logotype, tipografik hiyerarşinin en üst basamağında konumlandırılmakta; ürün adı ve lezzet tanımları bu ana tipografik yapı etrafında organize edilmektedir. Bu durum, ambalaj tasarımında tipografi ile marka kimliği arasındaki doğrudan ilişkiyi açık biçimde ortaya koymaktadır.

Seri genelinde logotip merkezli tipografik sistem korunmuş, yazı ağırlıkları ve konum kararları aracılığıyla bütünlük sağlanmıştır. Bu düzen, Browni Intense ürün grubunda tipografinin marka sürekliliğini kuran ve ürün ailesi yapısını sabitleyen temel bir tasarım aracı olarak ele alındığını göstermektedir.

## 2.2.2. Renk Yapısı

*Tablo 2. Browni Intense Mini Ürünlerinin Renk Kullanımı İnceleme Tablosu*

Renk Unsuru	Browni Intense Mini Çikolatalı Kahveli Kek	Browni Intense Mini Karamelli Kek	Browni Intense Mini Çikolatalı Kek	Browni Intense Mini Gold Çikolata Kaplı Krema Dolgulu Kek
Ambalajın Baskın Zemin Rengi	Siyah	Siyah	Siyah	Koyu çikolata kahvesi
Ambalajın İkincil Zemin / Çerçeve Rengi	Kahverengi geçişler	Türuncu, kahverengi geçişler	Kahverengi	Altın, bej spiral
Ambalajda Ürünle İlişkili Ana Renk	Kahve, kakao kahverengisi	Karamel sarısı	Koyu kakao kahverengisi	Açık altın, kremi sarı (bej)
Ambalajda Vurgu Renkleri	Altın sarısı	Türuncu, altın	Kırmızı, altın	Altın, açık sarı
Ambalajın Renk Sıcaklığı	Sıcak	Sıcak	Sıcak	Ilık, sıcak
Ambalajın Kontrast Düzeyi	Yüksek (siyah–altın)	Yüksek (siyah–türuncu)	Yüksek (siyah–koyu kahve)	Orta–yüksek
Ambalajda Renk ile Lezzet Uyumu	Kahve aroması, yoğun çikolata algısı	Tatlı, akışkan karamel algısı	Saf ve güçlü çikolata algısı	Yumuşak, kremamsı, premium tat
Ambalajda Renklerin Psikolojik Etkisi	Yoğunluk, doygunluk	Enerji, cazibe	Güç, iştah	Zarafet, seçkinlik
Ambalajda Lezzet Ayırt Ediciliği	Orta	Orta	Orta	Yüksek
Ambalajda Renklerin Anlamsal Rolü	Kahve–çikolata birleşimini kodlar	Karamel lezzeti vurgular	Klasik çikolata kodu	Premium alt seri kimliği
Ambalajın Grafik Tasarım Tutarlılığı	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Yüksek

Browni Intense ürün serisinde renk kullanımı, lezzet karakterini görünür kılan ve seri bütünlüğünü destekleyen bir sistem oluşturmaktadır. Siyah ve koyu kahverengi tonlar baskın zemin rengi olarak kullanılmış; yoğun çikolata algısını güçlendiren koyu bir temel oluşturulmuştur. Bu koyu zeminler üzerinde

yer alan açık ve sıcak tonlu geçişler hem ürün görsellerini hem de tipografik unsurları belirginleştirmektedir.

Karamelli ve kahveli varyantlarda turuncu ve açık kahve tonlarının kullanılması, içerikle doğrudan ilişki kuran bir renk kodlaması oluşturmaktadır. Bu tonlar, ürün görselleriyle birlikte değerlendirildiğinde tat beklentisini güçlendiren bir etki üretmektedir. Çikolatalı ürünlerde ise koyu kakao tonları ve sıcak kahverengi geçişleri yoğunluk ve doygunluk algısını desteklemektedir. Tüketici araştırmalarında da kahverengi tonlarının çikolata ve bisküvi gibi ürün gruplarında en güçlü çağrışımı oluşturduğu; “tokluk” ve “lezzet” kavramlarıyla ilişkilendirildiği görülmektedir (Tekinarslan ve Dal, 2019, s. 167).

Gold varyantında tercih edilen açık altın ve bej tonları, serinin diğer ürünlerinden belirgin biçimde ayrılmaktadır. Açık zemin üzerinde konumlanan altın detaylar, daha yumuşak ve seçkin bir yüzey etkisi oluşturmaktadır. Bu tonlama, seri içinde farklı bir alt segment algısını güçlendirmektedir.

Seri genelinde sıcak renk paleti korunmuş; varyantlar arasında renk geçişleri aracılığıyla hem ayırt edilebilirlik hem de bütünlük sağlanmıştır. Renk tercihleri, lezzet içeriğini kodlayan ve seri yapısını düzenleyen bir tasarım sistemi oluşturmaktadır.

### **2.2.3. Renk ve Tipografi İlişkisi**

Browni Intense ambalajlarında renk ve tipografi birbirini destekleyen bir yüzey düzeni içinde ele alınmıştır. Koyu zeminler üzerinde açık ve parlak tipografik kullanımlar, marka adının ve lezzet bilgilerinin net biçimde algılanmasını sağlamaktadır. Altın ve sıcak tonlu vurgu renkleri yazı karakterlerinin görünürlüğünü artırarak güçlü bir kontrast ilişkisi kurmaktadır.

Seri boyunca tipografik düzen sabit tutulmuş; ürünler arasındaki farklılaşma büyük ölçüde renk varyasyonları üzerinden sağlanmıştır. Böylece raf üzerinde marka bütünlüğü korunurken, renk aracılığıyla lezzet çeşitleri kolaylıkla ayırt edilebilir hâle gelmiştir.

Gold varyantında açık zemin ve altın tonlu tipografi birlikte kullanılarak daha yumuşak bir kontrast düzeni oluşturulmuştur. Bu yaklaşım, ürünün seri içinde farklı bir konumda algılanmasına katkı sağlamaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde Browni Intense ürün grubunda tipografik sistem marka sürekliliğini koruyan sabit bir yapı sunarken, renk kullanımı lezzet çeşitliliğini görünür kılan ayrıştırıcı bir katman oluşturmaktadır. Bu iki unsurun birlikte kurgulanması, seri bütünlüğünü ve raf üzerindeki görsel etkiyi belirleyen temel tasarım kararlarını ortaya koymaktadır.

## 2.3. Paykek Ürün Ailesi Analizi

### 2.3.1. Tipografik Yapı



Tablo 3. Paykek Ürünlerinin Tipografik İnceleme Tablosu

Tipografik Unsur	Paykek Şekli-i Şahane	Paykek Mozaik	Paykek Meyveli	Paykek Kakaolu
Ambalajın Ürün Marka Adı ve Konum	Paykek / Üst Merkez	Paykek / Üst Merkez	Paykek / Üst Merkez	Paykek / Üst Merkez
Ambalajın Ürün Marka Fontu ve Font Ağırlığı	Display nitelikli logotip, en büyük punto, kalın ağırlıklı sans-serif karakter	Display nitelikli logotip, en büyük punto, kalın ağırlıklı sans-serif karakter	Display nitelikli logotip, en büyük punto, kalın ağırlıklı sans-serif karakter	Display nitelikli logotip, en büyük punto, kalın ağırlıklı sans-serif karakter
Ambalajın Ürün Alt Marka Adı ve Konum	Şekli-i Şahane – marka adının hemen altında	Mozaik – marka adının altında	Meyveli – marka adının altında	Kakaolu – marka adının altında
Ambalajın Ürün Alt Marka Fontu ve Font Ağırlığı	Display nitelikli, script (el yazısı karakterli), dekoratif logotip	Sans-serif, sade, orta-kalın	Sans-serif, sade, orta-kalın	Sans-serif, sade, orta-kalın
Ambalajın Lezzet Tanım Sözcüğü ve Konumu	Yoğun Çikolata Lezzeti	Mozaik Kek	Meyveli Kek	Kakaolu Kek

Ambalajın Lezzet Tanım Sözcüğünün Fontu ve Font Ağırlığı	Sans-serif, italik, akıcı formlu ve duygusal vurgu taşıyan karakter	Sans-serif, orta ağırlıklı, ürün türünü tanımlamaya yönelik işlevsel karakter	Sans-serif, orta ağırlıklı, ürün türünü tanımlamaya yönelik işlevsel karakter	Sans-serif, orta ağırlıklı, ürün türünü tanımlamaya yönelik işlevsel karakter
Ambalajın Tipografik Hiyerarşisi	Paykek Şekl-i Şahane Lezzet tanımı	Paykek Mozaik	Paykek Meyveli	Paykek Kakaolu
Ambalajın Kontrast Stratejisi	Açık renk yazı, koyu zemin	Açık, koyu	Açık, koyu	Açık, koyu
Ambalajın Tipografik Rolü	Marka tanımlayıcı, seri ayırt edici	Bilgilendirici, ayırt edici	Bilgilendirici	Bilgilendirici
Ambalajın Tipografik Türü	Logotip	Logotip	Logotip	Logotip
Ambalajın Grafik Tasarım Tutarlılığı	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Yüksek

Becer'e (2014, ss. 125-126) göre marka kimliği tasarımında temel amaç, marka adının ambalaj üzerinde kolay algılanabilir, ayırt edilebilir ve süreklilik gösterecek biçimde sunulmasıdır. Logotype, estetik bir yazı düzenlemesi olarak işlev görmeyen yanında markanın uzun vadeli görsel kimliğini taşıyan temel bir tasarım bileşenidir. Paykek ürün grubuna ait ambalajlar birlikte değerlendirildiğinde tipografik kurgunun marka adı etrafında tutarlı bir düzen oluşturduğu görülmektedir. Tüm ambalajlarda Paykek logotipi üst ve merkez konumda yer almakta; büyük punto ve kalın ağırlık kullanımı markayı ilk bakışta öne çıkarmaktadır. Bu yerleşim, ambalaj yüzeyinde markanın görsel önceliğini açık biçimde belirlemektedir.

Marka adının hemen altında yer alan ürün ve lezzet adları, ambalaj yüzeyinde ikinci bir tipografik öncelik alanı oluşturmaktadır. “Şekl-i Şahane”, “Mozaik”, “Meyveli” ve “Kakaolu” ifadeleri marka adıyla doğrudan ilişki kuracak biçimde konumlandırılmış ve tasarımın kimlik bütünlüğüne katkı sağlamıştır. Bu yerleşim, lezzet adlarının yalnızca ürün tanımı olmadığını; ürün ailesi içinde alt seriyi tanımlayan bir rol üstlendiğini göstermektedir. Özellikle “Şekl-i Şahane” çeşidinde tercih edilen akıcı ve dekoratif yazı karakteri, diğer ürünlerde kullanılan sade sans-serif tipografiyle karşılaştırıldığında ambalaj yüzeyinde belirgin bir görsel farklılık yaratmaktadır.

Lezzet tanım metinleri ve ürün türü ifadeleri orta ağırlıklı karakterlerle verilmiş, böylece bilgi katmanı güçlendirilmiştir. Tipografik hiyerarşi incelendiğinde marka adı, alt marka ve lezzet bilgisinin sıralı bir okuma düzeni oluşturduğu görülmektedir. Açık renkli yazı karakterlerinin koyu zeminler üzerinde kullanılması okunurluğu artırmakta ve raf üzerindeki algıyı desteklemektedir.

Genel tipografik kurgu değerlendirildiğinde Paykek ambalajlarında marka adı sabit bir referans noktası oluşturmakta, ürün ve lezzet adları bu yapı altında çeşitliliği görünür kılan ikincil katman olarak konumlanmaktadır. Bu düzen, ürün ailesi içinde hem marka sürekliliğini koruyan hem de ürün çeşitlerini ayırt etmeyi kolaylaştıran bir tipografik sistem oluşturmaktadır.

### 2.3.2. Renk Yapısı

*Tablo 4. Paykek Ürünlerinin Renk Kullanımı İnceleme Tablosu*

Renk Unsuru	Paykek Şekli-i Şahane	Paykek Mozaik	Paykek Meyveli	Paykek Kakaolu
Ambalajın Baskın Zemin Rengi	Bordo / koyu kırmızı	Mor	Açık yeşil	Kırmızı
Ambalajın İkincil Zemin / Çerçeve Reng	Altın sarısı detaylar	Sarı (ambalaj uçları)	Sarı (ambalaj uçları)	Sarı (ambalaj uçları)
Ambalajda Ürünle İlişkili Ana Renk	Kakao kahverengisi	Açık bej, kakao kahverengisi	Meyve turuncusu ve yeşili	Koyu kakao kahverengisi
Ambalajda Vurgu Renkleri	Altın, koyu kahve	Sarı, açık kahve	Turuncu, mor, beyaz	Siyah, koyu kahve, altın/sarı
Ambalajda Renk Sıcaklığı	Sıcak	Orta-sıcak	Sıcak	Sıcak
Ambalajda Kontrast Düzeyi	Orta-yüksek	Yüksek (mor-sarı karşıtlığı)	Orta	Yüksek (kırmızı-sarı)
Ambalajda Renk ile Lezzet Uyumu	Yoğun, zengin çikolata algısı	Eğlenceli, parçalı kek algısı	Taze, meyveli, ferah tat algısı	Güçlü, klasik kakao algısı
Ambalajda Renklerin Psikolojik Etkisi	Geleneksel, doyurucu	Enerjik, eğlenceli	Canlılık, doğallık	Yoğunluk, iştah açıcı
Ambalajda Renk Ayırt Ediciliği	Orta	Yüksek	Orta	Orta
Renklerin Anlamsal Rolü	Özel tarif, klasik tat	Ürünü rafta ayıran ana kimlik rengi	Meyve içeriğini doğrudan gösteren kod	Klasik çikolata kodu
Ambalajın Grafik Tasarım Tutarlılığı	Yüksek	Yüksek	Yüksek	Yüksek

Paykek ürün serisinde renk kullanımı, her ürün çeşidinin içeriğini görünür kılan ve rafta ayırt edilebilirliği destekleyen belirgin bir görsel düzen oluşturmaktadır. Bordo, mor, yeşil ve kırmızı gibi baskın zemin renkleri ürün çeşitlerini birbirinden ayırırken; sarı ambalaj uçları ve altın tonlar seri bütünlüğünü koruyan ortak bir çerçeve sunmaktadır. Ürün görsellerinde kullanılan kakao kahverengisi, meyve turuncusu ve açık kek tonları içerikle ilişki kuran renk kodları olarak ambalaj yüzeyinde yer almakta ve lezzet beklentisini desteklemektedir. Araştırmalarda kırmızı rengin “açlık” ve “lezzet” kavramlarıyla güçlü biçimde ilişkilendirildiği belirtilmektedir (Tekinarslan ve Dal, 2019, s. 167).

Her ambalajda zemin rengi ile ürün görseli arasında kurulan kontrast, ürün adının ve görsel detayların hızlı algılanmasını kolaylaştırmaktadır. Mor–sarı, kırmızı–sarı ve yeşil–turuncu gibi karşıtlıklar raf içinde dikkat çekici bir etki yaratmakta ve ürün çeşitlerinin kolay biçimde seçilmesine yardımcı olmaktadır. Renk kullanımının bu şekilde kurgulanması, estetik tercihlerle birlikte ürün içeriğini tanımlayan ve seri düzenini destekleyen işlevsel bir grafik tasarım yaklaşımına işaret etmektedir. Ambalajlarda kullanılan renklerin tüketiciler tarafından ürün içeriğiyle ilişkilendirildiği ve renk–ürün uyumunun algıyı güçlendirdiği de belirtilmektedir (A.g.e., s. 163).

Paykek ambalajlarında renklerin anlamsal rolü incelendiğinde mor tonun ürünü rafta ayıran bir kimlik rengi olarak işlev gördüğü; yeşil ve turuncu birlikteliğinin meyve içeriğini doğrudan kodladığı; kırmızı tonların ise kakao algısını güçlendirdiği görülmektedir. Bu bulgular, Paykek serisinde renk kullanımının tipografiye kıyasla daha belirleyici bir ayırt edici unsur olarak öne çıktığını göstermektedir.

### **2.3.3. Renk ve Tipografi İlişkisi**

Paykek ürün serisinde renk kullanımı, ürün çeşitliliğini doğrudan görünür kılan ve raf içinde ayırt edilebilirliği artıran temel görsel düzeni oluşturmaktadır. Bordo, mor, yeşil ve kırmızı gibi baskın zemin renkleri her ürün için farklı bir kimlik alanı yaratmakta; bu farklılaşma ambalajların uzaktan algılanmasını kolaylaştırmaktadır. Ambalaj uçlarında yer alan sarı tonlar ve altın detaylar ise seri bütünlüğünü koruyan ortak bir çerçeve işlevi görmektedir.

Ürün görsellerinde kullanılan kakao kahverengisi, meyve turuncusu ve açık kek tonları, içerikle doğrudan ilişki kuran renk kodları olarak ambalaj yüzeyinde yer almaktadır. Bu renkler, ürün içeriğine dair ön bilgi sunmakta ve lezzet beklentisini güçlendirmektedir. Özellikle meyveli üründe yeşil ve turuncu birlikteliği tazelik ve meyve içeriğini vurgularken, kakaoolu üründe kırmızı ve koyu kahverengi birlikteliği klasik kakao algısını desteklemektedir.

Zemin rengi ile tipografik öğeler ve ürün görselleri arasında kurulan kontrast, ambalajın okunurluğunu ve raf görünürlüğünü artırmaktadır. Mor-sarı, kırmızı-sarı ve yeşil-turuncu karşıtlıkları dikkat çekici bir görsel etki oluşturmakta, ürün çeşitlerinin hızlı biçimde seçilmesini kolaylaştırmaktadır. Renklerin psikolojik etkileri değerlendirildiğinde bordo ve kahverengi tonların yoğunluk ve doyuruculuk hissi oluşturduğu; mor ve sarı birlikteliğinin enerjik ve eğlenceli bir ton sunduğu; yeşil ve turuncu birlikteliğinin ise tazelik ve doğallık çağrışımı oluşturduğu görülmektedir.

Bu yapı, Paykek ambalajlarında renk sisteminin ürün içeriğini tanımlayan, çeşitleri ayıran ve seri bütünlüğünü koruyan çok katmanlı bir grafik tasarım unsuru olarak kurgulandığını göstermektedir.

#### 2.4. Karşılaştırmalı Değerlendirme

Özellik	Browni	Paykek
Tipografi	Baskın ve vurgu odaklı	Sabit ve marka odaklı
Renk	Tipografiyi destekleyen	Ürünleri ayırıştırıcı ana unsur
Algı	Premium, yoğun lezzet	Dinamik ve eğlenceli
Raf etkisi	Yoğun ve güçlü	Renk çeşitliliği ile dikkat çekici

Browni Intense ve Paykek ürün aileleri birlikte değerlendirildiğinde, her iki serinin ambalaj tasarımında renk ve tipografinin farklı öncelikler üzerinden kurgulandığı görülmektedir. Browni Intense serisinde tipografik düzen marka kimliğini sabitleyen ve seri bütünlüğünü kuran ana unsur olarak öne çıkarken, Paykek ürün ailesinde renk kullanımı ürün çeşitlerini ayırtan temel görsel belirleyici rolü üstlenmektedir.

Browni Intense ambalajlarında marka adı ve tipografik düzen tüm seri boyunca değişmeden korunmakta, lezzet farklılıkları ise renk tonları ve vurgu renkleri aracılığıyla desteklenmektedir. Koyu zeminler üzerinde kullanılan altın ve açık tonlu tipografi, yoğunluk ve premium algısını güçlendiren bir görsel dil oluşturmaktadır. Bu yapı, raf üzerinde güçlü ve bütüncül bir marka etkisi yaratmaktadır.

Paykek ambalajlarında ise marka adı sabit bir konumda yer almakla birlikte ürün çeşitlerinin algılanmasında belirleyici unsur renk sistemi olarak öne çıkmaktadır. Bordo, mor, yeşil ve kırmızı gibi baskın zemin renkleri her ürün için ayrı bir görsel alan oluşturmakta; sarı ambalaj uçları ve ortak tipografik düzen ise seri bütünlüğünü korumaktadır. Böylece tipografi marka sürekliliğini sağlayan sabit bir yapı sunarken renk sistemi ürün çeşitlerini görünür kılan temel ayırıştırıcı katman hâline gelmektedir.

Her iki seri raf etkisi açısından değerlendirildiğinde Browni Intense ambalajlarının koyu ve yoğun tonlar aracılığıyla güçlü ve premium bir görünüm oluşturduğu, Paykek ambalajlarının ise renk çeşitliliği ve kontrast ilişkileri sayesinde daha hareketli ve dikkat çekici bir raf düzeni sunduğu görülmektedir. Bu farklılaşma, iki ürün ailesinin hedeflenen tüketici algısı ve konumlandırma stratejileriyle uyumlu bir grafik tasarım yaklaşımı sergilediğini göstermektedir.

#### 4. Sonuç

Bu çalışmada Eti markasına ait Browni Intense ve Paykek ürün ailelerinin ambalajları, grafik tasarım disiplini bağlamında renk ve tipografi kullanımı üzerinden incelenmiştir. Elde edilen bulgular, kek ambalajlarında renk ve tipografinin ürün ailesi yapısını kuran ve raf üzerindeki algıyı yönlendiren temel tasarım unsurları arasında yer aldığını göstermektedir.

Browni Intense ürün grubunda tipografi merkezli bir tasarım yaklaşımı benimsenmiş; marka adı ve tipografik düzen seri boyunca korunarak güçlü bir marka sürekliliği oluşturulmuştur. Renk kullanımı ise lezzet farklılıklarını destekleyen ve alt segment ayrımlarını görünür kılan tamamlayıcı bir unsur olarak kurgulanmıştır. Koyu zeminler ve sıcak tonlu vurgu renkleri aracılığıyla yoğunluk, kalite ve premium algısı güçlendirilmiştir.

Paykek ürün ailesinde ise renk sistemi ürün çeşitlerini ayırt eden temel görsel katman olarak öne çıkmıştır. Her ürün için farklı zemin renkleri kullanılarak çeşitlilik doğrudan görünür kılınmış; tipografi ise marka bütünlüğünü koruyan sabit bir referans noktası oluşturmuştur. Lezzet adlarının marka adıyla birlikte konumlandırılması, ürün çeşitlerinin kimlik düzeyinde algılanmasına katkı sağlamıştır.

Karşılaştırmalı değerlendirme sonucunda kek ambalajlarında tipografi ve renk kullanımının estetik tercihlerle sınırlı kalmadığı; ürün ailesi kurgusu, raf görünürlüğü ve marka konumlandırmasıyla ilişkili tasarım kararlarıyla birlikte ele alındığı görülmektedir. Grafik tasarım unsurlarının tutarlı ve planlı kullanımı, ürün ailesi bütünlüğünü güçlendirmekte ve raf üzerindeki seçim sürecini yönlendirmektedir. Kek ambalajlarında renk ve tipografi, ürün kimliğinin oluşturulmasında ve görsel iletişim dilinin kurulmasında belirleyici bir rol üstlenmektedir.

## Kaynakça

- Ambrose, G. ve Harris, P. (2020). *Grafik Tasarımda Tipografi*, Çev. Bengisu Bayrak, Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2018). *Tipografinin Temelleri*, Çev. Bengisu Bayrak, Literatür Yayınları.
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2012). *Tipografi Sözlüğü*, Çev. Bengisu Bayrak, Literatür Yayınları.
- Becer, E. (2014). *Ambalaj Tasarımı*, Dost Kitabevi Yayınları.
- Tekinarslan, N. G., & Dal, N. E. (2019). Tüketici Davranışları Çerçevesinde Ürün Ambalaj Renklerinin Algılanması: Genç Tüketiciler ile Bir Araştırma. *International Journal of Academic Value Studies*, 5(1), 159–174.
- Uçar, T. E. (2016). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*, Oğlak İnkılâp Kitabevi Yayın.
- Görsel Kaynaklar**
- Görsel 1. Browni Instense Ürün Ailesi. (2026, 15 Ocak). <https://www.etietieti.com/tr-tr/markalarimiz/browni>
- Görsel 2. Paykek Ürün Ailesi. (2026, 15 Ocak). <https://www.etietieti.com/tr-tr/markalarimiz/paykek>



## Avant-garde'dan Günümüze Hareketli Grafiğin Öncüsü: Hans Richter

Çağdaş Topçu<sup>1</sup>

### Özet

Eski çağlardan bu yana tüm medeniyetlerde, insanın ve toplumların kendini ve yaşadığı dünyayı en güçlü biçimde ifade ediş yollarından biri sanat olmuştur. Sanat; kimi zaman bir isyan, kimi zaman bir düşünce, felaket ya da aşk ile başlayıp, sancılı süreçler içerisinde olgunlaşan, düşünceyle şekillenen ve emekle ortaya çıkan bir ifade biçimidir. Uygun koşulları bulduğunda ise sanat eserleri, geniş kitleleri etkisi altına alarak insanlığın bakış açısını değiştiren çeşitli sanat akımlarının doğmasına zemin hazırlamıştır. Bu sanat akımları, yıllar boyunca toplumların ve insanlığın ruh hâlinin en güçlü yansımalarından biri olmuştur. Bu kısa araştırma yazısı, sanat tarihi içerisinde belki de en anlamlı ve insanlığı derinden etkileyen akımlardan biri olan, etkileri günümüze kadar devam eden Avant-Garde sanat akımının insanlığa kazandırdığı hareketli grafiğin öncülerinden Hans Richter'in hayatına odaklanmaktadır. Hans Richter, savaşlar arası dönemin en önemli sanat akımlarının büyük bir bölümünde aktif olarak yer almış; kırk yılı aşkın bir süre boyunca yönetmen, grafik animasyoncu, eğitimci ve sinemacı kimliğiyle ürettiği eserlerle Avant-Garde akımının şekillenmesinde ve günümüze taşınmasında önemli bir rol üstlenmiştir. Bu çalışmanın hazırlanma amacı; grafik animasyon, sanat ve sinema tarihi açısından son derece önemli bir isim olan Hans Richter'in günümüz gençlerine doğru ve kapsamlı bir biçimde tanıtılması, ileride gerçekleştirecekleri projeler için ilham verici bir kaynak ve yol gösterici olmasının sağlanmasıdır. Çalışmanın kapsamı, Hans Richter'in doğumundan ölümüne kadar geçen süre içerisinde, yalnızca yüksek önem taşıyan dönemlerin ve eserlerin incelenmesiyle sınırlandırılmıştır. Araştırma yöntemi olarak doküman analizi, internet kaynaklarının taranması ve yabancı dilden çeviri gibi nicel araştırma yöntemleri kullanılmış; elde edilen bilgiler mümkün olan en sade ve anlaşılır biçimde özetlenmiştir.

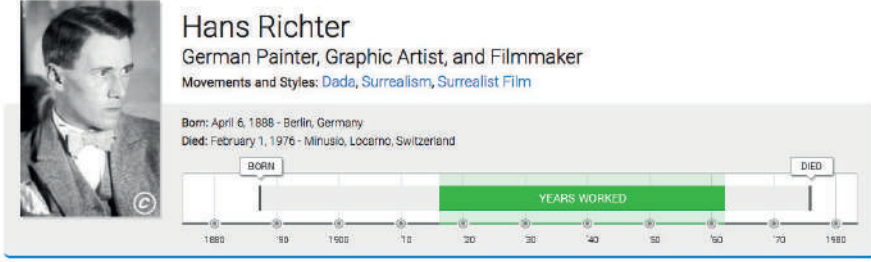
1 Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, catopcu@gelisim.edu.tr, ORCID ID 0000-0002-6790-2741

## 1. Giriş

Avant-Garde aslen Fransızca bir terimdir. İngilizce'de öncü, yenilikçiler, yenilik getirenler, ileri muhafız gibi anlamlar taşır (URL1). Bu kavramın ilk ortaya çıkışı 19. yüzyılın ilk yarısı Fransa'da, sosyalizmin öncülerinden biri olan etkili düşünür Henri de Saint Simon'ın katkılarıyla gerçekleşmiş olarak gösterilse de 1. Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya çıkan sinematik Avangard'ın doğuş yeri Almanya'dır (URL2). Neredeyse yalnızca modern ressamlar ve fotoğrafçılardan oluşan bu uluslararası deneysel film hareketi, savaş sonrası modernizmin çeşitli özelliklerini ve biçimsel stratejilerini sinemaya yaymak için sürekli çaba halinde olmuştur. Odak noktasını insan aktörleri veya anlatı akışı yerine; kamera, film şeridi, ekranın doğası, özellikleri ve işlevleri olarak kabul etmiştir. Popüler sinemanın doğallaştırıcı, endeksleyici eğilimlerine karşı kasıtlı muhalefet ederek, ilk Avant-Garde'in yüksek derecede öze dönüşlü filmleri, uzay-zamansal dönüşüm kapasitesine dikkat çekerek, sinemanın ortama özgü sinemanın ortama. Bu nedenle hareketi başlatan ilk filmlerin hepsi, Alman sanatçıların belirleyici bir katkı yaptığı bir alan olan soyut animasyon çalışmalarından oluşmaktadır.

İşte bu ilk öncüler arasında en önemlisi, savaşlararası dönemin tüm zorluklarını birinci dereceden yaşayarak en büyük sanat akımlarının çoğunda önemli roller üstlenen Hans Richter olmuştur (URL2). Kozmopolit bir figür olan Hans Richter'in kariyeri, 1. Dünya Savaşı'ndan 1960'lara kadar modern sanatın tarihini bir bütün halinde somutlaştırırken, Dadaizm'den başlayıp Constructivism, Surrealism ve Fluxus hareketine uzanan geniş bir sanat hareketiyle gözler önüne serilmektedir. Richter, 1. Dünya Savaşı'nda ağır yaralandığı Naziler'in zulmünden ve Sovyetler Birliği'ndeki sanatsal suçlamalara kadar 20. yüzyılın siyasi kabuslarını ilk elden yaşayanlardandır. Sanatını asla insanlığın çatışmalarından ve ıstıraplarından ayrı olarak görmemiş, daha iyi bir toplum yaratmak için kullanmaya adanmıştır (URL3). Sinema tarihi açısından özellikle deneysel filmleri ve sonraki yıllarda sinema alanında ürettiği diğer eserlerle Hans Richter, hem kendi dönemi hem de günümüz sanatçıları için büyük esin kaynağı ve yol gösterici olmuştur. Hans Richter'in ölümünden sonra hayatını ve çalışmalarını konu alan çok sayıda önemli araştırma ve çalışma hazırlanmıştır. Yapılan literatür taramasında bu çalışmaların büyük çoğunluğunun İngilizce ve Almanca temelli olduğu, dilimizde ise sanatçının sadece birkaç araştırma ve kaynakta yer aldığı tespit edilmiştir.

## 2. Biyografi



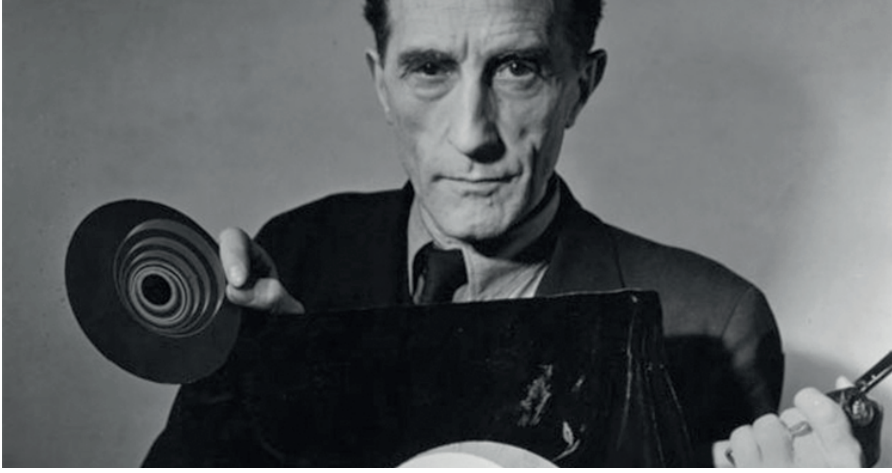
*Görsel 1: Hans Richter'in aktif çalışma dönemi. Kaynak: (URL: 10)*

“Öncülük ettiğimiz hayat, çılgınlıklarımız ve kahramanlık eylemlerimiz provakasyonlarımız her ne kadar polemikal ve agresif olmuş olsalar bile, hepsi yorulmaz bir muhalif sanat arayışının parçası, düşünmenin, hissetmenin ve bilmenin yeni bir yoluydu.”

Richter, Yahudi bir ailenin altı çocuğundan biri olarak Berlin’de dünyaya geldi. Lise günlerinin başında okul arkadaşlarının çeşitli portrelerinin yanı sıra, doğa ve şehir hayatından eskizler çizmeye başladı. Richter’in annesi Ida Gabriele, başarılı bir harpçi ve piyanistti ve oğluna ömür boyu süren bir müzik aşkı aşıladı. Mezun olduktan sonra Richter sanat alanında bir kariyer yapmaya karar verdi. Ancak Richter’in babası Moritz Richter, onun bir mimar olarak eğitim almasında ısrar etti. Mimarlık alanında kariyere hazırlanırken Richter, babasının Berlin’deki “Mississippi Grass Twine Company” isimli şirketinde marangoz ve marangoz çırağı olarak ancak iki yıl dayanabildi. Sonunda Richter yine ait olduğu alana yöneldi. 1908’den itibaren Berlin Academy of Art, Weimar the Academy of Art ve Paris’teki the Academie Julien’de eğitim gördü. Richter, eğitiminin bir parçası olarak Velazquez, Tintoretto ve Rubens’in eski usta resimlerinin yanı sıra Wilhelm Leibl ve Franz Von Lenbach da dahil olmak üzere 19. yüzyılın yeni Alman sanatçılarının eserlerini kopyaladı. Almanya o dönemde Post-Empresyonizm, Sembolizm ve Erken Ekspresyonizm ve genç Die Brücke sanatçılarının çalışmalarını da kapsayan yeni fikirlerle dolu, canlı bir Avant-Garde sanat akımıyla çalkalanıyordu. Fütürizm, Kübizm gibi yeni sanat akımları ise Berlin sahnesinden başlayarak eklenecekti. Almanya o dönem ayrıca Oskar Messtor ve Guido Seeber gibi yenilikçilerle yeni film ortamının öncülüğüne de hazırlanıyordu (URL3). Richter’in Modern sanata ilk maruz kalması 1912-1913’te Blaue Reiter grubunun sergilerini ve ilk Autumn Salon’u (Herbstsalon 1913), ziyaret etmesiyle başladı. Bu süre zarfında Marinetti tarafından yayınlanan Futurist Manifestosu’nu yayınladı. Bir

süre periyodik Die Aktion çevresinde şekil alan Münih Ekspresyonist grubu ile de uyum sağlamaya çalıştı. Birinci Dünya Savaşı sırasında yaralanmasıyla 1916'da İsviçre'ye giderek ilk Dada grubuna katıldı ancak anti askeri karşıtı duruşları yüzünden dikkatlerini kısmen çekebildi. Siyasi duruşu, onu Zürih'in Devrimci Sanatçılar Derneği'nin (Association des Artistes Révolutionnaires) kuruluşuna katılmaya yöneltti (URL4).

1918'de Richter hala Zürih'teyken, Tristan Tzara onu resim yapma yolundaki anlayışlarının birbirlerine çok yakın olduğunu düşündüğü ressam Viking Eggeling ile tanıştırdı. 1919'da Richter, çalıştığı Eggeling firması bünyesinde Almanya'ya geri döndü ve ailesinin Klein-Kölzig'deki şatosuna yerleşti (URL3).



*Görsel 2: Hans Richter'in bir portresi. Kaynak: (URL: 11)*

Richter ilk çalışmalarını “vejetatif (istem dışı çalışan) tarzda ürünler” olarak amaçladı. Çünkü daha sonra başka bir süreçle “somutlaştırılmış” doğal bileşenler üzerine çekileceklerdi. Bu bağlamda çalışmaları biraz da olsa Wassily Kandinsky'nin Expressionist veya Fauve soyutlamalarını anımsatmaktaydılar. Richter'in erken çalışmaları “Alman Dışavurumcu” kalıptaydı ve Cézanne ve Cubo-Futuristler'in de güçlü bir etkisinin olması şaşırtıcı değildi. Çünkü en azından Richter'in, 1913'te İtalyan Futurist Marinetti'yi Berlin ziyaretinde şahsen tanıma fırsatı yakaladığı biliniyordu. Richter'in 1914'teki “Viyolonsel” adlı çalışması ve ertesi yıl takip eden “Orkestra”sı, Francis Picabia'nın (1912-1913) tüm tipik dinamik Fütürizm belirtilerini taşımaktadır. 1917'nin sonlarına kadar Richter hala Ekspresyonist nitelikte eserler üretiyordu. Özellikle “Visionary Portraits” bunun en güzel örneklerindedir. Ancak Zürih

döneminde temellerine yeniden geri döndü ve Eggeling ile birlikte resmin, zaman ve uzayda soyut imgelerin gelişimi açısından potansiyel genişlemesini araştırmaya başladı. Böylece 1917'ye kadar, Zürih dadaistlerinin çizgileri boyunca bir dizi siyah-beyaz soyut kompozisyon çalışmasına başladı. 1918'deki Dada Orkestrası ile bu noktada doruğa ulaşacaktı. 1920'de Van Doesburg ile tanıştı ve De Stijl dergisine katkıda bulunmaya başladı. Aynı sene içerisinde Jüri-Freine (Jüri-Az) ve Novembergruppe grubunun aktif bir üyesiydi. Bu grubun en önemli amacı “Herkes İçin Adalet Ruhu” ve “Sanat ve Halkların Birleşmesi” düşüncesi ile yenik düşmüş Almanya'nın yeniden ayağa kaldırılıp baştan inşa edilmesiydi. Ertesi yıl Richter “Rotulae” larını boyamaya başladı ve ilk “Prelude”ini üretti. Bu çalışmalar, parşömen üzerine boyanmış ve zaman boyunca gelişip değişen 11 takımlı görüntüntüleri kapsayan bir kompozisyondu. Bu çalışmasıyla, uzaysal kinetik sanat (spatio-kinetic art) konusundaki araştırmalarında çok önemli bir aşamada olduğunu kanıtlayacaktı. Özünde ardışık görüntüler Richter için “biçimsel bir motifin sürekliliğini” ifade etmekteydi. Bu önemli derecede Mısır hiyeroglif parşömenlerine ya da Japon resimli anlatı parşömenlerine (Emakimono) oldukça benzerdir. Ancak Richter'in sanatında öncelikli kaygı, “müziği” kaligrafik forma uyarlamak olmuştur. Richter ve Eggeling için bu parşömenler, sinematografik denemelere başlamak küçük bir adımdı. Beklendiği şekilde Richter parşömenlerini, her ikisi de 1921'de Berlin'de gösterilecek olan “Rhythmus 21” ve “Rhythmus 23” ismini verdiği filmlerine aktardı. Eggeling'in bazı çalışmaları ve Fernand Léger'in Mekanik Balesi'nde olduğu gibi “Rhythmus 21” de sinema tarihinde önemli bir etkinlikti (URL4).

Richter, kariyeri boyunca 1921'deki filmi “Rhythmus 21”in yarattığı ilk soyut film olduğunu iddia etti. Ancak bu iddia doğru değildir. Çünkü ilk soyut film, 1911-1912 yılları arasında İtalyan Futuristi Bruno Corra ve Arnaldo Ginna (Sinema Fütürist Manifestosu'nda rapor ettikleri gibi) ve 1920'de Lichtspiel Opus 1'i üreten Alman sanatçı Walter Ruttmann tarafından yapılmıştı.

Bununla birlikte, Richter'in filmi “Rhythmus 21” önemli bir erken soyut film olarak kabul edilir (URL5).

1922'de Richter, Düsseldorf'taki sözde “Progressive Artists” Kongresi'ne katıldı. Ardından o yıl Theo Van Doesburg tarafından Weimar'da düzenlenen “Constructivist Congress”ni takip etti. Temmuz 1923 ve Nisan 1926 arasında Werner Graeff ve Elizar Lissitsky ile birlikte “G: Materials for Elemental Form-Creation” isimli süreli yayın üzerinde birlikte çalıştılar. Periyodik olarak yayınlanan dergi, soyut sinemaya adanmıştı. 1928'den itibaren Hans Richter, başarılı bir şekilde deneysel filmler üretmeye devam etti. Kariyerinde bu

aşamada, hiç şüphesiz Bauhaus'taki önde gelen isimlerle de temas halindeydi (URL4).

Zamanının belli baş bestecileriyle iş birliğinde bulundu ve sinemadaki görüntü, ses kaynaşmasına öncülük ederek, filmleri için gerekli nitelikleri değerlendirdi. Statik şekilleri görsel hareketlere ayarlayarak 19. yüzyıl resim konseptini film yoluyla yeni bir noktaya taşıması yeni teknolojilerle mümkün kılındığı için modernliği de somutlaştırmış oldu (URL3).



*Görsel 3: Marcel Duchamp and Hans Richter with Rotoreliefs, 1947. Kaynak: (URL: 12)*

*Görsel 4: Hans Arp, Hans Richter and Tristan Tzara in Zurich, 1917. Kaynak: (URL: 13)*

Richter, 1941'de New York'a taşındı. New York'taki City College'da okudu ve New York Film Enstitüsü'nün müdürü olarak görev yaptı. Daha sonra New York'taki Film Enstitüsü çerçevesinde, 1944 yılında Marcel Duchamp, Max Ernst, Alexander Calder, Man Ray ve Fernand Léger'la birlikte soyut renk sekanslarının öncü kullanımı nedeniyle hafızalara kazınacak olan "Dreams That Money Can Buy" isimli uzun metrajlı film üzerine birlikte çalıştılar. Richter'in sinematografik deneyimleri, 1956-1957 yıllarında "8x8" ve 1961'de "Dadascope" ile devam etti. Richter bu zamana kadar tekrar resim yapmaya başlamıştı. 2. Dünya Savaşı sırası ve sonrasında, "Yeşil ve

Kırmızıda Counterpoint”, çeşitli tarzda boyanmış parşömenler ve 1960’ların başlarında palet bıçağıyla hazırlanan resimler gibi eserler üretti. Ayrıca resim ve sinema üzerine, “Film and Progress 1939-1940”, “Dada Art ve Anti-Art 1964” kapsayan çalışmalarını yayınladı. Hans Richter birçok durumda solo olarak sergiler açtı. Bunlar içinde en çok kayda değer olanlardan biri, 1916’da Münih’teki Die Aktion’un çalışmalarının tamamını yayınlamasıydı. Bunları 1950’de Paris ve Basel’de solo sergiler ve yine Paris’te Galerie des Deux Îles 1952, Amsterdam’da Stedelijk Müzesi’ndeki gösterim 1955; Paris’teki Denise René 1960 ve 1965; ardından yine Basel, Washington, Zürich, Hannover, Rom, Floransa, Madrid, Les Sables d’Olonne 1978, Berlin 1982 ve Zürich’te düzenlenen bir seyahat retrospektifi izlemiştir (URL4).

### 3. Önemli Sanatsal Çalışmaları

#### 3.1. Self Portrait (Visionary Portrait 1917)

Kendi portresi olan bu çalışma Richter’in 1918’de Zürich’deki “Dada Die Neue Kunst” isimli sergisinde sergilediği on bir “Vizyoner Portre”lerden birisidir. Dışavurumcu bir tarz kullanan Richter, bu serideki eserlerini alacakaranlıkta, yapay aydınlatma olmadan boyamıştır. Richter, vizyoner portreleri yaratması için kendisini eserlerinin içine koyduğunu belirtmiştir. Richter’in otomatizmi ve her gün altında daha derin bir gerçeklik arayışı, 1920’lerin sürrealist sanatçılarının kaygılarını önceden görüp yansıtmaktadır. Almanya’daki birçok büyük modernist sanatçı gibi, Richter’in güçlü renkleri ve etkileyici fırça darbelerini kullanması I. Dünya Savaşı’nın ardından ve 1920’ler boyunca daha doğrusal, nesnel geometrik bir stilde değişecektir (URL3).



*Görsel 5: Hans Richter, Visionary Portrait, c. 1917, oil on canvas (photo: Steve Roden, courtesy of LACMA) Kaynak: (URL: 14)*

### 3.2. Dada Köpfe (Dada Heads 1917-1920s)

Richter'ın Dada Başları serisi, Dada'nın Zürih döneminden ortaya çıkan en tanınmış eserlerinden bazılarıdır. Bu çizim ve gravür serisinde, portre ressamlığının sınırlarını araştırmış ve çoğu zaman saf soyutlamayı elde etmek için konunun tanınabilir tüm temsillerinin ötesine geçmiştir. Çizimlerin çoğu, geleneksel portreden tamamen özgürleştirilmiş, el hareketi niteliğinde bir karaktere sahiptir. Dada Heads serisi bir bütün olarak Richter'ın yapı, kompozisyon ve kontrpuan deneylerini kaydeder. Richter bunu “Nesnenin giderek daha fazlası”, “Siyahı, beyazla dengeleme zorunluluğu içinde basit bir kutup ilişkisi kurmak için kaybolmak” şeklinde tanımlıyordu. Richter, yapı kompozisyon ve kontrpuan ile bir mücadele hissetmişti. Amacı siyah-beyaz,

olumlu ve olumsuz karşıtları denemektir. Richter, tasarım sürecinde sıkışıp kaldığı ve nasıl devam edeceğini bilmediği zamanlar yaşadığını da açıkça ifade etmiştir (URL3).



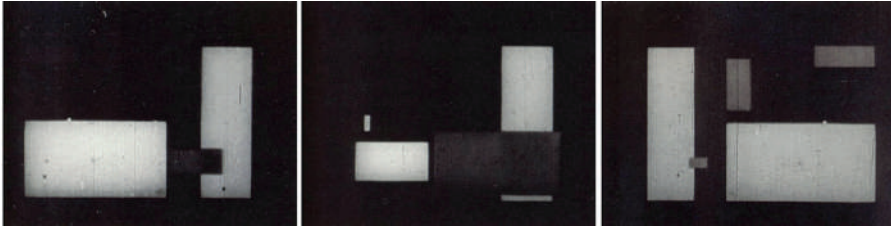
*Görsel 6: Hans Richter, Dada-Kopf, 1918 / Ink and opaque white over charcoal on paper, 21.5 x 16.5 cm. Kaynak: (URL: 15) Görsel 7: Monogrammed and dated bottom right: "HR 18", Back: ink sketch. Kaynak: (URL: 16)*

Richter aradığı ilhamı, Zürih tren istasyonunun dışındaki halka açık bir çeşmede geleneksel olarak düzenlenen, İtalyan besteci Ferruccio Busoni ile bir şans toplantısında bulacaktı. Fütürizm'in öncüsü olarak görülse de Busoni, Johann Sebastian Bach'ın çalışmalarına derinden bağlı bir sanatçıydı. Bach'ın müzikal kontrpuan kullanmasının Richter'in sorunu çözmesine yardımcı olabileceğini düşündü ve Richter'e, Bach'ın karısı Anna Magdalena için bestelediği Prelüd ve Fugu'ları incelemesini tavsiye etti. Müziği seven ve piyano çalabilen Richter, önerildiği gibi parçaları araştırdı ve bu ona aradığı şeyi yeniden verdi. Richter bu müzikte bulduğu "yukarı ve aşağı, güçlü ve zayıf, hareket ve karşı hareket" onu, kağıdı bir müzik enstrümanı gibi kullanmaya yöneltti. Bu hareket, formun soyutlanması ve basitleştirilmesi için itici bir saplantıyla daha sonraki film denemelerinde ortaya çıkacak olan motifleri oluşturmasına ilham olacaktı (URL3).

### 3.3. Rhythmus 21 (1921)

"Rhythmus 21", Hans Richter'in ilk film çalışmasıdır. "Rhythmus 23" (1923) ve "Rhythmus 25" (1925) ile seriyi devam ettirmiştir. Serinin bu ilk

versiyonunda “Film Rhythmus” olarak da bilinir. Richter bu çalışmasında kare formlarla denemeler yapmaktadır. Bu formlar çok basitten karmaşık kompozisyonlara doğru çerçeveslendirilmiş kareler şeklinde değişmektedir. Bu etki, sinemadaki derinlik yanılması bir tür çöküşüdür. Richter bu şekillerin hareketiyle kesin bir ritim yaratmak istemekteydi. Bunu 1953'te “Film ekranının karesi kolayca bölünebilir ve yönetilebilir” şeklinde ifade ediyordu. Richter'e göre bölüm ve parçalar “film tuvali”nin dikdörtgenini form ögesi olarak kabul ederek daha sonra zaman içinde yönetilebilirdi. Yani kısaca Richter, daha önce tuval ile yaptığı şeyleri ekranla yeniden inşa edebiliyordu (URL6).



*Görsel 8: Bir erken soyut film olan Rhythmus 21'den birkaç sahne. Kaynak: (URL: 17)*

*Görsel 9: Bir erken soyut film olan Rhythmus 21'den birkaç sahne. Kaynak: (URL: 18)*

*Görsel 10: Bir erken soyut film olan Rhythmus 21'den birkaç sahne. Kaynak: (URL: 19)*

Showing all 7 technical specifications	
Runtime	3 min (Canada) 3 min (USA)
Sound Mix	Silent
Color	Black and White
Aspect Ratio	1.33 : 1
Negative Format	35 mm
Cinematographic Process	Spherical
Printed Film Format	35 mm

*Görsel 11: Rhythmus 21'in teknik özelliklerinden birkaç detay. Kaynak: (URL: 20)*

Her ne kadar ilk soyut film olmasa da, “Rhythmus 21” önemli bir tarihi deneydir. Konu üzerine ilk araştırmalara başlaması 1918’lerde Eggling ile birlikte üzerinde çalıştığı kaydırma türü resimleme olan “geleneksel şövale resminin dada reddi” (in a dada rejection of traditional easel painting) ile başlamıştır. Çizimlerini Alman Film yapım şirketi U.F.A'ya yolladıktan sonra iki sanatçı da teknik danışmanlık aldı ve 1920’de video kamera kullanmaya başladılar. “Rhythmus 21”in dili hareket halindeki basit şekiller ile karakterize

edilir. Yazarın 1927’de açıkladığı gibi: “Objelere ifadelerini veren filmin doğal hareketi değil, kendi başına düzenlenen ritmik bir hareket ki onun içinde varyasyonlar ve titreşimler sanatsal tasarımın bir parçası olarak şekil alır.” (URL7).

### 3.4. Ghosts Before Breakfast (1927)

1927’de Hans Richter’den Berlin’deki Gessellschaft Fur Neu Musik tarafından Baden-Baden’de düzenlenecek olan yıllık müzik festivali için Paul Hindemith ile birlikte bir film yapması istendi. Hindemith, filmin kır hayatıyla ilgili (pastoral şiir) tarzında olması konusunda ısrarcıydı. Zaman kısıydı bu yüzden Richter, çoğunlukla, oyuncu olarak nesnelere kullandı. Kendi sözleriyle, daha önce kullandığı bir yöntemi uygulamaya başladı, “doğaçlama” (URL8). “Vormittagspuk” olarak da bilinen “Ghosts Before Breakfast” sessiz, deneysel Avantgard stilde yaptığı beşinci filmidir. Filmin kendisi şimdiye kadar yapılmış ilk gerçeküstü filmlerden biri olarak kabul edilir. Richter’in Dadaizm’e ilgisi doğrudan bu eserde gösterilmektedir. Çünkü o zamanın geçerli sanat standartlarını bir gizlilik ve fantazi teması sunarak zorlamaktadır. Filmde saatler, bacaklar, merdivenler, şapkalar ve insanlar olağandışı ortamlarda tamamen mantıksız olaylara maruz kalır. Erkeklerin sakalları izleyicinin gözleri önünde sihirli bir şekilde belirir ve kaybolur, şapkalar havada uçar, bir adam başı çıkar ve havada yüzer, çay bardakları kendilerini doldurur, nesnelere ve karakterler ters yönde hareket eder, erkekler sokak tabelasının arkasında kaybolur, vb. ilginç anlık sahneler geçmektedir (URL8).



Görsel 12: “Ghosts Before Breakfast” filminden bir sahne. Kaynak: (URL: 21)



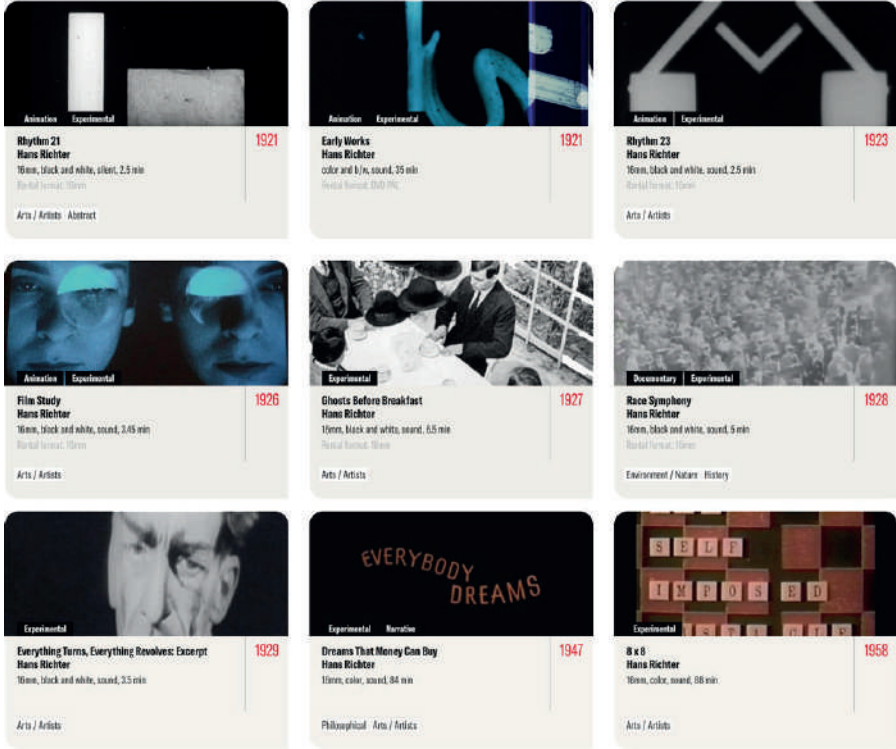
Görsel 13: “Ghosts Before Breakfast” filminden bir sahne. Kaynak: (URL: 22)

Tüm bu sekansların içinde şapkaların ikonik çekimleri filmi klasik yapan şeydir. Çünkü filmi sadece birbirine bağlamakla kalmazlar, belirli sekanslara

uyum sağladılar ve en azından diğerleri için bir çerçeve görevi görürler (URL9). Birleştirici mantıkla bir araya getirilen uçan şapkalar bu işlevi, filmi bir bütün olarak bir araya getirmek için sürekli çekim sırasına yeniden bakarak gerçekleştirir. Bu film, fikirde ve düşüncede içsel deneyim için izleyicinin zihnini deşmektedir. Görüntüler aracılığıyla gösterilen bu soyutlamalara şahit olurken, izleyiciye sinir gerginliğini serbest bırakma şansı verir. Richter filmde, gerçeküstü fantezileri göstererek izleyicinin gerçeklik hakkındaki bilgilerini arttırmaya çalışmıştır. Bunu ritmi ve kamerayı kullanmasıyla başarır (URL8).

#### 4. Hans Richter'in Filmografisi

1918'de Richter, İsveçli ressam Viking Eggeling ile birlikte hareketli görüntüler denemeye başladı. Sadece uzayda ve düzlükte değil, zamanın üçüncü boyutunun da ötesinde ritmik bir süreci göstermek için film rulosu şeklinde resimler geliştirdiler. Bu çalışma onları film eserleri yaratmaya yönlendirdi ve soyut, deneysel film yapımında öncü yaptı. ABD'ye göç ettikten sonra, sadece film çekimi, yapımı veya yazımı değil aynı zamanda New York City College'daki Film Tekniği Enstitüsü'nde öğretim görevlisi olarak da çalışmalarına devam etti (URL8). Bir sanatçı ve teorisyen olarak çalışmaları, Dada, Süprematizm, Yapılandırmacılık ve Sürrealizm dahil olmak üzere 20. yüzyıl Avant-Garde sanatının tüm seminal hareketlerini pratik olarak etkilemiştir. Onun vizyonu, karma medya ve işbirlikçi sanat alanındaki deneyimleri; resim, müzik, film ve sanatla harmanlanmıştır. Filmin öncüsü olan Richter, Stanley Kubrick, William Greaves Jonas Mekas, Shirley Clarke ve Ken Jacobs gibi büyük film yapımcılarının nesillerindedir. Richter'in olağanüstü sanat kariyeri, bir sanat formu olarak sinemaya öncülük etti ve onu kurmuştur (URL3).



**Görsel 14: Hans Richter'in filmografisi. Kaynak: (URL: 23)**

1921 Rhythmus 21: [www.youtube.com/watch?v=FYPb8uIQENs](http://www.youtube.com/watch?v=FYPb8uIQENs)

1921 Early Works: [https://stream.realeyz.de/media/hans-richter-early-works/1\\_bgv9kou](https://stream.realeyz.de/media/hans-richter-early-works/1_bgv9kou)

1923 Rhythmus 23: [www.youtube.com/watch?v=E\\_s2szMVAr0](http://www.youtube.com/watch?v=E_s2szMVAr0)

1926 Filmstudie: [www.youtube.com/watch?v=ZXrjrr6ifME](http://www.youtube.com/watch?v=ZXrjrr6ifME)

1927 Ghosts Before Breakfast: [www.youtube.com/watch?v=rTwL54u7cSw](http://www.youtube.com/watch?v=rTwL54u7cSw)

1928 Race Symphony: [www.youtube.com/watch?v=V3KbHIJ8FUE](http://www.youtube.com/watch?v=V3KbHIJ8FUE)

1929 Everything Turns, Everything Resolves: [www.youtube.com/watch?v=pMGDExoYEPM](http://www.youtube.com/watch?v=pMGDExoYEPM)

1947 Dreams That Money Can Buy: [www.youtube.com/watch?v=jemM9o3EvKQ](http://www.youtube.com/watch?v=jemM9o3EvKQ)

1958 8X8: [www.vimeo.com/287740105](http://www.vimeo.com/287740105)

## 5. Sonuç ve Öneriler

İlk kameranın icat edilip kullanılmasından bugüne kadar geçen zaman içinde sinema sanatı bir çok dönüm noktası yaşamıştır. Hans Richter bu dönüm noktalarının en önemlilerinden birinde tarih sahnesine çıkmış, yaptığı çalışmalarla modern ve soyut sinemaya öncü olan en önemli isimler arasında yer almıştır. Bugünün çoğu sinemacı ve sanatçısının aksine o ve arkadaşları sinemayı, güzel sanatları sadece bir kurgu, para kazanma veya eğlence aracı

olarak değil, toplumlari birleştirecek, dünyayı değiştirecek çok büyük bir güç olarak düşünmüş ve bu yönde de kullanmışlardır.

Hans Richter'in bu düşünceyi içselleştirmesinde ömrünün yarısını savaşlararası dönemde yaşamış olması, çektiği ve gördüğü acıların ruhunda bıraktığı derin izlerin doğal bir yansıması olarak da düşünenebiliriz. Fakat her ne şekilde olursa olsun beyninde taşıdığı bu felsefe ve içgüdüyle yaptığı her bir çalışması sanat tarihinde ayrı yer etmiş ve kendinden sonra gelecek isimlere hem yol gösterici hem de ilham kaynağı olmuştur. Hans Richter'in yaptığı çalışmalar içinde "Rhythmus 21" in ayrı bir önemi vardır. Çünkü bu eser dünyadaki ilk soyut sinema örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu üç dakikalık kısa soyut film, siyah beyaz olarak kayda alınmış ve başından sonuna kadar hiçbir ses içermemektedir. Çalışmada yine tüm süre boyunca öge ve ana kompozisyon olarak yalnızca kare ve dikdörtgen formunda şekiller görmektediriz. Ne figür, ne obje, ne de bu dörtgen biçimler dışında kalan diğer şekillere filmde yer verilmemiş, kompozisyon tamamen bu şekiller ve onların hareketleri üzerine kurgulanmıştır.

Hans Richter'in çalışması dikkatle izlendiğinde bu kare ve dikdörtgenel şekillerin rastgele hareket etmediği, bir ritmi ve ahenkli bir hareketi temsil etmeye çalıştığı açıkça görülmektedir. Şekiller bunu; belirip kaybolma veya sağ-sol, yukarı-aşağı, ileri-geri vb. gibi hareketlerle yaptığı gibi siyahtan beyaza, beyazdan siyaha geçiş şeklindeki renk değişikliğiyle de ifade etmektedirler. İşte filmin aslında bütün büyüğü de burada yatmaktadır. Çünkü bu izleyiciye, şekilleri ve hareketlerini izlerken onların diliyle kendi şarkılarını ve hatta kendi hikayelerini de anlattıklarını açıkça hissettirmektedir.

Filmde tıpkı tempolu bir müziği dinlermişçesine durağan hiçbir an bulunmamaktadır. Şekiller bu tempolu şarkı boyunca kareden dikdörtgene, dikdörtgenden yine kareye; soldan sağa vb. hareketler sergilemektedirler. Fakat ne olursa olsun bunu bir rastgelelikten çok bir ritim; örneğin bir kalp atışı gibi bir düzen içinde sergilemektedirler.

Siyah-beyaz kayda alınan çalışmada Hans Richter'in siyah ve beyaz arasındaki dengeyi daima korumaya çalıştığını da görmektediriz. Çünkü filmin hiçbir anı tamamen siyah veya beyaz olarak stabil kalmamaktadır. Bunu yapmak için de çoğu zaman beyaz zemin içinde beliren siyahlar veya siyah zemin içinde beliren beyaz şekiller kullanarak, Richter'in tonsel anlamda da bir denge kurmaya çabaladığı açıkça fark edilmektedir. Tüm bunlar göz önüne alındığında Richter'in eserinin isminin "Ritim 21" olması bizim için şaşırtıcı olmamalıdır. Hans Richter çalışmasının başlangıcı için, beyaz renkte iki karenin ekranın soluna doğru yaptıkları eş zamanlı bir hareketini seçmiş olması, filmine hem benzersiz bir giriş yapmasına, hem de etkileyici bir hava hava katmasına

sebepl olmuştur. Çünkü bu sahneye giriş hareketi, sizi ilk anlarda ince, dikey bir çizgi olarak beliren ve sonra giderek genişleyip büyüyen siyah bir fonun içine doğru sürüklemektedir. Bu hareket, sahneyi izlemekte olanları da içine çekerek adeta dipsiz bir kuyuya veya uzay boşluğuna düşüyormuşsunuz hissiyatı uyandırmaktadır. Bu girişten sonra diğer şekiller de kendilerine has hareketleriyle sahnede belirip kaybolmaya başlamaktadır. Filmde şekiller ne olursa olsun, hangi yöne hareket ederse etsinler, hiçbir zaman ritim ve ahenk çizgisini terk etmiyor, bunu mutlaka izleyiciye aktarıyorlar. İlginç bir şekilde Hans Richter, filminin bitişini yine başlangıçta kullandığı bu özel harekete benzer bir şekilde yapmaktadır. Bu etki filmin bize kendi içinde dairesel bir döngü ve kurguya sahip olduğunu açıkça gösteriyor.

Hiç şüphesiz Hans Richter'in tüm çalışmaları ayrı bir sanatsal güzellik içerisinde kurgulanmış ve işlenmişler. "Rhythmus 21" bunların içinde en güzel ve özel olanlarından birisidir.

"Rhythmus 21", tamamen sessiz biçimde tasarlanarak; sesi, müziği, hikayeyi yalnızca ritmik hareketlerle veren; bunu başarıyla yapabilen ve bunu yaparken de kullandığı tonal (siyah-beyaz) dengeyi hiç bozmayan en güzel eserlerden birisidir.

## Kaynakça

Tate. (2023). Avant Garde.

**URL1:** [www.tate.org.uk/art/art-terms/a/avant-garde](http://www.tate.org.uk/art/art-terms/a/avant-garde) [Erişim: 25 Ekim 2025]  
Senses of Cinema (2019). Richter Hans.

**URL2:** [www.sensesofcinema.com/2009/great-directors/hans-richter/](http://www.sensesofcinema.com/2009/great-directors/hans-richter/) [Erişim: 25 Ekim 2025]

The Art Story Modern Art Ingiht. (2019). Hans Richter.

**URL3:** [www.theartstory.org/artist/richter-hans/](http://www.theartstory.org/artist/richter-hans/) [Erişim: 07 Ekim 2025]

Waterhouse & Dodd. (2024). Hans Richter.

**URL4:** [www.waterhousedodd.com/hans-richter](http://www.waterhousedodd.com/hans-richter) [Erişim: 08 Ekim 2025]

The Film-Makers' Coop. (2025). Hans Richter.

**URL5:** <http://film-makerscoop.com/filmmakers/hans-richter/bio> [Erişim: 09 Ekim 2025]

StendhalGallery. (2025). Rhythmus 21.

**URL6:** [www.stendhalgallery.com/?page\\_id=2150](http://www.stendhalgallery.com/?page_id=2150) [Erişim: 07 Ekim 2025]

Socks Studio. (2024).

**URL7:** <http://socks-studio.com/2014/07/30/rhythmus-21-an-early-abstract-film-by-hans-richter-1921/>[Erişim: 29 Ekim 2025]

LACMA. (2025). Steve Roden: Soundtracks for “Ghosts Before Breakfast” by Hans Richter.

**URL8:** [www.people.wcsu.edu/mccarneyh/fva/R/Ghosts\\_Before\\_Breakfas\\_351](http://www.people.wcsu.edu/mccarneyh/fva/R/Ghosts_Before_Breakfas_351) [Erişim: 29 Ekim 2025]

Silentology.(2024). Thoughts On: Ghosts Before Breakfast 1928.

**URL9:** [www.silentology.wordpress.com/2016/05/11/thoughts-on-ghosts-before-breakfast-1928/](http://www.silentology.wordpress.com/2016/05/11/thoughts-on-ghosts-before-breakfast-1928/)[Erişim: 29 Ekim 2025]

Hans Richter'in aktif çalışma dönemi.

**URL10:** [www.theartstory.org/artist/richter-hans/](http://www.theartstory.org/artist/richter-hans/)[Erişim: 19 Ekim 2025]

Hans Richter'in bir portresi.

**URL11:** [www.sensesofcinema.com/2009/great-directors/hans-richter/](http://www.sensesofcinema.com/2009/great-directors/hans-richter/)[Erişim: 22 Kasım 2025]

Marcel Duchamp and Hans Richter with Rotoreliefs, 1947.

**URL12:** [www.monoskop.org/Hans\\_Richter](http://www.monoskop.org/Hans_Richter)[Erişim: 12 Kasım 2025]

Hans Arp, Hans Richter and Tristan Tzara in Zurich, 1917.

**URL13:** [www.monoskop.org/Hans\\_Richter](http://www.monoskop.org/Hans_Richter)[Erişim: 12 Kasım 2025]

Hans Richter, Visionary Portrait, c. 1917, oil on canvas (photo: Steve Roden, courtesy of LACMA).

**URL14:** [www.painters-table.com/link/airform-archives/hans-richter-visionary-portraits](http://www.painters-table.com/link/airform-archives/hans-richter-visionary-portraits) [Erişim: 12 Kasım 2025]

Hans Richter, Dada-Kopf (Dada Head), 1918 / Ink and opaque white over charcoal on paper, 21.5 × 16.5 cm.

**URL15:** <https://digital.kunsthau.ch/dadaismus/en/dada-on-paper#!artwork/hans-richter-dada-kopf> [Erişim: 07 Kasım 2025]

Monogrammed and dated bottom right: “HR 18”, Back: ink sketch.

**URL16:** <https://digital.kunsthau.ch/dadaismus/en/dada-on-paper#!artwork/hans-richter-dada-kopf> [Erişim: 07 Kasım 2025]

Bir erken soyut film olan Rhythmus 21’den bir sahne.

**URL17:** <http://socks-studio.com/2014/07/30/rhythmus-21-an-early-abstract-film-by-hans-richter-1921/> [Erişim: 09 Aralık 2025]

Bir erken soyut film olan Rhythmus 21’den bir sahne.

**URL18:** <http://socks-studio.com/2014/07/30/rhythmus-21-an-early-abstract-film-by-hans-richter-1921/> [Erişim: 09 Aralık 2025]

Bir erken soyut film olan Rhythmus 21’den bir sahne.

**URL19:** <http://socks-studio.com/2014/07/30/rhythmus-21-an-early-abstract-film-by-hans-richter-1921/> [Erişim: 09 Aralık 2025]

Rhythmus 21’in teknik özelliklerinden birkaç detay.

**URL20:** [www.imdb.com/title/tt0012620/technical?ref\\_=tt\\_dt\\_spec](http://www.imdb.com/title/tt0012620/technical?ref_=tt_dt_spec) [Erişim: 11 Aralık 2025]

“Ghosts Before Breakfast” filminden bir sahne.

**URL21:** [www.silentology.wordpress.com/2016/05/11/thoughts-on-ghosts-before-breakfast-1928/](http://www.silentology.wordpress.com/2016/05/11/thoughts-on-ghosts-before-breakfast-1928/) [Erişim: 14 Aralık 2025]

“Ghosts Before Breakfast” filminden bir sahne.

**URL22:** [www.silentology.wordpress.com/2016/05/11/thoughts-on-ghosts-before-breakfast-1928/](http://www.silentology.wordpress.com/2016/05/11/thoughts-on-ghosts-before-breakfast-1928/) [Erişim: 14 Aralık 2025]

Hans Richter’in filmografisi.

**URL23:** [www.film-makerscoop.com/filmmakers/hans-richter/bio](http://www.film-makerscoop.com/filmmakers/hans-richter/bio) [Erişim: 21 Aralık 2025]



## Arkeolojik İllüstrasyonun Görsel Anlatı Gücü: Göbeklitepe Üzerinden Bir Değerlendirme

Süeda Şatır Toruk<sup>1</sup>

### Özet

Bu yazıda bilimsel illüstrasyonun önemi ve yöntemleri ele alınarak, bilimsel illüstrasyon türlerinden, arkeolojik illüstrasyon çizimlerinin yöntemleri ve teknikleri, ilgili literatürler doğrultusunda incelenerek araştırılmıştır. İllüstrasyon çizimlerinin arkeolojik kazılarda olan önemi vurgulanarak, arkeolojik illüstrasyonun, illüstratörler tarafından hangi yöntemlerle çizildiği ele alınmıştır. Göbeklitepe kazılarında yer alan görsellerle ve illüstratör çizim ekiplerinin çizimleri ile birlikte yeni bir çizim oluşturulmuştur. Göbeklitepe kazılarında dikilitaş üzerindeki sembollerin ziyaretçiler veya ziyaretçi olarak antik yerleri göremeyenler tarafından anlaşılır olması için açıklayıcı ve ayrıntılı bir illüstrasyonun çizimlerinin uygulanması sağlanmıştır. Göbekli tepe, Kuzey Mezopotamya’da, bugünkü Urfa şehrinin Kuzeydoğusunda; Harran Ovası’nın kuzeyinde yer alan tepeliklerde bulunmaktadır. Tarihi, günümüzden 12.000 yıl öncesine kadar uzanabilmektedir. Göbeklitepe tapınağında birbirinden farklı betimlemelerin bulunduğu dikilitaşlar mevcuttur. Schmidt’in dediği gibi; “Peki bu taş nesnelere kimi canlandırmaktadır? ... Tanrılar mı, kötü ruhlar mı yoksa atalar mı?” Bu soruların cevapları birçok araştırmalarla çeşitli kaynaklardan oluşturulmuş, Göbeklitepe’deki taşlar üzerine kazınmış sembollerde incelenerek resimlendirilmiştir. Kazılarda yer alan veya antik bölgelerin fotoğraf üzerinden değerlendirmelerinde, illüstratörlerin çizimleri bu sembollerin anlaşılabilir olması açısından oldukça önemlidir.

### 1. Giriş

Bilimsel illüstrasyonlar biyoloji, botanik, ziraat, tıp, zooloji, jeoloji gibi uzmanlık alanları için öğretici ve tamamlayıcı amaçlarla yapılan ayrıntılı resimlerdir (illüstrasyon) (Mardi, 2021, s. 203). Bilimsel illüstrasyon, biyolojik ve fiziksel bilimlerdeki nesnelere ve kavramların doğru bir şekilde tasvir

1 Arş. Gör., İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü, suedasatir@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1418-5603.

edilmesidir. Geniş anlamda bu meslek, vahşi yaşam sanatı ve tıbbi illüstrasyonun yanı sıra ders kitapları ve dergiler için genel illüstrasyon, üç boyutlu heykel ve taksonomik çizimleri de içerir. Bilimsel illüstrasyonlar güzel olmalı ve en iyileri sanat eseri olarak nitelendirilmelidir, ancak doğruluk her şeyden önce gelir. Güzel ama yanlış bir çizim bilim için işe yaramamaktadır (Hodges, 1989, s. 104). Bu bölümde ise, bilimsel illüstrasyonlardan, arkeolojik illüstrasyon açısından Türkiye'nin Şanlıurfa şehrinde yer alan Göbeklitepe kazılarında bazıları incelenerek, bilimsel illüstrasyon çalışması yapılmıştır.

Mitolojide, “Göbek” ile “Tepe” kavramları Ana Tanrıça veya ilksel Ulu Anaya karşılık gelmektedir. Herkesin anası, doğayı da doğurarak yaratmıştır. Dolayısıyla göbek ve onun coğrafik karşılığı olan tepeler de doğuma kaynaklık ve beşiklik eden yerlerdir. Bu yönüyle de kutsal kabul edilmişlerdir. ... “İnsan” ı sembolize eden “T” biçimli taş sütunların da cinsiyetten arındırılmış; kadın veya erkek olmaktan ziyade, insanı yansıtan yapılar olarak karşımıza çıktıkları görülmektedir (Özçelik, 2020, s.26). Göbeklitepe'nin ismi ve taş sütunlarının biçimlerinin bile yorumlanması bu kadar önemliken, taş sütunların üzerindeki semboller daha fazla betimleme anlatmaktadır. Bu betimlemelerin anlaşılabilir olması için illüstratör çizimleri incelenmektedir. Göbeklitepe sakinlerinin güneye olan göçleri sırasında üzerinde buldukları toprakların sembolünün, yani Bali adasının mührü, ya da damgası gibi işlendiği anlaşılmaktadır (Düzgüner, 2010, s.19). Ziyaretçilere, bu tür sembollerini anlaşılabilir olması için kazılardaki karmaşıklığın daha yalın veya renklendirilmiş haldeki illüstrasyonlara bakarak kafalarındaki soru işaretlerine daha çok cevap bulabileceklerdir.

## 2. Bilimsel İllüstrasyon Türlerinden Arkeolojik İllüstrasyon

Aydınlatmak ve anlaşılır hale gelmek anlamına gelen Latince “lustrare” sözcüğünden türemiş olan illüstrasyon, anlamına müteakip iletişimi kolaylaştıran bir unsur olarak insanlık tarihi boyunca her dönem benimsenmiştir. İllüstrasyonlar, yer aldığı mecralar değişse de varlığını sürdürmeyi başarmış bir iletişim unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Mağara duvarlarında, el yazması eserlerde, basılı işlerde, çeşitli reklam çalışmalarında, tablolarda ve dahası farklı sanal evrenler dahil hemen hemen her yerde illüstrasyonlar karşımıza çıkmaktadır. Ambrose ve Harris'e göre; illüstrasyon “örneklendirmek süslemek ya da açıklamak amacıyla yapılan resimleme çalışmasıdır” (2012, s.141).

Bir kişisel bilgisayar, yazılım ve çevre birimleri kullanarak, bir bilimsel illüstratör artık şunları oluşturabilir veya yapabilir:

1. Yayınlar, sergiler, slayt sunumları, animasyonlar, televizyon ve multimedya için iki ve üç boyutlu görüntülerde siyah beyaz ve renkli illüstrasyonlar

2. Broşürler, kitaplar ve sergiler için metin ve illüstrasyonlarla düzen ve grafik tasarım
3. Dizgi, tasarım ve renk ayırımı; Fotoğraf rötuşlama ve özel efektler
4. Televizyon ve film yapımı için ses ve video kaydı ve düzenlemesi
5. Muhasebe, kelime işlemci, veri tabanları, elektronik posta ve faks işlemleri
6. Programlama ve multimedya prodüksiyonu (Wood ve McDonnell, 1994, s. 145).

Bilimsel illüstratörler, bilimsel bilgi ve keşiflerin iletilmesinde çok önemli bir rol oynarlar. Sanatsal yeteneklerini bilimsel prensip ve tekniklere dair derin bir anlayışla birleştiren son derece yetenekli sanatçılardır. Çizimleri aracılığıyla bilim insanlarına, araştırmacılara, eğitimcilere ve genel halka karmaşık bilimsel kavramları, yapıları ve süreçleri görselleştirmelerine ve anlamalarına yardımcı olurlar (Simmons, s. 2). Bilimsel illüstratörler, üniversiteler, araştırma kurumları, müzeler ve yayınevleri de dahil olmak üzere çeşitli ortamlarda çalışırlar. Kadrolu personel veya serbest çalışan olarak istihdam edilebilirler. Çalışmaları, bilimsel bilginin ilerlemesi ve bilimsel bilgilerin geniş bir kitleye yayılması için hayati önem taşır (Ag.e., s. 3).

Bilimsel illüstrasyonlar, türleri ayırt etmek için çok önemlidir; örneğin, hastalık taşıyan sivrisinekler, ekonomik öneme sahip su hayvanları, yabani ot olarak kabul edilen bitki tohumları veya tarımsal ve tıbbi öneme sahip bitkilerdir. Askeriye için, tropikal ortamlarda kaybolan personel tarafından kullanılan iskambil kartlarına yenilebilir ve zehirli bitki ve hayvanlar resmedilmiştir. Tıbbi çizimler, yeni ameliyatların nasıl yapıldığını, evcil hayvanların ve insanların anatomisini açıklığa kavuşturur. Genellikle, bilimsel çizer olan kişi, bu alanı sanat ve bilim ilgi alanlarının ideal bir birleşimi olarak bulur. Çoğu zaman sanatçı, bilim insanının gözden kaçırdığı önemli bir özelliği görür (Hodges, 2003, s. 11).

İlk arkeolojik çizimler bugün alışlagelenden çok daha az geleneksel ve daha “sanatsal” olarak çizilmiş ve estetiğe daha fazla vurgu yapılmıştır. Bazıları, eserlerin tasvirlerini metin için görsel destek ve dekorasyon olarak kullanılmıştır (Banning, 2000, s. 277).



*Görsel 1: E.B. Banning, 2000, Illustration of vessels from British and Irish archaeological sites.*

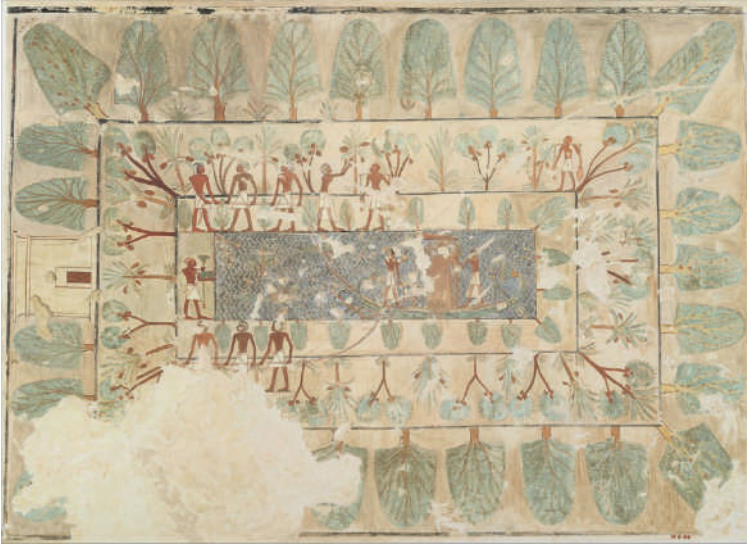
Görsel 1’de görüldüğü üzere, antik mimari, çanak çömlek, metal eserler ve heykellerin birçok illüstrasyonu, çoğu durumda hasar görmüş veya ortadan kaybolmuş arkeolojik buluntular için yararlı kanıtlar sağlamaktadır. Tüm çizgilerin arkeolojik illüstratörleri, bir dizi geleneğe bağlı kalırken, aynı zamanda çizim stilinde de önemli ölçüde değişiklik gösterir (Banning, 2000, s. 278).

1925 yılına bakıldığında, Nina Norman de Garis Davies, Mısır anıtlarını belgelemeye başladığında, renkli fotoğrafçılığın ortaya çıkmasından öncesindedir. Bu nedenle amaçları, duvar resimlerini mümkün olduğunca aslına sadık kalarak hem üslup hem de o sırada var oldukları durumda kaydetmektir. Renkli faksalarda, Nina eski sanatçılarla aynı renk tonlarını kullanmış ve hatta orijinalin yönünü ve tarzını taklit eden fırça darbeleriyle boyadığında hasarlı alanlar neredeyse fotoğraf kalitesinde işlenmiştir (Strudwick, 2004, s. 2) (Bkz. Görsel 2).



*Görsel 2: Nina de Garis Davies, Women at a Banquet (TT100'den renkli faks, Metropolitan Museum of Art, 1925).*

Bir sahnenin renkli veya çizgili bir kopyasını oluşturmanın ilk adımı, duvara bir kalem izi sürmek olmuştur. Temel malzemeleri, ortalama 90 × 50 cm boyutlarında aydıncağı kağıtlar halinde oluşturulmuştur. Bir resme dönüştürülmesi için amaçlanan kâğıt veya kartona aktarılarak ve grafit (karbon) kâğıt kullanılarak yapılmıştır. Nina, daha sonra istenen alanın etrafına dikdörtgen bir kenarlık çizerek ve muhtemelen aktarılan bazı çizgileri kurşun kalemle geliştirmiştir. Daha sonra geri kalanını gözle ama duvarın önünde boyamıştır. Işık normalde aynalar ve difüzörler tarafından sağlanarak; birkaç ayna kullanarak resimleri tamamlamıştır (Strudwick, 2004, s.2) (Bkz. Görsel 3). Metinleri temsil ederken, hasarlı alanlar bir doku dolgusu ile gösterilir veya tek ağırlıklı ana hatlarla çevrelenmektedir.



*Görsel 3: Pl. XX. Teknede Çekilerek Ölenler (Metropolitan Sanat Müzesi, TT100'den renkli faks).*

Sanatçının çalışmalarının başarısının anahtarı, boya uygulama yöntemidir. Resmin birçok yönünü yeniden üretmenin en iyi yolunun, orijinal ressamla aynı renk dizisini kullanmak olduğunu bulmuştur. Böylece, vücut renginin kısmen görülebildiği beyaz bir cüppe giyen bir erkek figürünü boyarken, arka planı boyar, vücut için düz bir renk alanı uygular, cübbe için beyazın üzerine kırmızıyı çizerdi. Kahverengi taslak, kadim ressamın yaptığı gibi, daha fazla arka plan rengi uygulayarak figürü temizlemektedir. Ancak Nina bir sahnedeki hasarı taklit etmeye karar vermemiş, bunun yerine onu 'belirsiz yıkamalar' kullanarak kaydetmenin bir yolunu geliştirmiştir. Deliklerin dokusunu ve bileşimini gösteren, ancak resmin izleyicisini rahatsız etmeyen, orijinal duvardaki çatlaklar dikkatlice çizilmiş ve genellikle üç boyutlu görünmüştür (Strudwick, 2004, s. 3).



*Görsel 4: Levha 157, Giriş, Sahne 14.*

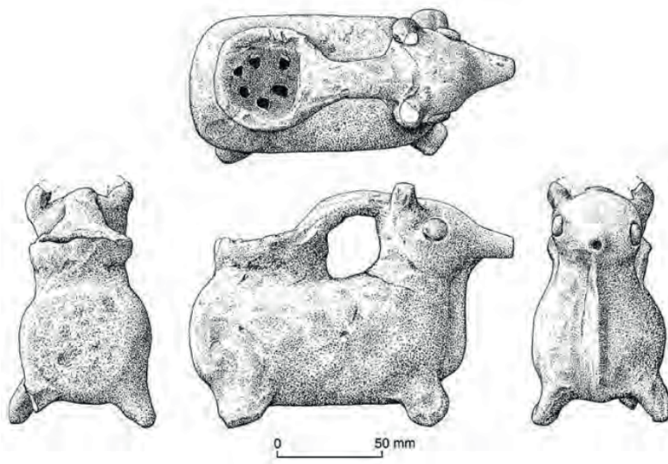
İlk olarak 19. yüzyılda keşfedilen Pay ve Raia'nın mezarı, 1994 ve 1998 yılları arasında EES/Leiden Ulusal Antik Eserler Müzesi ortaklığındaki kazı çalışmalarıyla ortaya çıkarılmış ve kayıt altına alınmıştır. Görsel 5'teki sahne Geoffrey T. Martin tarafından, bazı istisnalar dışında Marteen J. Raven tarafından kopyalanmıştır.



*Görsel 5: Levha 25, Sahne 14, sol.*

“Duvar resimlerinin tasvirlerinde belirtilen bazı detaylar ara sıra çizgi çizimlerde görünmemiştir. Bunun nedeni, keşifleri ile kayıt anı arasındaki

aralıkta resimlerin parçalarının kaçınılmaz olarak kaybolmasıdır. Hem renkli hem de siyah beyaz olarak tam bir fotoğraf kaydı ve açıklamalar her zaman bunlarla kontrol edilmiştir. Yazıtlar, ilk elden [Jacobus van Dijk] tarafından kopyalanmıştır” (Raven, 2005) (Bkz. Görsel 5). Kazıdaki betimlemelerin anlaşılabilir olması açısından Görsel 6’da görüldüğü üzere kazıdaki renk tonlarını kullanarak orijinalin yönünü ve tarzını taklit eden programdaki fırça darbeleriyle boyayarak hasarlı alanlarla birlikte detaylı bir illüstrasyon oluşturulmuştur. Geleneksel yöntemlerle çizilen arkeolojik illüstrasyonlar, gelenekselliği ön plana çıkaracak, arkeolojik illüstrasyonda dijital boyuta taşımak amaçlanmıştır.



*Görsel 6: Hayvan Figürlü Arkeolojik İllüstrasyon (Collett, 2012, s. 39).*

Ürdün’den hayvan figürlü kap: Bu nesnenin karmaşık formunu göstermek için birden fazla cephe ve plan görünümü birleştirilmiştir. (Ann Searight/ Britanya Müzesi) (Collett, 2012, s. 39). Arkeolojik illüstrasyon çizimi uygulanarak, antik değeri olan bir nesnenin farklı açıları görselleştirilerek, nesneye karşı farklı bir bakış açısı izlenimi uyandırmaktadır. Bir müzede alan darlığından dolayı, arka yüzü görülemeyecek bir nesnenin farklı bakış açılarından görüş elde edilmiştir (Bkz. Görsel 6).

### 3. Göbeklitepe Kazıları ve Arkeolojik İllüstrasyon

Bütün illüstrasyon çeşitleri içinde insanın hayatta kalmasını, ilerlemesini, evrendeki yerini, varoluşuna dair sorularını ve ötesini araştıran bilimi açıklaması,

aktarması ve yayması özelliğiyle bilimsel illüstrasyonun diğer illüstrasyon türlerinden ayırdığı söylenebilir. Tıp, botanik, astronomi, biyoloji, kimya, arkeoloji, mühendislik, zooloji ve doğa bilimleri bilimsel illüstrasyonun yaygın kullanıldığı bilim alanlarının başında gelmektedir (Erarşlan, 2024, s. 207).1995 yılında Şanlıurfa Müze Müdürlüğü başkanlığında ve Alman Arkeoloji Enstitüsü'nden Arkeolog Harald Hauptmann'ın danışmanlığında yüzey araştırmaları yapılmış ve 1996 yılından 2006 yılına kadar Şanlıurfa Müze Müdürlüğü başkanlığında ve Alman Arkeoloji Enstitüsü'nden Arkeolog Klaus Schmidt danışmanlığında kazı çalışmaları sürdürülmüştür (Rızvanoğlu, 2008, s. 7).



**Görsel 7: Kazı alanlarını gösteren genel plan (Schmidt, 2007, s.11).**

Yaklaşık 12.000 yıl önce, Fırat ve Dicle Nehirleri arasında kalan bölgede, insanlık tarihinin en önemli değişimlerinden biri yaşanmaktaydı. İnsanoğlu, avcı-toplayıcı bir yaşam tarzından, yerleşik hayata, çiftçi-üretici düzene geçmek üzereydi. Binlerce yıl öncesinin avcı toplayıcılarının bu geçiş döneminde, sandığımız gibi mütevazı ve basit bir yaşam tarzıyla yetinmemiş olduklarının, aksine, görkemli bir evre yaşadıklarını, Göbeklitepe’de bize bıraktıkları izlerde görebiliyoruz. Göbeklitepe’nin etkileyici anıtsal buluntuları yetkin bir taş işçiliğini yansıtmakta, taş üzerine kabartma tekniğiyle yapılarak aktarılan motiflerin içerik zenginliği ise karmaşık bir düşünsel düzeye ulaşıldığını göstermektedir (Schmidt, 2007, s.11).

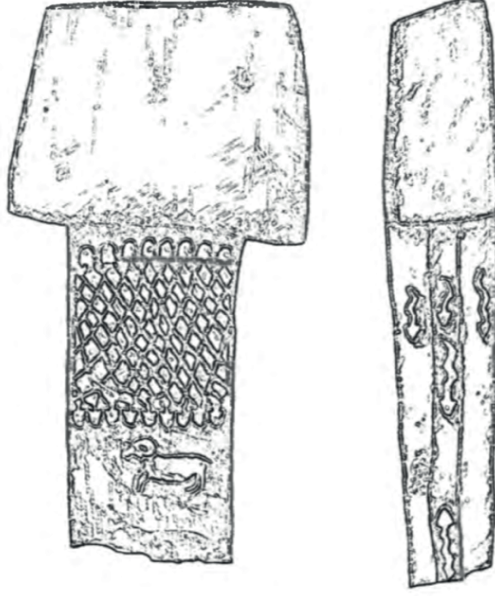


*Görsel 8: D Yapısı'ndaki güney dikilitaşının doğudan görünüşü (Rızvanoğlu, 2008, s.15).*

Göbeklitepe'deki ("T" şeklindeki dikili taşlar) üzerinde bulunan kabartmalı yabani hayvan ve bitki figürleri dünyada heykeltıraşlık ve plastik sanatlarının ilk örneği olarak kabul edilmektedir. Yani günümüz resim sanatının taşa kazınarak yapıldığı en eski resimler Göbeklitepe' de yapılan resimlerdir (Rızvanoğlu, 2008, s. 15).

Göbeklitepe'deki T biçimli dikilitaşların üzerindeki kollar, eller ve kemerler gibi alçak kabartmalar, bunların stilize insan tasvirleri olduğunu ima etmektedir. Bu dikilitaşlarda ayrıca geometrik şekiller ya da farklı semboller olabildiği gibi, çoğunlukla yabani hayvanların betimleri yer almaktadır. Dikilitaşlar üzerindeki oymaların bir hikâyenin unsurları olması muhtemel ancak bu hikâyeyi çözebilmek çok zordur. Bilinen olarak, dikilitaşlarda görülen hayvanların, bölgede avcı toplayıcı insanlarla birlikte var olan, akrep, yılan, aslan, tilki, leopar, yabandomuzu gibi çok sayıda yabani hayvanı içermektedir (Ertuğrul, 2024, s. 153).

### 3.1. Göbeklitepe Dikilitaşlarının Arkeolojik Çizimleri



*Görsel 9: Göbeklitepe’de , A yapısındaki 1 numaralı dikilitaşın üzerindeki yılan’ı belirtmek için çizilen arkeolojik çizim (Collins, 2014, s. 56).*

Göbeklitepe’nin dikilitaşları üzerine yontulmuş olan yılanlar, psikotropik (ruh halini değiştiren) veya soporifik (uyku veren) ilaçların ilaçların düşsel etkilerini mi temsil eder? Böyle olması mümkündür, çünkü Schmidt’in de dediği gibi, burada bulunmuş olan büyük bazalt kaseler ilaçların hazırlanmasında kullanılmış olabilir (Collins, 2014, s.56).



*Görsel 10: A yapısındaki 1 numaralı dikilitaş (Schmidt, 2007, s.177).*

Dikilitaş 1'in ön yüzünde şeritler arasında çok sayıda yılan kabartması görülmektedir. İlginç olanı ise, yukarı doğru kıvrılarak ilerleyen yılanın sadece Dikilitaş 1'de tespit edilmiş olmasıdır. Dikilitaşın yüksekliği 3,15 m'yi bulmaktadır (Schmidt, 2007, s. 176). Yılanlardan meydana gelen ağ, onun hemen altında ise dört ayaklı bir hayvan, büyük olasılıkla bir koç kabartması görülmektedir (Schmidt, 2007, s. 177) (Bkz. Görsel 10).



*Görsel 11: C Yapısı'ndaki Dikilitaş 12 (Schmidt, 2003, s.188).*

C Yapısı'ndaki Dikilitaş 12' nin sağ yüzeyinin tümü kabartmalarla doludur. Dikilitaşın başında ise büyük olasılıkla, parmaklık desenli bir ağın önünde duran kuşlar betimlenmiştir; onun altında ise erkek yaban domuzu ve bir tilki görülmektedir. Tilki kabartması, daha sonra buraya eklenen kabartmanın büyük bölümünü kapattığı için sadece boyun kısmına kadar açığa çıkartılmıştır (Schmidt, 2003, s. 188) (Bkz. Görsel 11).

#### 4. Yöntem

Günümüz içerik yayın platformlarının yetenekleri, çok yüksek kaliteli dijital resim ve dijital illüstrasyon içeriği tüketimine yol açacak ve daha da önemlisi, dijital resim ve dijital illüstrasyonun yalnızca kendi aralarında değil, dijital görüntüleme, dijital ses, dijital video ve i3D gibi diğer yeni medya türleriyle de birleştirilmesine olanak sağlayacaktır. Bu, dijital resim çalışmalarıyla “daha önce hiç yaşanmamış” kullanıcı arayüzü tasarımları ve muhteşem kullanıcı deneyimleri yaratılabileceği anlamına gelir (Jackson, 2016, s. 208). Jackson'ın (2016) belirttiği dijital medyanın birleştirici gücü referans alınarak; arkeolojik verilerin bazıları, bilimsel illüstrasyon disiplini çerçevesinde yeniden kurgulanmıştır.

#### 5. Bulgular

İlk arkeolojik çizimler günümüze göre daha az geleneksel ve daha “sanatsal” olarak çizilmiş ve estetiğe daha fazla vurgu yapılmıştır. Günümüzdeki bu gelenekselliğin amacı arkeolojik kazıların çizimlerinde özünü, farklılığını kaybetmemesidir. Günümüzde arkeolojik çizimlerde görülen nesne, çizim ne olursa olsun canlı bir şekilde nasıl görünüyorsa o şekilde illüstrasyon şeklinde aktarılmıştır. Buradaki amaç ise illüstrasyonun gerçekte görünen kazılardan farklı olmamasıdır.

Örneğin; 43 Numaralı Dikili Taş' ta kuşun Göbeklitepe taş sütunlarındaki yerlerinden hareketle, burada bu kuş-varlığının eline ışık topu taşıması, onun tanrısal özellikler taşıdığı veya tanrılar dünyasıyla bağlantılı olduğunu göstermektedir. Bu tür tasvirleri vurgulamak adına ve öne çıkarmak için bilimsel illüstrasyon çizilmektedir. Bilimsel illüstrasyon, bilimle sanatın bir araya getiren bir alandır. Bu alan bilgileri görsellekle zenginleştirmek oldukça verimlidir ve bu alanı kullanmak oldukça önemlidir. Çeşitli bilimsel alanlardan illüstratörler, bilimsel illüstrasyon çizimleriyle bu alanı zenginleştirmişlerdir.

Paleontoloji, kazılardan, Tarih öncesi kültürlerin kalıntılarının günümüz avcı ve toplayıcı kabileleri tarafından üretilen etnografik malzemelere, eski yazıtlardan insan biyocoğrafya çalışmalarına değin eski kültür varlıklarına dayanan bir inceleme alanıdır. Tarih öncesi dönemin gelecek nesillere

aktarılmasında tarihi bir kaynak niteliği taşıması sebebiyle önemli bir yeri bulunmaktadır (Türkmen, 2021, s.10).

### 5.1. Göbeklitepe Kazılarının Anlaşılır Olması Açısından Dijital İllüstrasyon Uygulaması

Grafik tablet- bilgisayar programlarında çizim yapmak için, kalem ve tablet fareye göre daha kolay ve rahat olabilir. Wacom ([www.wacom.de](http://www.wacom.de)) çok iyi ürünler üretmektedir. Aşağıda Huion gibi daha ekonomik markalar da mevcuttur (Collett, 2017, s.9).



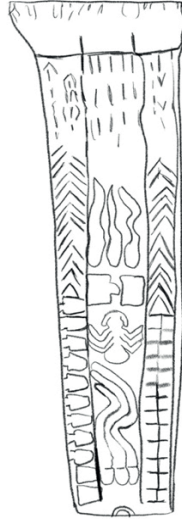
*Görsel 12: Grafik Çizim Tableti (Collett, 2017, s. 9).*

Dikilitaş 33'ün karnı yüzünde, gelen yılanların kafalarıyla dikey bir resim dizisi oluşturarak iki taraftaki geniş yüzeyleri çerçevelediği sahne soluk kesicidir. Hayvanlar ve soyut motifler taş üzerine oyulmuş ve dikey bir düzende sıralanmıştır. Dikilitaş 33'ün iç tarafını yukardan aşağıya doğru incelediğimizde; pek çok dikilitaşta olduğu gibi T başın ön yüzü boş, gövde yüzeyinde ise, kenardan devam eden şeritler görülmektedir. Orta alan ise derinleştirilmiş ve böylece kenarlardaki çıkıntılardan dikey devam eden şeritler elde edilmiştir (Schmidt, 2007, s. 159). Bölümdeki arkeolojik illüstrasyon çizimler, İpad Pro Tablet ile Procreate programında çizilmiştir.



*Görsel 13: Klaus Schmidt, Göbeklitepe 33 Numaralı Dikili Taş (Schmidt, 2007, s. 213).*

Dikilitaş 33'ün ön yüzünde dikey olarak, aralarında örümcek ve yılan bulunan hayvanlar ve işaretler yer almaktadır (Schmidt, 2007, s. 213). Makalede uygulama olarak; Göbeklitepe dikilitaşlarının belli bir kısmı için Görsel 13'te görülen taslak çizimleri ayrıntılı bir şekilde dijital illüstrasyona dönüştürülecektir.



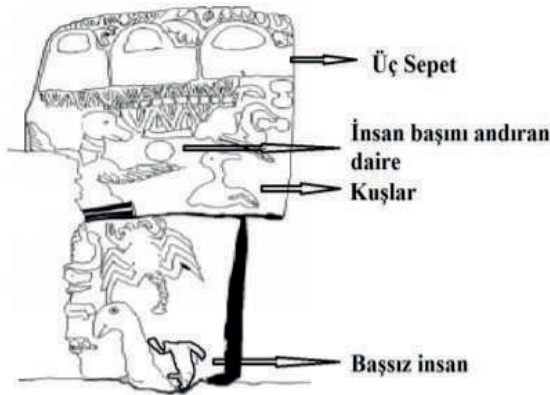
*Görsel 14: Süeda Şatır Toruk, Göbeklitepe, 33 Numaralı Dikili Taş Taslak Çizimi*

Görsel 14'te görüldüğü gibi fotoğraftaki nesnelere belli edebilecek şekilde taslak halindeki çizimi uygulanmıştır.



*Görsel 15: Süeda Şatır Toruk, Göbeklitepe, 33 Numaralı Dikili Taş Dijital İllüstrasyon Çizimi*

Makaledeki uygulamada kazıdaki dikilitaşların anlaşılabilir olması açısından, Görsel 13'teki dikilitaş fotoğrafındaki renk tonları kullanılarak orijinale yakın düzeyde bir dijital illüstrasyon Görsel 15'teki gibi çizilmiştir. Dijital illüstrasyon çizilirken dikkat edilmesi gereken en büyük kısım taşta gölgelerin vurgulanmasıdır. Örneğin bu dikilitaşın fotoğrafı açık renktedir. Fotoğraf üzerinden çizildiğinden dolayı renk oynaması yapılmamıştır. Fakat vurgulanması gereken kısımları daha koyu veya açık renk yapmak gerekmiştir.



*Görsel 16: Fırat Düzgüner, Göbeklitepe, Şekil-7: 43 Numaralı Dikili Taş,*

Dikilitaş resimlerini mümkün olduğunca aslına sadık kalacak şekilde illüstrasyon uygulaması yapılması amaçlanmıştır.



*Görsel 17: Şekil-7: Kuğu takımıyıldızının üzerine yerleştirilmiş Göbeklitepe'nin Akbaba Dikilitaşı, 43 Numaralı Dikili Taş.*

2006 kazı sezonu sırasında bulunan, D Yapısı'na ait 43 numaralı dikilitaşın akrebi gerçekten Scorpius takım yıldızını temsil ediyorsa, dolayısıyla da ekliptikle Samanyolu'ndaki Büyük Yarık'ın kesiştiği yerin sembolüysse, o zaman bu dikilitaşın üst kısmındaki eklemli kanatlı ve palyaço ayaklı akbaba bu kozmik tabloyu tamamlar. Akbabanın kanatları, başı, boynu ve bedeni tanındıktır, çünkü Kuğu takımıyıldızının silüetini mükemmel bir şekilde oluştururlar; akbabanın başı Deneb'in konumundadır, açık kanatları da gökyüzündeki karşılığının 11.500 yıl önceki görünümüne denktir (Görsel 17). İlk olarak Rus Ermeni (Slavon) Üniversitesinden Profesör Vachagan Vahradyan tarafından saptanan bu benzerlik, oldukça ilginçtir ve bir rastlantı olması zordur (Collins, 2014, s. 145).



*Görsel 18: Süeda Şatır Toruk, Kuşu takımı yıldızının üzerine yerleştirilmiş Göbeklitepe'nin Akbaba Dikilitaşı, 43 Numaralı Dikili Taş Taslak Çizimi*

Görsel 18' de görüldüğü gibi fotoğraftaki nesnelere belli edecek şekilde taslak halindeki çizimi uygulanmıştır. Karmaşıklığa yer vermemek için, dikilitaşın karmaşık yapısından arındırılarak çizilmiştir.



*Görsel 19: Süeda Şatır Toruk, Kuşu takımyıldızının üzerine yerleştirilmiş, Göbeklitepe'nin Akbaba Dikilitaş, 43 Numaralı Dikili Taş Dijital İllüstrasyon Çizimi*

Görsel 19' daki dijital illüstrasyon çizimi uygulanırken; öncelikle koyu olan bölgeler belirginleştirilmiştir, sonrasında ise aydınlık olan kısımlar çizilerek vurgulanması gereken kısımlara öncelik verilmiştir. Son olarak da taşın arka plan rengi tamamlanmıştır. 33 Numaralı Dikili Taş ve 43 Numaralı Dikili Taş'a baktığımızda buldukları açılarda fotoğrafları çekildiğinde bulunan ışıktan dolayı farklı renklerde çizilmiştir. Taşlar da biçim olarak farklıdır fakat bu taşların eşsiz olduğunu öne çıkarmıştır.

Uygulamada, 33 Numaralı Dikili Taş ve 43 Numaralı Dikili Taş için kullanılan araç gereçler olarak öncelikle taslak için brush tekniği ile dijital çizim uygulanmıştır. Arkeolojik illüstrasyon çizimi için de brush materyali ile dijital çizim uygulanmıştır.

Arkeolojik illüstrasyon, zengin bir uygulama ve ilke geleneğine sahiptir. Bunlardan bazıları artık gerekli veya uygun değildir; bazıları disiplinin ilerlemesine ve evrimine engel teşkil etmektedir; bazıları ise büyük ölçüde kullanılmamış ve keşfedilmemiş durumdadır. Arkeolojik illüstrasyona yeni bir yaklaşım, arkeolojik illüstrasyonun şu anda ne olduğu ve neye sahip olduğu konusunda kapsamlı bir incelemeyi içermeli, aynı zamanda yeni yönleri ve uygulama ve teori yollarını araştırmalıdır. Geçmişteki uygulamalara hiç atıfta

bulunmadan yeni teknikleri benimsemek yeterli değildir (Hodder, 2017, s.143-144).

## **Sonuç**

Bu bölümde, bilimsel illüstrasyon alanlarının öneminden bahsedilerek, arkeolojik illüstrasyon örnekleri incelenmiş olup, Göbeklitepe'nin dikilitaşlarının iki örneği ile dijital bilimsel illüstrasyon çizim uygulaması taslak çizimlerle birlikte tamamlanmıştır. Göbeklitepe'deki arkeolojik illüstrasyon kazı çalışmaları sonucunda ortaya çıkan kazıların detaylı bir şekilde anlaşılır olması için çizilmiştir. Anlaşılır olabilmesi açısından detaylandırılmış ve fotoğrafta ortaya çıkmayan detaylar vurgulanmıştır.

Gerçek anlamda bilimsel bir illüstrasyon, zihnin bir bilim dalındaki bir kavramı veya yasayı kavramasını sağlamak için, önüne farklı bir bilim dalındaki bir kavramı veya yasayı koyarak ve zihni, iki bilim dalındaki karşılık gelen fikirlerde ortak olan matematiksel biçimi kavramaya yönlendirerek, gerçek olayların fiziksel doğası arasındaki farkı şimdilik hesaba katmadan yapılan bir yöntemdir. Böyle bir örneklemenin doğruluğu, karşılaştırılan iki fikir sisteminin gerçekten aynı matematiksel sınıfa ait olup olmadığına bağlıdır. Bu koşul yerine getirildiğinde, illüstrasyon sadece bilimi keyifli ve kolay bir şekilde öğretmek için uygun olmakla kalmaz, aynı zamanda iki fikir sistemi arasındaki biçimsel benzerliğin tanınması, her bir sistemi ayrı ayrı inceleyerek elde edilebilecek olandan daha derin bir bilgiye yol açar (Maxwell, 2016, s. 219). Bilimsel illüstrasyon, keşfedilecek bir bilimi ortaya çıkarabilen bir görsel anlatım aracıdır. Bu anlatım aracı çeşitli teknik ve yöntemlerle üretilerek, farklı bir görsel açı sunmaktadır.

Çeşitli kaynaklarla birlikte arkeolojik çizimler ve tarzlar incelenmiştir. İncelenen sonuçlar doğrultusunda arkeolojik çizimlerin fotoğrafta görülmeyen detayları ile arkeolojik kazının bulunduğu yere gidemeyen ziyaretçiler için anlaşılır bir görsel zenginlik haline gelmiştir. Bu görsel zenginlikle birlikte arkeolojik illüstrasyonla ilgili bilgi sahibi olabilme ve arkeolojik alanları, farklı bir açıdan gösterebilme haline gelmiştir. Bu görsel anlatı gücü, ilgili literatürler ve örnekler doğrultusunda gösterilmeli ve paylaşılmalıdır.

## Kaynakça

- Ambrose, G. ve Harris, P. (2012). *Grafik Tasarımın Temelleri*. Literatür Yayınları: İstanbul.
- Banning, E. B. (2005). *The Archaeologist's Laboratory The Analysis of Archaeological Data*. Switzerland: Springer.
- Bulduk Türkmen, B. (2021). Bilim ile Sanatın İş Birliği Üzerine Bilimsel İllüstrasyon: Leonardo Da Vinci İncelemeleri. *Art-e Sanat Dergisi* , vol.14 , no.28, ss. 981-1011.
- Collett, L. (2017). *CiFA Professional Practice Paper: Introduction to Drawing Archaeological Pottery*.
- Collins, A. (2014). *Göbeklitepe: Tanrıların Doğuşu*. İstanbul : Alfa Basım Yayım Dağıtım San. ve Tic. Ltd. Şti.
- Düzgüner, F. (2016). *Göbeklitepe*. www.hermetics.org/pdf/gobeklitepe.pdf, s. 36-43.
- Erarslan, B. A. (2024). *Bilimsel ve Teknik İllüstrasyon Özelinde Görsel İletişim Tasarımı*. Afyonkarahisar: Yaz Yayınları.
- Ertuğrul, E. (2024). *Arkeofili, Arkeoloji Meraklısının El Kitabı*. İstanbul: Mundi Yayınları.
- Jones, A. (2001). *Drawn from Memory: The Archaeology of Aesthetics and the Aesthetics of Archaeology in Earlier Bronze Age Britain and the Present*. World Archaeology, vol. 33, no. 2, s. 334–356. Jstor, www.jstor.org/stable/827906. Erişim Tarihi: 17 Mayıs 2021.
- Hodder, I. (2017). *Towards Reflexive Method in Archaeology: The Example at Çatalhöyük*. Birleşik Krallık: British Institute at Ankara.
- Hodges, E. R.S. (1989). Scientific Illustration: A Working Relationship Between The Scientist and Artist. *BioScience, Volume 39*, Issue 2, February 1989, Ss. 104-111. <https://doi.org/10.2307/1310910>.
- Hodges, E. R.S. (2003). *The Guild Handbook of Scientific Illustration*. Birleşik Krallık: Wiley.
- Jackson, W. (2016). *Digital Painting Techniques: Using Corel Painter*. Amerika Birleşik Devletleri: Apress.
- Mardi Bayar, Ö. (2021). *Grafik Tasarım Rehberi*. Türkiye:Kodlab Yayıncılık.
- Maxwell, J. C. (1890). *The Scientific Papers*. Birleşik Krallık: Dover.
- Özçelik, C. (2020). *Göbeklitepe Öteki Dünyaya Açılan Kapının Şifreleri*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Raven, M. J. (2006). *The Tomb of Pay and Raia at Saqqara (Excavation Memoirs) Hardcover*. National Museum of Antiquities Leiden/ Egypt Exploration Society.

- Schmidt, K. (2007). *Taş Çağı Avcılarının Gizemli Kutsal Alanı Göbeklitepe En Eski Tapınağı Yapanlar*. Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Simmons, L. (t.y.). *The Art of Scientific Illustration: Mastering Techniques and Accuracy in Drawing*. E-kitap. Marcelo Marins Rodrigues.
- Strudwick, N. (2004). "Nina M. Davies: A Biographical Sketch." *The Journal of Egyptian Archaeology*, vol. 90, s. 193–210.
- Editör: Kırdar ve diğerleri. Kırdar, Yalçın ve Uysal, Saime ve diğerleri. (2024). 3. Uluslararası Medya ve Toplum Sempozyumu-Tam Metinler. Holistence Publications.
- Rızvanoğlu, M. S. (2008). *Göbeklitepe: 12. 000 Yıllık Dünya'nın En Eski Tapınağı*. T.c. Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları: 35.
- Wood, P. ve McDonnell, P. (1994). *Scientific Illustration: A Guide to Biological, Zoological, and Medical Rendering Techniques, Design, Printing and Display*. Birleşik Krallık: Wiley.

### Görsel Kaynakça

- Görsel 1: Banning, E. B. (2005). *The Archaeologist's Laboratory The Analysis of Archaeological Data*. Switzerland: Springer.
- Görsel 2: Erişim Tarihi: 23.03.2021- (<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/557623>).
- Görsel 3: Erişim Tarihi: 20.03.2021, (<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/557624>).
- Görsel 4: Erişim Tarihi: 21.05.2021, (<https://www.digital-epigraphy.com/tag/saqqara>).
- Görsel 5: Erişim Tarihi: 30.05.2021.(<https://www.digital-epigraphy.com/visual-documentations/saqqara-tomb-of-pay-and-raia-painted-wall-scene>).
- Görsel 6: Collett, L. (2017). *ClFA Professional Practice Paper: Introduction to Drawing Archaeological Pottery*.
- Görsel 7: Schmidt, K. (2007). *Taş Çağı Avcılarının Gizemli Kutsal Alanı Göbeklitepe En Eski Tapınağı Yapanlar*. Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Görsel 8: Rızvanoğlu, M. S. (2008). *Göbeklitepe: 12. 000 Yıllık Dünya'nın En Eski Tapınağı*. T.c. Şanlıurfa Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları: 35.
- Görsel 9: Collins, A. (2014). *Göbeklitepe: Tanrıların Doğuşu*. İstanbul : Alfa Basım Yayım Dağıtım San. ve Tic. Ltd. Şti.
- Görsel 10: Schmidt, K. (2007). *Taş Çağı Avcılarının Gizemli Kutsal Alanı Göbeklitepe En Eski Tapınağı Yapanlar*. Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Görsel 11: Schmidt, K. (2007). *Taş Çağı Avcılarının Gizemli Kutsal Alanı Göbeklitepe En Eski Tapınağı Yapanlar*. Arkeoloji ve Sanat Yayınları.

Görsel 12: Collett, L. (2017). *ClfA Professional Practice Paper: Introduction to Drawing Archaeological Pottery*.

Görsel 13: Schmidt, K. (2007). *Taş Çağı Avcılarının Gizemli Kutsal Alanı Göbeklitepe En Eski Tapınağı Yapanlar*. Arkeoloji ve Sanat Yayınları.

Görsel 14: Yazarın Kişisel Arşivi.

Görsel 15: Yazarın Kişisel Arşivi.

Görsel 16: Erişim Tarihi: 30 Ocak 2026, ([www.hermetics.org/pdf/gobeklitepe.pdf](http://www.hermetics.org/pdf/gobeklitepe.pdf), s. 36-43).

Görsel 17: Erişim Tarihi: 20. 05. 2021, (<https://unesco.org.tr/Home/Page/3007?slug=G%C3%B6bekli-Tepe>).

Görsel 18: Yazarın Kişisel Arşivi.

Görsel 19: Yazarın Kişisel Arşivi.



# Akademik Perspektiften Güncel Grafik Tasarım Araştırmaları - I

Editör:

Dr. Öğr. Üyesi Seyit Mehmet Buçukoğlu