



İLETİŞİMDE GRAFİK VE GÖRSEL ARAÇLAR

İLETİŞİMDE GRAFİK VE GÖRSEL ARAÇLAR

- İletişimde görsel araçların kullanılması her zaman için mesajı güçlendirir, algılamayı kolaylaştırır, zamandan tasarruf sağlar ve alıcının dikkatinin canlı tutulmasını sağlar.
- Görsel iletişimde bilgilerin görüntü halinin alışverişi yapılmaktadır.
- Televizyon ve bilgisayarın icadından sonra görsel iletişim daha da güçlenmiş hatta yüz yüze iletişimi bile sağlar hale gelmiştir.



GRAFİKSEL BİR ÜRÜNÜN TEMEL UNSURLARI

Nokta: Herhangi bir konuyu görsel ortama aktarabilmek için kullanılan en basit iletişim birimidir. Çünkü, noktaların yan yana gelmesiyle, düz, kalın, kesikli, ince, sürekli vb. şekilde çizgiler oluşturabilmek mümkündür.

Çizgi: Karakterlerine ve konumlarına göre çeşitli mesajlar iletirler. Örneğin, yatay çizgi durgunluk, dikey çizgi saygınlık göstergesidir.

Şekil: Grafikselsel ürünün şekli mesajın içeriğine göre değişiklik gösterir. Bazı görsellerde keskin hatlı şekiller tercih edilirken bazı görsellerde daha yumuşak hatlı şekiller tercih edilir.



Biçim: Görselin biçimi anlatılan konuya göre farklılık gösterir.

Derinlik: Grafiğin derinliği rengi ile ilgilidir. Derinlik görselde kullanılan rengin yoğunluğudur. Yoğunluğu fazla olan renkler parlak renklerdir.

Hareket: Grafik canlı olmalıdır. Alıcı tarafından grafikteki hareket algılanabilmelidir. Grafik bir sorunun çözümüne odaklı olmalı, açıklayıcı ve anlaşılır olmalıdır.

Ton: Renk yelpazesinde bir rengin en açıkından en koyusuna kadar olan farklı renkleridir.

Renk: Renkler ışıkla birlikte oluşur ve rengi algılayan kişide farklı etkiler yaratır. Sıcak renkler dikkat çekici, pastel renkler ise sakinlik duyguları vermektedir.



Renklerin Görsel İletişimdeki Anlamları

Lacivert: Sonsuzluğu, otoriteyi, verimliliği simgeler.

Mor: İhtişam ve lüksün son basamağıdır. Bazen insanların bilinçaltında olumsuz etkiler yaratır.

Pembe: Uyum, neşe, şirinlik ve sevginin simgesidir.

Sarı: Zeka, incelik ve pratikliğin rengidir.

Kırmızı: Canlılık, dinamizmin rengidir. Mutluluğu temsil eder. Özellikle gıda firmalarının logolarında kullanılır.

Yeşil: Doğanın ve baharın rengidir. Güven veren bir renktir. Özellikle banka logolarında kullanılır.

Siyah: Duygusallığın ve hüznün rengidir. Gücü ve tutkuyu temsil eder. Japonya'da siyah mutluluktur.

Mavi: Gökyüzünün, geniş ufukların, denizin simgesidir. Huzuru temsil eder.

Kahverengi: Planlılığın ve sistematüğün rengidir.

Beyaz: Saflığı ve dürüstlüğü ifade eder.



Grafik İletişimde En Çok Kullanılan Görsel Malzemeler

- **Amblem**, çizgi ve resimlerle yapılan işaretlerdir ya da daha geniş bir tanım yapmak gerekirse, **ürün ya da hizmet üreten kuruluşlara kimlik kazandıran, sözcük özelliği göstermeyen; soyut ya da nesnel görüntülerden ya da harflerden oluşan simgelerdir.**

Örneğin; Mercedes'in üçayaklı yıldız figürü, markanın; su, hava ve karadaki gücünü tanımlamaktadır



Grafik İletişimde En Çok Kullanılan Görsel Malzemeler

- **Logo**, bir ürünün, firmanın ya da hizmetin isminin, harf ve resimsel öğeler kullanılarak sembolleştirilmesidir.



- Logoda kullanılan, font, renk gibi özellikler firmanın ayırt edici özelliklerini desteklemelidir.
- Logolar mümkün olduğunca sade, akılda kalıcı, her türlü ölçüde okunabilir ve az sayıda renkten oluşmalıdır.
- Logolar firmaya özgün olmalıdır. Başka firmaların logoları taklit edilmemelidir. Hatta başka logoları çağrıştırmamalıdır.
- Amblemden farklı olarak, ayırt edici özellikler yanında firmanın ismini de yansıtır



Grafik İletişimde En Çok Kullanılan Görsel Malzemeler

- **Afiş:** Bilgilendirme, bilinçlendirme, duyuru yapma, satış artırma gibi amaçlarla hazırlanıp, kitle iletişim aracı olarak kullanılırlar.

Afişler hedef kitle ile **buluştukları yere göre**; iç mekan ve dış mekan afişi olarak ikiye, **içeriklerine göre de**; reklam, kültür ve sosyal içerikli afiş olarak üçe ayrılırlar.

- ✓ İç mekan afişleri: Koridorlara, salonlara yerleştirilen afişlerdir. Daha uzun süre izlenme şansına sahiptirler.
- ✓ Dış mekan afişleri: Büyük boyutludurlar. Duvar yüzeylerine, ilan panolarına yapıştırılırlar. Hedef kitle bu afişleri yürürken ya da araç içerisindeyken izleme olanağı bulurlar. Bu nedenle afiş tasarımcısının izlenme süresinin kısa olduğunu dikkate alarak afiş tasarlaması gerekmektedir.



- Reklam afişleri: Bir ürün ya da hizmeti tanıtmak amacıyla hazırlanan afişlerdir. Moda, turizm ve gıda gibi sektörlerde sık kullanılır.
- Kültürel afişler: Seminer, festival, tiyatro, sinema, sergi gibi kültürel etkinlikleri tanıtmak ve duyurmak amacıyla hazırlanan afişlerdir.
- Sosyal içerikli afişler: Sağlık, trafik, ulaşım vb. konularda insanları uyarmak ve eğitmek amacıyla hazırlanan afişlerdir. Bu afişler dikkat çekici olmalıdır.





Grafik İletişimde En Çok Kullanılan Görsel Malzemeler

Afişlerde bulunması gereken özellikler şunlardır:

- ☑ Hazırlanan afişler dikkat çekici olmalıdır.
- ☑ İzleyici afişe baktığında harekete geçme isteği uyanmalıdır.
- ☑ İzleyiciyi bilgilendirici nitelikte olmalıdır.
- ☑ İzleyici kitlesinin özellikleri dikkate alınarak hazırlanmalıdır.
- ☑ Afişte kullanılan dil herkes tarafından anlaşılır nitelikte olmalıdır.

Afişlerde bulunmaması gereken hususlar şunlardır:

- ✗ Afişler, izleyicilerin dünya görüşünü değiştirmek zorunda değildir.
- ✗ Afişler dekoratif ya da güzel olmak zorunda değildir. Burada önemli olan dikkat çekici olmasıdır.
- ✗ Afişler, mesaj iletme etkinliği dışında sanatsal bir değere sahip olmak zorunda değildir.



Grafik İletişimde En Çok Kullanılan Görsel Malzemeler

o Fotoğraf

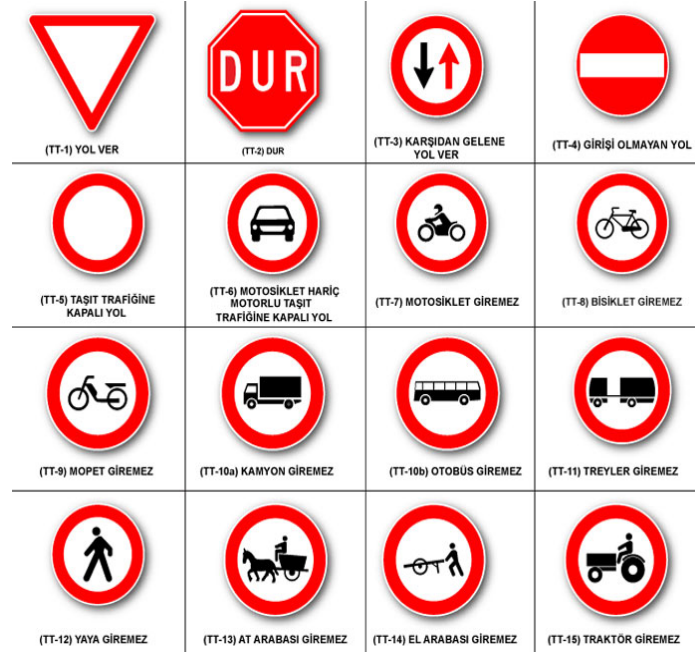
Fotoğraflar yaşamdan bazı kesitler sunduğu için çoğu zaman anlatılmak istenen mesajı yazıdan daha etkili bir biçimde anlatabilmektedir.



Grafik İletişimde En Çok Kullanılan Görsel Malzemeler

○ İşaretler

Görsel iletişim araçları olarak kullanılan işaretler özellikle, ulaşım alanında çok sık kullanılmaktadır.



İşaretlerle ilgili yönetmelikler hazırlanmakta, işaretleri kullanacak kişiler eğitimlere ve sınavlara tabi tutulmaktadır.



○ Karikatürler

Göstergelerden oluşan bir iletişim sanatıdır. Karikatürist görsel imgelerle kodlama yapar ve mesajını farklı araçlarla alıcılara ulaştırır. Karikatürler çizgiyle var olmuş ve bugün gelişmiş bir grafik dilidir



Grafik İletişimde En Çok Kullanılan Görsel Malzemeler

Resimler



- Hissedilen duygu, düşünce, özlem vb. durumların estetik kurallar çerçevesinde iki boyutlu bir düzlem üzerine yansıtılmasına dayanan sanattır.
- Resimde mekan, hareket, hacim ve ışık etkileri resimsel öğeler aracılığıyla elde edilir. Resimsel öğeler, biçim, çizim, dizayn, renk, ton ve doku gibi özelliklerdir.

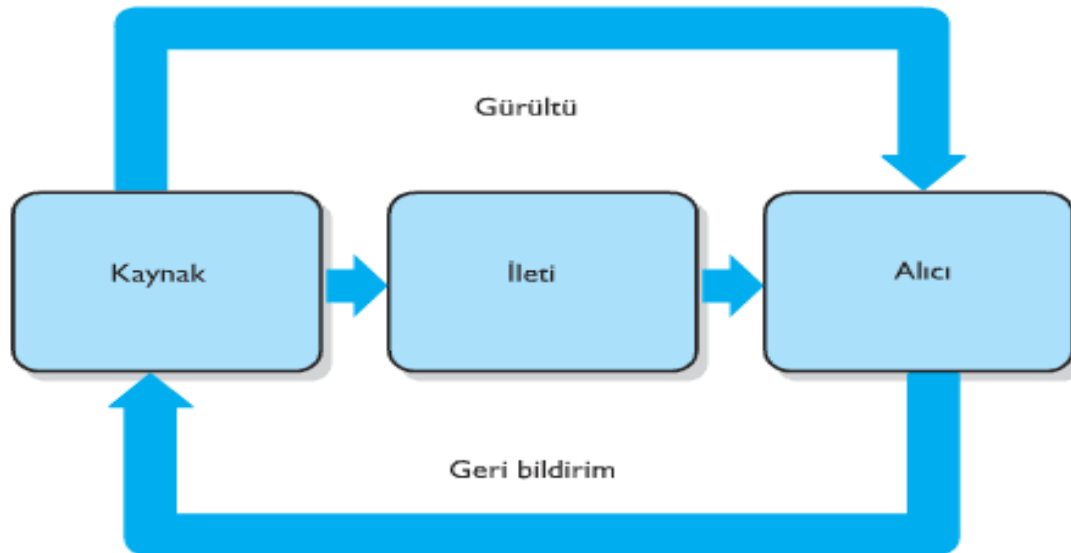


Grafik İletişimde En Çok Kullanılan Görsel Malzemeler

○ Şemalar

Şemalar, yazıyla anlatılamayacak mesajların görsel öğeler kullanılarak çarpıcı bir şekilde sunulduğu grafik iletişim araçlarıdır

Şekil 7.7 İletişim Süreci



Grafik İletişimde En Çok Kullanılan Görsel Araçlar

○ Sessiz Görsel Araçlar

Tepegöz ve Saydamları

Güçlü bir ışığın, tepegöz saydamından geçirilerek duvara ya da perdeye yansıtılmasıyla görüntü oluşmaktadır. Tepegöz kullanırken, salona izleyicilerden önce girilmeli ve kontroller yapılmalıdır. Tepegöz ve saydam kullanmanın avantajları şunlardır:

- Saydam hazırlamak kolay ve ucuzdur.
- Bir çok kez kullanılabilir.
- Işıklı ortamlarda kullanılabilir.
- Renk kullanılabilir.
- Saydam olmayan cisimleri gösterir.
- Beyaz yazı tahtasına yansıtılarak da kullanılabilir.
- Kullanımı kolaydır.
- Düzenli ve sistemli bir sunum yapılabilir.



Grafik İletişimde En Çok Kullanılan Görsel Araçlar

Tepegöz kullanmanın sınırlılıkları ise şunlardır:

- Ses ve hareketlerin sunumu gösterilemez.
- Büyük gruplara yapılan sunumlarda etkisiz olabilir.
- Tepegözün etkinliği sunumu yapan kişinin becerisine bağlıdır.
- Tepegöz ayarları iyi yapılmaz ve görüntüler net çıkmaz ise sunumda sıkıntılar yaşanabilir.



Tepegöz kullanırken ve tepegöz saydamı hazırlanırken dikkat edilmesi gereken bazı ilkeler vardır. Bu ilkeleri şöyle sıralayabiliriz:

- ❑ Saydam hazırlarken süslü yazılar kullanmaktan kaçınmalıyız. Çünkü okunurluğu azaltabilir.
- ❑ Yazı karakteri 18 punto olmalıdır.
- ❑ Satır sayısı fazla olmamalı, her satırda en fazla 6 kelime bulunmalıdır.
- ❑ Satır araları en az bir satır boşluk bırakılarak hazırlanmalıdır.
- ❑ Tam cümle kurmak yerine, o cümleleri çağrıştıracak anahtar kelimeler kullanmak tercih edilmelidir.
- ❑ Gereksiz detaylara yer verilmemelidir.



- ❑ Seçilen renkler zıt renkler olmamalıdır.
- ❑ Saydamları anlatacağınız konunun özelliklerine göre, dikey ya da yatay olarak kullanabilirsiniz.
- ❑ Saydam hazırlarken, bütün kelimeleri büyük harfle yazmayın.
BÜYÜK HARFLE YAZILAN YAZILARIN OKUNMASI ZORDUR.

Küçük harfle yazılan yazılar daha rahat okunur.

- ❑ Tepegöz kullanırken, yüzünüzü perdeye değil dinleyicilere dönünüz.
- ❑ Uygun perde kullanınız.
- ❑ Tepegözün yanında durunuz.
- ❑ Sunuma başlamadan önce tepegözün ayarlarınızı yapınız.
- ❑ Kullanılan perde tepegözden yüksek bir yerde olmalıdır



Grafik İletişimde En Çok Kullanılan Görsel Araçlar

- Slayt Makinesi/Projektörü (Dia-Yansı)

Slaytlar, fotoğraf, grafik, çizim, renk kullanımına uygun araçlardır.

Orta ve büyük gruplara yapılacak sunumlar slayt makineleri ile başarıyla yapılırlar.

Slayt makineleri kullanılırken ışıklar kapatılmalıdır.

Sunum 20 dakikayı, slayt sayısı 50'yi geçmemelidir



Grafik İletişimde En Çok Kullanılan Görsel Araçlar

○ Episkop

Tepegöz gibi çalışan bir yansıtma aracıdır. Tepegözden farkı ise, her türlü fotoğraf, yazılı belgeyi aynen olduğu gibi yansıtabilmesidir. Örneğin, bir kitabı episkopa yerleştirdiğinizde aynen olduğu gibi kitabın görüntüsü perdeye yansımaktadır



Grafik İletişimde En Çok Kullanılan Görsel Araçlar

○ Yazı Tahtası

Bir sunumu daha açıklayıcı ve etkin bir hale getirebilmek amacıyla kullanılan araçlardır.

Kullanıcı yazı tahtasını kullanırken yüzünü seyirciden ayırmamalıdır.

Yazı tahtası sürekli temiz olmalı, yazı tahtasının yanında her zaman silgi ve kalem yer almalıdır.

Yazı tahtasının en büyük dezavantajı yazılar silindiğine bilgilerin yok olmasıdır.



○ Flip Chart

Duvara, yazı tahtasına ya da bir yazı sehpasına yerleştirilebilen büyük boy kağıtlardır.

Yazı tahtalarına göre avantajı önceden hazırlanabilir ve bilgiyi saklayabilir olmasıdır.

Taşıması kolay ve ucuz bir iletişim aracıdır.

Flip chart hazırlanırken yazılar okunaklı biçimde yazılmalı.

Her sayfada en fazla 10 satır yer almalıdır.



○ Yazılı Materyaller

Sunum sırasında görsel araçlarda kullanılan materyallerin kopyaları ya da bilgi notları önceden hazırlanıp dinleyicilere dağıtılabilir.

Böylece dinleyicilerin not alması gerekmez.

Sunuma başlamadan önce dinleyicilere dağıtılıp dağıtılmayacağı bildirilmelidir ve notlar sunum sonunda dağıtılmalıdır.

Çünkü dinleyiciler sunum esnasında yazılı materyallere değil de, sunucuya odaklanmalıdırlar.

- Akış şeması,
- Çizgi grafik vb.



İşitsel Araçlar

Kaset çalar , CD Çalar, Radyo, Plaklar, kasetler.

Görsel İşitsel Araçlar

Televizyon, Video, Video Projektör, CD, DVD,
Bilgisayar



○ Televizyon

Televizyonlar, en yaygın kitle iletişim aracıdır. Gelişen teknoloji ile birlikte televizyonlara teleteks gibi yeni özellikler de eklenerek, televizyonların iletişim etkinliği artmaktadır



○ Video Projektör

Video, bilgisayar ve televizyondaki her türlü görüntüyü büyük ekrana yansıtabilen yeni bir cihazdır. Bilgisayardaki sunum programlarının büyük ekrana yansıtılması video projektör ile sağlanmaktadır.



o CD,DVD

Günümüzde video kasetlerinin yerini artık, CD ve DVD'ler almaktadır. CD ve DVD'ler ses ve görüntü kaydı yapılabilir. CD ve DVD'ler bilgisayarda hem de CD, DVD oynatıcılarda izlenebilir. Bu yeni araçlar, görüntü depolama kapasitelerinin yüksek olması ve kaliteli görüntü ve ses verme özellikleri sebebiyle tercih edilmektedirler.



○ Bilgisayar

Bilgisayar, verilen komutlar doğrultusunda belirli iş ve ürünleri üretme ve problem çözmek üzere veri işleyen cihazlardır.

Bilgisayarların işlediği veriler, ses, sayı, grafik gibi türlerde olabilmektedir.

Bilgisayarlar, veriler üzerinde aritmetik işlemler, karşılaştırmalar, değerlendirmeler yapabilen cihazlardır.

Günümüzde bilgisayarlar yardımıyla, dünyanın her yerindeki bilgilere ulaşmak mümkündür. Her türlü belge bilgisayar ortamında hazırlanıp istenilen kişileri rahatlıkla ulaştırılabilir (İ. Mısırlı, Genel ve Teknik İletişim, Detay Yayıncılık 2013)

